

場所へのコミットメントをデザインする

— 没場所性に抗して —

Design the Commitment to the Place: Against Placelessness

本江 正茂

1. はじめに

「場所へのコミットメントをデザインする～没場所性に抗して」というタイトルでお話をさせていただきます。最初に簡単に自己紹介をいたします。私は東北大学の工学研究科の都市建築学専攻にいます。元々私は大学の時から建築の意匠の、いわゆるデザインのところにおりまして、実際の建物もいくつか作ったりしているのですけれども、その工学部で具体的なデザイン、基本的な現場のデザインをしております。東北大学はちょうど今年開学 100 周年なのですが、工学部が強い大学でして、明治時代からの工学部ということなのです。その中で、古い形の建築学科が残っていたのですが、数年前にシステムが大きく変わったんですね。その時に 4 つの大きい講座に編成をし直しました。昔からある 3 つは、構造材料、環境工学、建築計画と建築史で、ここに建築意匠というデザインの講座がちょっとあったんですね。それを大きく拡充いたしまして、都市・建築デザイン学講座として、4 つの講座の一角を占めるように強化しました。実際にポストも動かして増やしたんですね。都市・建築デザイン学講座という大きい講座がありまして、中に 5 つ、ポストがありまして、講師がいて教授がいる。昔は、都市デザインと建築デザインというのしかなかったんですね。これは大きいのと小さいのをやるっていう、そういう素朴なこと

だったんですが、この時の組織再編に伴いまして、プロジェクトデザインと都市建築理論と IT コミュニケーションデザインという分野ができました。これは従来の建築学科だと、明らかにそのフレームからは出たものです。プロジェクトデザインは、どういう事業スキームで仕事をするのか、その時にデザインはどうコミットできるのか、ということをやるところですから、まあ不動産の企画や、企業でいえば総務みたいな部門も入っているんですね。それをデザインのセクションの中でやる。それから歴史とはちょっと違う形で、様々な社会理論と建築をどう接続するか、というようなことについての都市建築理論分野も、デザインの部門の中に作っております。私は、この一番最後の、IT コミュニケーションデザイン分野というものができる、ここに教官を入れるから、ということで公募がありまして、採用していただいたわけです。

IT とかコミュニケーションというのは、古い形で考えれば建築の中心的なテーマではないわけですが、今日では、このことを除いて、建築や都市のことを、デザインのことを考えることはもうできないであろうということであらう分野が作られました。交通のことや光のことや熱のことや火事のこと、当然地震のことを含めてそれが建築のマスターであるのと同じように、コミュニケーションや情報技術というものがどうなっていくのか、ということ直視しないと、デザインを

まともに考えることはできない、ということで、こういう新しい分野ができて来ているということです。これをしないと、建築をまともに考えることができなくなって来ているということなのです。

具体的な例で申し上げますと、最近、色々なビジネスコンサルタントの会社、具体的にIBMとかですね、従来であればこれは建築とは関係ない会社ですが、このごろは色々な建築の作品が発表されると、設計者はIBMビジネスコンサルタントである、というようなものが登場して来ている。それは新しい会社が作られて、例えば本社ができる。そのビジネスシステムを考えるのと同時にオフィスビルも作っちゃうんですね。IBMビジネスコンサルタントは一級建築士事務所です。そうすると我々は、古い形の建築はよっぽど仕事の後の方になってから、建物も作るからよろしく、と言われてやっと出番になる。そのため、本当に大事なところにコミットできなくなって来ているという危機感があります。しかし、空間というのは最後に家具を買うように建物も買えばいいや、というように後からくっついて来るだけでは駄目なはずだ、もう少し川上に食い込めないといけない、という危機感を持ってやろうということがありまして、大学のセクションの再編成が行われているということです。そこのところで、僕自身は古い形の建築を勉強して来て少しそういう仕事もして、ただ色々な個人的な関心もあって情報のこともやって来て、今はこの建築デザインの中のコミュニケーションセクションを担当するという形のところに籍を置くことになったというわけです。

2. 没場所性とは何か

今日お話しすることは、『没場所性』というタイトルになっています。これはエドワード・レルフという地理学者が言っているコンセプトで、プレイスレスネス、場所がないと

いうことです。「没」ってなっているのが語感が強いですが、70年代に作られたコンセプトで、70年代ではありますけれども今日においても非常に意義のある言葉ではないかなと思っています。具体的には、「どの場所も外見ばかりか雰囲気まで同じようになってしまい、場所のアイデンティティがどれも同じような当たり障りのない経験しか与えなくなってしまうほどまでに弱められてしまうこと」という風に、レルフは書いています。まあ、どこに行っても同じ景色になっちゃう。これは皆さん実感があることだと思います。札幌と仙台と東京じゃ違うから建築もちょっと違ったらいいのにな、みたいなことがほとんどない。どこにでも建つようなものとして作られています。

それがよい建物なんだからどこに建ってもいいはずだということになっているわけですが、それでも、それが結果として個性的な場所を無造作に破壊する、とレルフが言ってます。場所の意義に対するセンスが欠けていくと、そうすることで規格化された、標準化された景観というのがどんどんできていってしまう。その無造作な価値というのが、没場所性の正体である、ということです。これは現れであって、人々のセンスの方に問題がある、ということですね。「ジャスコ文明」って三浦展さんが書いています。東京で話すと、東京はジャスコがあまりないので、皆さんあまりピンと来ないんですけど、地方の方は皆さんもう買い物は全部ジャスコですよ。社会学の皆さんもいらっしゃると思いますが、ジョージ・リッツァという社会学者が「マクドナルド化する社会」という有名な本を書いていまして、世の中全部マクドナルドみたいになっていくと云っています。「I'm lov'n it」というのが、今コピーですけども、僕これ好きなんだ、っていうあたりまえの言葉が商標になっていましてですね、言葉も全部そういう風に商業資本に取り込まれていってしまう

というような事態が起きていると言う。場所の意義に対するセンスの欠如ということがあると、この写真は、電車の車内ですっきりくつろぐ女子高生たちですが、場所への愛着の喪失。それから本物の場所づくりの能力の衰えという風に、まあレルフが言っているものを示すかなと思っているんです。前これを社会学の方にお見せしたら、いやこれは場所の意義に対するセンスに欠けてるのじゃなくて、よく分かっていて抗議をしているのだ、という風にも言っていました。まあそうかもしれないですね。けれども、社会の中にふさわしいふるまいというのがあったのを意図的に壊していくような、この写真の状態がショッキングに見えなくなる時期がやって来るのではないか、と思われています。それが真の没場所化した社会かなとは思いますが。

ところで、プレイスレスネスを問題にしているわけですが、これは同時に我々が望んで手に入れたものでもあります。どこに行っても同じような品物がちゃんと手に入る。中国なんか、今でも農村籍と都市籍があって、農村の人が勝手に都市に行けなかったりしますよね。居場所を固定されるということは罰ですらあり得るので、移動と通信の自由というのは我々が望んで手に入れたものでもありますから、これはそう簡単に否定することはできない。だからこそ新しい形の場所というのを僕らはちゃんと作っていかないといけないのではないか、という風に思っています。

3. 空間から場所へ

建築の方ではよく、空間と場所は違います。と言うのですが、なかなかうまく説明できないんです。色々な言い方があるんですけど、僕が気に入っているのを1つ紹介したいと思います。ハリソンとポール・デューリッシュという、コンピューターのヒューマンインターフェースの専門家として、コンピュー

