

〈 書評論文 〉

## 個人の趣味が変えていく都市の風景

— 都市景観の新しい生成原理と変容する建築家像 —

森川嘉一郎『趣都の誕生 — 萌える都市アキハバラ』

(幻冬舎、2003年)

松村 淳

### 1. はじめに

秋葉原は今やオタクが集まる「聖地」として日本はおろか世界中から認知されている場所である。アニメやゲームの美少女が描かれた巨大なポスターがビルの壁面を覆い、路上にはメイドの格好をしたメイド喫茶の従業員たちがピラを配る。オタクという存在が一種の社会現象にもなり、オタク以外にも多くの観光客を引き寄せている。そして現在、秋葉原は東京でも一大人気スポットに変容した。秋葉原という都市は「オタクの趣味」つまり「萌え」がその景観の成立に大きな影響を与えているのである。著者によれば、オタクという特定の「人種」の趣味が都市の風景を一変させてしまったという結果はこれまで人類が経験したことのないことである。ゆえに、今後の都市の景観の変容を占う意味でも大変に興味深いだろう。都市景観が「個人の趣味」によって規定されるなら、これまで都市景観を構成する建築物を設計・デザインしてきた建築家の職能の行方はどうなるのだろうか。本書を読み解きながら秋葉原という特異な街の形成メカニズムを明らかにし、個人化が進む現代社会における都市や建築のデザインとその潮流に対して、建築家の果たす役割にはどのような可能性があるのかについて考えてみたい。

### 2. 本書の構成

近年、日本では駅前の再開発が盛んである。大手のデベロッパーや私鉄が中心となり巨大な資本が投入され、開発規模も極めて大きい。欧米のブランドショップを中心にスタイリッシュなテナントが入り、ビルを中心とした再開発地域全体に統一されたデザインコンセプトが敷き詰められている。そのコンセプトから逸脱するようなテナントは入居を許されることはない。建物内部の動線から各店舗の什器の位置、色、サイズにいたるまで詳細に計画され決定されている。そこではビジターは完全に「消費者」としての主体性を求められる。「個人」としての主体性ははく奪されてしまい、遊園地

のアトラクションを楽しむように受動的にショッピングを楽しむ。言うまでもなくそこでは「消費者」の領域を脱しない「個人」の嗜好がその場所の風景を変質させる余地などどこにもないのである。しかし秋葉原はオタクという「消費者」の「個人の趣味」が都市の景観を変えてしまっているのである。この事実の背後にはどのようなメカニズムが作動しているのだろうか。これが本書の中心議論である。

本書は序章と全五章からなる構成になっている。私は都市社会学、建築論・都市論のテキストとして本書を読むとともに、建築家論としても本書を読んだ。著者は具体的には建築家の職能についての言及はしていないが、空間が「個人の趣味」によって自動的に立ち上がるならば、「空間の生産」を生業としてきた建築家の職能に危機が訪れることは確かである。私は本書にメタ的に埋め込まれている建築家（不要）論を読み込みながら本稿を書きすすめた。本書は前述したように画期的な視点を提供する重要な書物であることは間違いないが、秋葉原・オタクという強いシンボルに引っ張られるあまり、都市空間や建築を形成する他の重要な主体に対する議論が抜け落ちていると感じる。それは「生活者」であり「安心・安全な生活者の空間を作ろうとする行政」であり、「両者の声をデザインに落とし込み、建築空間という物理的なものを練り上げる建築家」の存在である。これらについては本稿の後半で議論したい。

まず序章「萌える都市」では「萌える」という単語の解説からはじまる。最近でこそ少しは市民権を得たかに思われる「萌える」なる単語であるが本書が書かれた2004年当時はまだそれを正確に知るものはオタク以外の人種では少数であった。森川はこの「萌える」という単語に注目し、それをタイトルに使用している。「萌える」という言葉を聞いて一定上の年齢の人は「木々が芽吹く」様子を連想するだろう。しかし、おそらく30歳以下の人はそこにアニメやゲームのキャラクターを思い浮かべるだろう。

