

「観光資源としての建築の可能性」～JGAの一級建築士3名が建設通信新聞で語る！～

(一社) 日本観光通訳協会 JGA

この度、当協会正会員で一級建築士である3名様が、建設通信新聞に特集記事「観光資源としての建築の可能性 上・中・下」と題し、3回連続の特集記事として大きく掲載されました。同新聞社のご許可を得てご紹介致します。

日本建築は「観光のまなざし」との観点から、観光資源として大きな可能性を持ち、その特質をストーリーにして語る事で日常と異なる景色と文化の魅力を紹介する3氏の1級建築士と全国通訳案内士としての経験満載の魅力ある記事です。

事務局にも掲示してあります。

≪登場者≫

枝川裕一郎	氏	(正会員・東京・英)	一級建築士
溝口 義博	氏	(正会員・千葉・英)	一級建築士
鈴木 孝志	氏	(正会員・埼玉・英)	一級建築士

≪掲載先≫ 建設通信新聞

▶第一部 2020年2月26日(水)付

枝川氏インタビューで、観光学の名著“The Tourist Gaze(観光のまなざし)”から発して、海外から来られる観光客の「日常からの脱却」の手段、対象として、文化性の異なる日本の建築が如何に有用かという同氏の持論から始まりました。

▶第二部 2020年3月04日(水)付

建築のプロでありガイドである溝口氏、鈴木氏のインタビュー。実際の建築ガイドにおける様々な経験を通して、観光と建築の結びつきについて語りました。

▶第三部 2020年3月11日(水)付

「観光資源の発掘と磨き上げ」に取り組む観光庁観光資源課に、文化財、古民家、城郭等の建築物を活用した取り組みを中心に、現状と今後の展開についてインタビューされました。

日本建築は『観光のまなざし』の対象そのもの

日本建築はインバウンドの観光資源として大きな可能性を秘めていることは間違いない。では、海外からのツーリストに価値を理解してもらったためには、何が必要なのか。ここでは、観光学の名著『観光のまなざし』(The tourist gaze)と日本建築の特質などを聞いたインタビュー、建築専門家のツアーの現場で活躍する元ゼネコン社員の話、観光の取り組みの3回で連載する。



〈 上 〉

インテグレイテッド・ファシリティー・マネジメント(統合型FM)を手がけるグローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス社長の枝川裕一郎氏は、インバウンドの取り組みとして建築が重要な観光資源になることを主張し続けている。最近では本業と並行して、前職の三菱地所設計での豊富な設計経験と小さいころからの観光への強い関心を基に、日本建築の特性を「部分から全体へ」という独自の視点でもとらえた英語の論文をまとめ、書籍としても出版した。全国通訳案内士の資格を持ち、この10年ほどは、同案内士や北欧などからのインバウンドに対

して日本建築の特性を講義するなど、実践にも積極的だ。「観光学の名著『観光のまなざし』の観点は、まさに日本の建築にそっくり当てはまる。それを世界にアピールするのは建築家の役割ではないか」。そう話す枝川氏に観光資源としての建築の可能性などを聞いた。

建築家には説明する役割があるのでは

枝川氏は建築と観光についてこう話す。「『観光のまなざし』は観光客が求



グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス社長、博士(工学)、元三菱地所設計

枝川 裕一郎氏に聞く

(えだがわ・ゆういちろう) 1948年神戸市生まれ。カリフォルニア大学バークレー校留学を経て、74年東大工学部建築学科卒業、同年三菱地所設計部門入社。2001年三菱地所設計設立に伴い移籍。08年執行役員大阪支店長を経て退職。09年ビル代行取締役、15年グローブシップ設立常務取締役、16年からフランスの世界的大手FM会社ソデクソとの合併で設立した総合ファシリティーマネジメント会社、グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス代表取締役社長

めているものが何かを論述した名著。そのなかで、観光について、日常とは異なる景色や文化などに触れることで感受性が触発され、感動を覚えることだというようなことが書いてある。日本の独自性は西洋だけでなくアジアから見ても際立っていて、そう考えると日本は「観光のまなざし」の観点から魅力大と言える。実は建築がその独自性をとても良く伝えていて、しっかりとその素晴らしさを説明できれば、大きな観光資源になると思っている」

