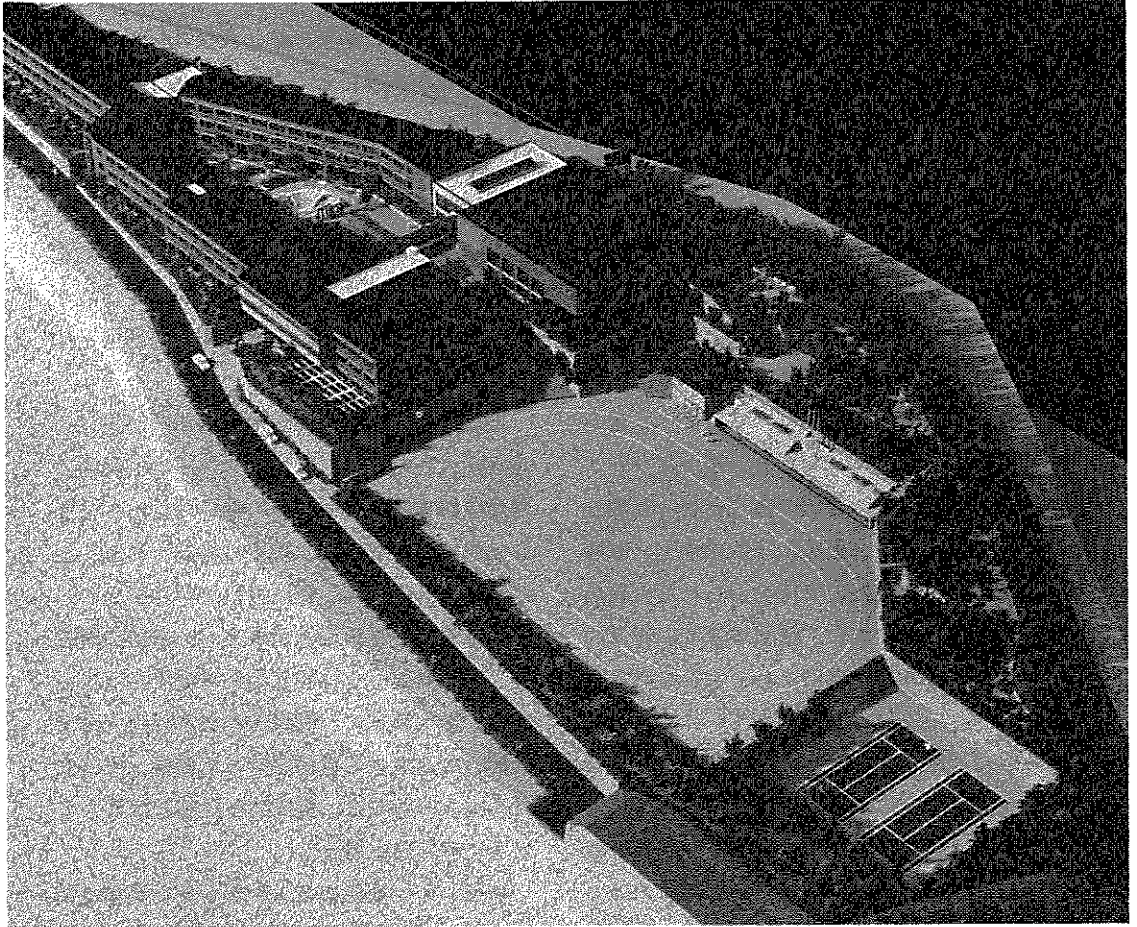


ARPA・K NEWS LETTER

地域計画・建築研究所



京都橘女子高等学校 キャンパスプラン 60年春開校をめざし工事監理中

アルパック ニュースレター もくじ

・ナポレオン、家康、そしてプランナー	2
・きんきょう ◦売れています、戸建てを越えたマンション.....	3
・旧刊新刊書評◦書評“電通”一職能論・再論	4
・まちかど ◦建築協定認可区域の標識.....	5
・一知半解 ◦家庭ごみの排出と商圏調査.....	6

NO. **4**

ナポレオン、家康、そしてプラナー

霜 田 稔

ナポレオンは天才だという。何が天才なのだろうか。

昨年、ベルギーの研究学園都市ルーバン・ラ・ヌーブを見学に行った折、ナポレオンの最後の闘いとなったワテルローをバスで通過した。観光ガイドを兼ねていたブラッセル大学の歴史学の大学院生に、「ナポレオンは何故闘ったのか、何が闘いの大義名分か」と問うと、一言のもとに「Just power」の返事が返ってきた。日本に帰って、ナポレオンに関する文献を読んでみると、確かにフランスの栄光、フランス帝国の確立といった理念がみられるだけで、家康の「欣求浄土、厭離穢土」のような庶民の支持を得られる大義名分に欠けている。また、征服地域での先進的な治政においても、特別きわだったものも少い。

