

建設工事現場におけるイメージアップの景観的効果に関する一考察

名古屋工業大学大学院 学生員 ○ 藤本 清克
 名古屋工業大学 正 員 小池 則満
 名古屋工業大学 正 員 山本 幸司

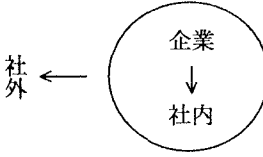
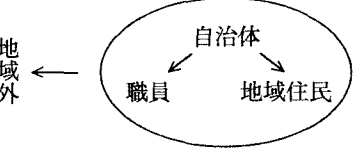
1. はじめに

近年、わが国では建設工事現場が街中の景観としてかなり大きな比率を占めるようになってきている。一方、建設会社の経営戦略手法としてＣＩ（コーポレート・アイデンティティ）の有効性が叫ばれ、また地方自治体においてもＣＩをシティアイデンティティやコミュニティアイデンティティと読み替え、これを導入する動きがある。その具体化策の一つとして、建設工事現場のイメージアップが盛んに行われつつあり、注目されている。そこで本研究では建設会社ならびに地方自治体が、建設工事現場のイメージアップをどのように行っているのかを調査・分析し、今後どうあるべきかを考察する。

2. ＣＩ活動の現状

わが国の建設会社および地方自治体では、ＣＩ導入における共通点がある一方で、表１に示すようにいくつかの差異も見受けられる。

表１ ＣＩ活動の目的と体制

	建設会社（企業）	地方自治体
イメージづくりの目的	利益追求という明確な目的	行政上、イメージづくりの目標を絞りにくい
誰に対するＣＩか	社内と社外 	地域外と地域内 
推進体制	会社運動として展開しやすい	縦割りの組織ではＣＩ導入は難しい

- ①イメージづくりの目的 建設会社では、企業の社会に対する文化的責任という側面の他に、最終的には利益追求という明確な目的を持つ。一方、地方自治体では営利団体でないことや、今日求められる役割が多様化し、ハード施設の整備拡充だけではなくソフト面での施策も多く要求されるため、焦点を絞ったイメージ目標を掲げにくい。
- ②ＣＩの対象 建設会社では社外（顧客、一般市民、関連会社等）と社内（社員）の二つをＣＩ戦略の対象とするが、地方自治体では地域外と地域内、また地域内でも地域住民と地方自治体職員に分かれ、三層の対象がある。そして大都市圏の大きな地方自治体ほど、職員の意識の活性化が大きな課題となってくる。
- ③推進体制 建設会社では会社運動として展開しやすいが、縦割りの行政組織ではＣＩ導入が難しい。また、建設会社・地方自治体ともトップが変わると方向性が変わる場合が多く、トップ層自体がどれだけ変化を要求するのか、いかに問題意識をもって具体的行動につなげるかがＣＩ成功の鍵を握っている。逆にいえば、「イメージ」の効果を実証できない場合、一社員・職員がボトムアップでＣＩを導入するための予算を獲得するのは非常に困難である。

3. 現行の建設工事現場におけるイメージアップ

ここでは、建設工事現場においてイメージアップを実施している工事所長、および行政へのヒアリングやアンケート調査の結果をもとに、イメージアップの現状を述べる。

- ①発注者はあまり関与することはない。また、いくつかの建設会社では「マニュアル」のようなものが存在するが、具体的な計画策定は工事現場の責任者や職員たちが行う。デザインは部外者が行うこともある。
- ②社名やシンボルマークのデザイン化（施工業者の知名度を上げる）、および仮囲い・養生幕をあまり目立たないものにする（周辺との調和を目指す）ことが主な方法である。
- ③建築工事現場で熱心に行われる反面、土木工事現場は少ない。
- ④イメージアップにかかる費用は、いくつかのモデル事業を除いて建設会社が負担している。なおJVで行われている場合は、その構成比に基づいて負担している。

4. 行政のイメージアップ指導

土木工事ごとに明示されている「土木工事特記仕様書（中部地方建設局）」では、表2に示す仮設関係の13項目から2項目、安全関係の5項目から1項目、営繕関係の13項目から2項目の計5項目以上を選択し、実施するよう明文化されている。これはモデル事業でのみ適用され、すべての工事に義務づけているわけではない。

5. 分析および考察

建設会社ならびに行政によって、建設工事現場のイメージアップを行う姿勢は見てきたが、そこにはいくつかの問題がある。

- ①交通の安全とスムーズな運行を目的とする交通標識等が、人や車の流れに對面していなかったり、過剰に設置されているため、視覚情報が識別能力を超えている感すらするものがある。
- ②一部で安直なデザインがされている。
- ③イメージアップ後の景観批評がほとんど行われておらず、またその組織が確立されていない。
- ④建築工事現場で行われるイメージアップと同様の施策を土木工事現場で実施するには、人目につきにくいものや、工期が短く移動しながら施工することが多いため限界がある。

以上をふまえると、形式やサイズ・表示量まで含めたサインの配置計画を行って整理・統合し、色彩やデザインの調和も含めて捉えることが必要である。そして具体的な方策として、ピクトグラフ（絵文字）の使用によって、遠くからでもわかりやすく子供や外国人にも理解できるようにすることや、視覚的にイメージアップを行いにくい場合では、音によって演出する等が考えられる。

6. おわりに

工事後の建設物と同様に、工事中である建設工事現場も都市環境や景観に対して、非常に大きな影響を及ぼす。本研究では建設工事現場において、CIの具体化策として行われるイメージアップ事業の実態と問題点を明らかにし、それに対する改善方法の端緒が示された。

表2 イメージアップの内容

仮設関係	○施工のために必要な仮設備の美装化 1. 用水・電力等の供給設備 2. 仮囲い 3. 仮歩道マット 4. 模様フェンス ○イメージアップのために設置する施設 5. 完成予想図 6. 工法説明 7. 工事工程表 8. フラワーポット 9. 見学路及び椅子の設置 10. ライトアップ・緑化の実施 11. デザイン工事看板 12. パンフレット 13. 地域行事経費
安全関係	○施工のために必要な仮設備の美装化 14. バリケード 15. 転落防止柵 16. 工事標識 17. 照明等の安全施設 18. 電光式標識
営繕関係	○施工のために必要な仮設備の美装化 19. 現場事務所（食堂、休憩所を含む） 20. 労働者宿舎 21. 倉庫及び材料保管場所 22. トイレの水洗化 23. デザインボックス ○イメージアップのための設置に対する施設 24. シャワーの設置 25. 現場休憩所 26. ウォータークーラー 27. 意見箱の設置 28. 見学室 29. 観葉植物 30. 健康関連施設 31. 備品等