

---

## 住まいの社会的意義

---

### —— 地域木造住宅等の地域貢献度調査結果 ——

#### 地域貢献度は60%、45%、30%

これまで、日本における住宅事情、そしてその変化と社会的背景、さらに家づくりそのものの変遷と現状を述べてきた。それらとともに、添付資料の「地域貢献度調査・研究」を見ると、地域木造住宅の地域経済への貢献度（経済的意義）が浮かび上がってくる。調査結果は、住宅が担う地域社会での経済的意義を、ひとつの数値化されたデータとして捉え、わかりやすく示したものである。つまり、住宅にまつわるお金の流れを、地域貢献度という指標により噛み砕き、明示している。ここでは、その調査結果の概要、さらに住宅の経済的意義とともにもたらされる社会的意義について触れてゆく。まずは、各社工事費の地域貢献度算出結果を以下に示す。

#### 資料1：地域貢献度 工事費総合ランキング

住宅形態	事業者	地域貢献度
①	A	64.09
①	B	64.02
①	C	61.78
①	D	61.52
①	E	60.05
①	F	58.85
①	G	58.20
①	H	55.65
①	I	55.30
①	J	50.96
①	K	49.56
②	L	45.71
②	M	44.85
②	N	39.50
③	O	33.60
③	P	31.28
③	Q	18.01

## 資料2：調査対象事業者の内訳

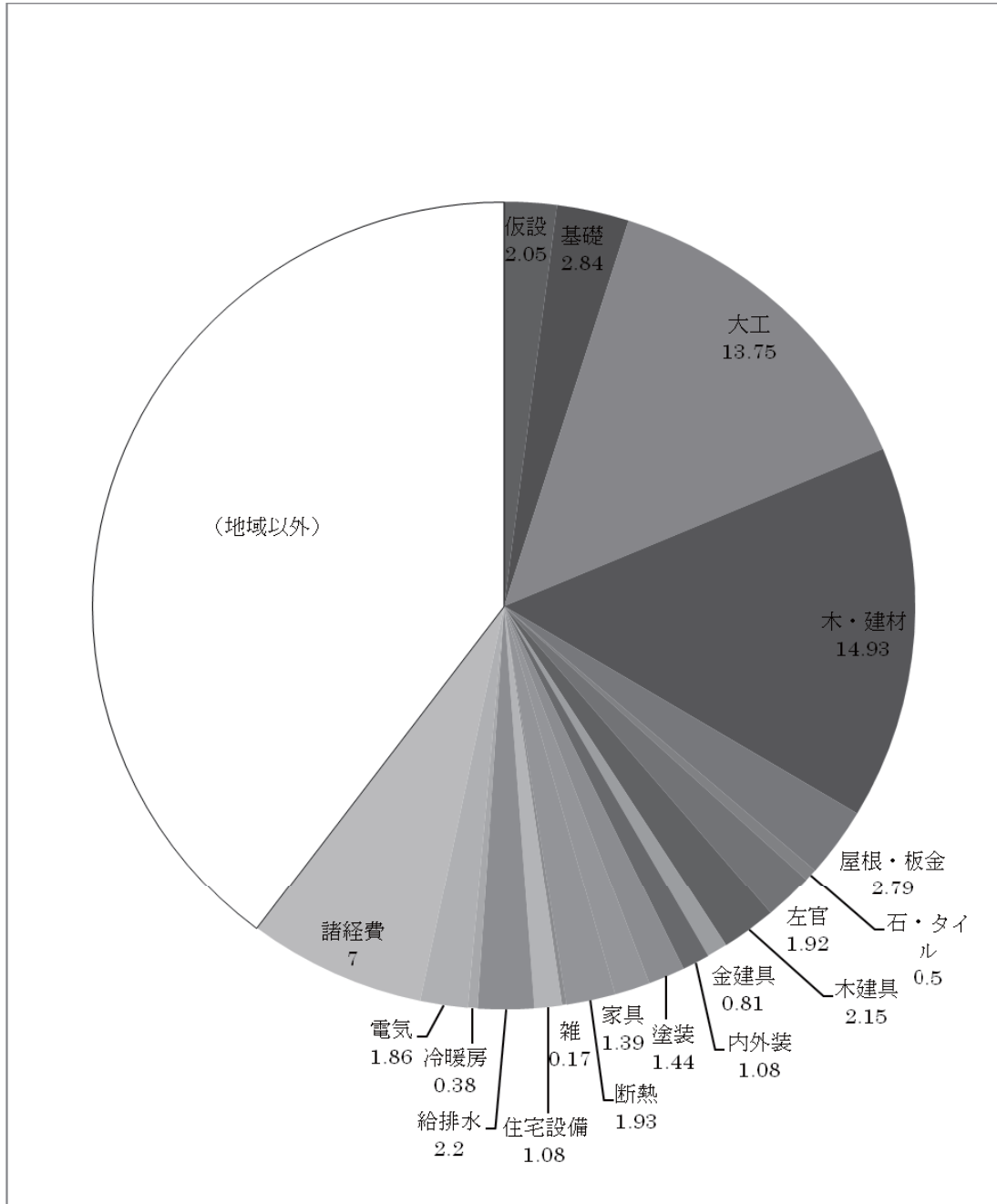
住宅形態を示す番号	住宅形態	調査対象事業社数
①	地域工務店 (地域木材多用タイプ)	11社
②	地域工務店 (地域木材非使用タイプ)	3社
③	ハウスメーカー	3社
合計		17社