ターをどういう表現でもって分かりやすく作るか、ということなのですが、彼らが、大切なのはスペースじゃなくてプレイスだと言う、「Re-Place-ing Space」という論文を書いています。彼らはゼロックスの研究者ですけども、彼らはスペースとプレイスを対比してこういう風に言っています。「Space is the opportunity」と「Place is the understood reality」と。空間というのは機会であって、場所というのは理解された現実である。もうちょっと具体的に言うんですけど、空間というのが上と下、右と左があるのに対して、場所というのは昨日と明日があって、良いのと悪いのがあるという風な言い方をしています。これは要するに、場所というのは社会的な意味を持っていて、空間というのはもっと抽象的なものだ。場所というのはもっと具体的な意味があって、だから良いのとか悪いのとか、時間軸の歴史みたいなものも引き受けている。だから場所というのは社会的な意味があるんだよというわけです。空間ではなくて場所というものが、appropriate behavioural, つまり、適切なふるまいというものをフレミングしていると、日本語で「場所をわきまえる」と言う時とほとんど同じ言葉だと思いますけれども、場所というのは、そこで何をしたらいいかというきまりごとを枠どっている。そういうもののことを場所というのだということを、コンピューターのインターフェイスのデザイナー達が言っている。

空間じゃなくて場所。それを使う人たちの歴史であるとか意味を、ちゃんと引き受けたものとして場所っていうのを作ろうじゃないか、ということを考えている。ですから空間というのはもうすでにそこにあって、どのようなものであっても意味は関係なくて、抽象的なものとしてあるわけですが、そこに意味を与えていって織り込んでいって、空間を場所にしていく、という言い方をしています。

が、ことが場所を作るということになると、ほっといても空間は場所にならないので、そこへ、実際にそこにいる人たちが働きかけをしていく必要がある。それでタイトルにも入れましたけど、場所へのコミットメントをしていく必要があるんだという言い方をしたいと思っています。コミットメントって、何ともこなれないんですけど、何か場所に関わりあっていくような機会を作る。その営みを支えていくようなことを作ればいいんじゃないかという風に思ってます。これはまあ仮に考えているものなんですけど、環境と人との関わりを4つのステップで考えるというモデルです。この辺大雑把ですけども、まず、世界があってですね、ここから誰かが、なにがしかのものを発見する。それであつと思うわけですね。

思うだけだと、それは人と共有できませんので、何らかの形で表現する。言葉で言ったり、絵に描いてみたり、写真を撮ったりする。何らかの記号表現が行われると、その記号はその個人を含むコミュニティで共有されます。共有されたものを持ったコミュニティがあることで、それが世界に再び定着されて、それで一周すると、世界が以前よりも少し意味が豊かなものになる。これがぐるぐると回ることを通じて、環境から主体に、また世界に返されてということを繰り返すことで、場所へのコミットメントが進むのだ、というモデルを考えたりしています。この、発見して、表現して、共有して、定着させていくというプロセスを、うまく推進させてスパイラルアップさせていくことで、スペースを場所にするという、先ほど申し上げたことがやれるんじゃないか、という説明をしています。先ほども言いましたように基本的に僕は現場の人間なので、色々なものを作ってみんなで試す。そしてどんなことが起こるか考えるというのをやって来ています。今日は4つぐらい、プロジェクトをご紹介させていただきたいと

思います。だいたい21世紀になってからの、ここ数年間の仕事です。

4. 『時空間ポエマー』

最初は『時空間ポエマー』。これはふざけた名前ですけども、2003年から2004年の頃にやったものでして、GPSとカメラのついた携帯電話を使います。2003年というのはKDDIが、今のauですね、GPS機能の携帯電話を売り出した年であるし、パケットの定額、WINという、いくらメール送っても同じ値段というサービスが始まった時です。GPSがあると何ができるかよく分からないけど、技術的に実装できるので、それが始まった。僕らも、GPSは面白そうだし、これを使ったものを何かこしらえようじゃないかというので、色々試した結果がこれなんですね。どういうことをするかというと、携帯電話で写真を撮ります。それをある操作をしてGPSで位置情報を取りまして、どこで撮った写真かという情報をその写真に記録することができる。その写真をメールで我々の用意したサーバーに送る。すると、サーバーはその位置情報に基づいて、地図上にその写真を貼り付けます。そうやって、たくさんの写真が配置された地図というのをコンピューターの中で作る。それをみんなで見えるようにする。コンピューターの画面でウェブブラウザで見るのは簡単なんですけど、小さいモニターで見てもあまり面白くないので、それをものすごく大きい画面にしてみんなで共有できるようインストールする、ということまで含めて、『時空間ポエマー』という名前でシステムを作りました。

具体的にはですね、こういう映像があります。これは仙台でやった時の地図ですが、街の地図がありまして、格子状に割ってあるんですね。この格子の中で撮影された写真はこのコマに入れます。たくさん写真が来ると何枚もありますからそれを順繰りに出していきます。だから、人気がある場所でたくさん写

真が撮影されたところはどんどん新しい写真が出て来るし、ちょっとしか写真がないところは1枚だけだったりですね。全然写真が撮られなかったところは何も出て来なかったりします。ここにこう、ダイナミックに動いているところと何かぼかっと放置されているような場所が地図に現れて来る。これなんかそうです。携帯で送られて来る写真には、写真の画像そのもの、位置情報、いつ撮ったのか。それから、from 欄があります。メールでやりますから、from 欄に誰が送ったのか、タイトルとかコメントも付きます。すごく大きな言い方をすれば、誰がどこで何をどんな風に見たのかということのデータベースができる。これを使ってまなぎしのデータベースをみんなでも共有しよう、というものです。使う物は普通の携帯です。GPS とカメラとメールが1つの機械に入っていて、女子高生でも持っている、ごく普通の携帯の機能だけを使って、専用のソフトウェアはなし。デジカメで撮ってパソコンに取り込んでメールする、というところあまりにも面倒臭くて、誰も何もしてくれないんですが、携帯だとちゃっちゃちゃとできる。誰でも参加できて、シームレスに進めます。でき上がったデータベース、地図の映像はウェブで簡単に公開できて、ウェブブラウザだけで見れます。サーバーも簡便なものですから、地図を差し替えればどこでもやれますよ。普通の携帯で簡単なサーバーで普通のブラウザで見れるということで、情報系で話をする時には、敷居の低い市民参加型のGISを作りました、という風に言うと、はいはいとわかってもらえるんですけど、我々はもうちょっと大きい試みでやってるつもりなんですが、まあそういうことです。

で、KDDI で、JAVA メールで、マイSQL でトムキャットで地図作ってフラッシュで出しています。既存技術の組み合わせで新しいユーザー体験をもたらそうということなんです。さっき言ったように情報系でこのシス

テムコードを発表すると、何ら新規性がないという風に言われてですね、何も作ってないじゃないか、っていう批判をうける。枯れた技術を組み合わせて使って新しいユーザー体験を作ってるんですよ、って言ってるんですけど、なかなか通じないということが多くあって悔しい思いもしました。まあこういう仕組みでやるということなんです。実際に作って、動かして運用実験を何度もやりました。最後の地図を大きくしてみんなで見るってところがミソで、情報系の人はこちらがあまりないので、そこのところに建築出身の特徴が出たかなと僕らは思っています。実践としては、大きく4回、六本木と仙台と多摩で、それからもう1回仙台で、別の場所でやってます。後で出て来る卸町というところですよ。

