



THIS IS IT

感性とまちづくり

KANSEI
×
MACHIZUKURI



「まちづくり」を wikipedia で検索すると「パズワード」と出てくる。つまり、明確な定義がなく、学術・専門用語ではないということだ。

しかし、それでもぼくは「まちづくりの専門家」であると言い続けたい。なぜなら「まちづくり」には、学術と「ユーザーの感性」とを繋げるダイナミックな営みが含意されていると、確信するからだ。

「まちづくり」という言葉は、都市計画分野から提案された。官主導のフィジカル・プランニングから住民主導の営みへの変化を目指して創られた言葉は、近年では「まち」の姿や暮らしせを変えていくしさやかな営みに対しても、用いられる。ぼくらが「まち」について語る際、それに抱く心象をも含めるので、この意味の拡がりは必然と言えるだろう。

つまり、「まちづくり」とは決して難しいものではない。例えば、あなたがデザイナーである前に「まち=社会」の住民の一員であること。そのクライアントもまた、「まち」を構成する一企業・一住民に過ぎないこと。そんな当たり

前の事実を自覚しながら次の世代に希望を託す、協働の実践と言える。

人手不足により疲弊した田舎の山林と水田が、自家のキツツキンの蛇口と繋がっていること。あなたが仕事でためた貯金が、イラク戦争に使われていたこと。あなたに広告デザインを依頼した有名店のコーヒ一杯の金額のうち、コーヒー農家が手にしているのは、わずか 2% 程度であること…。「まちづくり」は、住民(ユーザー)の感性に身を置き、それらの事実を無視しない姿勢から動き出す。

デザイナーは、「まち」を舞台にした様々な物語を記号に閉じ込め、最終的に世に放つ責任がある。「良い」と思えるデザインが、本当に「良い」のかと、一人の住民として問うことをあきらめてはいけない。あなたが一人の住民であることに気づき、デザインと「まち」とのささやかな接点を見出した時、それは「まちづくり」と呼ばれるものに値する。その営みが「普通」になつた時、ぼくは「まちづくりの専門家」と名乗ることを、やめるのかもしれない。



統合新領域学府 ユーザー感性学専攻
感性価値クリエーションコース 講師

田北 雅裕

Hashimoto Takato

【研究テーマ】

幸福感を基礎にした「まちづくり」の方法論の研究
熊本県枕立温泉街のまちづくり・情報デザイン

【キーワード】

まちづくり／地域文化デザイン
景観計画／情報デザイン