- ※ ①: 県産木材を積極的に使用した住宅を建てている信州木材認証製品センター会員および県下一斉信州木の家見学会参加事業者
- ※ ②: 一般流通木材を使用（県産木材不使用）し、新建材を標準的な仕様とした住宅を建てている事業者（中には通常県産木材を利用しているが、今回調査用に一般流通材や新建材を多用した住宅データを提出した事業者を含む）
- ※ 資料2は資料1の調査基礎データとして使用。また、以降に示す表やデータ内の①～③の数字と色分けは、本資料にある住宅形態の別を明確に示すため引き続き採用する

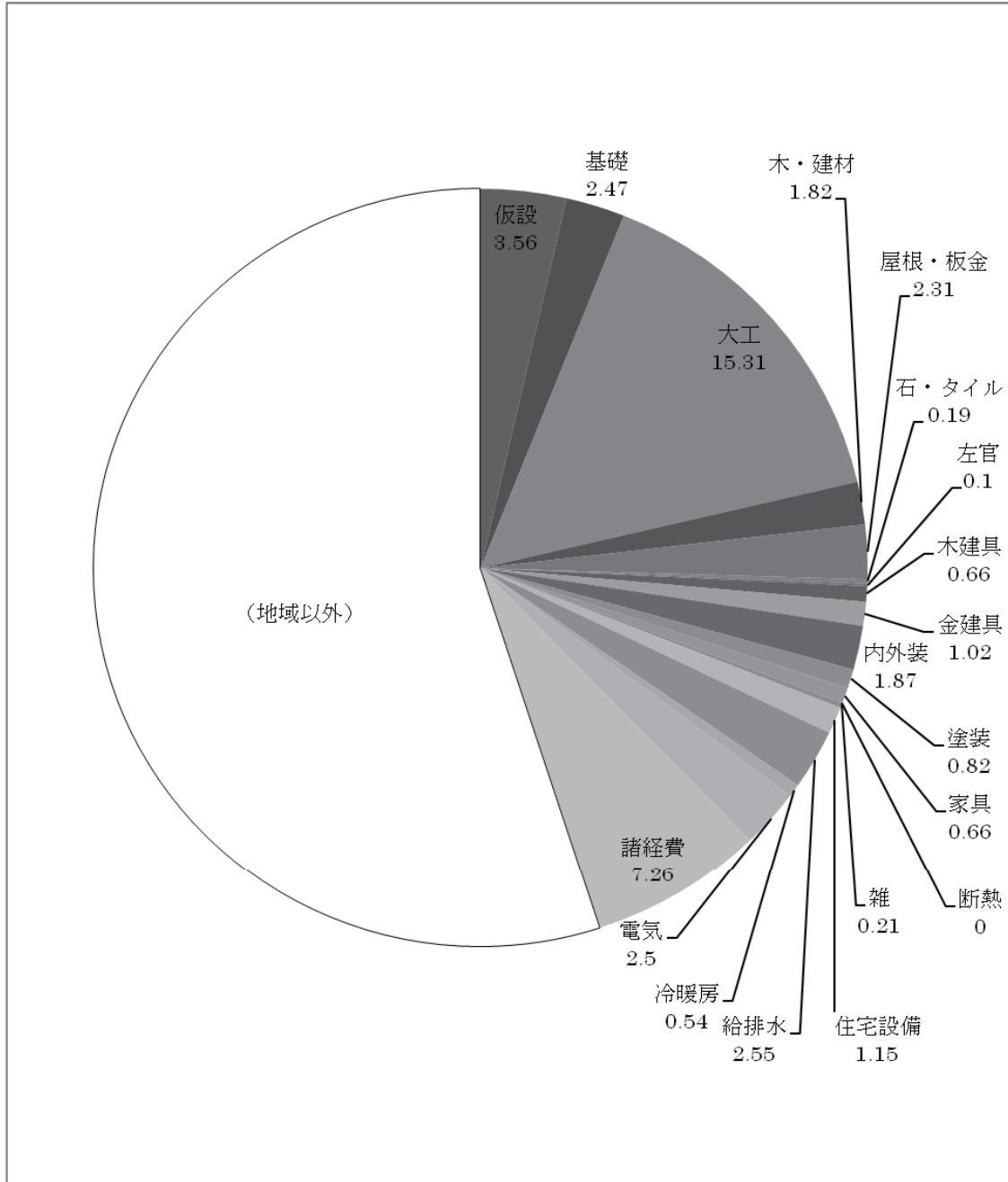
地域工務店（①）が手掛けた地域木造住宅（地域木材多用タイプ）の貢献度（数値は100を最高値とする貢献度の割合で、地域に落ちるお金が多いほど貢献度が高くなる）は、おおよそ50～65%・平均値58.18%→概ね60%、地域工務店（②）が手掛けた住宅（地域木材非使用タイプ）はおおよそ40～45%・平均値43.35%→概ね45%、ハウスメーカー（③）が手掛けた住宅はおおよそ20～35%・平均値27.63%→概ね30%という結果となった。ただし、この結果をすべての事業者に当てはめて考えるのは横暴であるが、実例として地域貢献度の差を示すひとつの指標とすることは可能であろう。

