

第3回文化を培うこれからの国土交通行政を考える懇談会
(議事概要)

平成19年1月22日(月) 10:00～12:00

丸ビル カンファレンススクエア

【講演者】 文化は暮らしの立て方なので地域というところから発想しなくてはいけないと思っています。

国がどうかたちで成り立っているかといえば、仮に高坂正堯さんの『国際政治』という本がありますが、「国というのは力の体系、利益の体系、そして価値の体系の三つの体系からなる。これは三つともゆるがせにできない」と。

国の力の体系を別の言葉で言えば軍事力ということになると思います。そして利益の体系は経済力、価値の体系は文化力と言えると思いますが、軍事力、経済力、文化力という三つの力が合わさって国というものの世界における位置が決まると思います。

これは三つともゆるがせにできないですが、時代の変遷の中で力点が移るというふうに見ることができます。われわれは強い国づくりから、それを必要条件として美しい国づくりへという、そういう大きな時代の潮流にあると、価値の体系というものが論じられる時代になったということです。

文化というのは、きわめて平たく言えば暮らしの立て方であります。目に見えるもの、目に見えないものからなる暮らしの立て方で、ウェイ・オブ・ライフと定義されます。

また、多様であることが文化の持ち味であると言えます。暮らしの立て方が違うというところに引き付ける力ができるわけです。

そうすると、どうしても画一的な国づくりとは違ってこななくてはならないということから、中央集権的な国づくりから地域分権的な国づくりという流れを併せて持っています。安倍内閣は、道州制担当大臣というものが、明治以来の内閣で初めて置かれました。まさに国が地域に下りていって、その地域の力を引き出すという時代に、いまなりつつあるのだという認識を持つべきだと思います。

そこで日本の国の地域単位を考えると、さしあたって道州制で、その道州の単位をどういうふう考えるかということが、問題になってきていると思います。

その場合、地域単位を考えると、われわれは景観というものに留意しなくてはならないと思います。

日本の景観はきれいです。景観というのは、ワイルドネイチャーではなくてガーデンです。人間の手が入っている自然はガーデンと行うことができます。このガーデンには二つあります。一つは本当に手の入っていることが一目瞭然な幾何学式の庭園です。もう一つは景観式庭園、風景式庭園というものがあります。

日本の景観式庭園の際立った特徴は、人間の手が入っていない借景として、自然も借景

として、それを庭に取り込むという文化を持っています。日本のどこの地域に行っても海なり、山なり、あるいは谷なり、そうしたものが庭の一部として取り込まれているということは、全体として見ると、日本全体を風景式庭園として見るという目をわれわれは、少なくとも国の行政レベルとしては持たねばならないということになると思います。

そうしたことから私は、インフラ整備をされる場合に、そういう各地域の風景あるいは風景式庭園というか、文化的景観を楽しめるようにすることが国土交通省の職務としてできることではないかと。

そこで全体としてどういう構図が考えられるかということですが、たとえばいま道州制と言われると、とりあえず北海道、沖縄を入れた 10 のブロックに分けて、そこで広域行政を地域の方々と一緒にやっていくことになっています。

しかし日本全体が景観を持っていると見れば、そういう景観式的観点から日本を見ると、割と明確に分けることができます。

首都圏がどういう景観を持っているかというと平野です。日本最大の平野で半径 100 km の平野ですね。そして関ヶ原を越えますと、一気に平地に入りまして、琵琶湖、瀬田大橋から宇治川となって、淀川に注いで、大阪湾に注いでいると。すなわちそれは水の世界になるわけです。山紫水明の典型的な景観になっていきまして、環瀬戸内、まさに津々浦々の、山を越えて人々が交流するよりも、津と津、すなわち港と港を浦、海でつなぐという。日本は島国であります。最も島が多いのはたとえば鹿児島県とか、長崎県とか、愛媛県とか、要するに西日本に偏っております。そこはまさに海、水の州なわけですね。そして豊饒の美しい海が瀬戸内海です。北海道、東北ですが、これは山国であります。しかしながら、その山はふところが深く感じられます。どうしてかということ、標高が低いからです。ほとんどみんな 2000m 以下です。要するに森林限界以下で、森という景観を持っている。