これに比較すると、家康は「欣求浄土、厭離穢土」の理念に基づく人権的な統合を基本として、「闘い」の前後にその統一的な基本戦略が生かされ、その上での「戦術的な力による闘い」が展開されている。家康の闘いは、その闘いの広がりや統一性からみて、「ナポレオンの闘い」以上に奥深い。

ナポレオンの天才は、武力の衝突といった「闘い」の場面での、先進的なラインスタッフの乗馬による機動的戦術にあり、そのため、乗馬の伝令の範囲を越えて闘うという失敗故に敗退している。

さて、プラナーの仕事も、一面では戦争と似ている。計画には、現状の無意識な推移に抗して理念があり、理念をめざす多くの手段

として、事業、事業主体、及び人材の意識的な組織化があり、その動員をはたさなければならぬ。

最近、数十年前に係った琵琶湖東部内陸開発、播磨内陸都市圏計画等の地域開発を振り返り総括する機会があった。地域開発の政策大系作りをお手伝いしたわけであるが、数十年たってみると、すこぶる常識的な結果となっている。

地域開発のように、数多くの部門が関与する計画大系の場合には、まず第一に、計画の理念等が単純明快で寿命の長いスローガンでなければならないし、現実の動向と大きくかけ離れたものでは、長続きしない。第二に、計画を形成する政策とか事業も、単純な構成で、プロセスプラン的な大系でなければならない。また第三に、計画理念なり計画大系を継続的に追求する宿命を持った機構、及び人材を抜きにしては、長期的な計画とはならないということと思う。

ナポレオンを除いて、ナポレオン戦争を持続することは出来なかったが、家康は、徳川政権の維持をはかる集団を作ることに成功した。千里NTにしろ、筑波研学都市にしろ、それぞれに都市建設を宿命としたプランニング集団があった。そしてそれらを抜きにしては、今日の姿はなかったであろう。

地域開発事業も、あるいは都市開発事業も、やはり、人が作るものであり、その計画を達成する宿命を持った集団作りをはかるかどうかにかかっているのではないかと思う。

(しもだみのる 常務取締役)

売れています、戸建てを越えたマンション

—— マンション調査で感じたこと ——

伊 坂 善 明

物が売れない時代が来たと言われていました。その一つが住宅であり、住宅不況が長く続く中、私たち、都市計画に携わるものも無関心ではおれません。そんな折、「関西に、売りだすたびに完売のかかったマンション業者がいる」と聞きつけ、さっそく行ってきました。

場所は、尼崎市で阪急武庫之荘から車で10分余りの武庫川沿いに建つパレ武庫川プルミエール。田んぼのまん中に突然あらわれたという感じで、まわりの雰囲気とは異質な感じ。駅からは、50分に1本のバスしかないところなのになぜ売れるのか、ほんとうに不思議です。さて、このマンション、モデルルームの前には、「同業者の方歓迎します」旨の張り紙が貼られており、二度ビックリ。中に入ると、軽音楽がやわらかくつつみこみます。リビングルームだけではなく、玄関も、そしてお風呂にも造りつけのスピーカーが設置。そして台所、浴室、便所にも開口部が設けられ、明るいムード。寝室のカーテンのかけ方や、子供室のベッドの上のレースの天蓋などは、フランソワーズ・モレシャンのアイデアとか。さらに、日本で初めてマンション単位のCATVシステムも導入。暮らしの情報を居ながらにしてキャッチ。また外から電話で電気器具の操作ができるテレホンコントロールも。

その上、居住者サービスもこの売り物とか。一言で言えば、管理会社が便利屋も兼ねているという感じ。たとえば、電話1本で買い物、切符の手配、ベビーシッターの紹介まで受けられます。また近くの商店と契約して、

居住者は割引料金でしかもキャッシュレスで買物もできるそうです。

その他まだまだたくさんの工夫があります。そうそう、このマンション、市内のタケツという会社のもの。営業部長さんが、社長のマンションに対する考え方も紹介してくれました。

その1つ。高度成長の時代に作れば売れるという経験をしてきたマンション業者は、今でもそのままの体質で単なる箱しか売っていないことへの反省。車や家電のメーカーは、おどろくほどのノウハウを開発してきているのではないかと……。なるほど、あの居住者サービスの考え方もここから出ているのでしょう。

