

IV-366

風土工学とそのアプローチ類型に関する考察

建設省土木研究所 フェロー 竹林 征三
日建設計計画事務所 正会員 野村 康彦

1. まえがき

社会経済の成熟を時代背景とし、地域の個性・文化性重視の傾向が高まる中にあって、土木事業や各種地域整備プロジェクトにおいては、地域の風土に根ざし、風土から生まれた歴史・文化・生活や人々の感性・心性にフィットしたデザイン（設計）技術・手法が求められている。本研究は、このようなデザイン技術・手法を『風土工学』として体系づけることを提唱するとともに、その第一歩としてデザインの拠りどころとなるReadiness（計画・設計条件）・Needs（需要者の要求）・Seeds（地域資源等）・Depths（人間の潜在欲求・深層心理）に着目したアプローチ類型に関する考察結果について報告するものである。

2. 地域デザインの拠りどころとしてのR・N・S・Dと風土

土木事業や各種地域整備プロジェクトにおける施設や環境のデザイン、ネーミング等ソフトデザインおよび地域振興・活性化のためのイベント等を「地域デザイン」と総称すれば、地域デザインの拠りどころとしてまずあげられるのは様々な計画・設計条件等（Readiness）であろう。これに対し、地域住民や利用者など需要者の要求（Needs）も地域デザインの拠りどころの一つとして軽視することはできない。さらに、地域デザインの創造性という面を考慮すれば、そのような素材・資源（Seeds）をデザインに活かしようかということがデザインを担う立場にとって有力な拠りどころとなろう。これらReadiness, Needs, Seedsは地域デザインに限らず、一般商品の開発・デザインにも共通する拠りどころといえよう。¹⁾

地域デザインが一般商品などのデザインと異なる点は、その公共性と即地性にある。このような観点から、地域デザインのSeedsとして、土地の気候・地質・地味などの総体であり人間の環境としての『風土』および風土に根ざした地域の歴史・文化・生活が重視されなければならない。さらに重要なことは、風土は長い歴史を通じて人間の潜在欲求や深層心理（Depths）に大きな影響を及ぼしているという面である。Needsとして顕在化した感性やイメージはその一角・一端であると見ることができる。

以上のように、地域デザインに際しては基底にある風土を強く意識し、Readiness, Needs, Seeds, Depthsを拠りどころとすべきであるとするのが著者らの描くパースペクティブである（図-1）。

3. 風土工学のアプローチ類型

地域デザインに際しては、上記のように風土を基底におくべきだとして、デザインの技術・手法が問題となる。これを風土工学と称し、その実質化・体系化を図ろうとするのが著者らの目論見である。そのため第一歩として、ここでは既往の研究成果にもとづき、風土工学的アプローチの類型化を試みた。図-1に示すように、風土工学のアプローチ類型は、デザインの拠りどころとしてのReadiness, Needs, Seeds, Depthsのうちいずれを出発点とするか、いずれに重きをおくかによってI類～IV類に類型化してとらえることができよう。

(1) 風土工学I類

計画・設計条件等（Readiness）に加えて、デザインを担う個人ないしは集団によるアイデア発想出発型のアプローチ類型である。手法面ではKJ法、ブレインストーミングなどの発想技法やチェックリスト法などに基礎をおく。このアプローチ類型では、地域資源等のSeedsやNeedsも取り込まれるが、部分的・断片的なものにとどまり有機的構造化されない。また、アイデア発想の自由度が高いという長所の反面、一過的で参画者の直観・創造力・構成力・知識・経験等の差異によりデザインコンセプトが全くちがったものになる可能性があるといった点が難点・限界性としてあげられる。