調査結果の考察の中で、次に注目するのは、工種別の地域貢献度である。先に指摘したように、最終的に住宅全体の地域貢献度には、住宅づくりを請負う企業の事業形態によって差があり、3タイプ別にひとつの傾向を見てとることができる。調査は、建物全体に占める各項目の工事比率に、材の出所と該当工事に必要な労務（人件費）の割合から算出した地域由来度（県内に落ちるお金の比率）を乗じ、地域貢献度を導き出したもので、3タイプ別の工種ごとの地域貢献度を円グラフにしてみた。では、このデータから具体的にどういった住宅づくりに関わる工事内容が地域貢献度を高めるのかを見てみたい。

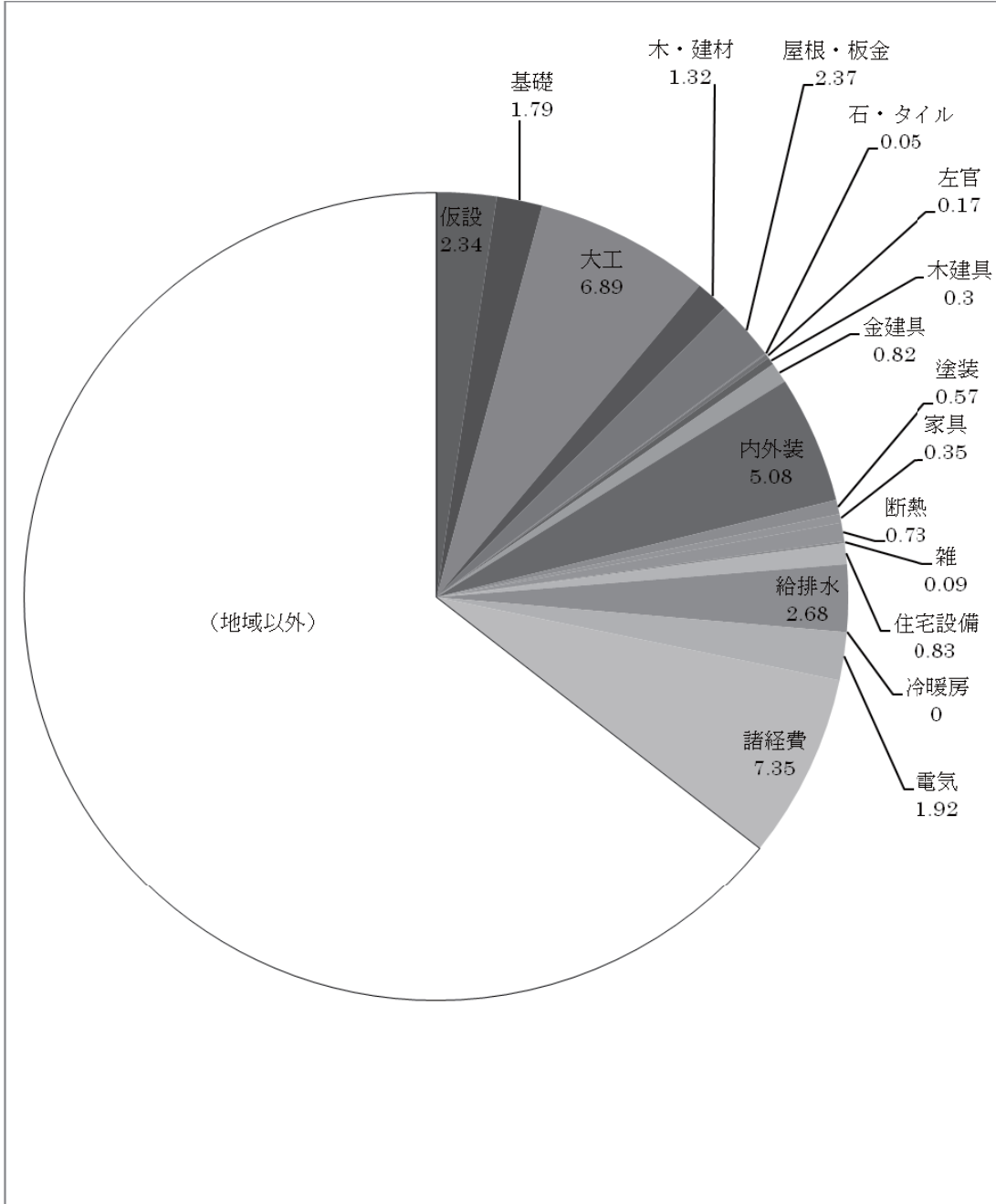
① 地域務店（地域木材多用タイプ） 地域貢献度グラフ



②地域工務店（地域木材非使用タイプ） 地域貢献度グラフ



### ③ハウスメーカー 地域貢献度グラフ



### 地域材使用は、地域貢献度が極めて高い

3つの円グラフからまず読み取れるのは、3タイプとも白色部分の地域以外＝地域に流れるお金のウェートの大きいことである。その内訳は、地域木材多用型地域木造住宅が約40%、地域木材非使用地域木造住宅が約55%、ハウスメーカー住宅等が約70%である。その大半は県外由来の建材が占めるほか、ハウスメーカーの工場生産コストであったり、本社経費であったりするものと考えられる。ここからも住宅部品の影響力がいかに大きなものであるかがうかがえる。

次に地域貢献度の数字に注目する。各3タイプの建て方別地域貢献度は見ての通り。違いは歴然としている。この中で最も地域貢献度の高いのは、地域木材多用住宅の約30%という値である。このうち最も注目されるのは、木・建材費のウェート14.92%である。これは同じ木造住宅でも、地域木材を使わないケースの木・建材費の1.82%に比べ、地域材利用がいかに地域貢献性が高いかがよくわかる。

一方、地域材多用と地域材非使用においても、大工費は13.75%、15.31%とほとんど変わらない。このことは、外材や県外由来の木材を使おうとも、手刻みを行わず、プレカット材を使うのであれば、大工の労務費に差が出ないと解釈できる。