その2つ。マンションと言え、戸建て住宅に住めない人が住むところという考え方おかしいということ。マンションには、多くの人が高密度に住むという集住のメリットがあるのに、そのメリットが活かされていないという。CATVやテレホンコントロールシステムも集住のメリットを活かしたシステムなのでしょう。

都会に働きながら、住むところは戸建てという日本人の志向に疑問を持っていたのですが、ひとつの方向が示されているように感じました。

(いさかよしあき 大阪事務所)

旧刊新旧書評

書評 “電通” — 職能論・再論 —

糸 乗 貞 善

帯広告によれば「現代日本人の意識を操作し、『影の情報省』と呼ばれる巨大な仕掛人 DENTSU その実態にはじめて斬りこんだインサイド・ドキュメント」ということである。薄気味悪いような、あるいは他愛ないような電通の仕掛人としての面を追っかけてよく書かれている。

私は寡聞にして“ペイオペラクレス星人”なるものを、この本を読むまで知らなかったが、電通というところはこんなことまでやるのかという無気味さを感じた。子供たちは以外とこのキャンペーンにのっているのかもしれない。しかし今のところ私はペイオペラクレスラーメンなどいうものを見たこともないし、このキャラクターはそれほど売れていないのだろう。

“ジャパネスク”というのも傑作だ。「ロマンとか浪漫という言葉は古代ローマ帝国から派生したコンセプトです。世界第一級の先進国になったからには輸入のロマンでなく、日本独自の浪漫であっていい、そのコンセプトがジャパネスクです」と説明されているが、日本独自といいながら“にほん”とか“にっぽん”ではなく英語をもじった“ジャパネスク”というのが面白い。

とにかく取材は行きとどいてるし、面白い本であるが、私の興味を特にひいたのは「コーディネーター論」の下りである。前々号に職能論を書いたら少々話題にさせていただいた向きもあったようで、少し気にしているので興味をひいたのかもしれない。少し長いが引用する。

「『真の広告エリートはコーディネーターからプロデューサーに転じるべき、というのがぼくの主義なのだ』と肩を聳やかせた。従来の広告代理店というのは手数料をもらって、テレビや新聞の広告をつくったり、イベントを打ったりするだけで、たとえ製品の売れ行きが悪くても、イベントの入場者が少なくても損はしない。損をするのはクライアントであって、つまり広告代理店は“安心じるし”であり、本質的に無責任で、それゆえにクライアントや媒体に従属する存在から脱却できない。また、大きな稼ぎもできない。そこで『広告会社が真にテークオフする』ためには、自らリスクを背負うことが必要で、そのためには、コーディネーターではなく、カネの責任を持つプロデューサーにならねばならないのだという。『しかし、電通でこうした意識を持っているのは、ごく一握りで、大部分は“安心じるし”のミルクの風呂に浸っていますよ』」

これが40歳の社員の話である。当るべからざる勢いであり、プロデューサー論はもっともだと思うが、コーディネーター（調合屋）も必要ではないかとも思う。

このほかにも“責任三カ条”や“鬼十則”などに興味・共感をおぼえた。書評だけ読んですまそうという人のためにこれも引用しておく。

〔責任三カ条〕

① 命令・復命・連絡・報告は、その結果を確認し、その効果を把握するまでは、これをなした者の責任である。その限度内にお

ける責任は断じて回避できない。

- ② 一を聞いて十を知り、これを行う叡知と才能がないならば、一を聞いて一を完全に行う注意力と責任感を持たねばならぬ。一を聞いて十を誤るとき者は、百害あって一利ない。正に組織活動のガンである。削減せらるべきである。
- ③ われわれにとっては、形式的な責任論はもはや一片の価値もない。われわれの仕事は突けば血を噴くのだ。われわれはその日その日に生命をかけている。

【鬼十則】

1. 仕事ハ自ラ「創ル」可キデ、与エラレル可キデナイ
2. 仕事トハ先手先手と「働キ掛ケ」テ行クコトデ、受ケ身デヤルモノデハナイ
3. 「大キナ仕事」ト取り組メ、小サナ仕事ハ己レヲ小サクスル
4. 「難シイ仕事」ヲ狙エ、ソシテ之ヲ成シ

