



山崎亮

上野で語る。100人で語る。
文化の杜の未来。

2016年3月27日 / 東京都美術館 MUSEUM TERRACE

僕は自分の仕事を「コミュニティデザイン」と呼んでいます。その最初のきっかけは、有馬富士公園の仕事でした。もともと公園を設計する側だったので、上野公園の歴史は専門家としてよく知っています。実はお医者さんに「この場所に病院を建てたらどうか」と相談をしたときに、お医者さんが「公園にしたほうがいい」と言ったことが上野公園の始まりだということがよく言われているんです。同時並行で、その何年か前に岩倉使節団が海外を見て日本に帰ってきたときに、アメリカにもヨーロッパにも公園があることに気づいたことがあります。それまで日本には公園がなかったので、近代国家をつくるために必要なくつかの要素のひとつは公園じゃないかという話が起っていました。そもそも公園ってなんだろうと政府内がざわざわしているときに、ちょうど海外から来たお医者さんが「ここに病院なんか建てちゃだめだ、公園にしたほうがいい」と政府に働きかけます。この動きが合致して、京都の円山公園などとともに、上野公園は日本で第1号の公園になりました。

西洋の公園はもともと狩猟をする場所でした。貴族が自然を残しておいて、そこで狩りをして遊ぶためにつくっておいたのがパークです。それを貴族だけが使う場所ではいけないだろうということで、「自分たちにも使わせろ」と市民が獲得したのがパブリックパーク、公園でした。つまりヨーロッパやアメリカでは、公園というのは市民が獲得したものです。日本ではどうかというと、公園さえあれば近代国家になれると思って真似をしてつくりました。だから公園とパークは同じ意味ということになっていますが、海外では市民が主体的に使いこなすということからスタートした場所である一方で、日本では政府が「これがあつたら近代っぽいよね」「かっこいいよね」ということでつくられています。それで日本の人たちは、庭園と同じように、芝生の中にはなるべく入らないように、花を愛でて、池の鯉は釣っちゃだめで、と使うことしかできなかったんです。

上野公園というのが上野「文化の杜」構想で、もし一皮二皮むけるとすれば、その皮は誰がむくかという、文化庁長官でもないし、大学の学長や美術館の館長でもありません。市民がもう一度公園を取り戻すことが必要です。西洋が150年前にやったように、我々の生活になくはならないものとして、市民が使いこなし始めることで、初めて日本に公園が誕生します。たぶんまだ日本に公園は誕生してなくて、行政が持っている「官園」と言ったほうがいいのかもしいですね。その中でも徐々に使いこなすのがうまい人たちが出てきて、今「都市公園法」という法律を少し変えた方がいいのではないかという

議論が起きるところまではきました。

市民が公園を使いこなし、来園者を喜ばせていく—有馬富士公園

そういうことで、僕は公園のデザインをしていたら、結局使いこなす人たちがいない公園をいくらデザインしても本当の公園にならないと感じて、デザインすることをやめ、むしろ公園を使いこなす人の組織をつくっていくことにしました。最初に経験したのが、冒頭にお話した有馬富士公園という公園です。この公園もやはり、庭園のようにつくってあって、池があり、森があり、遊具があり、そこで決められた遊びをするということになりそうだったんですが、近くの博物館の副館長が「もうそんな官園はやめておこう」と言いました。せっかく公園をつくるなら、市民が使いこなせるような場所にしようということで声をかけられて、デザイナーが初めてマネジメントに手を出します。これがきっかけでした。

例えばディズニーランドは、キャストがいるわけですよね。ミッキーやドナルド、音楽を演奏する人たちが「ようこそ」と迎え入れてくれます。でも公園にはそういう人がいないですね。美術館や博物館では館長がいて学芸員がいるのに、公園には園長がいないし学芸員もいない。そこで、有馬富士公園に「ようこそ」と迎え入れてくるキャストがいたらいいのではないかということを考えました。これが1999年のことで、2000年にキャストを集めました。公園の周りにいろんな活動されている方がいましたから、抹茶を点ててもらっても、歌を歌ってもらっても、写真を撮ってもらってもいいので、公園に来て「ようこそ」と迎え入れる主体になってください、と話しました。これまでその人たちは公民館などで活動していたのですが、それでは人目にも触れないし、仲間も増えないので、ぜひ公園に来てほしいと呼びかけたのです。