これまで、ある特定の言葉が特定の趣味を持つ人々や世代の中でのみ流通することはあったが、都市の風景を変えてしまうほどの「趣味」がかつてあったのだろうか。著者の問いはここから出発する。第1章では従来電気街であった秋葉原はいかにしてオタク街へと変貌したのか、そのプロセスについて、秋葉原という街の歴史の変遷に着目して論述している。秋葉原は1980年代までは家電が中心の町であった。訪れる客も家族連れが多かったという。しかし1980年代後半から郊外型の量販店に徐々に市場を奪われていく。中心市街地から郊外へと消費の場の中心が移っていく様子は多数の論者が指摘するところだが（三浦 2006など）、同じことが秋葉原でも起こったのである。さて、家電市場を奪われた秋葉原の電器店は主力商品をパソコンに移していくことになる。1990年に六階建てのビルのすべてをパソコン専門店としたラオックス・ザ・コンピュータ館がオープンしたことがその後の秋葉原を決定付けるターニングポイントであったと著者は指摘する。これにともない秋葉原を訪れる客層は、家電を買いに来る家族連れから、若い男性のパソコンマニアへと、著しく偏るようになっていく。この客層の偏りが、その後の秋葉原のイメージを大きく変えていくのである。彼らは高い確率でアニメを好み、プラモデルや同人誌を求める。その理由については第2章に詳しく述べられているが、それまで点在していたそれらを扱う店が秋葉原へと集中しはじめるのである。1997年にキャラクター商品専門店を秋葉原に開き、街の本格的なオタク街化のさきがけとなったゲーマーズが1999年には中央通沿いに七階建ての本店をオープンさせる。つまり全館がオタクグッズで埋め尽くされたビルが登場したのである。その後は雨後の竹の子のように次々と同種のビルが立ち並んでいく。

第2章では、なぜパソコンマニアはアニメのキャラクターを好む傾向があるのか、その変貌をもた

らしたオタク趣味の嗜好性に目を向けている。都市論や建築論として本書を読むにあたって、この部分はあまり重要ではないのかもしれない。しかし、秋葉原という街の表象がアニメ絵の美少女のアイコンで覆われている事実の背景分析の一つとして重要であり、概観しておく必要はあると考える。著者はこの事実を説明するために二人の論者の説を紹介している。一人目は精神科医でサブカルチャーの評論を多く手がける斎藤環の説であり、二人目は批評家の東浩紀の説である。斎藤は西欧のように日本では虚構と現実を厳格に区別するような考え方がもともと希薄であるからという、歴史・文化的背景から説明し、東はオタク文化が日本的な主題や表現に溢れていることを認めつつも、それを戦後流入したアメリカ文化が反動的に和洋化されたものにとらえている。著者はこれらの論者の意見を踏まえながら、ヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展・日本館出展フィギュア付きカタログでは以下のように総括している。

日本のアニメのスタイルそれ自体が、アメリカのディズニーアニメの変容によって生み出されたものなのである。ディズニーのスタイルの本質は、セルアニメという技法によって、ヨーロッパの童話を、物語と絵柄の両方にわたって徹底して衛生的な世界に変換したところにある。いわば母文化の産物を、加工してつくられたものなのである。戦後の圧倒的なアメリカ文化の流入の下、今度は手塚治虫を先鋒とする日本の作家たちが、そのようなディズニースタイルを変質させることにより、アニメを自らのものにしていった。ディズニーが衛生化に使ったまさにそのセル画の人工的な肌合いに、ピグマリオンズム（人形愛）めいた魅力を見出すことによって。おたく文化の本質には、このように、客体として共有されている文化を変質させることによって、主体に従属させようとする動機がある。ディズニーが性的要素を排除し、アニメやマンガを無垢な子供のための媒体として定着させていたからこそ、性的魅力の注入は、強力な変容の手段として機能してきた。その結果として生まれ、発達してきたのが、日本のアニメに特有な「美少女」というモチーフなのである。（森川嘉一郎 2004：p. 25-p. 27）

第3章では、輝ける未来都市を生み出しうるような力や権威の失墜が、趣味が都市風景に影響をおよぼすような事態を許したという説にもとづき、三つの視点を提供している。一つ目は漫画やアニメに描かれた東京像の変遷について。二つ目は大阪万国博覧会。三つ目は喪われた未来をハルマゲドンで補填しようとしたオウム真理教のサティアンと呼ばれた宗教建築の特質である。ここで採りあげられる大阪万博と、オウム真理教の宗教施設は特に重要であり、本稿の後半で議論したい。