このほか、地域木材多用型木造住宅とその他のタイプを比較すると、木工事以外では、木製建具(2.15%)、左官(1.92%)、家具(1.39%)、石・タイル(0.5%)などの工種で地域貢献度が高くなっている。

### 注目すべきは、木工事、左官、木製建具、家具

次に工種別で地域貢献度の高さが確認された、木工事(躯体工事)、左官工事、木製建具工事(内部建具工事)、家具工事について、さらに詳細な考察を行なってみよう。

下記に、4工種の企業別地域貢献度ランキングを示した。

#### 4工種の地域貢献度ランキング

順位	木工事		左官工事		木製建具工事		家具工事	
	事業者	貢献度	事業者	貢献度	事業者	貢献度	事業者	貢献度
1	①D	41.42	①A	4.51	①I	3.75	①A	2.69
2	①B	38.18	①G	4.24	①D	2.66	①H	2.27
3	①F	31.43	①E	3.70	①A	2.65	①E	2.04
4	①G	28.77	①H	1.68	①J	2.38	①B	1.57
5	①E	28.55	①B	1.39	①E	2.21	①I	0.79
6	①I	28.34	①F	1.18	①C	2.18	②L	0.71
7	①C	28.15	①D	1.12	①G	2.09	②N	0.61

8	①H	27.14	①J	0.97	①F	1.72	③Q	0.43
9	①A	26.92	③Q	0.33	①H	1.68	③O	0.26
10	①K	25.26	①I	0.25	①K	1.18	①J	0.21
11	①J	21.29	②M	0.20	①B	1.11	①G	0.15
12	②M	18.64	③P	0.18	②L	0.81	①C	-
13	②L	17.68	①K	0.17	②M	0.65	①D	-
14	②N	15.07	②L	0.10	②N	0.51	①K	-
15	③P	9.35	②N	0.01	③O	0.45	①F	-
16	③Q	6.64	③O	0.01	③Q	0.35	②M	-
17	③O	2.76	①C	-	③P	0.10	③P	-