そしたら、公園の中の各所でそういう活動をする団体が出てきてくれて。例えば毎週木曜は凧をつくって凧揚げをすとか、日曜の午後になると夕方に星を見る会があって天体望遠鏡持ってくる人たちがいるとか、市民の方が公園の新しい使い方を示してくれるようになりました。そうすると来園者は、市民団体がやる活動に参加して、友達になります。そのうち100人にひとりくらいは「私も一緒に活動させて下さい」と言ってチームに入ってくるかもしれないですね。そんなことをやったのが始まりです。

公園にかっこいいデザインを置いても、有名にはなるかもしれないけれど、それで公園は本当に楽しくなるのかというと、そうではないかもしれないです。では誰が公園を使いこなし、公園を本来の公園に持っていくのかというと、市民自身が公園を使いこなし、来園者の方々を喜ばせていく、そういうことにつながっていくのではないかと思います。

上野公園にはいろんな美術館や博物館、動物園などがありますね。でもそれぞれの館がやることで精一杯になります。自分たちの仕事を何とかやろうと思うので、せっかく近くにあるのになかなか館同士が協力して一緒にやろうということになるのは難しいです。上野だけではなくて、全国がそうです。全国

の美術館や博物館、科学館も、それぞれ同じまちにいるのに、なかなか協力されません。でも市民としては、館同士が近くにあるんだから、ここに行ってあそこに行って、楽しんで帰ろうかなと思いますよね。市民は楽々とそのボーダーを越えていってしまうんです。なのでそれぞれの館を結んで、さらなる価値をつくれると、本当の意味で、世界で唯一の上野になっていくと思います。これは専門家の努力ももちろん大事だけれど、上野に関わる人たちの地域的な世論が、生活者の視点で「この方がよくないか」というのをちゃんと伝えて、市民から実行していってしまうということが、大事なんじゃないかなということです。

有馬富士公園は、実は兵庫県立の公園だけれど、中には市の博物館が入っています。そして「兵庫県立 人と自然の博物館」というのも外側にあります。でもこれを飛び越えてつなげていったのは、公園の利用者です。博物館や美術館の館長が、そうした市民の動きを応援してうまくつながる仕組みができあがっていたわけですね。市民の方々は必要なことをちゃんと語ってくださるんだということが、このプロジェクトに関わったときに感じたことです。

今日は詳しい内容は割愛しますが、有馬富士公園のプロジェクトのあと、「そんなことができるんだったら、例えばデパートを元気にしてくれないか」と言われて、三越が撤退したあとの商業施設で、いろいろなコミュニティの方が活動する場をつくることもやり始めました。デパートの中に小さな公園のようなものをつくったわけですね。それが鹿児島県の「マルヤガーデンズ」というもので、これも市民活動です。デパートに買い物のためだけに来る人はあんまりいないので、集会場にしようと思いました。集会場になったら活動しに来る人たちがいて、活動した帰りに買い物をして、お茶をして帰るといったような動きが生まれてきています。

あべのハルカスという、大阪の天王寺にできた複合ビルの中でも、こうした仕組みを入れてほしいと言われて、こちらは「縁活」と呼んでいるのですが、市民が関わっていく仕組みをお手伝いすることをやりました。

