

「材料のまちづくり」を通じた街並み文化の再生に関する研究

A Study on the Revitalization of Streetscape Culture
through “Machidukuri Characterized by Local Materials”

16794 片岡 公一

With rising demand for a good townscape, various fields of survey, such as color scheme, façade etc. are progressing. However, materials are not paid research attention. The purposes of this study is to establish “Machidukuri Characterized by Local Materials” and to revitalize Japanese streetscape culture, through case studies in Kaneyama, Oumihachiman, Fukaya, and a research on Housing with Proper Environment plans

1 はじめに

1-1 研究の背景

現在、景観などに対する意識の高まりとともに、色彩や形態など、様々な分野において、研究が進んでいる。しかし、それらの研究や試行錯誤に基づいた町並みを見てみると、主観的な表現ではあるが、「表面的」であるように感じるものも多い。「表面的である」と感じる重要な要素として、材料に着目した。

1-2 本研究で扱う用語、概念の定義

1-2-1 街並みの文化

街並みの形成に影響を与える要素には、大きく分けると「自然条件（地理的条件、気候など）」と「人為的条件（制度、技術力、社会状況など）」とがある。しかし、これらの要素は、良質な街並みを担保するものではない。良質な街並みを実現していくためには、「人々の良質な街並みに対する共通認識＝街並みの文化」が必要となってくる。

1-2-2 材料のまちづくり

材料のまちづくりの目的は以下の3つである。
地場産材を用いた街づくり
質感のある街並み
個性豊かな街並み
ただし、「地場」という言葉に関しては、同じ市町村で産出されるという狭義の意味での「地場産材」に限定しない。本論文では、「地域のアイデンティティ」として材料を扱っているかを、「狭義の地場産」であるかどうかよりも優先して考える。

一般的に、まちづくりといっても、分野は広く、ハードからソフトまで含まれる。しかし、「材料のまちづくり」といった場合の「まちづくり」とは、最終的にハードとしての街づくり・景観づくり・街並みづくりを目指すものを意味する。

2 研究の目的と研究方法等

2-1 研究の目的

2-1-1 街並み文化の再生

本論文の第一の目的は、街並み文化の再生への道筋を探ることである。

昔は自然環境や社会環境などを技術で克服することができなかったため、結果として街並みの文化というものが存在した。ところが、技術の発達、特に運送と建築の技術の発達とともに、良質な街並みの文化というものは失われてきた。現代の日本の街並みも広義の意味では「街並みの文化」といえるだろう。それは、しかし、それはどちらかというと「経済の文化」であり、「狭義の街並みの文化＝良質な街並みの文化」とは異なる。アジア的なカオスも一つの文化といえは文化である。しかし、高度経済成長もとつきの昔に終わり、人々の求めるものはアジア的なカオスの示す経済的自由のみではなくなってきた。「広義の街並みの文化＝経済の文化」で満足する時代は終わったのである。

本論文で探るのは、狭義の街並みの文化の再生である。ただ、「再生」といっても、昔の社会的なシステムなどをそのまま現在に持ち込むことはナンセンスである。現代は現代なりの解決方法を探らなければならない。従って、良質な街並みの文化を再び実現するという意味では「再生」であるが、その為の手法としては「創出」となる。

2-1-2 材料のまちづくりの確立

ハードとしての「街並み」には、形態、色彩など、様々な要素があるが、究極的には、「材料が何であるか」というものが、街並みの質感に大きくかかわってくる。したがって、街並み文化の再生を考えるにあたっては、材料を考えることは重要である。本研究では、材料のまちづくりに関して、以下の四つの点を明らかにしていきたい。

材料のまちづくりの意義の明確化 3-1

現在の問題点の明確化 3-2、4

材料のまちづくりのポイントを明らかにする 4

2-2 既往研究

建築的な視点からのまちづくりと材料の関係を扱って

るものには、住宅産業における地域材の活用に関する安藤正雄らの研究がある。

土木的な視点からの材料と街並みとの関係には、「景観材料」に関する取り組みがあるⁱⁱ。「景観材料」は材料産業としての取り組みが主である。

都市計画の視点から材料を扱ったものとしては、三宅正弘ⁱⁱⁱらの研究がある。しかし、これらの研究は、「石」に焦点を絞ったものである。より一般的に材料とまちづくり、街並み形成について扱った研究はない。

