

○高知工科大学 学生会員 筒井 希望
高知工科大学 正会員 重山 陽一郎

1. 概要

景観設計において、現存する地方都市の個性(らしさ)と、新しく作り出すものとの融合は大事である。特に、地方のシンボルをつくる場合、その地方らしさを表現する事は重要である。しかし多くの場合、その地方都市のもつ個性を形作り、人々に一定の印象を与える事は簡単でない。この論文では、創造性をうまくマネジメントすることにより、景観設計を確立させる研究について述べる。

2. 都市の個性(らしさ)の創造

景観設計は、地域のイメージ、環境などを創造または変化させ、地方の産業の促進やイメージアップを意図しなければならない。デザインされた個々の空間や、構造物の与える感性や印象というのは、かなり重要である。その感性や印象は、居住者に誇りを持たせるものであったり、訪問者に地域の個性として簡単に分かるものであるべきである。そのためには、創造性を利用する事により個性(らしさ)をつくりあげていかなければならない。

景観設計において歴史的背景、地形、名産、地域の人柄、気候、位置等の与条件は、新しいものを作り出すためや、古いイメージを継承・変化させるために重要である。これらの要素をもとにコンセプトを確立させ、個々の感性を形成するデザインを形成し、機能を果たすようにさせるのである。この時、常にその目的や必要性を考えていかなければならない。そのためには、何度もフィードバックして目標や要求に合ったものを創造していかなければならない。

ここで、景観設計におけるデザインの手順を図1で表わす。

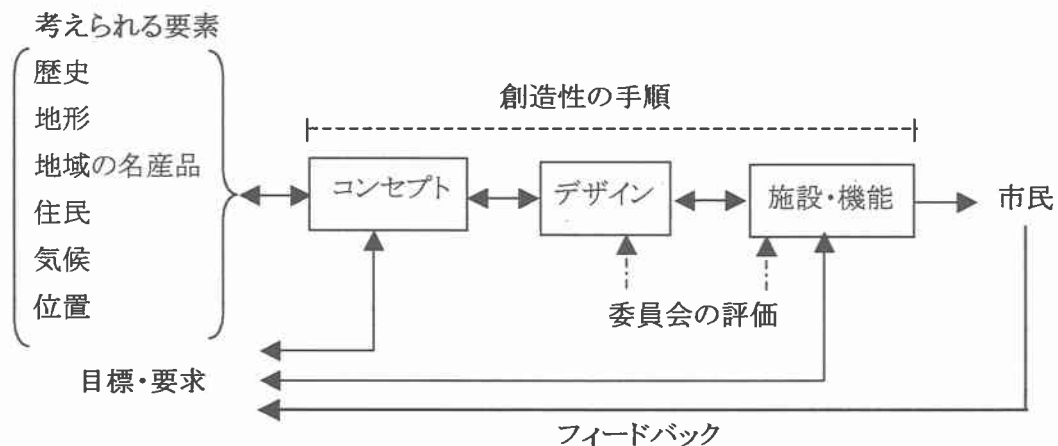


図1 デザインの手順

3. 創造性のマネジメント法

次に、マネジメントの観点から創造性を考えてみる。創造性は、定量的に理解する事は難しい。しかしながら、マネジメントという視点から創造性を理解する事は景観設計を考える上でかなり意味のあるものとなる。

創造性をマネジメントする方法として、Kao(1991)が「Managing Creativity for Entrepreneurs」で論じている、起業家のマネジメント方法が参考となる。これは、景観設計のマネジメントとは性質が異なっているが、大いに役立つであろう。

図2にKaoの理論を参考とした景観設計のモデルを示す。ここでは創造性は三つの要素の相互関係より成り立っている。

最初の要素として、「The Person」が挙げられる。新しいアイデアは組織、あるいは技術によって発生されたり、果たされたりするものだけでない。それは人間の努力や才能により生み出されるものであり、人の個性、動機、技量、経験等が影響する。