六本木は、六本木ヒルズの販売センターがまだあった頃です。六本木ヒルズはまだ工事中でした。そこで都市と情報に関するイベントをやるから、ということで作ったのが最初です。今の六本木ヒルズの前にあった元日産自動車の建物のギャラリーで、六本木の地図の中に写真を送り込んでみんなでこう見るといって、そういうスペースを作りました。その会場の周りの地図をぐーっと圧縮してその場所でみんなで見るというのがミソですので、さっき通って来たところ辺だ、とか今ここにいる、とかいうようなものがここで見られる。普通にスクリーンで見るとはなくて床に映して見ることで、その場所というか地表との関係があるというようなこと、みんなでこうやって見ますから、あっちに映るこっちに映るってなる、このようなことが場所と写真と地図というのを身体的に一体的に見ようということになっていて、床でやるっていうのは結構面白いなと、その時に改めて確認しました。

その後仙台でもやりました。六本木ではギャラリーでやったので、もっとみんなが来るところでやろうということで、商店街の

アーケードでやりました。仙台は大きいアーケード街があるんですね。この中の商店街の人に話をしまして、こういうアーケードの上にプロジェクターを2つ付けられるところが、実際は柱に2つプロジェクターを付けて、アーケードの中でやる。実際にやる時には床がタイルなので、ここに白い再帰反射シートというものでスクリーンを作りまして、これは藤崎っていう仙台で一番大きいデパートのすぐ脇です。ルイ・ヴィトンとかGAPが手前にある。そういうところを借りて、『時空間ポエマー』をやる。だから通りがかりの人がいっぱいいるわけですね。こういう風に出て来て、みんなでこれ何やってんですかという風にして、通りがかりの人に聞かれて、道をふさいでやっているの、自転車が上を通り抜けて行ったりするんですけど、それでもかまわない。みんなこういう具合に場所を見つけて来る。

この時僕は宮城大学にいたんですが、これは最初はサクラがないと写真が集まらないので、写真部の学生達に、この地域の周りで面白いと思うものを写真に撮って送れ、と電話を渡して集めました。これは宮城大学の写真展ですよという形でやりました。皆さんも写真を撮って送ってくださればここに出ますよと。パブリックスペースでやると。商店街の路上でデパートの前です。だいたい2日間だったのですが、延べ1000人ぐらい来てくださって、通りがかってちょっと見た人には、これはこういうのやっているのです、って、いちいち説明するのですが、世代によって関心の持ち方がちがいます。中高年の方は技術に感心をしてですね、GPSってすごいですねとか言われるんですけど、それは僕らが作っているのじゃないので、そうなんですって笑うだけですけれど。中高年は技術に感心するんですが若い人達は技術には感心しませんで、むしろ、写真を共有するということに非常に関心を持ちます。これは面白いなと思いました。

今ここで撮った面白い写真をここにこう出せるんですかと。じゃあ僕のも送りたいなということ高校生ぐらいだと言うんですね。ここは違うなという風に思いました。通りがかりの人にこの中身を説明して、子供も面白がってくれます。スーツの人とTシャツの人との違いみたいなことを感じながらやっております。その場で撮って送れば、ちょっとするとそこに、今撮った写真が出て来ますから、ここでそういうのがあるんだと。あとさっき通ったところで、ああ僕この看板さっき見たなみたいなことがあったりしてですね、この場所にこういうものがあるのかっていうのを、こうして発見するような仕組みとして、ある程度は機能したかなと思っています。この写真、小さい子供は画面が動くので触りたがるんですが、本当はインタラクティブにできるといいんですけど、なかなかそうはならなくて、この子の期待には応えられてないんですけども、そういうものを作ったというのが仙台でやった形です。

3回目は多摩でやりました。これはちょっとトーンを変えまして、多摩市と共同でまちづくりの具体的な仕事の中に位置づけてやりました。『カキコマップ』という東大の都市工の真鍋先生という方が作られているシステムがあります。色々な場所で、ここにはこういう危ない場所があるよ、とか、例えば子育てお母さんのコミュニティなんかだと、ここでは無農薬の何かを買えるとか、何かそういう、その場所に関わる書き込みを地図上にできる仕組みなんですけど、パソコンでやらなきゃいけないと敷居が高いから携帯でできるようにしたい、映像も使いたい、という話がありました。『カキコマップ』に『時空間ポエマー』の僕らのシステムが合体して『フォトカキコ』というのを作って、多摩ニュータウンのまちづくりのプロジェクトで使えないか、ということの実験をしました。

今までと基本的には同じような仕組みなん

ですが、タグを付けて、良いのとか悪いのとか綺麗だとかっていうような分類ができて、文字で意味を付けられるようにしました。本番をやったら雨で、非常に寂しい感じだったんですが、雨の中をテントでコンピューターをセットしました。この時はパルテノン多摩の前でやれという話だったので、床に映すプロジェクターでやれる環境は用意できませんでした。何とかできるだけ大きなディスプレイを用意しないとこれは話にならないのです、ということを書いて、プラズマディスプレイを、この当時としては割と大きいのがあったんですけど借りて来ました。が、やっぱり屋外に置くとこんな小さいディスプレイではどうにもならなくて、テレビ以上のものではなくてですね、やっぱり大きくてみんなで見るといのが大事だな、と改めてその時は思いました。終わってからワークショップをやったりするのにも、この時に集めた写真を使いながらやるということをしました。

携帯電話がケータイになって、ただの電話だった時期というのは本当に短くて、「電話」と言わなくなって「ケータイ」と言うようになって、メールもウェブブラウジングもするしカメラだしビデオも撮れるし、ゲームもするし、予定をケータイに書き込んでる人は沢山いますよね。PDAにもなっているしGPSも付いてる。ユーザーが常に携帯しているという非常に特別なデバイスだから、これを使うことで、その場所への関わりというものを具体的な形にできないか、というのがこの『時空間ポエマー』の基本的なアイデアです。写真を送ってもらうというのは、この時ここでこういうのを見たよ、という気持ちを送ってもらうということですので、これを集めて、位置情報付きの写真を電子的に共有することで、場所に潜む価値を発見し表現し共有し定着させる。それを支援するんだという説明をしています。以上が『時空間ポエマー』です。携帯電話を使った仕組みでした。

5. 卸町まちづくりプロジェクト

2つ目は、もっと具体的な都市デザインです。仙台に卸町という場所があって、このまちづくりに何人かの先生方と一緒に取り組んでおります。卸町というのは卸業のための町で卸町。40年前に作られた流通団地です。兜町で兜を作っていたみたいですね、卸業だから卸町なんですね。職業の町。町中倉庫です。倉庫しかない。みんなフォークリフトで荷物を運んでます。道は広いんで、立派な並木があって、公園があって綺麗な道がある。けど、誰も歩いていない。お店はない。仙台駅から東にわずか4キロです。広さは50ヘクタールあります。できた時は田圃の真ん中で何もなかったんですが、今は市街化が進みまして、周りは住宅地になってます。1965年に組合ができて70年に物としての団地が完成します。都市計画では第一種特別業務地区と言って、倉庫と事務所しか作っちゃいけない。住宅も小売店も駄目でした。少し規制緩和して小さい小売店ではできるようにしたんですけど、そういう単一機能のまま特化して来て40年経った。周りはすっかり宅地化された。産業構造も変わって昔みたいな倉庫に在庫を抱えているような会社も減りましたので、何となく建物が余っている。もう1つ大きい変化としては仙台市が新しい地下鉄を通す計画がありまして、卸町にも駅ができます。こういうような事態で、このままじゃもったいないという気持ちになってきた。はっきりと周辺に比べて地価が低いんです。それは規制がかかっているから、利用が制限されているからです。