2-3 研究方法

第2章～第3章は、主に文献や既往研究の収集、分析と、行政資料の比較、分析によって行なった。第3章のHOP E計画に関する部分は、建設省住宅局住宅整備課監修の「HOPE計画～地域に根ざした住まい・まちづくり 地域住宅計画」のに掲載されている、策定自治体作成による概要、346件を分析することで行なった。

第4章のケーススタディについては、各都市の行政担当者、企業、地域の工務店、関係専門家にヒアリングし、関係資料を分析することで研究を進めた^{iv}。

3 材料をめぐる状況の概観

3-1 質の高いまちを求める社会の動き

戦後の材料をめぐる歴史を見てみる。1940～60年代は荒廃した社会政治情勢を背景として、住宅建材をはじめとした材料産業も、質よりも量を求めていた。しかし、1960年代の後半になって、主に歴史的な地区から景観への取り組みが始まる。ここで初めて景観面から、「修景」という枠組みの中で、建造物に対する材料の指定が行われることになる。1970年代になると、景観面では歴史的環境に対して「伝統的建造物群保存地区」が創設されるなど、1960年代後半の取り組みが実を結んでくる。また、産業面としては、木材の輸入が進み、それに対して策として、産直住宅が開始されたところもある。1970年代は戦前までの生産形態が完全に終焉した時期といっても良いだろう。産業と景観との結びつきは見られない。

産業と景観が再び結びつきを見せるようになるのは、1983年のHOPE計画創設の時となる。しかし、HOPE計画の中でもほとんどの地域は、地場産業振興もしくは景観のどちらかの取り組みに偏っており、2つの分野が融合し、材料のまちづくりがうまく行っている地域というのはほとんどないのが現状である。HOPE計画の現状については3-2材料のまちづくり全国的な傾向において詳しく述べる。

3-2 材料のまちづくり全国的な傾向～HOPE計画を例に

3-2-1 HOPE計画の概要

HOPE計画は、「地域に根ざした住まい・まちづくり」を進める制度として昭和58年度に旧建設省において創設された。HOPEというのは、Housing with Proper Environmentの頭文字をとったもので、それぞれの地域の気候・風土、伝統、文化、地場産業などを大切にしながら、地域の発意と創意により住まいづくり・まちづくりを推進することを目的に

している。平成14年時点で、全国で延べ430件の計画が定められている。HOPE計画の中で、地場産材の活用は、大きなテーマのひとつでもあり、年によって材料を扱っている事例の少ない年はあるが、全体を通してみると経年的に顕著な件数の変化はあまりない。材料のまちづくりの全国的な傾向を調べるにあたり、HOPE計画を対象とするのは有効といえる。

3-2-2 調査の目的

3-1において、材料をめぐる歴史を見てみると、HOPE計画にいたるまでは、産業と景観の乖離が進んできたことがわかった。HOPE計画では、両者の結びつきが重要視されているが、実態は明らかになっていない。そこで、この調査では、

- HOPE計画における、材料の扱われ方
- 産業と景観の結びつきの実態
- 産業と景観が結びつく意義の再確認
- を明らかにすることを目的とする。

3-2-3 調査結果

HOPE計画において、地場産材がどのように扱われてきたかというのを示したのが以下の表1である^v。

表1 調査結果

		項目	合計
含めた材料に関する施策	地場産以外の材料も	掲載されている件数(策定件数は395)	346件
		材料を扱っている件数	190件
		材料を扱っている割合	55%
		主な施策として材料を扱っている件数	104件
		主な施策として材料を扱っている割合(%)	30%
		一般的な景観	47件
		伝統的環境型(町並み保存など)	25件
		自然環境型(自然との調和)	12件
		地場産材の使用	120件
		地場産材を扱っている割合(%)	35%
		職人育成	30件
		モデルケース(地場産材を使った公営住宅の建設など)	83件

表2 景観との関係

	景観として扱っているもの		景観として扱っていないもの		合計	
	件数	%	件数	%	件数	%
地場産材の使用	47	25.1(A)	68	36.4(B)	115	61.5
地場産以外の材料使用	36	19.3(C)	36	19.3(D)	72	38.5
合計	83	44.4	104	55.6	187	100.0

クロス分析結果

- ・掲載されている事例のうち、55%に材料に関する記述が見られる。また、掲載件数の35%に地場産材に関する記述が見られる。
- ・施策の目標や計画などの主な項目として材料をあげている