「The Task」は、政治的指導者の個性、社会の要請または将来的なビジョンにより決定され、環境に影響されるだけでなく、組織的な戦略により具体化される。

「The Organizational Context」は、社会の組織的構造やシステム、仕事の役割の定義等の要素により、創造性に影響を与える。

最後にこれら三つの要素は資本、情報、インフラストラクチャー、社会的価値といった「The Environment」のもとに存在する。

三つの基本的要素がお互いを重ね合わせ、その大きさの程度により景観設計における創造性に影響を与える。

4. ケーススタディー

次に、高知県のはりまや橋公園を例にあげ、マネージメントの点から創造性を考えてみる。

はりまや橋公園は、高知県の名所の一つである。改良前は大量の自動車交通と、橋の赤い欄干というミスマッチな物が混合され、公園は草が生い茂り、印象の悪い空間であった。改良後は交通と切り離し、見た目だけでなく、人々が気軽に休める公園と橋を一体化する事により、新たな印象を生み出した。

図3では、はりまや橋公園の設計において、三つの要素にあてはまる要因を示したものである。

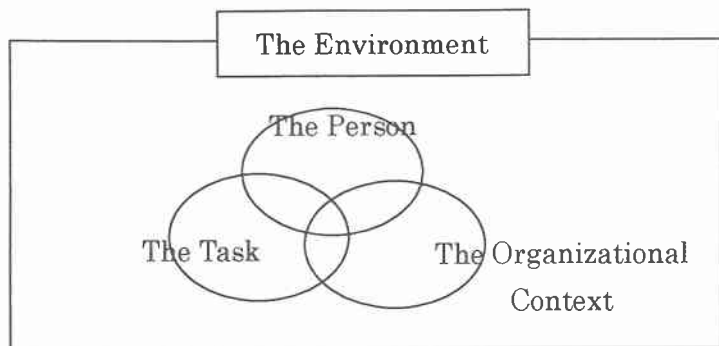


図2 創造性のマネージメントの枠組み

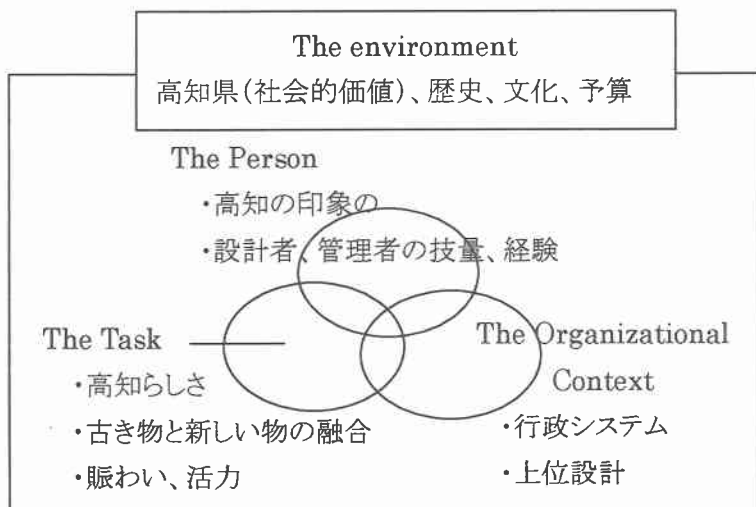


図3 はりまや橋を例とした創造性のマネージメント

5. 結論

既に地域のイメージが確立されていれば、その地方における個性(らしさ)を表現することは容易である。しかしながら、個性が創造力という複雑なプロセスの中で表現され、新しい概念として確立される事は大変難しい。それゆえ、創造性をうまく取り扱う事は成功のより重要な要因となり得るのである。創造性は、景観設計において新しい、なおかつ価値あるものを作り出すためには不可欠である。景観設計を行う際、創造性のマネージメントを行うことにより、問題点が明らかになり、デザイナーの力を引き出す環境が整い、良いデザインを生み出すことができる。

今後の提案として、デザイナーが創造性のマネージメントの作業を兼ねて行うのではなく、デザインとマネージメントの役割を分けて作業すると、個性の表現が確立しやすいのではないだろうか。

参考文献: Kao, J. J. (1991). The Entrepreneur, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1-28