そこで規制緩和をして、地価をきちんと上げたいというのが、身も蓋もありませんけども地主である組合のメンバー達の意向でありました。ただ、40年間非常に厳密な規制で来てますから、こうぐちゃぐちゃしたことは起こってなくて、色々なことをやるにはとてもチャンスのある土地なんですね。1個1個の

ロットも大きいし、地主も全部ビジネスマンですから、感情的なことを言う昔からの住民みたいなのは1人もいません。経済合理性でOKならやるといふ人達ばかりだし、1つ1つの土地も大きいフラットだし道は広いしって、都市計画や何かやるには、非常にチャンスのある土地なんです。だけどそれをこうパッと手放してしまうと、うわーってデベロッパーが流れ込んで来て、早い者勝ちの開発が行われて、あとは周りとの何の区別の付かない町になってしまうであろうという危険もあります。この組合の皆さんが言うには、このまちは箱入り娘の生娘であると。これをどうやれば嫁に出せるかというプロジェクトだという説明を理事長がしていてですね、あんまり女性がいる時には言いにくいとえなんです。まあそういうプロジェクトなんです。

卸町で、今は、卸ししかないんですけど、まずもうちょっと文化的なことをやれるようにして、最後には人が住めるように持って行きたい。人に愛される町、人が集まる町、人が住まう町というプロセスでもって、町を拓いて行きたい、と理事長を始め皆さんがお考えでして、具体的にどうやって行きましょうかというところで僕らが参加をするようになりました。誰が当事者かということが非常に難しいですね。なにしろ誰も住んでないんです。住宅がありませんから。地主はいます。地主はみんな会社で、組合がある。地主は300社ぐらいあります。そこに経営者がいて従業員がいて、周りには人が住んでいますし、あと行政がいますが、何となくみんなが、ここがどうなるかということにリアルな責任を持ってないっていう感じがあって、ここは俺の場所で愛着があるんだっていう人がはっきりとはないっていう、まあ、そういう意味ではちょっと弱い土地でもあるわけです。それで、先ほどから言ってるように、場所にコミットしてその場所に意味を作り出していく

ようなことをしないといけないんじゃないか、ということが共通の問題になってまして、卸町まちづくりプロジェクトと称しまして、とにかく色々なことをやろうじゃないか、ということやってみました。

沢山ありますのでざっと紹介していきますが、一番簡単に、ベタですけど、写真のコンテストをやりました。卸町っていうのは先ほど言ったように超機能的な町ですので、味わい深い場所だとは誰も思っていないんです。でもさっき言ったみたいに公園もあるし非常に広い並木道もあるし、色々ないいところがあるんですね。だから、写真を撮ってください、あなたが知っているすばらしい卸町をみんなに見せてください、っていう風なコンテストをやると、案外かっこいい写真が集まって、展覧会をやると、おい、なかなかいいじゃないか、冬もやろうよ、みたいなことになったりはする。いいところを見つけて表現してもらって、それをみんなで共有する、賞品をちょっと出したりして、というような非常に素朴ですけども、まあこんなのをやっています。

もう1つやってるのは『おろシネマ』と言ってですね、これグジャレですけど、卸町でシネマを見ようってわけですね。卸町はすごく夜暗いです。街灯が少ないですし、あと残業するような会社はないので、6時ぐらい日没ぐらいにはみんな会社が閉まってしまうので、本当に真っ暗になっちゃう。で、夜暗いんで、街灯付けなきゃいけないと思いますと組合の人は言われるんですけど、いや、夜が暗いというのは、この不夜城の世の中で貴重なリソースであるから、この暗さを楽しめるようにしましょう、映画見たらいいんじゃないですか、ということになりまして、早速、フィルムを借りて来て、駐車場にスクリーン貼って、外で映画を見るっていうのを始めました。年に4回から5回ぐらいやっています。これ、倉庫ですね。この倉庫の壁に白い布を

貼って、公式のフィルムを借りて来て映します。会社帰りの人に、500円ぐらいで見てもらおう。外でやってるから通りがかりの人も見えるんですけど(笑)、中に入るとビールと焼きそばとかがあって、そういう風にしてみんなで映画を見ようという企画です。かける映画は組合のおじさん達が決めてますから、「ローマの休日」がいいなとかです(笑)。「俺たちに明日はない」とか、まあちょっとそういうおじさんっぽい感じなんですけど、まあでもそれをみんなで見るには面白い。『おろシネマ』はこうして定着していています。

あとはですね、卸町はみんなこういうところなんです。こう大きい並木道があって、トラックが通りやすいようにもうガチガチの太い道になっていて、会社もその看板とかが無愛想なのしかないの、目印になるようなものが何もありませんから、どこにいるか分かんなくなっちゃうんですね。町の知ってる人しか来なかったから何の問題もなかったんですが、色々な人を招くのであればみんなが迷わないようにするサインをあちこち作らなきゃ駄目ですよ、ってことで、今、準備をしています。これは道路を使うので区役所や警察が色々文句を言うから、なかなか進まないんですけども、でも色々なことをやろうとしています。まずやれることからということで、こういう地名表示板をオリジナルで作って、中を色分けして塗って、各社に配布して、自分のところの入り口に付けてもらいました。色別になっているので、今どの辺か分かるようになっていきます。ミソは、地区名よりも大きく、卸町って入れたところですよ。卸町っていうのはいい地名だと僕らは思っているんで、卸町っていう地名をブランドにして出しましょうよということです。それから知ってる人しか来ないということがあって、道路にある、こっちへ行くと駅とか市役所とかいう青い標識、あれには卸町ってひとつも出てなかったんですね。警察に働きかけて、卸町っ

て書いた標識を付けてくれ、お金は出すから、とかって言って、あちこちの看板に卸町はこっち、って出してもらうようにしたりしました。でも来る人はまだ今はいないから、出ても実効的な意味はないんですが、そうすると、卸町で働いている人達が、卸町はこっちって出てるのを自分で見る、っていうことが、その場所との関係を変えていくのじゃないかという風に思っているわけです。

それから、総合案内所を作りました。ヘソになるような場所がなかったの、それをちゃんと格好いいものにしようと考えたんです。卸町で何かやった、というので結構地元テレビに出るんですよ。商品見本市の会場なんかもあるので、その時に理事長がしゃべったりしてるんですけど、いつも何かすごくだらしないうところで撮っていて、卸町らしいという感じっていうのはないので、具体的にこうちょっと派手なカウンターと卸町総合案内という一角を作らして、テレビなんかに出る時はここで映るようにしてください、ということにしました。それから、卸町に来た人がここで問いあわせをできるんです。仙台の中では老舗の、専門的な物を扱っている業者が1箇所集中していますので、何かちょっと変わった物が欲しいんだという人が結構来るんですね。卸町のこのセンターに来て、こういう形の紙袋を探してるんだけど、扱ってる会社はないか、とか、そういうお問い合わせに応えるようなことをここで始めたりしています。いわば街の顔を作ったわけですよ。

それから情報系の話ですが、今年から実用化されましたけども、地震の速報システムというのがありまして、これは東北大の地震の先生が開発にタッチしていて、モニター実験の場所を探してらしたので、ああじゃあ卸町でやります、と言っていち早く付けてもらいまして、卸町の中で地震の速報が出るようになりました。隣でナマズを飼って、どっちが