※「地域貢献度調査・研究」より抜粋

続いて、各項目について分析して行く。

本調査においては、木工事は工事比率が高いため、大工手間費と木材・建材費を分けてさらに細かく考察し、内容を分析している。そこで木工事総合・大工手間費・木材・建材費、左官工事、木製建具工事、家具工事の調査結果を詳しく示す（いずれも地域貢献度の高い事業者を、上部から順に掲載）

#### 木工事総合の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度
①D	49.86	0.831	41.42
①B	43.15	0.885	38.18
①F	36.22	0.868	31.43
①G	37.66	0.764	28.77
①E	36.97	0.772	28.55
①I	34.45	0.823	28.34
①C	35.93	0.783	28.15
①H	34.17	0.794	27.14
①A	31.75	0.848	26.92
①K	33.40	0.756	25.26
①J	34.83	0.611	21.29
②M	34.09	0.547	18.64

②L	34.70	0.510	17.68
②N	31.93	0.472	15.07
③P	28.87	0.324	9.35
③Q	7.37	0.902	6.64
③O	19.43	0.142	2.76

#### 大工手間の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度
①E	17.86	0.993	17.72
①A	17.37	0.993	17.24
②M	17.07	0.993	16.94
②L	15.81	0.999	15.79
①I	14.92	0.993	14.81
①K	14.40	0.993	14.29
①G	13.95	0.993	13.84
①D	13.76	0.993	13.66
②N	13.29	0.994	13.21
①F	12.77	0.993	12.68
①J	12.13	0.993	12.04
①C	11.90	0.993	11.81
①H	9.28	0.993	9.21
③P	7.29	0.987	7.20
③Q	6.68	0.985	6.57
③O	-	-	-
①B	?	?	?

#### 木材・建材費の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度
①D	29.52	0.918	27.10
①F	23.45	0.800	18.76



①H	24.89	0.720	17.93
①C	24.03	0.680	16.34
①G	23.71	0.629	14.92
①I	19.53	0.693	13.53
①K	19.00	0.577	10.97
①E	19.11	0.567	10.83
①A	14.39	0.673	9.68
①J	22.71	0.407	9.25
③P	21.58	0.100	2.16
②L	18.89	0.100	1.89
②N	18.64	0.100	1.86
③O	17.37	0.100	1.74
②M	17.02	0.100	1.70
③Q	0.69	0.100	0.07
①B	?	?	?

大工手間費の地域由来度は各社0.985～0.999という高い数値で、ほぼ100%となっている。つまり、木工事に関しては、地元の職人（大工）が活躍していることがわかる。しかし、現場作業量に違いがあるため工事比率は6.68～17.86と大きな差が生じている。

一方、木材・建材費においても全17社のうち数値が算出できなかったB社と、極端に工事比率が低いQ社を除いては、14.39～29.52と全般的に近めの数字を示している。しかし、決して高い数値ではないのだが、地域産材使用の有無により地域由来度に大きな差が見られるため、結果地域貢献度にかかなりのバラつきがみられる。

#### 左官工事の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度	仕様
①A	6.44	0.701	4.51	内・外壁塗
①G	6.04	0.701	4.24	内・外壁塗
①E	5.27	0.701	3.70	内・外壁塗
①H	2.40	0.701	1.68	浴室・土間モルタル、内壁塗
①B	1.98	0.701	1.39	土間モルタル、内壁塗

①F	1.68	0.701	1.18	内壁塗
①D	1.60	0.701	1.12	土間モルタル
①J	1.38	0.701	0.97	和室壁塗、耐火レンガ
③Q	1.03	0.701	0.33	土間モルタル
①I	0.35	0.701	0.25	和室壁塗
②M	0.28	0.701	0.20	土間モルタル
③P	0.54	0.701	0.18	タイル
①K	0.24	0.701	0.17	土間モルタル
②L	0.32	0.701	0.10	土間モルタル
②N	0.04	0.701	0.01	土間
③O	0.02	0.701	0.01	不明
①C	-	-	-	-

ハウスメーカーは工期が短いため、時間と手間がかかる左官工事は避ける傾向にある。また、外壁にサイディング等の乾式工事を用いる事業者の場合は、左官工事自体の工事比率は特に低くなっている。全体の傾向としても、左官工事が全工事に占める割合は減少する傾向にある。しかし、地域由来度は0.701と高い数値であるため、積極的に内外壁に塗り壁等を採用することで、地域貢献度を高めることができることがわかる。地域の自然風景や風土に合った外壁、自然素材を多用した塗り壁の内壁は、見た目にも美しく住まいそのものはもちろん景観形成という意味においても付加価値を与え、室内環境を整える意味もある。