力を合わせて地域の課題を解決するファシリテーター職員—コープこうべ

あるとき、コープこうべというところが、「地域の役に立つことをやりたい」と言いました。イトーヨーカドーが翌日配達をやり始めたから、コープも翌日に配達をした方がいいんじゃないかというような議論をし始めたんですね。「そういうこと目指してたんちゃうやろ」と。そもそも生活協同組合ですから、地域の人が組合員になって、力を合わせて地域の課題を解決する組織です。そう考えたとき、アマゾンよりも安くとか、イトーヨーカドーよりも早くとかじゃないはずだということで、もう一度生協が地域の課題を

解決するためにどうしたらいいか、ということワークショップで話し合っ、職員の方がファシリテーションできるようになったらどうだろうとかという話をしました。

象徴的な話をすると、コープの宅配ってあるじゃないですか。あのトラックの扉開くでしょう。5人とか7人とかのチームのお母さんたちに、注文したものを渡すじゃないですか。そのときに、帰ろうとしたお母さんたちを呼び止めるドライバーになってくれ、と話しているんです。待ってくれたお母さんに「5分だけ時間を下さい」と言って、扉を開けると、そこには付箋が貼ってあるわけですよ。みんなに配って、「今生活で困っていることひとつふたつ教えてください」と言って、書いて貼ってもらうんです。「子育てしているんだけど、ちょっと出かけるときに預かってくれる人がいたらいいな」とか、きっとあるわけですよ。そしたら「7人でチームをつくって、1週間に1回私が預かります、みたいなことをしたらどうですか。そんな事例ありますか。次回までに調べておいて下さい」と言って、扉をボタンと閉じて次の配達先へ行く。こういうファシリテーションができるドライバーみたいなものが生まれたら、コープで買おうと思うじゃないですか。そのドライバーから買っていたら、地域の課題がひとつずつ解決していくわけですよ。イトーヨーカドーは確かに明日届けてくれます。でもコープで買う意義が出てくるんです。コープはそもそも組合で、力を合わせて地域の課題を解決していこうと思ったわけだから、それを現代的に読み替えたらどうなるんだろうということを、コープの職員と共有し、地域でファシリテーションをやることを進めていたりします。

地域の人が開く、3時間限定の寺カフェー真宗大谷派根室別院

本当に何屋さんか分からないぐらい、いろいろなところに入出入りしているのですが、浄土真宗のお寺から頼まれたこともあります。「お寺に地域コミュニティがくれなくなっているのでコミュニティデザイナーに手伝ってほしい」と言われて、北海道の根室市まで行きました。

現在65歳まで生き延びた人が平均的に何歳まで延びるかという、ほぼ90歳までは生きるそうです。だから100歳まで生きる可能性もかなりあるわけですよ。そういう時代を僕らは生きるんです。何よりも健康に90歳まで生きていくということが大事です。そのことを誰がどこで話し合うのかというとき、寺がいいのではないかとということで、寺をカフェにしていくことになりました。寺の周辺の住民とワークショップをして、どんな機会があったら寺に入りやすいかということを話し合いました。今、寺で和風スイーツをつくっている団体がいたり、ヨガ教室をやろうとしている団体がいたりします。

寺は結構使っていない時間帯があるんですよ。本堂も9時から12時全部使っていないですし、広間になると、何かイベントがないと使わないことになっています。その空いている時間で、カフェにしたらいじゃないかということで、間仕切りを置くとカフェになって、13時になったらまた本堂に戻るようにしたんです。3時間限定で毎日カフェにして「カフェだったら気軽に行けるね」と思ってもらえるような場に

ています。何回も通っている間に、だんだん人生について相談が出てきたときは、ありがたい話が聞ける、そうしたバックグラウンドがある寺カフェがあってもいいんじゃないかということでやっています。今ひとつの団体は、ラテアートを頑張っていますよ。「ラテ」ってカタカナで書いて、和風に右から読むと「テラ」になるじゃないですか。なかなか、とんちのきいたラテアートを始めています。市民ってそういうことできるんですよ。お寺の人は全くそんなことを考えてなかったと言っています。こういうことを市民がどんどんやるようになってきたというのが、コミュニティデザインという仕事をやっていて面白いと思うところです。