正確かみたいなことをビデオで流したり(笑),よく本当にやったりしていましたが。最近、緊急地震速報が、実用化されるというので、しきりにニュースに出てますけど、卸町では前からやってたぜみたい、何かみんなちょっと鼻高々な感じになっているというがあります。

それから、『バーチャル卸町』ってベタな名前ですけど、卸町の情報を、情報空間とどうリンクするかというプロジェクトを色々やっています。1つは、40年前にできたのですが、組合ががっちり管理をして作りましたので、その地域の建物の図面が全部あるんです。これは稀なこと。でもただ倉庫にあっただけなんです。それを整理をしまして、これから何か変えて行く時に使えるようにしようよという風にしました。それから地域的なファシリティ・マネジメントをやろうじゃないかということがあります。それから、さっき言った、どんな会社が何を扱ってるのかというデータベースは前からあったんです。けどまああるだけで、これもやっぱり活用されてなかった。みんなが関心を持てるようなインターフェイスを作る必要があるんじゃないかということ。これを言いついて、これは場所と関わって行かないといけないので、検索結果が地図に出るような仕組みを作ろう、というようなことをやっています。

これが卸町の組合のホームページですが、ウェブサイトでリストが出るだけだったのを、金物屋さんを調べて、金物屋はこれだけある、じゃあ地図は、というPDFで出せるような仕組みを、組合の情報担当の人に実際にプログラムさせて作りました。こういうことをして、卸町の場所にどんなものがあるのかっていうことの地図を作り出せるようなデータベースにしました。これ自体は普通のことなんですけど、これを外注すれば簡単ですけど、内製でやったということがポイントです。作った本人が事務局にいて何もか

も知ってますからスケラブルに展開ができるようになってるんです。理事長には、彼が引き抜かれぬようにしてください、とずっとお願いをしてるところです。色々な条件で地図を作れるようになったので、何か新しいことをやる時の意志決定なんかにも使われるようになってます。

それからブログが流行って来たので、『時間空間ポエマー』の仕組みでブログに載つけられるようなものを作ったりもしました。卸町の中で、さっきのフォトコンテストを日常化するみたいなことです。何かあったら送ってくればここに出ますよ、っていうような場所に色々なものが出て来る仕組みを作ったんです。展覧会もやったりしています。

同じ頃、我々は、新規性はないんですが、新しいものが出ればそれを使うというのがあって、グーグルアースが出て、APIも公開されたので、グーグルアースにもうちのネタを載つけられるじゃないかということで、卸町のブログにあった写真を付けたレイヤーを出したんですね。それと会社のデータベースをリンクしたものを作っていち早く公開をしたりして来ました。『バーチャル卸町』のビデオなんです。仙台に卸町という場所がありますよ。下りて行くと、こういう他とはちょっときめの違う都市です。この中に沢山の会社があって、並木沿いに卸町の街があります。こういうデータはありませんけど、この建築の簡単なものなんですけど、このモデルを自分達で作りました。グーグルにはモデルを作ったら僕達に送ってくださいという受付があるので、多分日本でもかなり早い段階だったと思いますが、我々のデータを出したら、グーグルのベスト3Dギャラリーの中に入れてもらえた。それで、本当に卸町だけ異様に精細なデータが、グーグルアースで見られるという事態になっています。これが作ってあると、これをインターフェイスにして、色々な会社の情報を見ることができる。それ

それぞれの会社がホームページは持ってらっしゃいますから、そこへリンクする。自分達の居場所と、会社の中身っていうのを繋いで行くような仕組みを作ったんです。それだけで、これが具体的に何かに繋がってるかという、まだそんなことはあまりない、というのが正直なところですけども。でもこういうものがすぐにできて、喜んでもらってはいるという感じです。これが実際の効果を発揮する、これがあるからお客さんが来たとか、これがあるから何か新しいことがあったという風にまだなっていないのですけれども、ただ何でも載つけられるレイヤーを作って、プラットフォームを作っていて、かつそれが自分でできる人を組合の中に置いてあるっていうところで、まあ受け方としては悪くないんじゃないかと期待をしているところです。

6. 『メガハウス』

3つ目の『メガハウス』と言うプロジェクトですね。これは展覧会用の仕事なので現実のものではないんですけども、ドイツにヴィトラという家具の大きい会社がありまして、ヴィトラデザインミュージアムというところが主催をして、近未来の情報技術を使った都市像を提案してくださいということで、建築家やデザイナーに呼びかけた展覧会がありました。ヴィトラは家具屋ですので、建築家やデザイナーのコミュニティに近いのですが、未来像を色々な人達が提案しているけど、どうもこう技術、情報技術の人達に偏っていて、建築家やデザイナーはさぼってるんじゃないか、お前達も何かもうちょっと発言しろ、というのがその展覧会の主旨で、コンペみたいに世界中の色々な人達に声をかけて案を募りました。それに建築家の阿部仁史さんと私が共同で応募しまして、選考に残って展示用の作品を作ったということです。これは、ミュージアムピースですので、コンセプトだけで具体的な実装や事業があるわけではない

のですが、その中身をご紹介したいと思います。

『メガハウス』というのは、大きい家です。将来の都市像を語れということなのですが、これはライフスタイルの提案です。都市全体をひとつの巨大な家であるかのように住まう、そういうライフスタイルの提案ですよ、という言い方をしました。都市の中には恒常的に、常に一定の割合の空き部屋があります。誰かが引っ越してその後が空いている部屋がある。オフィスの空き部屋だったり、空き店舗だったり空いた家だったり、必ずあるので、それをもっと多様に使おうという提案です。具体的には、空いている部屋に特別なドアを作る。そのドアはネットで繋がっていて、ある会社が集中管理をしている。ホテルの部屋みたいですね。建物はバラバラなんですよ。そのドアのあるところに行けば、あらかじめ予約をしておけばその建物、その部屋を使えるという風な仕組みがあったらいいんじゃないかと。街の中のあちこちにドアがあって、ある人はこの部屋で何かして、この部屋で何かして、また帰るとか。子供を連れてくる人はここで用を足してから、ここでこっちから来た人と話をして、こっちで少し昼寝してから帰る、とかですね。自分の小さい家で何でもやるのじゃなくて、街の中全体に色々な必要に応じて、そんなに高くないお金で部屋を借りられれば、そこをあちこち行き来しながら暮らすというライフスタイルがあり得るんじゃないか、と。それを管理するドアの仕組みさえあればいいんじゃないか、と。

説明の時には、日本には、非常にパーソナルなことであっても、タイムシェアリングをしながら都市空間の中で行うという文化があるんだ、みたいな説明をしてですね。日本にはセックス専用のホテルがあるんだとか言いながら、カラオケとか漫画喫茶とか、銭湯なんかもそうかもしれませんが、西洋であれば閉じこもってやるようなことも外で時間の差

を作りながらやるということは平気なんだ僕は、って言いながら、こういうのを作って行くという提案をしました。色々もうちょっと込み入ってまして、この図はメガハウスのエコロジーとっていますが、もうちょっと大きい全体のシステムです。誰かが何かこういう部屋を使いたいと思う。その人はアカウントを取って、予約をします。予約をしてもうちょっと細かいサービスのメニューなんかを選ぶ。GPSでガイドされてその場所へ行って、まあ生体認証でピッてやるとそのドアが開いて、中を使う。という風にしながらこの『メガハウス』ライフを生きるわけですが、その背後にシステムがあって、この土地のオーナーとか、そこで何か使いたいものを持って来る人達を受け付けて、商品に仕立て上げて、このドアの向こうに色々なライフスタイルを可能にする空間を提供する。それでこれを選んでもらうインターフェイスがあります。