第4章では建築物と同等に巨大な航空機のデザインに「趣味」や「素人」のデザインが施される事例を取りあげている。かつては夢の乗り物、「未来」を体現した乗り物であった飛行機が量産化と巨大化により大衆のものとしていく過程を、かつて三種の神器や3Cなどといった夢の電化製品が溢れる「未来」を体現する街であった秋葉原の変遷と重ね合わせている。第5章では近代の都市の成り立ちを建築史的に概観しながら、都市が官から民、そして個へとその創造主体がシフトしていく様子を描いている。そして同じような街が大阪の日本橋や韓国の龍山（ヨンサン）にも伝播していく様子を記述している。この章もまた大変重要であり、本稿の後半であらためて議論したい。

### 3. 本書の議論

著者は都市の景観を決定する主体の変遷を官→民→個として描き出している。1970年代あたりまで

「官」の時代、1980年代から1990年代初頭までが「民」の時代、そして2000年以降を「個」の時代と位置付けそれぞれの時代に象徴的な建築や都市の変遷を分析記述している。

### 3-1. 官の時代

一九七〇年代までなら、建築家がつくる建築作品の動向を見ていればよかった。建築家たちの流行を組織事務所が取り入れ、さらに遅れて建設会社の設計部が模倣する。そのようにして、街には一昔前の建築家の作品の甘いコピーがたくさん立ち上がり、それが風景となっていったからである。(森川 p. 236)

著者が指摘しているように、近代建築の巨匠であるルードビッヒ・ミース-ファンデル・ローエ(以下ミース)は現代の都市景観を構成するオフィスビルのプロトタイプを造った建築家といっても過言ではない。ドイツのバウハウスの三代目の校長も務めた彼のデザインは「ユニバーサルスペース」という概念に象徴される。「ユニバーサルスペース」とは用途を限定せず、オーナーが自由に内部レイアウトを変更できるような汎用性の高いデザインである。そのスタイルはいまだにオフィスビルのプロトタイプとして生き続けている。アメリカに亡命後に設計した「レイクショアドライブ・アパートメント」はユニバーサルスペースの概念を具現化し、現在のオフィスビルの原型となった建物の一つである。著者は日本のオフィスビルが皆のっぺりした箱型なのは、それが構法的な必然だからではなく、建築士が皆ミースのデザインを真似たからであると述べているが、それはいささか言いすぎのような気もする<sup>1</sup>。しかし、大都市の景観を構成する高層ビルを設計したのが大手設計事務所やゼネコン設計部などに所属する限られた建築士の手によるものである事実を鑑みるとそのような側面もあることは頷ける。

また1960年代は丹下健三や弟子筋の黒川紀章や横文彦といった後に「巨匠」と呼ばれる建築家が国のシンボルとなるような建築を次々と手がけていく時代でもある。国家が「巨匠」建築家を採用し大規模な開発プロジェクトや巨大な建造物の設計を依頼し、それにつづく形で地方公共団体も県庁舎や市庁舎、体育館などの建物を依頼するようになる。日本列島のいたるところに「巨匠建築家」のモニュメンタルな建築が出現した。このことは1960年代まではモニュメンタルな建築を要請する社会的な背景があったことの証左である。時代は高度経済成長期であり、中央のみならず地方もシンボリックな建物を求めたのである。やがて1980年代に入り、時代は消費社会へと転換しながら、都市の位相も変換されていくのである。

### 3-2. 民＝資本の時代

ところが八〇年代のバブル期になると、民間大企業が主体となったコマースリスタックな開発が興り始めた。西新宿のような六〇年代的なつくられ方を戦後の都市風景の第一フェーズとするならば、これは第二のフェーズといえよう。第一フェーズが官主導型なのに対し、第二フェーズでは民主導型である。そしてそれは、第二フェーズとはまた異なった相貌を街に与えだしたのである。(森川 p. 238)

1980年代に入ると、民間企業が主体となった商業的な開発各地で起こり始める。特に東京渋谷は西

1 構造的にはミースの設計したオフィスビルのような鉄筋コンクリートの単一グリッド方式は極めて経済性が高く、耐震性にも優れている。ゆえに「構法的な必然だからではなく」、という森川の発言はやや不適切であると考えられる。

部セゾングループによって消費の中に文化の香りをちりばめたスタイリッシュな空間として開発されていく。社会学者の北田暁大は『広告都市・東京』の中でこの1980年代に起こった都心の開発について次のように語っている。