多くの事業者が左官工事の工事比率の高い住まいを提案することができれば、地域貢献度がかなり高まることは間違いない。

#### 木製建具工事の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度	仕様
①I	4.18	0.898	3.75	県産 製作
①D	5.32	0.500	2.66	製作
①A	5.31	0.500	2.65	製作
①J	6.09	0.391	2.38	製作+既製
①E	4.42	0.500	2.21	製作
①C	4.35	0.500	2.18	製作

①G	4.18	0.500	2.09	製作
①F	3.43	0.500	1.72	製作
①H	2.40	0.500	1.68	製作
①K	5.04	0.233	1.18	製作+既製
①B	2.22	0.500	1.11	製作
②L	5.00	0.162	0.81	製作+既製
②M	4.33	0.150	0.65	既製
②N	3.40	0.150	0.51	既製
③O	3.02	0.150	0.45	既製
③Q	2.30	0.150	0.35	既製
③P	0.64	0.150	0.10	既製

家具工事の調査結果詳細

事業者	工事比率	地域由来度	地域貢献度	仕様
①A	4.89	0.55	2.69	製作家具
①H	4.13	0.55	2.27	製作家具
①E	3.70	0.55	2.04	製作家具
①B	2.85	0.55	1.57	製作家具
①I	0.79	1.00	0.79	県産材 製作
②L	4.73	0.15	0.71	既製家具
②N	4.07	0.15	0.61	既製家具
③Q	2.89	0.15	0.43	既製家具
③O	1.77	0.15	0.26	既製家具
①J	1.38	0.15	0.21	既製家具
①G	0.28	0.55	0.15	既製家具
①C	-	-	-	-
①D	-	-	-	-
①K	-	-	-	-
①F	-	-	-	-
②M	-	-	-	-
③P	-	-	-	-

木製建具工事に関しては、職人の製作品を用いるか工場生産品を用いるかで必要な労務が大きく異なるため、地域由来度にも差が生じる。さらに、製作品に県産材を用いる場合、由来度はさらに高くなっている。今回の調査対象17社の中では、I社のみが県産材を使用している。その場合の地域由来度は0.898と他の全16社の0.150～0.500という数字と比べるとかなり抜きん出た数字と言える。

家具工事も木製建具工事同様の傾向が見られるが、たとえば、システム収納家具を用いるケースなどの適用工事項目を、家具工事ではなく住宅設備工事とする場合があるため算出不可能な事業者も6社あった。

上記4工種は、使用する材の中で木材の比率がどれだけ高いか、そしてどれだけ地域産の木材を用いることができるか、さらに工事自体を工場ではなく現場の職人の手で行なうかによって最終的な地域貢献度に差が生じるものである。つまり、積極的に県産材を採用し、地域の職人に腕を振るわせる場を設ければ、地域貢献度を高めることができると考えられる。しかしながら、全工事費に占める各項目の工事比率が極端に低いと、どれだけ地域由来度が高いとしても結果地域貢献度を高めることは困難である。従って、大まかに言ってしまうと、地域貢献度の数値を押し上げるためには、つまり木を用いることができる工種により多くの地域産木材を採用し、住まいを形づくる要素として積極的に取り組むことが必要となる。

なお、この4項目のほかにも地域由来度の高いものがあるが、それらは事業者による違いが見られぬものであり、由来度の高さは各項目において全工事内容に占める労務の比率の高さがそのまま反映されている。当てはまる項目として、仮設工事、屋根・板金工事、塗装・吹付工事、断熱工事を挙げることができる。ただし、断熱工事に関しては、工事項目の仕分け方や実際の工事方法に関して事業者により考え方に相違があるため、家具工事のように数値を算出することができない事業者もあった。

いずれの項目に関しても、該当工事に県産材を用いることができれば地域由来度はさらに高くなるのだが、現実問題として上述した項目に必要な材を県産のものでまかなうことが困難と考えられるため、材の工夫による改善は難しい。しかし、先に詳細を示した左官工事のように、塗装・吹付工事はそれぞれ工事比率を高めることは可能であるため、積極的に工事自体を必要とする仕様の住まいを提案することができれば、最終的に地域貢献度を高められる可能性がある。

#### 地域産材の活用と未来への可能性

ところで、今回の調査結果では地域由来度、地域貢献度ともに高い数値が得られなかった、石・タイル工事について指摘しておきたいポイントがある。調査結果内で述べられているように、現在一般的に、住まいに使用されているタイルに県産材のものは見られないが、石に関してはわずかながら県産材のものが使用されている場合がある。県内