こういうように、文化的景観においてくることが出来る。最も重要な要素によって日本の地域性をシーナリーによってくることが出来る。

そのシーナリーは海が多いところは橋が重要になるでしょうし、山の多いところはトンネルが重要になってくるでしょう。それぞれにおけるインフラ整備というものも、地域性を考慮したものにならざるを得なくなるだろうというふうに思います。

いま日本人は新しい旅の時代を迎えています。これは世界旅の時代、いわゆるグローバル交流人口、世界人口大移動というふうに言われておりますが、日本に即して言うならば、これは 3 回目の旅の時代だと。1 回目はテクテクと歩くという、徒歩で日本のあちらち

らを見て歩くという時代です。2 回目は大正の鉄道と汽船の時代です。

いまは何かというと、自動車です。生活必需品として、移動手段として自動車になってきたということですから、どうしてもハイウェイが不可欠に必要であるということになってきます。

道というのは、公民館がなくてもそこで人々が公共のことを話すことができるという場所だったわけです。そのつくり方も、地域に即したかたちでやっていく必要がある。それをやるには 100 年あまりの知的技術、ノウハウを蓄積した国が下りていってやる必要がある。それは基本的には文化力を高めるためであって、実は地域づくりを通した国づくりのためにそれをやる。

大きな流れとして、国の三つの体系のうち価値の体系といいますか、多元的な価値を可能ならしめるような、先ほどの言葉で言うと軍事力、経済力から文化力を高めるということのために、国としては地域に下りていくという時代がいま来つつあると思います。

【座長】文化は暮らしの立て方（ウェイ・オブ・ライフ）というのは私も大賛成です。要するに地域社会のアイデンティティーの確立ということかと思いますが、たとえば文化財とか芸術品とか、もう少し狭い意味の文化は、いまのウェイ・オブ・ライフではどういうふうに位置付けられているんですか。

【講演者】 結局、柳田流に言えばハレとケの文化ですね。

誕生日には赤飯を炊くとか、コシノさんのところのように何とか祭りでバーッとやるとか、これはいわばハレの文化ですね。

日本人は箸で食べる。畳があるとスリッパを脱ぐ。これは日本人の生活ですね。これはいわばケの文化です。だけど日本と違う方がお越しになると、それが非常に珍しい。文字どおりそういう暮らしの立て方も外から見れば文化だと。

ハレとケのうち、どちらかというわれわれはケの文化といいますか、日常の文化を忘れがちになっていたと。むしろその点に力点を置くべき時期に来たのではないかという意味で文化を使いました。

【座長】 世界各国に暮らしの文化があると思いますが、日本の歴史と伝統から言って、暮らしの中の文化というのは、かなり際立って蓄積が深いのか。あるいは各国と同じようなものなのか。いかがでしょうか。

【講演者】 シンガポールのように植民地になってからとか、香港のようにそれこそ割譲されてからということに比べますと、広い意味で縄文時代からあると。遺跡として観光地

になっていますから、それは非常に深いと思います。そうなりますと日本人の美意識というのとは一体何によって基礎づけられているかというですね。

たとえばヨーロッパですと、大きな建物を建てるとか、ゴシック建築で 1000 年かけてケルンの大聖堂を建てるとか、そういうことをやりますが、この国の場合にはむしろ、庭を際立たせるために建物がある。結局、庭を際立たせるための建築家ということで、自然発見ということになるわけですね。ですから、この国の美意識の基礎にはやっぱり自然というものに対する独特の感受性というものがあると。もう少し限定すれば水だと思います。この国は「みずみずしい」とか「水際立って」とか、けんかしたら「水に流してきれいさっぱり仲良くしよう」とか、それは流す水がきれいだからきれいになるわけで、その水というものがきれいだということは、これからの時代、本当に財産になるだろうと。そういう時代を予想しております。

【座長】 ありがとうございます。ほかにございますか。お願いします。

【委員】 ソフトパワーという言い方があって、今日お話を伺ったのは、ジョセフ・ナイの『ソフト・パワー』とすごく共通点が大きいと思うんですね。そこで川勝先生がおっしゃる文化力は、ソフトパワーと比べてどこが日本的なのかというあたりを教えてくださいませんか。経済力、軍事力と比べて、またソフトパワーをジョセフ・ナイが主張されますね。それぞれの国の競争の中で議論されているような感じがしますが。