〈80年代〉的な広告＝都市の論理とは、「秩序／無秩序」という二項的な解釈図式に「文化」という第三項を導入することであった。(北田 2002：p.65)

北田はそのような〈80年代〉的な広告＝都市の論理実践の顕著な例として、セゾングループが渋谷をバルコ自体の広告としてラッピングしてしまう戦略や、外部を一切隠蔽し、充足した内部世界を構築するディズニーランドなどを採りあげている。

第1フェーズから第2フェーズへと位相が転換する際に、都市をデザインするために参照されるモデルが変更された。建築家の作品から、ディズニーランドに変わったと著者は述べているが、この時代は建築史でいうポストモダンの時代の幕開けとぴたりと符合する。建築におけるポストモダンデザインとは、一言で言うと、華やかな色彩や装飾を施されたデザインを有する建物を指す。それは従来の直方体のシンプルな形状を持つモダニズムのデザインへの異議申し立てと一般には理解されている。その変遷の理論的なバックグラウンドとしては、それまで建築を支えてきた大きな権威や理念といったものが成立しなくなったため、小さなもので代用せざるを得なくなったためという言説が一般的である。資本の力、つまり商業主義が権威や理念に取って代わったと言っても過言ではないだろう。建築は（特に商業ビルは）それ自体が広告となるよう、他との差異が設計に求められ、それに応えるために建築家は様々に意匠を凝らしたビルを設計した。この時代は、建築から完全に表象が奪われる前である。建築家はコマースリズムを表象するために、工夫を凝らした。1980年代は商業主義に文化が注入されつつあった時代である。たんに奇をてらった空間を設計するだけでは施主は納得しない。そこで建築家は自らの手法を正当化するために、哲学や現代思想にその根拠を求めるようになる。デリダをはじめとする哲学者や思想家と建築家の蜜月が1980年代から1990年代初頭まで続いたが、それは建築家の側からの一方的なラブコールであった。従来の箱型のカーテンウォールのビルの隣に、唐突にギリシャの神殿を思わせる列柱が立ち並ぶ商業ビルや、歪んだ窓や歪曲した壁を持つ建物が現れる<sup>2</sup>。それらは建築史や現代思想から建築家によって恣意的に引用されたデザインボキャブラリーを駆使して建てられた。以来20年を経ずしていくつかは取り壊されたが、多くは1980年代という時代の空気を表象したまま建ち続けている。

### 3-3. 個のデザインへ

著者の図式によると「官」、「民」の次は「個」の時代となる。秋葉原における「個」とはすなわちオタクであるが、ここで若干の注意が必要である。「個」といっても「民＝資本」から完全に切り離された「個」ではなくあくまでも「消費者としての個」であるということを念頭に置くべきである。著者の議論では「民」と「個」の間に明らかな断絶があるように記述されているが、両者とも高度消費社会の影響下にあるという点においては連続性があると考えた方がよいだろう。さて、秋葉原では

2 隈研吾設計のM2や若林広幸の渋谷ヒューマックスパビリオン、高松伸キリンプラザ大阪などをあげることができる。主に哲学者ジャック・デリダの「脱構築」の概念が援用された。

オタクの趣味を平面図や断面図に反映させるように何本ものビルがフロアの構成を塗り替えられ、それまでは彼らの個室に秘匿されてきたようなアニメ絵が、街の風景として露出している。

著者は秋葉原の「個室化」を渋谷と対比して述べている。秋葉原から皇居をはさんで正反対に位置する渋谷は海外資本のファッションブランドの新設が引きもきらない。秋葉原とは趣味的に逆方向へと先鋭化しているのである。この文化は建築にも表れていると著者は指摘する。これまでは既存の建築を飾ったり、改装したりして建物の表層を改変してきたのであるが、最近では新築される建物自体がすでにそのような躯体構造をもつと著者は指摘する。一方、渋谷ではガラスのカーテンウォールに覆われた透明なビルが多く、中で買い物をしたり飲食をしたりする人間のアクティビティが外部からとてもよく見える。とくに夜になると、照明の関係でその傾向は顕著になる。中にいる人間は外の風景などほとんど見ていないのである。ビルのガラスの壁面は内部の人々を「見せる」ための装置なのである。渋谷で買い物をする人々は「見られている」という意識を内面化し、つねにあらゆる場所から投げかけられる他者の視線を意識しながら行動すると著者は述べる。そして、渋谷に来る買い物客の行動原理を追認する形で商業ビルの建築デザインが決定されていると結論付けている。