(2) 風土工学Ⅱ類

顕在化したニーズやイメージ出発型で、漠然としたかたちでデザインコンセプトがまずあり、それを具体化しモノの設計に結びつけていこうとするアプローチ類型である。従来“感性工学”²⁾の分野で活用されている数量化理論第Ⅱ類等の手法に基礎をおく。このアプローチ類型では、地域資源や風土個性は出発点では必ずしも明示的に取り扱われないが、デザインプロセスの途中から顕在化してくることが多いであろう。デザイン対象が商品や施設単体ないしはその一部といったケースには適しているが、地域デザイン、都市デザイン、街並みデザインなど複合対象になると急速に困難さを増すことが予見される。

(3) 風土工学Ⅲ類

地域資源等 Seeds出発型で、イメージ構造化などを通じてデザインコンセプトを創出していくアプローチ型である。また、Needsは出発点では明示的に取り扱われないが、デザインプロセスの途中から顕在化してくる。これらの点でⅡ類と対照的である。地域デザインなど複合的デザイン対象にも適用しうることが、このアプローチ類型の大きな長所である。ダム水源地域整備を対象としてイメージ構造化等の適用が試みられている段階であり、³⁾ 今後手法面での開発余地は大きい。

(4) 風土工学Ⅳ類

人間の潜在欲求や深層心理(Depths)をデザインの拠りどころとして重視するアプローチ類型である。地域資源等のSeedsやNeedsを直接的にはではなく、人間の深層心理レベルで取り扱い、男性原理～女性原理、威厳性～庶民性、賑やかさ～静けさ等の地域の個性イメージの差異にもとづいてデザインコンセプトが創出される。⁴⁾ 風土分析とそれにもとづく計画などの先行研究事例⁵⁾があるが、やはり今後手法面での研究開発の余地は大きいと思われる。

4. あとがき

本考察では、風土を基底におく地域デザインの技術・手法としての風土工学の意識化を提唱するとともに、風土工学のアプローチ類型を提示した。今後、実際の土木事業や各種開発プロジェクトでの実践を通じて多様な手法を開発するとともに、そこでの経験を外部化・蓄積し風土工学の実質化、システム化を図ることが重要な課題である。

参考文献

- 1) 竹林征三・野村康彦：地域整備計画におけるデザインプロセスと風土工学的アプローチに関する考察，土木計画学研究・講演集18(2)，PP・317-320，1995. 12.
- 2) 長町三生編：感性商品学－感性工学の基礎と応用，海文堂出版，1993. 9.
- 3) 中川浩二・竹林征三・鈴木義康・茂原朋子：地域資源のイメージ構造化と基本コンセプト創出に関する風土工学的研究，土木計画学研究講演集18(2)，PP・9-12，1995. 12.
- 4) 佐佐木綱編集：風土とまちづくり〔その第一歩〕，技術出版，1990. 9.
- 5) たとえば藤井崇弘：風土分析による地域計画手法に関する基礎的研究，京都大学博士論文，1992.

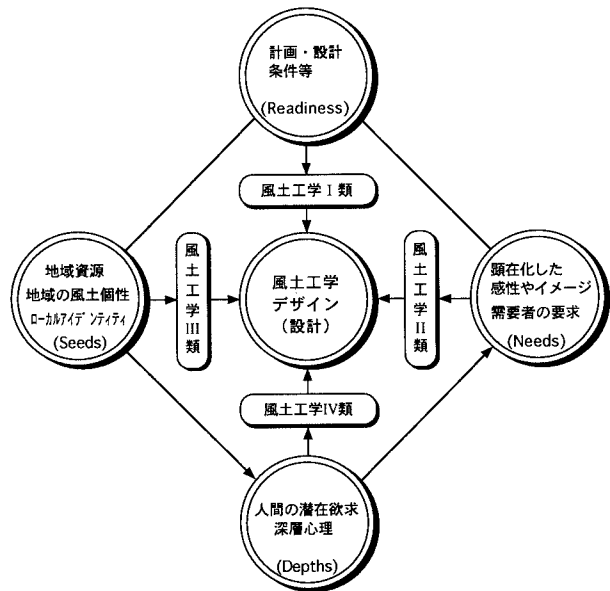


図-1 風土工学のアプローチ類型