【講演者】 ナイさんの場合は、「西側の巨頭としてのアメリカの相対的なパワーが落ちてきた。しかしながら教育とか、科学とか、広い意味での文化とか、そうしたものでそれを補える」という意味でソフトパワーが大事だというふうに言われています。いわば覇権の論理と言われているわけですけど、私は日本の国の流れの中で文化力というものに注目すべき時代が来たと。アメリカは別に競争したわけじゃありませんが、日本は少なくとも競争相手、モデルとして追いかけていったわけです。それがいまほぼ対等になったという認識を持っているんですが、そうした中で経済力を補うというよりも、実は力の国づくりに花を添えるというかたちで文化力というものが見直されていると。そうしたものを保存し、その位置づけを世界的に考えて、そしてそれを学習しながら世界に発信していくというのが日本の使命であると。だからアメリカのソフトパワーを、ナイさんがそれを出してきたのは脈絡が違うというふうには思っております。

【宿利局長】 まさにウェイ・オブ・ライフ自体は変化するわけですね。しかも私の目から見ても、表面的には日本の生活はかなり変わりつつある。あるいは目に見えるものが変

わりつつある。その変わっていくということは表層的なもので、日本の基本的なものは変わらないと見るのか。あるいは、実は大きく変わりつつあって、それについてたとえば昨今言われている教育再生だとか、いろいろな議論の中でそれを戻していく努力が必要だと考えるのか。あるいは、それは自然に任せて、変わったら変わったものが日本のウェイ・オブ・ライフで、それが文化だと考えるべきなのか。そのへんについてのご示唆をいただければと思います。

【講演者】 これは二者択一ではないと思いますね。コンベンショナルな言い方をすれば「不易と流行」となるわけでしょうけど、通常「文化というのは価値だ」と言われますが、江戸時代は名誉とか、廉恥心とか、武士道的な価値、儒学的な価値というものがみんな教養でした。しかし明治以降の日本の価値の中には、ヨーロッパ的なものが入ってきたので、それは違ふと。

ウェイ・オブ・ライフは変わっていくものです。まさに「常なるものは無し」ということで、無常という。人間は選択し、決意し、実行できる存在ですので、方向性を立てることができます。その方向性というのは、ある意味で地域意思、あるいは国家意思、国民意思というものとして、リーダーが引っ張っていくという筋のものでもあらうと思いますが、それがいま明治以降の強い国づくりというかたちで日本の国を誇る時代から、むしろそれとは異なったところに力点を移していくという意味においては、美しい国づくりと言ったときに、どういうものを美しいとするかということ、おっしゃるように変わらぬもの、不易的なものはやっぱりあると思います。

それがどこから培われているかということ、周りの景観が人間の精神にそういうかたちを造形せしめたのだと思います。私はそういう美意識の高さというのに気づかせられると、日本人一人ひとりが花を持った生き方ができるという確信があります。

【座長】 いまの特徴のお話に関連して、文化の持続可能性という概念がございます。生態系と同じように、放置しておくといくつと貴重な文化遺産がなくなってしまうという心配です。だから変わる部分はあるんでしょうが、かなり意図的に文化の持続可能性ということを意図した行政をやらないと、生態系と同じようなことになってしまう。この点はかなり明確に指摘できるんじゃないかと思います。

【講演者】 一つ付け加えれば、教育再生というのは安倍さんの場合、彼は実に直感力が優れていたのではないかと。

強い国づくりの基礎に洋学を置いたときも国学などを全部廃止して洋学一辺倒でやると。

洋楽の知的体系を入れることによって、向こうが持っているものは制度も、あるいは技術も、全部つくれると。今では洋学が完全に自家薬籠中のものになった。

だから今度美しい国づくりとなると、どうしてもそれぞれの地域に何があるかということで、地域おこしというか、地域探しというか、地域の宝探しみたいなことにならざるを得なくて、いま、それが急速に起こっています。東北学だ、あるいは堺学だ、金沢学だ、薩摩学だと、各地でそれぞれの地域名を冠した何とか学と。

地についての学問というのは、もともとは地についていない洋学を日本に入れるということで、向こうのものを地につけるという仕事をしてきたわけですが、今度は地についての、そういう学問をしていかななくてはいけないということから、いわゆるふるさと学とか地元学と言われているものが起こってきているわけですね。教育再生というのはそういう面が入っています。