人生のことについて考える市民チームのつくりかた—「2240歳スタイル」

秋田市ってご存知ですか、エイジフレンドリーシティと呼ばれています。年をとっても一緒に仲良く暮らしていきましょう、安心して徘徊できるまちをつくらうとしているんですね。東京でそんなことをするのは難しいでしょう。さっき言ったみたいに、上野公園だったら毎日散歩しているおじいちゃんやおばあちゃんが出て、その人と上野公園に関わる市民が知り合いになって、その人が認知症になったら認知症になったことも知っていて、声をかける。そんな地域になったら世界の上野公園ができあがるような気がします。今はまだ誰が道を歩いているかわからないし、挨拶もしないみたいなことになっていますけれど、そういう地域をつくることができたらいいですね。

東京は本当に難しいかもしれないですけど、秋田ぐらいの規模だったらできるかもしれない、ということで秋田市はエイジフレンドリーシティというのを目指しています。健康ってただ病気がないということではなくて、幸福でないといけませんよね。健康づくりというのは病気がなくなるだけでなく、幸福な状態をつくることだとすれば、今、病気がなく幸福に生きている高齢者から学んだ方がいいじゃないですか。そこで健康な高齢者のことを、先輩と呼ぼうと思ったんです。

それから、人生の先輩に学ぶ幸福な生き方をどうやって学んだらいいのかということを考えました。本を読んで学ぶ、先輩の話聞く、あるいは展覧会をして展示を見る。そうではなくて、市民自らが先輩を取材して、取材した内容を自分たちでまとめて、展覧会を企画して、準備をして、できあがったときには自分たちが案内して、それで仲間をつくっていくということが、ものすごく学びになるんじゃないかと思ったんですね。学びを最大化させるためには、住民参加型の展覧会づくりがいいのではないかと、秋田市の職員に集まってもらって、ワークショップをやって、どんな展覧会にしたら人生の先輩たちの生き方がみんなに伝わるだろうということを話しました。

何でそんなことをやるのかというと、ラーニングピラミッドというのを頭に描いているからです。講演会で話を聞くだけでは1週間後、頭に5%しか残りません。今日僕が話したことを1週間後に覚えていることは、この内容の5%だけです。「山崎ってやつがいた、大阪から来ていたらしい」これぐらいですね。

講座とか講演はそういうものなんです。それよりは僕の本を読んでもらった方がまだ少しマシで、10%残ります。でももっと残るのは視聴覚、デモンストレーション、グループ討論をしてもらうことです。そうすると合計50%残ります。聞いたこと自分が思ったことを頭で整理して語ってみると、1週間後でも半分ぐらい残っています。さらには他の人に今日あったことを教えたと、90%ぐらい残るといいます。人に語らないといけないんです。今日何の話をしたか、家に帰って家族に言う、友達に言う、職場の人に言う。そうすると聞いたことは90%残ります。他の人に教えることによって、脳にこびりつくんですね。講演会というのは皆さんには5%しか残らないです。しゃべっている方は90%残るんですよ。だから今回秋田市で講演会をやるのをやめたんです。自ら企画して、学んで、話を聞いて、まとめて、展覧会つくって、案内役になって、教えてもらいたい。これを全部したら、幸せな先輩たちのことを一生覚えていられるだろうと思いました。

秋田県立美術館という、建築家の安藤忠雄さんが設計したところがあって、ここで「2240歳スタイル～時間を味方にする人生の先輩たち～」という展覧会をやることにしました。29人の先輩が協力してくれて、その年齢を全部足したら2240歳だったんです。2240歳から何を学ぶかということをやりました。