現在も観光で建築の存在はそれなりにあるが、観光ガイドは「この建物はいつできて、誰がつくったかなど通り一遍の説明をする程度。専門性が乏しく仕方がないことだが、とてももったいない。とりわけ海外の観光客によりアピールするためにはそれなりのレベルでなるほどと思わせる説明が必要になる。それを説明する役割は、建築家にあるのではないかと考えている。それが私の出発点でもある」と現状を指摘する。

日本のインバウンドはわずか10年ほど前、年間700万人程度だった。それが2013年に1000万人を超えた後、18年に3000万人超と一気に増えて、20年には4000万人超を目指している。

「4000万人というのは世界の観光統計から見ると、最大の観光地であるフランスの約半分はまだ迫る数字。ヨーロッパの真ん中という好立地で文化も成熟しているフランスと比べて、日本の地理的条件を考えたら画期的なことといえる。自然景観、文化などで日本にはそれだけ魅力があるということ。これを一過性のものにならないために、建築の専門家として建築文化の魅力付けをこのタイミングでしっかりと根付かせたい」

枝川氏は小学校時代をアメリカで過ごし、グラントキャニオンやニューヨークの摩天楼など世界的な観光地を旅するなかで、まさに「観光のまなざし」が自然に養われたようだと言分析する。「大学（東大）では建築を勉強しな

特質の裏付けを独自理論でストーリーに

スウェーデンの建築ツアー企画会社が主催したセミナーで講演する枝川氏。ストックホルムのシネコンを貸し切って開催、地元建築家中心に120席が満席に。講演内容は非対称、奥性など日本建築の特質とそれ元となる日本人の考え方について



がら観光への思いが強くなって、通訳案内士のライセンスを取得し、三菱地所設計に入ってから建築と観光で何か結びつかないかを時折考えていた。そして、退職する時に、代表的な日本建築を紹介する写真集『Japanese Identities』をドイツで出版した」

「部分から全体へ」の 論理が海外から評価

現在の会社の前身であるビル代行に移ってからは、本業と並行して通訳案内士に日本建築の特質を伝える研修を本格的に始めた。さらに、写真集でも少しは触れていた日本建築の特質について、よりロジカルに踏み込んで日本建築を解説できる術を得たい、また自分自身が考える論理を客観的に評価してもらいたいと思い、東大の隈研吾教授を主査に博士論文を書き上げた。これはその後、日本では『日本建築の特質と心』として、また欧州では『Japanese Creativity | Contemporary Architecture in Japan』として出版され、「自分自身の大きな力になった」という。

「『Japanese Creativity』の主題は『部分から全体へ』と構築される日本建築の特質だ。日本には『奥』という概念がある。これは目の前のこと、あるいは細部という部分から構築することで生まれる日本特有の概念だ。銀閣寺、桂離宮、明治神宮、太宰府天満宮、あるいは現代でも隈研吾氏の根津美術館などがこの奥性の『演出』を取り入れている。曲がりながら進む参道や高低差のある太鼓橋などで本殿がどこにあるかわからない。すぐにはアプローチできない奥深さの空間づくりは、世界のスタンダードである全体像を見せてから部分へ進むつくり方とはまったく逆の考え方だ。非対称の建築も部分から全体へという考え方で説明できる」

こうした日本建築の特質を一つひとつのストーリーとして説明できることが興味をそそられるが、枝川氏は著書を基に何故そうなるのかストーリーをつくって、通訳案内士や海外からの設計事務所の建築ツアーなどの研修や講義に活用している。

海外建築ツアーへの講義は5年ほど前、スウェーデンの旅行社が枝川氏の著書に関心を持ったのがきっかけとなって接点ができ、現在は年間にいくつもの設計事務所が日本を訪れる。スウェーデンのある建築家が枝川氏の著書を読んで「日本建築を研究をしているが、日本らしさが書かれている本は確かにあるが、どうしてそうなっているのか言及しているものを見たことがない。『Japanese Creativity』はそこに踏み込んでいる」と直接感想を話してくれたという。「これはわたしの本懐でもありうれしかった」

こうした海外からの建築ツアーは年々増えており、現在、日本観光通訳協会所属の通訳案内士で、1級建築士として専門知識を活用して対応できる人が元ゼネコンの2人しかおらず、多忙を極めているという。2回目はその2人の話から現状と実際の活動を紹介する。