遂ゲル所ニ進歩ガアル

5. 取り組ンダラ「放スナ」、殺サレテモ放スナ、目的完遂マデハ
6. 周囲ヲ「引き摺リ廻セ」、引き摺ルノト引き摺ラレルノトデハ、永イ間ニ天地ノヒラキガ出来ル
7. 「計画」ヲ持テ、長期ノ計画ヲ持ツテ居レバ、忍耐ト工夫ト、ソシテ正シイ努力デ希望ガ生レル
8. 「自信」ヲ持テ、自信ガナイカラ君ノ仕事ニハ、迫力モ粘リモ、ソシテ厚味スラガナイ
9. 頭ハ常ニ「全回転」、八方ニ気ヲ配ツテ一分ノ隙モアツテハナラヌ、サービストハソノヨウナモノダ
10. 「摩擦ヲ怖レルナ」摩擦ハ進歩ノ母、積極ノ肥料ダ、デナイト君ハ卑屈未練ニナル
「電通」田原総一朗著 朝日新聞社文庫版
(いとりのさだよし)

ま ち か ど

建築協定認可区域の標識

三 輪 泰 司

全国的に「建築協定」が急速に増加しています。昭和25年の建築基準法制定以来、44年まで通算して6件ほどであったのが、45年7件、46年15件、47年40件、そして53年には100件を記録し、55年までに655件に達しています。(建設省編「日本の住宅と建築」)

住生活環境への関心のたかまりと、宅地の狭小化、用途の混在、日照・プライバシーなどの問題激化が要因になっていることは確かでしょうが、社会意識の変化が背景にあって新しい「契約型地域自活」が醸成されてきているのではないかとも思われます。

京都市内では今年の1月に10番目の建築協



定が認可されました。この標識は昨年3月認可された9番目のもので私の住んでいる町の隣のものです。私の町内では今年更新期を迎えいま着々と準備を進めています。

その中で起っていることなどいづれレポートしましょう。(みわひろし)

家庭ごみの排出と商圈調査

小泉 春洋

ある商業地の商圈調査には、来街者調査や訪問調査などがよく行われている。しかし、調査費用もかかりなかなか気軽には行えない。

話しかわが、家庭ごみの調査をしていると、そのごみの排出に青色の普通のごみ袋とともにスーパーの手下げ袋がよく使われていることがわかる。それも、表1に示したように地区によりその利用率は異なる。表中の深草地区は藤ノ森ダイエーのすぐ裏手にあり、スーパーの利用度は他の地区に比べて高いものと予想される。

さて、このようなごみ排出状況を利用するとスーパーの商圈をおおよそ把握できると考える。家庭からのごみは朝8時ごろには排出されているので、対象とする地域を早朝に歩

いて回わり目的とするスーパーの袋がどのくらい使用されているか調べることにより、商圈を描くことができるであろう。スーパーの利用度も各ごみ排出ステーションごとに全ごみ袋個数に対するスーパーの袋の使用率で表わせるのではないかと思う。

この方法で一般商店街の商圈を調査するには、1週間ぐらい全商店で共通の手下げ袋を買物客に配布することが必要となるが、それさえ行われれば手軽に商圈を把握することができよう。

なお、家庭ごみの排出は京都市ではビニール袋に入れて出すようになっているが、中にはポリバケツで排出するようになっていたり、水切りを奨励するため紙袋しか認めていなかったりするため、どこの市町村でも活用できる手段というものではない。

(こいずみはるみ 大阪事務所)

表1 家庭ごみの排出方法

(単位：袋、(内%)

地区	排出方法	ごみ排出用 ポリ袋	スーパー等 の手下げ袋	ダンボール箱	紙袋	その他	計
寺ノ内(町屋)		94 (77.7)	26 (21.5)	0	0	1 (0.8)	121 (100.0)
下鴨(戸建)		100 (75.2)	22 (16.5)	0	6 (4.5)	5 (3.8)	133 (100.0)
桃山(中高層)		64 (73.6)	18 (20.7)	0	0	5 (5.7)	87 (100.0)
深草(アパート)		47 (45.6)	51 (49.5)	1 (1.0)	3 (2.9)	1 (1.0)	103 (100.0)
西新道(住商)		82 (70.1)	22 (18.8)	0	11 (9.4)	2 (1.7)	117 (100.0)
計		387 (68.9)	139 (24.8)	1 (0.2)	20 (3.6)	14 (2.5)	561 (100.0)

ARPA・K (株)地域計画・建築研究所

ARCHITECTS, REGIONAL PLANNERS & ASSOCIATES, KYOTO

- 本社 事務所 ㊚600 京都市下京区四条通り高倉西入立売西町82 TEL (075)221-5132代
(大和銀行京都ビル8階)
- 大阪事務所 ㊚540 大阪市東区石町1丁目1番地 TEL (06)942-5732代
(天満橋千代田ビル2号館)
- 名古屋事務所 ㊚460 名古屋市中区丸の内3丁目18番30号 TEL (052)962-1224
(ツボウチビル6階)
- 九州事務所 ㊚810 福岡市博多区中洲中島町3-3 児島ビル3階 TEL (092)281-2349