歴史とか、地理とか、文化一般はそれぞれ多様なものですから、地域に密着したものを、地域総がかりで、社会総がかりで子どもたちに教え込んで、われわれもまたそれを学んでいこうという動きが起こっているのは、やっぱりこれは明治時代以来の学問教育のかたちとはまったく違うということで、それをこれからどう体系づけるかという、いま暗中模索の段階にあると思います。

【座長】 まだご質問があるかと思いますが、次のお話に移りたいと思います。

【講演者】 グーグルという番組が NHK で出されていました。スタンフォード大学の大学院生だった二人が、史上最大のグラフ構造がインターネット上にあるということで、それを解析し始めたわけですね。それがグーグルの起りです。インターネットは史上最大のグラフ構造だと言われていますが、私たちはインターネットが出る前から非常に大きな二つのグラフ構造を持っていました。一つは脳です。

脳の中には 1000 億の神経細胞がありまして、それぞれの神経細胞がそれぞれ 1 万個ぐらいのほかの細胞とつながっています。それはスモール・ワールド・ネットワークという構造をしています。スモール・ワールド・ネットワークができるための必要条件はローカルなネットワークがあるだけじゃなくて、ときどき遠距離の地点同士をダイレクトに結ぶような線ができるということが、スモール・ワールド・ネットワークができる必要条件でありまして、脳はそういう性質を満たしています。

実は文化というのは、実はある程度抽象的、本質論的に考えると、国土交通省の本来業務の中心だと思っているんですね。インターネットもそうですし、脳もそうですけど、お

よそ文化的な価値というのは、個々の要素が孤立しては生まれません。必ず「行き交い」が必要なんですね。

ある種の物語性というのがすごく大事で、特に日本の場合、点ではなく線、さらには面に広がったような文化的価値をプロモートするということに対しては、いまのところ非常に苦手というか、われわれは自分たちの国土の美しさにまったく自信を持っていないんですね。その意味で、外目で日本の風土を見ることがすごく大事です。

たとえばイギリスではナショナルトラストという運動が非常に盛んですが、行き先看板と同じぐらいナショナルトラストのサイトの看板が大きく出ていて、それを手がかりにして行けば、まったく見知らぬ土地でドライブしていても、主なランドマーク、ヒストリックサイトが見られます。

日本の景観が単なる点だけでなく線、面として美しくて、それが日本人だけではなく外国人も引き付けるという光景にたどり着くためにやることは、できることは何でもやると。とにかくできること、小さなことをどんどん積み上げていくことが大事だと思っています。大事なことで申し上げますと、まさにウェイ・オブ・ライフが文化をつくるということが大事だと思うんですね。

民間の活力というか、国だけではそんなにできないですから、いろいろな人が勝手にいろいろなことをやって、その結果文化的な景観とかそういうものが培われていくということが、僕は望ましいと思います。

おそらく日本において、このライフスタイルがないからいま文化的に悲惨な状況になっているんだということで、一つピンポイントで指摘できることがあると思います。イギリスはビレッジ・プロパティとか言って、小さな村の本当に小さな家が非常に美しい姿をしているんですね。

日本では田舎と都会の生活を二者択一的にすると、やはり田舎にいるということは、多くの場合、文化的なものをあきらめなければいけないということを意味していて、都会に住むということは文化的な豊かさで、要するに自然か文化かという二者択一の中でわれわれはずっと構想してきたと思うんですが、イギリスは田舎に行くことは必ずしも文化をあきらめるということを意味しないんですね。どんな小さな田舎に行っても見事なパブがあります。それは日本の田舎の飲み屋みたいなイメージではなく、本当に立派なものです。

ビレッジ・プロパティというのは要するに、昔からイギリスの貴族とかお金を持っている人は、半年間はロンドンに住んで、半年間は田舎に住むというライフスタイルが普通だ

ったと。

日本でも、たとえば、参勤交代までいかなくても生活の拠点を複数持つようなライフスタイルが少しずつ出てくると一つのアナウンス効果があると非常に良いと思います。

軽井沢は特に長野新幹線が開通してから東京と非常にダイレクトに結ばれて、それこそ今週の週刊誌にも新上流階級が軽井沢から東京に通勤しているという記事が出ていましたけれども、そういうライフスタイルがなければ、ああいう文化的な景観は生まれないわけです。