事例は、掲載件数のうちの30%にあたる。

- ・景観として地場の材料を扱っているものは、掲載件数のうちの約25%となる。
- ・扱われている地場材料は木材が一番多く、次いで瓦や石、レンガなどとなっている。

表1を見てみると、(A)「景観という視点で地場産材を扱っている件数」よりも(B)「景観としては地場産材を扱っていない件数」のほうが件数が多い。HOPE計画で材料を取り上げている件数の約1/4は地場産材の活用を景観という視点からも扱っている。しかし、地場産材を景観という視点から扱っていない自治体は、それよりも多く1/3以上となる。後者では、住宅という「建築レベル」では地場産材の活用を考えているが、「まちレベル」では考えていないということになる。

HOPE計画に関する調査の中で、地場産材を景観として取り扱っていない自治体の中には、単なる住宅マスタープランと考え、住宅単体でしか地場産材を取り扱おうとしていないものが多い。そのような自治体に関しては、「景観」という視点でもって、地場産材を捉えなおすことも必要であろう。一方で、景観という視点から取り扱おうとして、うまくいっていない自治体も多い。実際にHOPE計画では「景観」と「地場産材」の関連が述べられている自治体でも、その後の計画の実施状況を見てみると芳しくないところも多い。そのようなところでは、何が問題なのであるのか？また、解決の方向性としてどのようなことが上げられるのだろうか？次章のケーススタディーでは、産業振興と景観という視点を持ちつつ、計画の実行性と継続性を高めるためのプロセス・手法について明らかにしていきたい。

4 ケーススタディ～金山

4-1 金山町の概要

金山町は、山形県の東北部に位置し、人口7600人の町である。樹齢250年を越すような「金山杉」の産地として有名であり、大工、左官、板金などの建築にかかわる、いわゆる「金山職人」が多い。

金山町では全国的にも早い昭和38年から景観施策に取り組み、昭和53年に、金山職人の技術を磨き、地場産業の振興を図ることをねらいとして、「住宅建築コンクール」を開催し、地場産材を使った「金山型住宅(切妻屋根に白壁、杉の下見板)」の普及を図ってきた。昭和59年にはHOPE計画を策定し、昭和61年には「街並み景観条例」を策定した。地場産材の活用によるまちづくりとして有名な市町村のひとつである。

4-2 金山町のプロセス

4-2-1 景観づくりの土台形成期

1957年、金山町公民館運営委員と専門委員によって、全ての地区において、「地区巡回懇談会」が開催され、そのテーマの一つとして、「住居や環境を清潔にしましょう」ということが話し合われている。これは現在でいう住民参加の一つである。1963年には「全町美化運動」として、環境・衛生施策的な啓蒙活動が行われた。当時は景観という概念がまだなかったが、これは後に「美しい景観づくり」へと繋が

っていくものである。この時期に、住民が参加して、まちの環境について考えたということは、後に、金山杉をCIとしてまちづくりを行っていくこと、景観条例をはじめとした、様々な景観施策を行っていくことへの住民の理解を深め、協力を取り付ける布石となった。

4-2-2 金山杉のCI化

秋田県の県境に位置する金山では、昔は、町内で伐採した杉を秋田の製材所に運び、秋田杉として出荷していたこともあった。しかし、1970年代後半から、景観への意識の高まりとともに、杉を活かした町並みをつくっていくという気運が盛り上がる。特に、1978年からの「住宅建築コンクール」は地元の素材と技を使った住宅に対する、住民の意識と、職人の意識、技を高める大きなきっかけになった。コンクールの内容としては、優れた住宅を建てた大工を表彰するもので、町外の建築も審査の対象になっている。

4-2-3 素材の使い方の提示

「住宅建築コンクール」は、回を重ねていく中で、徐々に金山町の住民の好むかたちと言うものが見えてきた。デザインのベースは金山の伝統的な建物であるが、それをいかに現代のライフスタイルに適應させていくか、という工夫を大工が重ねた結果、1986年からの町並み景観条例により補助対象となる「金山型住宅」の原型となった。

1997年の「金山町街並み景観条例」の改正で、名称は「金山町風景と街並み景観条例」に変更された。これに伴い、補助金の最高額が30万円から50万円に増加し、適用件数や助成金額もそれまでよりも大幅に増加した。