には石を算出する地方がいくつかあり、需要は低いもの実際に用いられている。本調査でも1社が県産の石を用いており、地域由来度100%と高い数値にて貢献度が算出されている。しかしながら、石・タイルそのものが一般的な住宅においてあまり多用されるものではないため、工事比率は全体的に低い。だからこそ、今後、地元産の石をより多く効果的に採用し地域由来度を高めることで、地域貢献度の数値を押し上げることが重要となるのだ。こうした事例が具体的に示されれば、これまであまり注目されていなかった地域材の掘り起こしや、住宅建築以外の場に用いられそうな資源に目を向けさせるきっかけにもなり、新たな地方産業の発掘にもつながるであろう。

ところで、工事項目別の考察からは少し離れるが、地域工務店が担い続けてきた役割の大きさは別の角度からも指摘することができる。冒頭に示した工事費総合ランキングに見られるように、地域木材を多用した地域工務店11社が手がける住まいは他の6社と比べて地域貢献度が高い。これは直接的には経済的な貢献度合いの高さを表すものであるが、視点を変えれば、彼らがいかに地域に根ざした住まいづくりを行なっているかの証でもある。

ハウスメーカーやパワービルダーなどは、大量生産の材を軸に画一性を重視しがちだ。確かに大手企業の台頭は目覚ましいものがあるが、現在でも地方によって求められる住まいの特質は異なり、その土地の気候風土に合った特性を持つ住まいが必要とされているのも事実である。地域工務店はその点、気候風土や地域文化に意識を傾け、それらを反映した住まいのかたちを追究し続けている。さらに、その住まいを地元職人の技術によって実現してきている。地域性を持ち、地域で活躍することで磨かれてきた技が存分に発揮された手づくり感のある住まいは、地域住民のニーズを的確にとらえたものであると言えるのではないだろうか。それが結果的に地域貢献度という数値に表れているケースもあれば、そういった社会的意義を踏まえた地域貢献度を算出することができるならば、さらに高い数値を得られる可能性が考えられる。地域への貢献、地域特有の価値観の重視をもっと評価すべきであるし、評価されることによって今後さらにその役割の幅が広がる可能性が期待できるであろう。

繰り返しになるが、調査結果で表された地域貢献度は地域経済への影響の大きさを示すものである。しかし、地域産材の使用や地域職人の積極的な採用により、かつての域内の循環型経済のしくみを呼び起し、域外の材や産業、そして労務に頼ることなく域内に多くの利潤をもたらすという社会的意義を果たすことも意味する。

住宅建築の中でも工事項目の中でも、ほぼすべての工事項目に共通して地域由来度が高いのはやはり人件費である。住まいの造られ方がどれほど合理化されても、どれだけ産業化しても、やはり人の手は必ず必要なのである。たとえその比率が増減するとしても、労務はひとつの事業を成り立たせる要素として重要な位置付けにあるのだ。

## 地域を守り育てる住まい

たとえば、ひと言で「雇用」と言っても、その雇用からもたらされるのは当人の仕事の確保＝収入源の確保だけではない。働き口があれば人々は仕事を求めて地域外へ転出する必要がなくなり、地域に留まることが可能になる。それはつまり、地域の労働人口を維持することを意味する。都市部に人口が集中した背景には、主に日本を支える主要産業の移行が挙げられるが、その産業の基礎もかつては地方に存在していた。行き止まり感のある現況に活路を見出すためにも、地域が有する材の活用を促し、それを有効利用することで地方経済を再構築することに意義があると考え。地方がこのまま衰退する一方では、国全体の産業をも衰退させかねない。都市集中型の社会構造が確立してしまった今だからこそ、既存システムの見直しを行って視点を変え、地方からの働きかけが大きな変化をもたらす得るのではないかと。

## 地域住民の意識の呼び起こしを

また、忘れてはならないのは、地域型循環経済のしくみが現在の社会構造に合う形で再度構築されれば、消滅しかけている地域内の人と人の繋がりや帰属意識を人々の中に呼び戻せる可能性があるという点である。これだけ時代が進み、ライフスタイルそのものが変化した状況で以前とまったく同じような社会をやみくもに求めるのではなく、変化と発展の中で得てきたノウハウを活かしつつ必要な要素を取捨選択し採用することが重要である。地域型循環経済の仕組みの軸はやはり人のネットワークと強固な絆である。それを土台に地域的特色を打ち出す策をそれぞれに考え出さねばならない。

都市部には都市部の利点や発展の可能性がある。そして、地方には地方のそれらがある。真似ごとで乗り切ろうとすると、結局差別化が図れずに競争の波に飲まれることになり、いずれ必ず行き詰まってしまおうであろう。住宅建築現場に焦点を当てて述べれば、地域産材の利用方法の工夫、そしてそれらの材と常に相対しながら技を磨いてきた職人に活躍の場を与え、その結果生み出されたものに付加価値を見出し積極的にアピールしていくこと等が考えられる。その地域にしかない財産を、現代社会に照らし合わせつつ、既存概念の枠を越えて有効活用する道を模索することだ。それがいずれ、産業に関わる人を中心に地域への愛着や誇りを抱かせ、さらなる発展を、さらなる活性化をという向上の意識を生み出す。