ある景観をつくろうと思ったら、いままで日本型のツアーリズムというと 2〜3 日どこかへ行って、温泉に入って食べきれないぐらいのご飯を食べて帰ってくるとか、要するに点でしかとらえていないので、結局線とか面としての景観の美しさというところには、なかなか目が行かない。それを変えなければ、きっと目に見えるかたちで美しい国づくりはできないと思うんですね。

グラフ構造というものが持っている本来の可能性を生かすためには、単に人が移動するだけでなく、それとともに文化とか精神性も一緒に移動していかないとだめなわけですね。

結局景観をつくるものというのは、あるライフスタイルであります。「ギャップイヤー」という概念をご存じでしょうか。これはイギリスにある制度で、要するに何かというと、イギリスの高校生は大学に入る前に 1 年間放浪するんです。60%と私は聞いていますが、要するに大学入学が決定しますね。それから 1 年間、ボランティア活動をやったり、あるいは世界中旅をしたりします。そういうふうにして人が移動することによって景観は変わっていくわけです。

僕は日本の移動には物語性が欠けていると思います。道を移動しながらいろいろなものに出会う、その文化的なスタイルを人々の中でアウェアネスとして高めるということで、これは無視できない大事な問題です。アナウンスメント効果もありますし、日本でもそういう物語性を持った旅についての一つの作品が出てきていいと思います。

僕は国土交通省がそういうロードムービーみたいなものを密かに支援するということがあってもいいと思います。「東海道中膝栗毛」とか「奥の細道」は非常に古典的なロードノベルですが、あの手のものが出てくると、しかもできれば英語で読まれるようなものが出てくると、われわれ日本人の私たちの国土に対する態度、見方は変わってくるのではないかと思います。

ローカルとグローバルの共存が大事だというのは、本当に大事なポイントです。これは私たちの専門用語で言うと偶有性という言葉を使うんですが、ローカルというのはある程度予想がつく世界ですね。一方グローバルなもの、遠くから来るものは予想がつかないことが多いんですね。

外から来るものというのは、たとえばシルクロードもそうですが、非常にエキゾチックな、いろいろな文物を持ってくる。だから予想がつかない意外なもの、新しいものに出会う喜びですね。

もう一つ、ローカルなものは見知ったもの、長く昔からあるものを培って受け継いでいくという、この二つがうまく混ざった状態が偶有性と呼ばれる状態です。

ですから文化というものの本質を非常に深く考えていくと、ローカルなものとグローバルなもののちょうど混ざり合った状態というか、それが非常に心地よいというか、大切なものであるということが見えてきます。

日本は伝統的に、これが非常にうまいわけですね。外国から来たものもナショナルトレジャーにしてしまうというのが日本人の器量の広さというか、見識の広さというか、われわれは目利きという性質を持っていたわけですね。そういう日本人の良さ、ローカルなものを大切にしながらグローバルな新しい文物を取り入れることも大切にするという、この絶妙な配合具合ということを僕は日本の中でもやるべきだと思っています。

確かに戦後のある時期からわれわれは、特に高度経済成長時代から、あまりにもローカルな多様性ということのないがしろにしすぎてきたのかもしれないですね。どこに行っても駅前と同じような景観で、人々が行き交っても、どこに行っても同じだったら文化を育む偶有性がなくなってしまうわけです。

だから一方では、ローカルには非常にユニークなカルチャーをプロモートする。世界のどこにもないもの、日本の中でもそこにしかないものをプロモートする。その一方で人々の交流をプロモートするというか、道とか交通機関を整備して、人々が本当に行き交うようにする。

そのためにやるべきことはいっぱいあると思うんです。たとえばインテリジェント・トランスポーターション・システムみたいなものも、単に自動運転とか安全のみならず、いまはこれだけITが進んでいるので、たとえばグーグルアースと提携して、さまざまな観光情報をマップ上で提示するというサービスを、明日からでもそういうことを模索すべきだと思っています。