#### 4. 先鋭化する表象なき建築

この議論の前段階として重要な議論を著者は第3章で展開している。この章では、大阪万国博覧会（以下、大阪万博）では会場の中心となる「お祭り広場」に巨大な建築と巨大なオブジェが別々に作られることになったことに焦点を当てている。太陽の塔として知られるオブジェは岡本太郎が手掛け、そして「お祭り広場」を覆うように建設された巨大な屋根状の建築物は磯崎新が設計した。著者は「建築」とは太陽の塔の形をした大屋根のようなものである（p. 166）と述べている。

建築とはその本質において、宗教的権威や為政者の権力のように強く長く続くことを希求されるものを表象するものであると少なくとも近代までは考えられてきた。しかし、近代以降、建築に力を供給し続けた国家や制度、公共性などが衰退・細分化・流動化したことによって、かつてのような一枚岩の長期的な社会的価値を形成するものが消滅した。建築は表象すべきものを体現する必要がなくなり、単なるシェルターと化すのである。お祭り広場はその先駆的な事例である。磯崎の設計した大屋根状の建物は文字通り、お祭り広場の覆う屋根の機能のみを持つ構築物以外の何物でもない。本来なら万博のような国家的プロジェクトのメイン会場の建物は著名な建築家が趣向を凝らした表象をまとった建築物が中心に据えられるはずである。しかし、この「お祭り広場」では表象の役割は岡本太郎の「太陽の塔」が担い、磯崎が設計した「大屋根」は機能以上の役割を与えられることはなかった。大阪万博終了後も「大屋根」は早急に撤去されたのに対して、太陽の塔は大阪万博を表象するシンボルとして存在し続けている事実は、建築における機能と表象の分離を見事に象徴している事例である<sup>3</sup>。この例をもっと先鋭化させた事例として著者はオウム真理教の宗教施設であるサティアンを取り上げている。サティアンはオウム真理教が拠点を置いた山梨県上九一色村に点在する建物群である。装飾を一切排した倉庫や工場のような建物が立ち並び、それを彼らは宗教施設として用いた。彼らは建築物に一切の表象価値を見出さない代わりに、あらゆるメディアを用いて自らの団体のPRと信者に対するマインドコントロールを行った。表象が完全に切り離され、シェルターとしての最低限

3 もはや建築がモニュメンタルな存在ではないと磯崎はこの施設を設計したときにすでに自覚している。

の機能だけを与えられた建築が富士の裾野に広がる風景は何度もマスコミで報道され、それは古代より続いた建築の表象の死を広く社会に知らしめると同時に、来るべき秋葉原の都市空間の風景を予見するものでもあった。

社会学者の宮台真司は地方都市において、建築家が趣向を凝らして設計した建築物が、テレクラの待ち合わせ場所のメッカとなっている例などを挙げ、建造物が建築家の意図とは全く違うシンボル作用を生み出していることを自身のフィールドワークの経験から発見し、建築家の「設計」がそれを使う人々の実際の行動から乖離していく様子を指摘する<sup>4</sup>。

また哲学者の東浩紀は北田暁大との対談の中で以下のように述べ、都市景観における建築デザインの失効を指摘し以下のように述べている。

あと続くのが、建築家の塚本由晴氏のディレクションによる「トーキョー・サブディビジョン・ファイルズ」です。東京のあちこち行って、ファッションや都市風景を調査しているこの作業は、都市論というより現代ふうの考現学ですね。ここで塚本氏は「建物が規範を描く道具として大いに活用されているケースは少なかった」と総括しているんですが、これはつまり、建築が都市風景を決定していないということです。(東・北田 2007 : p. 65)

東はここで塚本のこの発言を、都市の風景を形成してきた建築物をデザインしてきた当事者もまた、都市景観における建築の決定的な地盤沈下を認めたとして引用している。建築は快・不快によって行動を管理された「動物化」した人間の行動をコントロールするための物理的な障壁以外の何物でもないのである。

そもそも、人間の安全や快適さを追求したら、都市風景や建築の可能性はかなり小さくならざるをえない。バリアフリーやセキュリティを考えたら、エスニック・タウンの路地なんて危険でしかたがない。したがって、東京だけでなく、世界中どこでも、似たような幅の道路、似たような店の配置がなされ、似たようなセキュリティへの配慮が見られるのはしかたがない。そういう環境のなか、多様性はヴァーチャルに確保してくださいという話になるのは、不可避のような気がします。(東 2007 : p. 188)