もちろん実際に使ってもらって、ただ使わせるだけでは駄目なので、そこで誰がどんなことをしたのかっていうようなことの情報を沢山取って、そのデータを集めて、データベースを作ります。だからアマゾンでリコメンドやってるみたいなのが、生活全部になる、っていうのはどうですかっていう提案なんです。楽しかったということがあれば、それにふさわしいものがリコメンドされて来るので、じゃあまたそれを借りてみましょうということもあるし、マーケット情報として色々な人に出て行くということもある。そういう街の中を色々な場所を使って暮らすっていうことと、それを背後で支える仕組みと両方あって、これは1つの戯画でもあるので、いつでも気持ちのいいものが提供される代わりに、生活全部が情報を取られて、あなたのプライバシーはどうにもならないですよ、っていうことでもあるんですが、そういうような話を考えています。

これは、ドイツのエッセンにあるツォル

フェライン炭鉱の跡がものすごく大きな美術館になって、ここで最初の展覧会をしました。「建築とテクノロジーの未来」って書いてありますが、ここの中に出展しました。もう1つこれは巡回しまして、カリフォルニアのパサディナにあるアートセンターでも展示をしました。一番奥にあるこの銀色が我々の作品です。こういうひょうたんになっていて、中は部屋が2つありまして、1つ目の部屋はコンセプトの説明をするラウンジで、もう1つの部屋は、『メガハウス』システムのショールームがあるとすればまあこんなじゃないのか、というのを作ったんですね。4面のスクリーンになっていまして、これが蚊帳みたいに透けてるんですね。この中に入ってコンソールを操作すると、色々な部屋が取っ替え引っ替え見られる。ああ、この部屋がいいな、みたいにして予約できるような、そのフィッティングルームの、服じゃなくて部屋のを作ったんです。これが透けているので周りに人が立てて、この人がこの部屋にいる様子を外から見られて、ああこれお前にいいよ、みたいなことを友達と言う、みたいな、服を選ぶみたいに部屋を選んで暮らす、っていうのはどうでしょうかという、まあそういう提案をしたわけです。

簡単なものですけどもここで映すためのバーチャルリアリティのメニューのビデオというのを作りました。具体的には中でこういうものを作って、4画面分横一直線にしていますので、何か変なプロポーションになっていますが、これがぐるっと巻いていると思ってください。ドアがたくさん動き回るようになっていて、好きなドアを選ぶ仕組みになっています。人気があるやつが正面に来て、人気のないやつは後ろの方に行くようになっていて、赤い線はみんなが見た順番です。こういう軌跡を辿ったと。トラックボールを触ると、部屋が中に来て、これは中を見てみたいと思うとぐーっとアップになって、原寸大

で部屋が出て来ます。こういう水槽がいっぱいある部屋はどうでしょうかとこのとか、これちょっと明治和風みたいなのですね、もっと大きい倉庫みたいなもの借りられますよとか、海が見える、まあホテルの部屋みたいなものもあるんですけどどうですか、というような、何かそういうショールームを作って展示をすると、色々な変な部屋を50ぐらい作ったので、展覧会では取っ替え引っ替え見てもらいました。蚊帳の中ですのでこんな感じなんです。色々なドアをこう選んでいる人がいて、ポッと変な部屋が出て来てみんなおっとびっくりしているのを周りから見ると、っていう、そういうものとして展覧会の中に置いたというのがこの仕事であります。

この技術としては、ドアを作りますよ、実際に作ってないですけど、ドアを作りますよ、って言っていて、案を考えていて、最初のプロポーザルの時には『ライブドア』っていう名前だったんですけど(笑)、ライブドアは色々具合が悪いことが途中でありましたので、ビデオのリモコンをザッピングするみたいにして、色々な部屋をザッピングしながら暮らす、というので『ザップドア』という名前にしました。これも、今いる部屋でしょうがなくそこで暮らすというのじゃなくて、自分は何かしたい、友達と新しいゲームを買ったからやりたいとか、何でもいいんですけど、その時にそれをどういう場所でやると一番いいだろうか、ということをもっと意識的に考える機会、それを安く提供できればそれを使っていけるんじゃないか、と。街に対して、もっと積極的に居場所を探すような、猫が気持ちいいところを探すみたいにしてですね。色々なことやるんだから、色々な場所を探して暮らしたらいいじゃないか、というのを、我々の提案としてやりました。

7. 『WRDGD』

4つ目、これが最後です。これは今やって

るものでまだまとまりがないんですが、『WRDGD』って言っていて、オフィス家具のメーカーの岡村製作所との共同研究ですけども、オフィスのワークスペースをもうちょっと良くする研究をしましょうよということをやっています。今回のテーマの場所にコミットするという事は、今まで都市スケールの話だったんですけど、今度はもっと小さいスケールです。自分が働いていて作業している時にもっとやりやすいように微妙に椅子を動かしたり、机の向きを変えたり、何か持って来たり片付けたりするじゃないですか。これもまあ言ってみれば場所へのコミットなんで、自分が働きやすいように色々なものを調整して環境を作っていく。上手くできているとやりやすいし、はかどらない時もあるっていうようなことがありますね。それを実際の観察とその観察結果に基づいて何かプロトタイプを作って試してもらおうというようなことをしながら、何か新しい形の、最終的には家具とかですね、物のデザインに結実できればということで、まあ始めたばかりです。

今年、大学で実験をやりました。これは東北大の建築学科の製図室で、どの建築学科にも必ずあるんですが、設計の演習をやるための部屋です。学生が作った模型とか、何かそんなものがあった、だいたい騒然として散らかっているんです。ただ昔は大きい製図板を使うので、重いし、描く場所も限られているしあまり自由に動かせないということがあったんですが、最近では学部の学生でもCADで図面を描くので、昔のように大きい図面を使わなくなって来ています。ただ模型を作ったりはするので、普通のところよりも大きいんですけども、そういう部屋がある。ここで、設計の課題があって、作り始めてから作品を仕上げるまで、だいたい2ヶ月とか、短いのはもうちょっと短いものもありますけど、そのぐらいの課題全部をびっしり記録をして、その間に学生達がどういう風に環境を作り変え

ているか、というのを観察するという実験をやりました。

まあ全部はできないのですが、限られたグループを作りまして、我々は要素技術の開発はできないのでいつもそうですけれども、ごく普通に売っているカメラを15台買って来て、天井にびっしり行列状に並べて付けまして、作業している間を記録するという風にして、その科目を履修する学生達に、キャスターの付いた動かしやすい家具を提供して、これを使って作業をしてくださいという風にお願いをしてやりました。家具を渡して色々なセットアップを彼らが自分でやって行く。設計の課題というのは、課題が出されて、自分で作業をする、友達と議論をする、あるいは、時々僕や他の先生方がいて、進捗状況のチェックをしたりアドバイスをしたりする、それをエスキースという風に言っていますが、それを繰り返しながら最終提出をして、最後はプレゼンテーションをして、いいとか悪いとか言われて、まあそういう風に進むんですね。その全体の中で彼らが環境をどう作っていくのかというものをカメラでもって撮る。それからアンケートしたりとか色々しています。これは、こういう風に作業していたのを、ちょっと片付けて、これ僕ですけど、途中経過を発表しています。これはここにノートパソコンを持って来て、ここでプレゼンテーションをしてですね、まあそういうようなものがあったり、ホワイトボードを1人1個ずつ渡してるんですが、これを共有して劇場みたいに作って、そのディスカッションのシーンを、彼らなりにセットアップを作っています。こういう様子を天井のカメラでずっと撮影をして何が起こるか見る、という実験をしています。