市民のチームをつくったら、そのチームにそれぞれ名前を付けて、リサーチをかけます。とにかくヒアリングです。先輩に何度もヒアリングをして、自宅の調査、スーパーの調査、何を買っているのか写真を撮らせてもらいます。市民チームでヒアリングに行くと、「展覧会やりますからね」と言うと、「よし、こういうのを載せてやるわ」と先輩は言ってくれるんです。でも「やっぱり、やめます」と心変わりするんですよ。そうしたことがものすごく多くて、するとまた新しい協力者を探します。4回通うまでは玄関までしか入れてくれないおっちゃんがいるかもしれません。でも5回目によやく家にあがらせてくれるようになるんです。まず信頼関係が大事ですね。信頼関係ができると家計簿を見せてくれたり、冷蔵庫や筆筒の中身も見せてくれたりします。そうしていろいろやって、美術館の中で展示をやらせてもらったんです。重ね着している下着とか、スーパーで買ったもの、冷蔵庫の中身、「おかんアート」みたいなもの、チャルメラをつくるまでの映像や、ある人の部屋のコックピットをまるまる借りてくるということもやりました。実際に展覧会がオープンすると、先輩たちが何度も足を運んでくれるようになるんですね。本人が展覧会に来て、説明してくれて、先輩たちはすごく喜んでくれているようでした。

実はこれ、展覧会をやること自体が目的ではないんです。これは会期12日間で終わったのですが、我々がやりたかったのは、そういうことを考える伝道師になるような、しっかり人生のことについて考える市民のチームをつくりたかったんです。

展覧会には1646人来場してくれましたね。まずひとりで来て、次に自分の親を連れてくるというリピーターが多かったです。若い世代には新鮮に映って、中堅の世代には共感されて、先輩の世代には励みになるということでした。秋田市内の他の地域でも巡回展をしていこうということになっていますが、もしかしたら東京でこういうことをやった方がいいのかもしれないですね。東京の高齢化はものすごいことになっていくというデータが出ていますから。東京の高齢者と秋田の高齢者の比較展をやってみたらま

た全然違うかもしれないですね。

文化ってカルティベート(=耕す)、カルチャーと言いますが、毎日耕していくことが蓄積して文化になっていくんです。毎日やっていること、そこにある種の小さな文化が生まれてきているというのをこの展覧会で感じました。東京で高齢者の先輩たちは一体どんな文化をつくっているのかということを知っていくと自分たちの人生を考えることにもなりますし、やる意味もあるだろうなと思いますね。それを専門家だけでつくるのではなく、参加型でつくっていく。その方が学びを最大化できるし、その人たちがいろんな方々に語ってくれるので、波及効果も大きくなります。展覧会に1回来た人たちが語れることによってそんなにないですけど、ここに参加してくれた人たちというのは、相当語れる人たちになってくれるんじゃないかなという気がしています。

楽しさと面白さがつなぐ、市民の力—「しまのわ」

「しまのわ」というイベントは規模が大きいんですよ。広島県と愛媛県全部を使ったイベントです。瀬戸内海の離島にいろいろ面白いおっちゃんやおばちゃんがいるので、「人に会いに行く旅」というのをやりました。半年間かけて450万人が来ましたね。地域に入ってキャラの濃いおっちゃんやおばちゃんと知り合う。どんなイベントをやるのかというと、小さなイベントです。先ほどから紹介しているような、地域の人たちがこんなことをやったら喜んでくれるんじゃないかと思うことを、少しずつ1年間かけて準備をして、自分たちができるイベントをやっておもてなしをするということです。

「音戸のおかんアート美術館」もそうです。これは広島県の音戸という地域の70歳ぐらいのおばあちゃん5人組が企画しました。「しまのわって聞いたから私もやりたい」と言って、相談会に来ました。「私たちの地域は景色がきれいだからまち歩きをやりたい」と言うんです。「困っていることはありますか」と聞いたら、「トイレがない」と言うんですね。トイレをつくる予算なんてありませんから、こちらで準備することはできないので、「とにかくみなさんの知恵を出し合いましょう」と伝えたら、「うちの家のトイレだったら使ってくれていい」とひとりのお母さんが言ったんです。