さらに東はこのように述べ、物理的な環境と仮想的なコミュニケーション、工学的管理の圏域と人間的多様性の圏域を切り離して共存させる(東 2007) ことをもはや前提として都市を語らなければならないと述べる。上記のような言説は、都市景観における建築デザインの相対的な地盤沈下を決定づけるものである。建築デザインの都市風景における効力が失効した後、都市の風景を決めるのは何か。それは個人の趣味であるというのが本書における著者の主張である。ただ、それが起こったのは秋葉原という「特殊」な街においてのみであり、現在のところ、一般化して語る事はできない。秋葉原の事例を取り上げてそれを敷衍していくことには注意が必要である。しかしその事例は、都市計画やまちづくりにかかわる人間は必ず参照すべきものであり、また都市景観の今後を占う意味で大変重要であることはこれまでの議論からも明らかであろう。

2000年代以降、建築は、特に新興経済国において、再び「巨大なもの」の表象を体現する存在とし

4 社会学者の上野千鶴子が、山本理顕の設計した窪川団地を調査分析し、同様の指摘をしている。

て息を吹き返してきているように見える。三次元設計ソフトの発達や建築技術の発達により、建築デザインはより多様で複雑な意匠を纏うことが可能となった。ドバイや北京、上海などの都市ではそれぞれ自体がアイコンとなるようなビルが競い合うようにそびえ建っている。それを駆動している力は「資本」であり、「商業主義が要請する差異化」である。そこに建つ建築が表象するものは、「巨大なもの」つまり、その国や都市の経済力である。国家や都市の文字通り「広告塔」となり多くの投資を呼び込むことを期待されている。著者の分類でいうと「官」のデザインと「民」のデザインが並立している状況である。しかし一方で、成熟した東京という街に建つビルは「表参道の並木をイメージ」<sup>5</sup>したり「表参道の坂の傾斜を建物に取り入れ、高さは並木を超えないようにした」<sup>6</sup>という周辺との環境調和的な外観を持つ建物が目立つ。建築として強く自己主張することを避けるようである。それを設計した建築家自身が、建築の持つ象徴作用の弱体化を十分に認識し始めていることの証左でもあると取れる。あるいは、そもそもファサードや高さをして主張せしめるようなイデオロギー自体がもう失われているということも大きいだろう。宮台真司は磯崎新との対談の中で著者を引用して、現代の日本において建築家が空間を設計することの困難を次のように述べる。

物理的な壁や空間距離ではなく、趣味こそが、距離を定義するようなトポロジー（位相空間）になったのです。（中略）要は空間が権力に依存しなくなったのです。すなわち「脱主体化」し、「脱標準化」した権力が、こんどは「脱空間化」しつつあるわけです。その結果、空間をどう設計するかなどということを考えても、意味を持ちにくくなってきているのです。（宮台 2006；p. 213）

「物理的な壁や空間距離よりも趣味が距離を定義する位相空間になった」という宮台の指摘は大変重要である。ネット上では mixi や gree など SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）と呼ばれるサイトが大変な盛況を示している。そこで重視されているのは趣味や価値観の共有である。趣味や価値観を共有する人々が無数のコミュニティをネット上に作りその中で活発なコミュニケーションが行われている。これが都市空間を巻き込んで物理的に立ち現われてきたのが秋葉原という都市である。2009年現在、アニメやフィギュアなどオタク趣味以外の「趣味」が都市空間を変えてしまう事例は発見されていない。

しかし、国家的なイデオロギー、宗教など都市を構成する建築デザインを規定してきた権力が既に失われ、そして新興経済国のように魅力的な投資対象としての対外的なアピールを要請されることもない現在の日本にとって、唯一都市景観を「劇的に」変える力を持ったのが「趣味」の力である。新しい「趣都」が秋葉原以外にも誕生する可能性も含めて、「趣味」がこれからの都市の動向を見ていく一つのキーワードとなったのは確かである。

## 5. 更新される20世紀的建築家像

私は本書によって都市空間の新たな生成原理を確認するとともに、その裏で静かに進行する建築家という一つの職能の危機を改めて認識した。「お祭り広場」によって建築から表象が分離し、もっと