助成金適用の基準も、それまでは色彩さえ守れば認められていた新建材が、実質上排除され、より「本格志向」が強まっている。

金山でのプロセスを見てみると、住宅建築コンクールで、町内の多くの大工が参加する形で行なわれ、その中で見えてきた住宅のあり方を条例のデザインの基準にしたことが、その後の条例の実行性につながっていると考えられる。

その効果としては、

- ・大工の意識の向上
- ・金山にふさわしい住宅に対する大工の共通イメージの形成
- ・木の家のよさをどのように生かしていくか？
- ・現代の生活と昔からの建築の技術をどのように融合させるか

といったことがある。つまり、民間の産業振興の取り組みが、景観形成の取り組みともなり、後に行政の景観形成の基準になっている。

4-3 材料に求められること

4-3-1 スクリーン効果

地域に根づいて責任を持って、景観形成をしていくという意識の浸透や、地域内での経済循環、また、そもそも、「真似」のデザインが景観に寄与できるかという問題もあり、やはり、地域内の工務店が建設する住宅のほうが優先されるべきである。金山ではそのような考えに従って、以前は、壁面は色彩の規定しかなかったが、現在は景観形成基準を変更し

で塗り壁しか認められていない。そのようにすることで、より外部の大手業者の参入へのハードルを高くしている。

このように、地域独自の建築を育てていくことで、間接的に地域外の様式の進出に対してハードルを設けることを、本論文では「スクリーン効果」と呼ぶこととする。

金山では、行政担当者も、このようなスクリーン効果を念頭において景観行政にあたっているようである。もちろん、景観行政の第一の目的は地域独自の景観形成である。従って、条例自体は地域外の様式の「排除」が目的ではない。ただ、地域独自の景観を創ろうとすれば、必然的にハウスメーカーなどの建築物の増加を抑える必要があるのである。

4-3-2 金山町の景観や金山型住宅のデザインについて

金山のまちを見ていると、このように CI として素材を打ち出して、住民に受け入れられて実際に普及するかどうかは、素材を使う対象（例えば金山型住宅）が、経済性、良質なデザイン、現代のライフスタイルへの適合（合理性）という3つの要素をバランス良く含んでいるかどうかであることが分かってくる。

4-3-3 経済性に関して

助成金額については、50万円を上限であるが、一般的に住宅建築費の建材部分が20%程度であると言われており、住宅建築費が2500万円とすれば、その20%は500万円となる。助成金50万円は500万円の10%となり金山型住宅を採用するインセンティブに十分となっているようである。

4-3-4 合理性に関して

金山は雪国であるため、景観形成基準の中でも、特に雪対策の合理性は重要視されている。具体的には、コンクリートによる高床式の家などが良く議論に上っている。デザインを考えると、高床式は必ずしも良いものではないかも知れないが、雪対策ということを考えて、今のところ排除はできない。ただし、現在もよりよいデザインで雪対策が出来ないかと模索は続いている。

4-4 各主体の取り組みについて

4-4-1 産業としての取り組み

- 金山杉のCI化
材料産業としてやってきたことの中で、一番大きなものは、CIとして金山杉を位置付けることができた、ということであろう。林業が、地域の中心となる産業であるので、人々の「CIとして金山杉を位置付ける」ことに対するコンセンサスも得られやすかったと考えられる。
- 住宅建築コンクール
CIを行なっていく中で、人々への普及ということに関して一番大きな影響があったのは、住宅建築コンクールであろう。住宅建築コンクールの効果としては、
 - 参加者の資格を「町内の大工」とすることで、町内のものには幅広く参加を呼びかけ、また、町外の大工への差別化を図ることができた
 - 建物自体は町外の建築でも審査対象となるので、まちの外への金山型住宅進出は全く阻むものではなかった。現在もまちの外へ金山型住宅が進

出しており、地域経済として、金山への資金流入がある。

3. 大工の意識の啓蒙と統一という役割を果たすことができた

4. 金山の伝統的な住宅の良さを捨てずに現代の生活の豊かさを楽しむことができるデザインのあり方が、多くの大工によって探られてきた。

といったことがある。

・ 商業ベースの取り組み(合理性)

森林組合では、「木の家作りネットワーク」として、金山の木の良さを生かした産直住宅の取り組みも行なわれている。

森林組合へのヒアリングでは、6割は県外で売っている。町内には3割、東北県は3割首都圏は3割といった感じで、ここ2~3年はこの割合で推移しているという。

その成功の要因の一つとして大きくあげられるのは、商業ベースで合理的に行っているということである。

住宅コンクールなどでは、金山型住宅のデザインと現代生活との融合を合理的に行なっていたが、住宅供給のシステムにおいてもこのような合理性が発揮されている。しかし、それは合理性、経済性のみ追求ではなく、あくまでも、デザインなどの質の良さとのバランスにおける合理性、経済性の追求であることが金山の特徴である。