最初8人被験者、つまり学生がいて、4人ずつの2つのグループの仕事があって、グループでマスタープランを作って、その中で個人の作品を作って、最後にもう一度マス

タープランにインテグレートして発表するという、グループ、個人、もう一度グループ、という段階で進めよう、とそういう中身なんです。こういう整然とした初期状態で渡すんですが、4人ずつのグループで、こっちのグループの人は自分のコーナーを作り、自分の方にパーッと持ってっちゃったんですけど、こっちのグループは、前半はグループでやる仕事だから、共同のデスクの方がいいじゃないかって言ってパッと集めました。最初から何か違う形になっています。これを見て、ああ、やっぱり俺たちもこっちにしようって(笑)変わったりしています。そういう学びのやりとりも、最初に芋を洗って食べた猿みたいなことに似てですね、ああ、そうやればいいんだってみんなも真似するみたいなことも観察されてます。

こうやって会議が始まったりするんですが、この人達はやっぱり何となく仲が悪いのですぐテーブルが割れたりするんですね。こっちは初回のところから微動だにしないです。そういう風に、抽選で作ったグループだけどグループのキャラクターが出て来たら、同じ家具を渡して同じ作業をさせていてもその場所の使い方みたいなには違いがある。それはあるに決まってることなんですけど、実証的なデータを持っているところがあまりないので、そういうようなものも取りながら、どんなことが起こるのか、そのパターンにはどういうものがあるのか、というようなことを今調べつつある。普通のオフィスに比べると模型を作ったり、色々な種類の資料を持って来たり、その場所で飲み食いしたり寝たりするので、何かこうデータとしては猥雑過ぎて、大変扱いに困るのですけれども、リアルな創造的な作業の現場であることには間違いないので、このデータを集めて分析をしようとし始めているところです。

グループの作業がだんだんまとまって来て個人作業モードになると、やっぱりパッと机

が動いて、集中的な仕事をする。壁に向かうタイプで角を取る学生もいれば、この学生はずっと、表向きの、アメリカの重役のような置き方で終始仕事をしていました。そういうキャラクターの違いもある。最後のまとめになると、動画ではなく定期的に撮って、例えばどういう風に領域を自分で作ってるかということ、別の抽象的な可視化をしたりしながら、作業のプロセスを見るということもしたりします。観察を具体的にやるのは初めてなので、何をピックアップしながらやればいいのかを探しながらやってるというのが現実の状態です。

4つプロジェクトをご紹介しましたが、小さいのから大きいのもまた、色々な練度のものと、視点のものがあるんですが、今日の機会をいただいたので、こうしてプロジェクトを並べて、改めて考えましたが、場所を作って行く時に、人がどういう風にそこに関わって行くのか。それを受け身でやるんじゃなくて、自分にいいように積極的に働きかけて良く使いやすくしていく。その能力を支援できるようなデザインの仕方っていうのがあるんじゃないかというのが、一貫した関心なんじゃないかなという風に思います。都市と情報の、その時にやっぱり情報がキイになるので、場所のコミットメントを情報の表現を通じて行くということかなと思いました。改めて言うと、発見して表現して共有して定着させるというプロセスを回して行ってますね、場所がだんだんできて行く。そうすることを応援する仕組みを作ることが、建築の仕事だという風に思っています。こうプレイルスネスに陥った世界があるわけですけど、良い建築を作ってプレイスを作って行く、というのを仕事にしているんだという風に自負し、そういう実践をやっているということをご紹介させていただきました。以上でございます。どうもご静聴ありがとうございました。

【質疑応答】

司会

ありがとうございました。ご質問、どなたかいらっしゃいますでしょうか。

質問者

『ザップドア』のお話ですけど、生活をするっていう場合に色々な道具とか必要ですよ。長時間ということはあまり想定していない使い方なんですかね。何か端的にみんなが集まってわいわいやってとか。

本江

そうですね。まあ、そんなにこうリアルに詰めた話ではないのですけれども、でも長い時間いるのもあるだろうとは思ってはいます。例えば物をどう管理するのかっていうことはありますよね、部屋だけじゃなくてね。家具付きだったり家具がなかったりですね。中にあるのを食べていいとか、そういう色々なレベルのがあると思うんですが、それも含めてですね、どういうサービスを提供するかっていうのを、この『メガハウス』社の人達が考えますよ。例えばもちろん不動産のオーナーが、この部屋空いてるから使って欲しい、ドアを付けてください、っていうのがあるんですが、この中で色々なサービスとして提供するものを持って来る人達も出て来る。だからただの不動産じゃなくてライフスタイル全体に引っかかって来るので、例えば何か新しい家電があれば、これを使いそうな人がいる部屋に置いて、どんな風に使われているかを記録を取ったり、後でアンケートするとか、何かそういうような形で、家の中にあるものもみんな商品なので、それがどう使われているか見るっていうことを通じて色々な人が提供してくれる仕組みです。どんな風に傷むかとかですね。そういう風な情報をピックアップするという仕組みを出すことで、中のものも回せるんじゃないかという、まあ漫画ですけれども、そういうことは考えてやりました。

質問者

その物件のオーナーが提供してくれるとか、何かトラブルが起きた時、壁を壊してしまったとか、そういう時の補償とかどうなるのかなと考えてますか。

本江

そうですね。それは多分保険屋とか色々な人が登場して来て、まあその沢山情報が得られるということのを対価にして、自分のプライバシーの情報が取られることを対価にして色々なサービスを安く受けるっていう、それを生活全部にわたってですね。そういうこう戯画的なものとして描いているので、先生がおっしゃられたように色々な問題が起こりうるなあという話をすればするほど、より詳細に情報を取ってそのことを機会にしてみもの売り込もうとする人達が自分なりのビジネスモデルを作って参画できるはずだという、そういう、まあ仕組みというか、仕組みっていうとちょっと違うかもしれませんが、都市に暮らすってそういうことじゃないかっていうのを、作ったということだと思います。

質問者

新しいつながりを作って行く試みのひとつだという風なことなんですね。

本江

そうですね。だから本当に動くかどうかは分からないです。それは違うかとは思いますが、

司会

ありがとうございます。他の方どうでしょうか。

質問者

最初の『時空間ポエマー』のところで、非常に面白いと思ったんですが、地図をメッシュとかマスに切って、そこで発信されたとか、受け取った写真をウェブに掲載して行くということですよ。見た限りでは、写真が送られたところは写真に切り替わって来ると、地図が見えなくなってしまって位置