グーグルはやれるべきことは何でもやっているから、あれだけ大きな影響力を及ぼしているわけです。日本の道路地図、道路ネットワークも史上最大のグラフ構造の一つだと思います。それをいま申し上げたローカルな特性、それからローカルな特性が混ざり合うグローバルな行き交い、そういうフィロソフィーを背景に、具体的にどういう情報をどういうかたちで与えたら人々がいままでとは違ったウェイ・オブ・ライフを自然に模索するようになるかということをいろいろ考えて、実際に始めてみるべきだと思います。

最後になりますが、僕はクオリアということを研究しているんですね。クオリアというのは質感の問題です。僕はWebページにクオリア立国なんていうことを書いたこともありますが、川勝先生が言われたたとえば美しい庭園とか、そういうものはいまの脳科学で言うとかクオリアということなんです。

このクオリアというのは簡単に数値化できないものですし、客観的な指標で評価できないものだと思います。おそらく国の政策としてそれをやっつけようとなると、どうしても客観化とか数値化ということが、どこかの時点で求められるかもしれないんですが、それはできないものです。イギリスの田園の美しさは、これは数値化できないです。だけどイギリス人がそれをすごく大事だと思って育んできたからこそ、ああいう美しい景観が残っているんですね。

このクオリアということは、実は日本人はもともと一番得意なことだったはずなんです。茶道とか、華道とか、ああいうところで培われてきたクオリア、質感に対する感覚というのは本当に素晴らしいですね。

いままでやってきた国土交通省の道路行政とか交通行政をさらにちゃんとやっていくことが、実は文化をプロモートするという意味で言うと、本来のことなのではないかと申し上げて私の話を終わりにさせていただきます。

【座長】 ありがとうございます。それではこれから今のお話を踏まえて、残りの時間を全般的な討論に使いたと思います。ではどうぞ。

【委員】 先日外国人の方に、日本人は独特の脳をしているのではないかと聞かれました。どういうことかという、風景を見たときにイメージで見て、嫌いなものは消し去るという非常に都合のいい視覚というか脳を持っているのではないかと思いますがお二人はいかがですか。

また、ヨーロッパに行きますと、外はとても伝統的な建築でも、中に入ったら非常にモダンな、ハイカラなデザインのビルや建築がありますが、モデルにしたら良いのではない

かと思われるようなところがあれば、ご意見をお聞かせいただきたいなと思います。

【座長】 では、適当にフィルターをかけているのではないかというお話しについて解説をお願いします。

【講演者】 おっしゃるとおりだと思います。だからこそ僕は外国人の目だと。それは必ずしも西洋人に限らないと思います。

和の物語というのが、ある時代でフリーズしているんですね。要するにこれは物語性の問題で、それ以降の現代の日本は物語にならないと思っているんですよ。現代の日本の景観については、本気で生きていないんです。

ですからおっしゃるとおり、心理的にわれわれは日本の現代のまち並みの醜悪さをよく見る必要があると思っています。

モデルになるところというのは日本ですか。たとえば僕はつくばに2カ月ばかり住んでいましたが、霞ヶ浦のあたりはかなりいいです。霞ヶ浦の左岸かな、東側のほうかな、すごく細い道が入り組んで、まだ残っているところがあるんですよ。

そうところを発見していく喜びというのがこれからあると思います。それをちゃんと文学的というか、ある種の物語として表現していくというプロジェクトが、僕はあるべきだと思います。

【委員】 直視するために脳はどういうふうに使えばいいのですか。直視するのと物語性のところと違うとすれば、直視する脳というのは、どういうふうにすれば働いてくるのですか。

【講演者】 第三者の目によってコメントされるというのが、意外といいことだと思います。外人の方にそう言われて、初めて真摯なものとしてわれわれは受け止めるわけですね。外からの目をうまく利用するというのも僕はいいかなと思います。ただ、そのときに相変わらずの西洋崇拝で、何でも言うことはご説もつともという意味とは、また違うんですよ。あくまでも自分の盲点になかなか気づかないから、盲点に気づかせていただくためにそういうコメントを利用するというのが僕はいいいのかなと思っています。

【座長】 ありがとうございます。後半のお話はどうか。

【講演者】 いまのお話にありましたように、明治以降はあまり美意識というものについては自覚がなかったと思いますね。日本人は古いものを意図的に切り捨てていっていると。失っているということを自覚していなかったわけですね。いま、ようやく自己発見のときに入ったのではないかと言えるのではないかと思います。