また、地域経済ということ考えると、地域内では、金山の工務店(大工)による住宅の建設は地域内の経済の循環に貢献し、森林組合の「木の家作りネットワーク」は、主に地域外で儲けて、金山への資金流入を助けるということで、地域経済の活性化としては理想的なバランスと考えられる。

4-4-2 行政の取り組み

・ 継続性

金山での成功の要因の一つとして、行政の施策の継続性ということがあげられる。金山では、行政の施策の方針として、「100年先を見据えた」まちづくりを行なうことがあげられている。そのような継続性を発揮するために、例えば行政のまちづくりの担当者も短期間で変わるということがなく、長期間同じ人物が行なっている。

また、そもそも金山の成功の要因として、歴代の町長が金山でも一番大きな林家出身であったということが言える。林業においては、木が育つのに数十年単位の期間がかかる。歴代の町長も、まちづくり林業も同様に、長期間の戦略を持って進めるといことに理解があり、実践することができた。

・ 長年の住民へのアプローチ

また、行政の担っている役割の一つとして、住民へのアプローチということがあげられる。

金山では、1960年代、70年代からの住民参加の歴史がある。この中で、行政と住民の信頼関係が形成されてきたということが言えるだろう。スクリーン効果については、「地域外の建築様式の排除」ととられかねないものであり、景観条例などでスクリーン効果を発揮していくためには、住民の深い理解がなければ推進していくことはできないであろう。

・ 景観形成と条例の柔軟な運用

景観形成では、行政の担当者自身が 4-3 で述べたような項目に留意しながら条例を制定・運用していることがわかってくる。特に、デザイン性については重要である。行政担当者へのヒアリングでは、景観形成基準自体も現代との生活とどのようにマッチさせていくかということを考えているが、条例の運用や基準の見直しも常に考えている。

- ・ スクリーン効果

行政として、スクリーン効果をいかに発揮させていくかということは景観形成上も、地域経営上も重要である。たんに条例の基準のみでスクリーン効果を発揮するのではなく、行政担当者も、そのような効果を考えながら、常に条例の基準の更新を考えたり、運用したりしている。

4-4-3 専門家の役割

金山において、専門化が果たしてきた役割は大きく分けて三つある。金山に長く関わっている専門家としては、林、片山、住吉の 3 人がいる。この 3 人は、林は建築、住吉はソフト、片山はそれらの間をつなぐもの（橋なども）という分担で、1970 年代から継続的に金山に関わってきている。

この 3 人の専門家が果たしてきた役割としては主に次の 2 点がある。

- ・ 行政のコンサルタント

行政の担当者と専門家とは、気軽に電話で何でも相談できる関係であるという。そのような関係が継続的にあるため、まちづくりとしても、長期的な戦略に基づいて、各施策を実行していくことができている

- ・ 手本を示す

建築や土木の設計において、デザインの手本を示してきたというのも専門家の重要な役割であった。

ただし、片山氏へのヒアリングの中で、「建築家としては、自己主張したいという気持ちもあるが、それは、昔からの構造や、街並みの統一感というものの中でやるようにしている」というコメントがあり、ただ単に先進的な構造を使ったりして、自分の建築を町の人へ紹介するのではなく、「金山における建築がどうあるべきか」ということを念頭につくっているようである。また、このような「手本としての建築」のデザインを、そのまま条例などの基準としているのではない。条例などの基準は、あくまでも地元の工務店などが、自分達の得意な技術で建築していく中で、よいデザインの実現しなくてはいけないため、そのような「手本としての建築」を基準とするのは、地元の技術との乖離などが生じる可能性があるため、非常に危険である。

5 結論

5-1 「材料のまちづくり」実現の要件

5-1-1 4 つの主体の関わり

材料のまちづくりは、「住民対行政」、「民間企業対行政」といった、一対一の関係では進まないことが第一の特徴である。住民、行政、民間企業、専門家という 4 者が協力し、連