関係の把握ができなくなるのかなっていう風に心配したんですが、それはどういう風に解決するのでしょうか。

本江

これがそのものなんです、この切り替わり目のところに透けて来るので、時間の中では見えるという風な感じなんです。そこところは技術的には素朴なものなんですけれども、さっきの『カキコマップ』じゃないですけど、地図の上に情報をみんなが投げ込んで貼り付けられるといいじゃないかっていう仕組みっていっぱいあるんですね。何か集まってくれば来るほど地図がぐちゃぐちゃになって、何が起きているか分からない。新しいものが上だと、掘り起こすことがもう難しくなる、その重なっちゃうのをどうするかという問題がすごく素朴にある。そこをみんなで見ると、1人1人が勝手に探したりはできないけど、その分時間差で順番に出す、っていうそういうインターフェイスにすることで、折り重なっちゃって結局何も見えないっていう問題を回避する。逆に次々新しい絵が出て来るところは何か重要な場所であるし、数枚の写真が繰り返し出るような場所は何かそういうポテンシャルがあまり高くないところだなあと、静止画としては分からないわけですけど、しばらくそこにいると、賑やかなエリアと何も起こらないような場所がやっぱりあるっていうのが分かるんですね。それをこう、時間差でもって表現してそれを大きくみんなで見るということで、ただの写真を集めたのとは違う、場所のメリハリっていうのを意識できるような仕組みにするということにはなっているかなとは思いますが、

質問者

最後ですね、大学生に作業台とか形をどんどん意識的に変えて行くところを追跡していたというのがありましたよね。その狙いは、最初に言われた場所へのコミットメントとか、発見して表現して共有して行

くっていう何か、そういうプロセスをこれで検証しようとなさったのでしょうか。意図がどういうものなのか、ちょっと興味を持ったんですが。

本江

狙うところとしてはですね、人は自分がより働きやすいように環境に変えて行く生き物であるので、それがどんな風に行われるのかっていうのを見たい。普通のルーチンワークじゃなくてですね、期限があって、成果物を出さなきゃいけないプロジェクトワークの中で、どういう変化が起こるのかっていうのを見て行きたい、ということです。グループワークと個人の仕事とをスケジュールの中に織り込んでありますので、その中で、さっきの最初の芋を洗った猿じゃないですけども、どういう技術伝搬が起こるかとかですね、同じことをやる人とやらない人がいるとか、そういうような関わり方の個人差というか、そのグループ毎の違いもありますし、あるいはちょっとした打合せをやるのも、どんな風にするかというのやっぱすごく違うんですね。これっていうとですね、こっち側の机を割ってたグループの方は、会議用の空間をほとんど作らない。誰かのところで話す、みたいなのを順番にやるんですが、こっちのグループは、いつでもこう、何か打合せをやる時には別の場所で集まってやるとかですね、グループによってもその空間の使い方がすごく違うというようなことが分かって来たりしていて、自分自身で変えてもいい、変えやすいようにキャスター付きの道具を渡したりしている環境が与えられた時に、それにどう関係をしながらか仕事をして行くのかというところを見よう、その働きかけの仕方、関わり合いのあり方にどんなパターンがあるのかを見つけない、というのが、この小さいワークプレイスの中だけですけれども、その中で起こることを見ようというのが、今回の主旨であります。

余談ですけど、オフィスってあんまりちゃんと研究されてないんですよ。何でかと言うと、民間企業がどんな風に働いているかを外に見せたくないからなんですね。建築の研究は公共施設の研究ばかりで、学校とか病院は研究しやすいので、データが取れるので行われてるんですけど、民間は全然研究されてないんです。これは世界中そうです。普通の会社は、どの部署に何人いるかも教えてくれないんです。たとえば営業を増やしたとかいうこと自体も企業戦略上の秘密なので、教えてくれないんですね。それで、コンセプトな話は経営コンサルタントの方がたくさん言われてるんですけど、具体的に空間がどう使われているかっていう観察が定量的に行われている例というのはとても少ないので、そういうところに何かもうちょっと定量的なことを含めた研究がやれば良いなと思っていますところなんです。

司会

アマゾンの最初のオフィスは扉を机にしたとかっていう話がありますし、グーグルとか、いわゆるキャンパスと言われているようなシリコンバレーの会社では、椅子の代わりにバランスボールをよく使うとかいうこともあるそうです。かなり日本のオフィスの使い方とは違うなと思います。他の方、どうぞ。

質問者

最初の方でお話になってたマクドナルド化ですね。リッツァの定義。あれ、私もよく授業で使ったりしていて興味深く思っているんですけども、例えばジャスコみたいな店の方にお客さんが移ってしまって、古い商店街ががらんどろになっちゃってっていう風なことが起きている場合にですね、ジャスコの中で何とかやって行こう、と移動している地域も多いんじゃないのかなと思うんですね。地域の人達をそっちに取り込んで、シャッター街の方はもう諦めてしまうみたいな、そんな動きが出るような気もするんですが、先生

はそれをどのようにお考えでしょうか。

本江

それは大問題なので(笑)、簡単にはお答えしにくいですが、実際にシャッター街を復活させる方法はほとんどないですよ。うまく行かないと思います。ノスタルジーベースで、あれがいいんだよと言っても難しいだろうなどは正直思っておりますが、何て言うか、コミットの話で言えば、お店の人がそこを良い町にするための工夫を積み重ねているところは成功しているわけです。巢鴨の地藏通りであるとか、あと吉祥寺とか京都なんかも町中そうですけど、やっぱり何か良い場所にしようという色々な工夫があるわけですね。田舎でつぶれてるシャッター街のところは、昔から土地を持っていても償却も終わってて、一生懸命商売やる気がないところがほとんどで、それつぶれてるっていう部分があるじゃないですか。何か昔からの品物で、まともに新しいこともフォローしないで、店も暗いし、何かサービスが悪いから行かなくなっちゃったというところがあるでしょう。そこで良い循環が止まっちゃったのが問題だったと思うんです。それにもう1度町中にネジをまき直すのもなかなか難しいとは思いますが、上手く行ってるところが止まらないようにするっていうのが、結構必死でやらなきゃいけないことの1つかなとは思いますが。

ジャスコやなんかに、地元の店、老舗なんかを取り込んでやるっていうようなことは、ジャスコ、今、もっと大きくなってますよね。そういう大きくなって地元の専門店を取り込んだ形でやるやり方が出て来ていますが、そこに参加をして、新しい商売をやると思う

ている、工夫ができる人はそもそも大丈夫なので、そうでない、昔からやっていて、自分たちの食いぶちがちょっとあればいいような、ガッツのないお店はやっぱりつぶれざるを得ないのではないかと思いますけれどね。まあちょっと、ご質問とは合わないかも分かりませんが、そんな感じのことをいつも思います。さっきの卸町も、人を集めるようにする。だから卸しかやってなかったのに小売りを入れるようにする。昔と違って小売りが可になったからと言って、お店がワットと出店して来たりはしないわけですよ。だから、自分たちで商売をやらないと駄目ですっていうことを繰り返して、そこで言えば、卸業で非常に商品については知識もある方々ですから、今までだと、小売店がお客さんなので、それに遠慮するから自分たちで小売りをやらないという、そういうマナーがあったんですけども、それもだいぶ変わって来ているようなんです。だから、例えばコーヒー屋さん、仙台で一番種類の多いコーヒー店をすぐにでもやり始めることができるわけですね。だから、卸町が新しい人が住める町になるよって言った時に、売りとしては、そういう非常に専門性の高い、プロの街であると。そこにいるっていうことは、色々な、通りいっぺんのジャスコで手に入るようなものとは違うレベルのものが身の回りにある。実際に買うかどうかは別として、そういうものに触れながら暮らせる、そういう売り方をして行ければいいのじゃないかという話をしています。

司会

それでは、ありがとうございました(拍手)。