江戸時代の人たちは日本を美しくしようとしたのかというと、それは違いますね。フロンティアがないので、資源を再利用する以外ないというので、再利用、再使用、モノを粗末にしないと。最近で言うリデュースとか、リユースとか、リサイクルとか、こういうことを経済的な目的でやっていたわけですね。結果的にそれが機能美として、外から見ると実に美しいと思われました。われわれがそういうものを意識しないまま強い国になるために軍事力とか経済力を上げて、いわば自分たちのスタイルというものを意識しないまま、全体の企業の収益を上げるとか、国力をさらに増進せしめるということに己の生きる価値を見いだしてきたという、それが一段落したと。

さて、ではどうしたらいいか。京都に迎賓館ができたでしょう。あれは赤坂の迎賓館に対して和風でつくる。玄関に入ってすぐ庭が見えて、日本式の庭なので、気づいたら和風の世界にいるんですけど、気づいたら靴を履いたままなんですよ。完全に洋風です。私はフリーズするというんじゃなくて、外の景観は中世風だ、しかしながら中はきわめて近代的であるということは、京都の迎賓館の例のようにできると。

それからもう一つ、江戸時代の生きた博物館はどこにあるかと。江戸はそれを文字どおり犠牲にして、欧米のものをここに取り込みましたので、実質上残っていないと言っていいんですけども日本海側は発展から取り残されたというか、それが幸いして金沢ですね。

【委員】 いろいろなものを体験して、西洋の文化をまず体験して、それからあらためて日本の良さを再発見するというような、いまは再発見をするいいチャンスだと思うんですね。もちろん地方は素晴らしいところもあるんですが、首都である東京が目で見えるような日本をきちんと表現してもらいたいと思います。デザインの原点で言いますと、まず整理することなんですね。何でもかんでもプラス思考じゃなくて、引き算というものを忘れてるわけですね。

西洋の文化を足し算とすれば、日本の文化は引き算だと思うんですね。引き算というものを忘れていて、足し算ばかりでどんどん増えていって放りっぱなしというか、本当に自然発生的に人のマナーまで、美意識というものを忘れて、それを許してきたというか、あきらめたというか、人の美意識の再構築というか、これは教育になると思います。

この景観からは楽しく、いろいろな意味で想像させられるわけですから、それぞれの想像というのは目の納得がいくということが大切だと思います。だからお庭の文化も目が安らぐというか、それが精神的に大変なごむ、そこでお茶を一杯となると本当に心身ともにということで、日本も世界も一緒ですけど、衣食住遊、また環境とか、景観とかあるわけ

ですが、本当にトータルに美しい国づくりという、国だけではなくて人づくりもしていただきたいというふうに思います。

【講演者】 これは日本の国側のものすごく大きな問題になると思うんですけど、美というものは、やはり優れた目利きが必要だと思います。

景観を考えると、たとえばパリだったらオスマンがかなり強引に都市計画をやったから、いまシャンゼリゼ通りとかがあるわけですね。パブリックな景観というのは、個々人が勝手につくっていいものではなくて、組織にある程度委ねるという世界観というかフィロソフィーをどこかでわれわれが受け入れない。

【座長】 いかがですか。

【講演者】 それから、これまで道路行政あるいは港湾について、経済力ということを中心にそれを整備されてきたと思いますが、見た目というものが大事だと。国土行政を担当される方も、日本の景観の美しいところは人に見させるという、いわゆる目利きになっていく必要があるだろうし、経済力から見た目力というか、目利き力というものを生かしたインフラ整備にギアチェンジをしていただければと思います。

【委員】 今日お二人の先生から、奇しくもグローバルとローカルという基本的に一番重要な視点をご提示いただいて、より深く考える必要があるなと考えました。文化の中でも私の専門のスポーツマーケティングの世界でサッカーの日本代表、オシムジャパンを徹底的にグローバルにするのか。いや、各地方にクラブをしっかりとつくって、緑の芝生の上でスポーツをさせようとするのか。どちらのほうに軸足を置くのか。予算。陣容。非常に悩みどころであります。いろいろな世界で文化の中、特にスポーツの世界でもグローバルとローカルという視点のバランスが大事になってきているということで、本研究会もより一層進化していけばと考えました。

【座長】 それでは本日はこれで閉会させていただきます。どうも本当にありがとうございました。