携をとりながら勤めていく必要がある。特に、材料産業や地域工務店などと住民が、同じまちづくりの土台に立たなければ、材料のまちづくりはうまく進まないだろう。

5-1-2 産業振興と景観の綿密な連携・協働

材料のまちづくりは、一般的なまちづくり景観の施策と異なり、産業振興と大きななかりをもつことがわかった。従って、産業振興の面から景観を捉えることと、景観の面から産業振興を捉えることの両者が重要である。近江八幡と金山の取り組みを比べることにより、特に、景観の面から産業振興を考慮することが、発展性につながるということがわかった。

5-1-3 材料生産業者や地域工務店等の重要性

- ・ 材料生産業者や地域工務店等まちづくりの意識

例えば家を建てたいと思っている消費者がいるとする。その消費者は、家に対して様々な想い、憧れを持っているとする。しかし、その消費者は、自身が専門家でもない限り、地域の工務店やハウスメーカーに相談に行った場合、工務店もしくはハウスメーカーの示した選択肢の中から、自分の要求に一番見合ったものを選ぶこととなる。つまり、一見、消費者が要望を出し、それに応えるようにプランが提示されているようではあるが、実はそのプランは、工務店・ハウスメーカーの「できること、得意なこと」という枠の中ではない。

従って、地域工務店が、まちづくりの意図を理解し、まちの将来像と消費者の要望を融合させたものを、消費者である施主としての住人に提示できれば、自然にまちづくり、景観形成というものが進んでいく可能性が高い。

- ・ 工務店などのコンセンサスと営業力・プレゼンテーション能力の向上

消費者が、材料について真の意味では知らないということの要因の一つに、消費者に直接接する工務店などが、大手のハウスメーカーなどに比べて営業力、プレゼンテーション能力がないということがあげられる。

大手の企業は、消費者の求めているものを詳細に分析し、それに応えるように製品を改良し、消費者に対してプレゼンテーションを行うということを常に行っている。それに対して、小規模な工務店などは、在来工法などのよさを消費者に対してアピールする能力がないなどの問題がある。この問題の原因の一つとしては、行政などのまちづくりを行っている組織と、消費者と直接接する組織である工務店などの連携がうまく取れていないことがある。つまり、まちづくりを行うおとしている組織は、HOPE 計画などに見られる「～型住宅」のように、消費者に対してどのような物を提供していたらよいのかとすることを考えているが、実際に消費者と接する工務店などが、まちづくり組織との連携がないために、まちづくり組織の意図が消費者に伝わらないのである。

このような問題を解決するためには、まず、地域内の多くの工務店が、行政などのまちづくり組織の考えていることを理解し、更にはまちづくり組織と共にまちについて考えることで、自分たちの地域にふさわしい建物、デザインを理解する必要がある。自らが良さと、意義を理解しない限りは、消費者にアピールすることはできないからである。

- ・ より良い製品・工法などの開発と普及

また、消費者が何を求めているのかとすることをしっかり

分析し、更に、大手企業との差別化をどの様にして図っていったらよいのかとすることを研究することも重要である。この手段としては、地域の工務店などに競争意識をもたせることも有効であろう。また、様々な製品開発や技術開発、流通システムの改善によるコストダウンも重要である。

5-1-4 スクリーン効果

材料の地域内の循環による経済効果と景観形成を行なっていくためには、地域外のものに対していかに「スクリーン効果」を発揮していくかということが重要である。その為には、条例などにより、まちの外のものと内のものの差別化を図るだけでなく、人々が地域のもを自主的に選択するようにプロセスを組み立てなければならない。

5-1-5 工法等技術的な部分とプロセスの関係

材料のまちづくりでは、その地域でテーマとなっている材料が、実際にまちづくりの中で使っていけるか、また、どのように使っていけばよいのかとすることをきめるためには、その地域での生産・施工のための技術的な裏づけがなければ実施できない。したがって、プロセスの中でも技術的な部分をどのように扱っていくのかということが重要となってくる。特に、建物や街並みのデザインを考え、どのような景観形成を行なっていくかということを考える際に、なるべく多くの地域工務店などの生産・施工サイドの人間がまちづくりに参加するかということが、その後の景観形成の実施の際の実行性に大きく影響するということがわかった。