5 伊東豊雄設計「TODS 表参道店」

6 安藤忠雄設計「表参道ヒルズ」



も建築にシンボル性を要請するはずの宗教団体の施設はバラックであった。古来より建築とは技術と表象が融合した総合芸術であり、建築家はそれらをまとめあげるコンダクターのような仕事であるとされてきた。現在は一方でセキュリティが声高に叫ばれ、もう一方で個人化と多様化が進行する。引用した東の議論では建築はセキュリティと安全・安心を担保できればそれでよく、個人化と多様化はヴァーチャルに確保する時代が来ている。それを担保するプラットフォームはネット上に続々と整備が進んでいる。秋葉原の場合はヴァーチャルに確保されるべき個人化と多様化が、たまたま現実の都市空間に具現化された稀有な例として理解したほうがよいのかもしれない。では大多数の建築家は安全・安心、エコロジー、省エネルギーがパッケージされた住宅や商業ビルを設計する「技術者」として生き残っていくことを余儀なくされ、そして限られた少数の建築家だけが、まだ住宅やビルに表象を求める施主の願望に応える建物を設計する機会を持つのだろうか。確かにかつてのように大都市のマスタープランを計画したり、都市のシンボルとなるような建築を設計したりするような機会は日本では希少になっていくと思われる。20世紀的な建築家像は更新が迫られているのは間違いない。ここまでの議論を敷衍していくと建築家に期待される職能は漸減していく一方のような気もする。著者の言及する建築の表象とは具体的に言うところ「ファサード」と「高さ」である。その両者が建物の「権威」を体現するものであった。しかし、最近ではファサードが無く、高さも抑えられている建物が建築家によって生み出されている。

#### 5-1. 金沢21世紀美術家の事例

ここで一つの事例として建築家妹島和世と西沢立衛が設計した「金沢21世紀美術館」をとりあげてみたい。金沢という地方都市にありながら、この美術館は開館一年で入館者157万人を突破するという「偉業」を成し遂げている。その後も入館者は順調に増え続け5年目を迎えた2009年には700万人を突破した。この建物は円形のプランを持ち、どこにもファサード「正面」と呼べるものが無い。入館者は建物の円周の様々なところからアクセスができる。周囲は曲面ガラスで覆われ、高さも低く抑えられている。このような形態になったのは美術館の計画当初から長年にわたり地元市民を巻き込んだ対話を重ねてきた結果であるともいえる。多額の税金を投入して建てられるからには地域住民が利用しやすいような、地域に開かれた形態にすること。そして地域住民や学生の美術教育の場となることなどが求められた。建築家は地域の住民やユーザーとの「対話」に臨み、その結果を空間化する力が必要になる。現代は公共建築が建てられる条件がきわめて厳しく査定される。結果として納税者である住民の意識に寄り添いすぎて、安心・安全、コストパフォーマンスを重視するあまり「最大公約数的」な良くも悪くもないデザインを纏った建物が建つことになる。妥協の産物であるそれは誰からも愛されることなく、単なる機能空間としてのみそこに存在する<sup>7</sup>。もし「金沢21世紀美術館」が建築家不在で住民と行政による建築であったなら、このような魅力的な建物が現れることはなかっただろうと断言できる。住民やユーザーの「声」と行政の「事情」の双方をデザイン・ポキャブラリーに変換して設計の中に落とし込み、年間150万人を招き入れる空間に練り上げたのは妹島和世と西沢立衛という建築家の職能によるところが大きい。前述した建築家塚本由晴の発言の中で、「建築が都市を決定づけていない」というものがあつたが、それは建築が「住民」と「行政」のやり取りの中で、

7 環境社会学者の鳥越皓之は、小奇麗ではあるが、なにか自分の肌に合わない景観を「官僚的美観」と呼んでいる。そのような景観を生み出す背景として行政が実質的な主役になり、形式的に住民が主役の姿を装うという構図があると分析している。