それならばトイレをチェックしに行きましょうということで、家に行ったんですよ。そしたら家の中に、「おかんアート」がいっぱいあったんです。ヤクルトの空の容器が捨てられないと言って、きれいに洗って一輪挿しをつくったり、布が余ったからと小さい帽子みたいなものをつくったりしていました。それで、1週間限定のおかんアート美術館にすることにして、民家を5人のおばあちゃんたちで「おかんアート美術館」にしました。「こんなの人来ないわ」と言っていたんですけど「10人来たらいいじゃない」と言っていました。おかんは来てくれた人にお土産を渡したくてしょうがないんです。最初人があまり来ないだろうと思って、色紙でつくったおみやげ用の箱を30人分ぐらい用意していたんですが、1日で軽く30人を超えたんです。だんだんびっくりするくらい人が来て、想定外の展開になって、おかんだけでなく、おともも巻き

込まれていきます。いつのまにか軒先に「おとんアート美術館」もできるようになります。

7日間で来場者数はなんと800人になりました。1日100人以上が人様の家に上がり込んでくるということになっているんですね。お母さんたちもびっくりしたみたいです。来場者の95%が女性で、95%のアンケートが「満足した」と答えています。これが特徴です。プロがつくった企画展はもちろん面白いですが、でも市民が市民のためにやっているものは立場交換の可能性がありますから、感謝しか生まれませんよ。満足しか出てこないんです。ここに、例えば「家が寒かった」などと文句を言う人はいません。だって相手も市民なんだから。ここがコミュニティデザインでイベントや展覧会をやるときの大きな特徴かなと思います。

広島県広島市安芸区には、狼煙を上げたいというおっちゃんのグループがありました。発煙実験というのを絵下山という山の中でして、何度も狼煙を上げていたら、いつの間にか向かいの島から応援狼煙が上がるようになったんです。これは面白いということで、狼煙でどんどんつなげていく、狼煙リレーをすることになりました。結局広島の絵下山の山頂から出発して愛媛県まで57箇所を、狼煙のリレーがつなぐことになりました。頼んでないんですけど、山口県でも6団体が上げてくれることになりましたね。市民の力です。さらにいろんな人が出てくるんですよ。狼煙音頭という音頭をYouTubeにアップした振付師の方がいて、市民の方々はYouTubeで狼煙音頭を練習して、山頂で踊ってから着火すると。こんなことが連鎖していくというのが市民の力です。誰かがひとりに声をかけてやるというよりは、面白いということで人がつながっていくということですね。正しいということを前面に出してもなかなか一緒にやってくれないんですけど、「楽しい」「おもしろい」という感性の部分はすごく大事です。社会的に正しいこと言っても、なかなか誰も手伝ってくれないですから。「狼煙リレー」も裏の意義としては正しいことを入れてもらっているんですよ。山頂で上げることになっていて、火が燃え移ったら困るから、1ヶ月に1回狼煙を上げるために草刈りをやるんです。山頂の狼煙を上げることによって、税金を使って掃除する必要がない場所が、57箇所に増えているんです。今もっと増えていっています。「広島発平和の狼煙」ということで、地球一周させたいみたいです。これも、ふたりのおっちゃんから始まったことですが、徐々にチームが増えていくということになっていますね。

ひとつの美術館でやれること、地域の人たちが協力できること、公園でできること、さらに東京都よりも広い地域でできること、いろんなことがあります。地域の人たちがつながっていく、立場やあるいは制度を軽々と飛び越えて、「おもしろいやん」「やる意味があるやん」と一緒にプロジェクトをやっていくことが、豊かな地域をつくることになるんじゃないかと思いますね。それぞれの館が言うことを聞かないとか、予算がつかないとか文句を言うのもいいけれど、気運を市民でつくって、実際に動き出しちゃうことが、上野の杜を本当に世界で唯一のものに変えていくことになるんじゃないかという気がしています。



[編集] 福井尚子 [編集協力] 米津いつか (ノマドプロダクション) [デザイン] 安藤次朗