5-1-6 専門家のあり方

専門家は、地域の人が持っていない専門知識に基づいてアドバイスなどが求められる。しかし、その際に、実施するのは地元の人間であるということ踏まえなければならない。つまり、専門家自身の絶対的な価値基準の中でよいと考えられるものを地元に対して提示するのではなく、あくまでも地元の持っている技術などの能力を見極め、それをベースにより良いものを提示すべきである。一般的なまちづくりにおいて専門家に求められるのは、地域の現状を把握し、それに対して客観的な判断を下すということであるが、材料のまちづくりにおいては、地元の技術というものを見極め、「高度すぎる」ものを提示せずに、あくまでも地元の得意な技術の延長上にあるものを提示していくことが必要である。

5-1-7 住民参加

住民のコンセンサスを形成するということが、結局、計画などがどれだけ実現するのかということにつながる。他のまちづくりのプロセスと同様に、どれだけ住民参加を勧めていくかということは重要である。しかし、材料のまちづくりにおいては、「住んでいる人」を対象とした住民参加だけではなく、生産者、施工者など材料にかかわりを持つ幅広い主体の人々の参加が必要である。

5-1-8 条例やデザインなどの柔軟な運用

まちづくりを実施していくためには、景観条例などを定めて運用していく必要がある。この際に、デザインを柔軟に運用し、人々に使われやすくしていく必要がある。住民から見

て使いやすい条例でなければ、普及は望めない。一方で、使いやすい条例を目指しても、実現されるデザインの質を落とすことは、結局条例自体の魅力をなくすことであるので、質を保つために、施工業者の啓蒙など、純粋な条例運用以外の部分での取り組みが必要である。

5-1-9 まちづくりの戦略性と継続性

材料のまちづくり、更には街並み文化の再生には長い時間がかかるものである。従って、まちづくりとしても著機的な視点を持った戦略性と、それを実施していくための継続性が求められる。住民はそこに長い間住んでいるために、比較的継続性を持つことは容易であるが、行政担当者と、専門家の長期戦略に基づく継続性というものは、特に重要でありにも関わらず、現在の日本にかけがちなものである。

5-2 まとめ

材料のまちづくりは、他の種のまちづくりと異なり、社会的・経済的な総合性が求められる。現在、「住民参加」という言葉は盛んに叫ばれているが、「職人参加」や「企業参加」、「産業参加」を行いながら、景観形成が必要となる。今後は、「住民参加」という言葉で様々な主体をひとくくりせず、それぞれの主体にあわせた、参加のための都市計画の手法を確立していく必要がある。材料のまちづくりに求められる課題を一つ一つ解決していくことは、地域の街並み文化を形成していくことにつながるだろう。

- i 「木造住宅の生産組織に関する研究-その10~16」安藤正雄ら10名 1985年 日本建築学会大会学術講演梗概集 8036~8042 P481~494
「木材住宅の生産組織に関する研究 その17~24」安藤正雄ら10名 1986年 日本建築学会学術講演梗概集 8083~8090 P617~631
- ii 「街の素材-美しい景観をめざす“もの”づくり」(平成2年 通商産業省生活産業局編)
- iii 「地場石材による石垣景観の形成とその特性維持に関する基礎的考察-阪神間・六甲山麓部における住宅地を事例に-」日本都市計画学会学術研究論文集 1996年, p.193
「御影石と郊外住宅地開発 阪神間・六甲山麓住宅地の地場石材による石垣景観に関する研究」日本建築学会学術梗概集 1997年, F-1分冊, p.545
「石の街並みと地域デザイン-地域資源の再発見-」三宅正弘 学芸出版社
- iv 深谷市
・2003年6月19日 市都市整備部都市計画課 三浦 聖樹氏
近江八幡市
・2003年5月13日 市教育委員会文化振興課文化財担当 堤康郎氏
・2003年5月13日 市企画部企画課参事 田中美紀雄氏
・2003年5月12日 市企画部企画課主査 奥西仁志氏(近隣景観形成協定担当)
・2003年5月12日 協業組合八幡瓦製作所 理事長 山口常夫氏 企画開発課 大谷弘氏
金山町
・2003年2月 金山町役場建設課 藤山栄一氏(街並み景観条例担当)
・2003年2月 金山町森林組合 総務課長 狩谷健一氏
・2003年2月 渡部建築 渡部俊治氏
・2003年2月 家づくり工房・林家 川崎セイ子氏
・2003年6月20日 東京藝術大学建築学科 片山和俊氏
- v この調査は、旧建設省住宅局住宅整備課監修の「HOPE計画-地域に根ざした住まい・まちづくり 地域住宅計画」から、材料に関する記述を抜き出すことを行った。