あるいは「住民の声を代表していると思込んでいる行政」が建築家抜きで生み出した建築が都市を覆いつつあることの一つの証左ではないだろうか。

## 5-2. 「官僚的美観」に抗するために

鳥越皓之は、国土交通省が推し進める河川改修が結果として小奇麗ではあるが、なにか自分の肌にか合わない景観を生み出していることを指摘している。そしてこのような景観を「官僚的美観」と名付け、そのような景観を生み出す背景として行政が実質的な主役になり、形式的に住民が主役の姿を装うという構図があると分析している（鳥越 2009：pp. 17-22）。「私」でも「公」でもない、「官僚的美観」として存在するそれは、地域から地域性を奪い全国を画一化させるベクトルとして作用する。これからの建築家の職能は極論すれば、地域性が「脱臭」されていく一方の建築計画や都市計画に「におい」を付加していくことにあると考える。その「におい」を付加することにかんして最もわかりやすい事例として、外観はそのままにして、中身を変更するリノベーションという方法があげられよう。著者自身、昨年丹波篠山にて築100年を超える民家をリノベーションして歯科医院に作り替えるプロジェクトに取り組む機会を得た。計画地の周辺は同じような築数十年を経た木造家屋が密集している地域である。人が住まなくなって廃墟になってしまった家屋も少なくない。年数を経た木造建築は部材によっては痛みが激しく、新築したほうがはるかに効率的であり経済的である。しかし、施主の歯科医師夫妻は祖父が残したその家は、自らの財産である以上に地域の景観を構成する重要な要素であるということ十分に認識していた。ゆえに建物の外観はほぼそのままにして中身を現代の耐震基準や設備計画に対応できるように作り替えるという手間と金がかかる方法を選択した。著者が現場にいる間にも近所の高齢者から何度か「この家を壊さないでくれてありがとう」という感謝の言葉や、「この家を取り壊されるのかと思って心配していた」という危惧の念を投げかけられた。これらの言葉に象徴されるように地域に住む住人にとって、築年数のながい建物は単なる人工物ではなくアイデンティティの一部を構成する重要な景観としても機能しているのである。そのような個人の心象風景に深く刻み込まれた景観は「私」の景観となる。そして修復され住居としての役割を取り戻した家屋が建ち並ぶ景観は、「生きられた景観」つまり「生活景」となり、「官僚的美観」とは対極の景観として現われてくるのである。

## 6. さいごに

本書は建築家抜きで「魅力的」な都市空間が「自律的」に出現した秋葉原という都市の事例の分析であった。また対立項として渋谷の事例も挙げられていたが、双方ともに都市空間を形作ったとされる個人は「消費者」であったことを忘れてはならない。「個人」の「趣味」が都市になだれ込み、それを原動力としながら都市景観がたち現われていったような記述が中心であったが、それはあくまでも「消費」を媒介としているのである。都心のような消費のための空間は、建築家や都市計画家の職能を抜きにして自律的に立ちあがっていくことも可能であろう。そしてこれからも様々な「趣味」が多様な「趣都」を形成する可能性は大いにある。しかしながら、公共空間や地域の生活のための場が「魅力的な空間」として同じように自律的な生成をしていくとは思われない。ともすれば住民は行政に責任転嫁をし、行政は「住民の声を聞いた」というアリバイを盾にして安心・安全を取りあえず担保した「事なかれ主義的」な空間を作る。その流れに抗うためにも建築家という第三項の導入が必要

になるのではないかと考える。したがって建築家にはそれまで求められてきた職能、つまり設計図書制作や工事監理、予算の把握などのほかに、直接のクライアント以外の地域住民に対して、折衝やプレゼンテーションに対する高いスキルが求められるようになると思われる。

#### 参考文献

- 東浩紀・北田暁大、2007『東京から考える一格差・郊外・ナショナリズム』、NHK出版。  
五十嵐太郎、2006『美しい都市・醜い都市—現代景観論』、中央公論社。  
北田暁大、2002『広告都市・東京—その誕生と死』、廣済堂出版。  
Landscape network 901\*編、2002『ランドスケープ批評宣言』、INAX出版。  
三浦展、2006『マイホームレス・チャイルド—下流社会の若者たち』、文芸春秋（文春文庫版）。  
宮台真司、1997『まぼろしの郊外—成熟社会を生きる若者たちの行方』、朝日新聞社。  
鳥越皓之・藤村美穂・家中茂、2009『景観形成と地域コミュニティ—地域資本を増やす景観政策』、農山漁村文化協会。  
若林幹夫、2007『郊外の社会学—現代を生きる形』、筑摩書房。  
山本理顕編、2006『私たちが住みたい都市—身体・プライバシー・住宅・国家』、平凡社。

(まつむら・じゅん 博士課程前期課程)