「言うは易く行うは難し」だが、今在るものを見直し最大限に活かすことは、一から何かを創り出すことよりも格段に安全で、そして何より時間も労力も無駄が出にくい。住宅建築という一産業に今改めて社会的な意義を見出し、これまで意識されて来なかった役割を明示し、多くの人にそれを認識してもらうことは確かな一歩になるはずである。

### 住まいが形成する地域特有の景観

住まいがその建てられ方によって、地域における経済的意義およびその経済的意義から導かれる社会的意義により地域貢献を果たしている、もしくは果たし得る。しかし、さらに幅広く捉えると社会的意義に関してはより多くの要素が見えてくる。

これから述べることは、家が形づくられる仕組みや材の内容に着目点を置くのではなく、住まいそのものの存在の捉え方により社会的意義が見出されるという考え方を基盤としている。ある地域内で住宅という建物について考えてみると、まず景観形成の要素として存在することに気付くであろう。非常にわかりやすい例を挙げると、白川郷の萱葺き屋根の家々が形成する独特の景観である。世界遺産にも登録されているその姿は、日本の原風景とも呼ばれ、多くの人を魅了し続けている。今では貴重となった自然素材で造られた家とそれらを取り巻く自然風景は、ひたすら進化と発展を追い求めてきた戦後日本の社会とはあまり結びつかぬものである。忙しなく変化を繰り返す現実社会から完全に離れた別世界に存在していたかのような、穏やかで静かな時の流れを感じられる風景だ。これは大量消費社会を生きる現代人にとって、ある種新鮮で希有な存在である。同時に、見る者がどんな年齢であれ、これまでに出会ったことのある風景がどのようなものであれ、あの集落には誰もがなぜか懐かしさを感じるものである。

白川郷がなぜそこまで人々の心をつかむのかと言えば、それぞれの建物が地域の人々の手で一つひとつ造り上げられ、そして今も大切に守られていることが即座に伝わってくるからである。そして、集落に建つ家々にはみな、地元産を中心とした自然素材が用いられており、当然似たような外観を成している。それが集落全体に統一感を与えているのだ。また、建物は周囲の自然風景と見事に調和し、いや、一体となってあの景観を生み出している。家々と自然、そのいずれもが欠けてはならないものなのだ。

### 集合体としての魅力を放つ住まい

たとえば、もしこれがたった1軒の家だけが建つものだとしたら、それはその家がどんなに立派なものであるとしても、建物の素晴らしさや珍しさという次元で完結してしまっただけであろう。しかし、白川郷はいくつもの家が集まってひとつの集落を形成し、それが大地とともに他にない景観をつくり出し、独自の魅力を放っている。家は家族が暮らすための建物というだけではなく、見方によっては地域の景観を形成する重要な一要素であるということである。家はその地の暮らしや文化を表す象徴的な存在になり、外部から訪れた人々に地域の魅力や特徴を広く伝える媒体となり得るということである。



(写真：白川郷の集落)

もちろん、白川郷に残るこれらの家々が今後再び住まいの主流となる訳ではないし、たとえその姿に強く惹き付けられたとしても、現実的にあのような家での暮らしを思い描くことのできる人は少ないだろう。それでも、地域の側面を表すという意味で、住まいは大きな役割を担っていると言えるのではないだろうか。

地域を象徴する建物が、派手な装飾を施されたタワーやどこからでも確認できるような立派なランドマークでなければならないということはない。むしろ、どの町であれ、どの都市であれ、必ず存在する住まいこそが、その役割を果たすのにふさわしい存在ではないだろうか。人の暮らしや人の息づかいを垣間見ることのできる家が、地域の姿を表すものとして多くの人に愛されるというのは、その地に住む人々にとっても望ましいことであろう。

### —— 観光資源としての住まい ——

#### 域外から人を呼び寄せる景観

では、住まいが地域の象徴として役割を担うようになると、地域にはどのような変化が訪れ得るのだろうか。白川郷の場合、眺める者はこれまでに見たことのない新鮮な風景であるとともに懐かしさを呼び起こされる風景だと感じる。この集落をひと目見ようと全国各地から、そしてまた国外からも多くの人々が訪れ、家々と自然を眺めたりカメラに収めたりしつつ、地域の中に足を踏み入れることでその一部になったかのような感覚



を楽しむ。これは住まいを含む地域独特の景観が、人を呼び寄せる吸引力にもなるという可能性を示している。そこで、ここからは地域の観光資源としての住まいや建物の存在について考えてみる。

### 住民の手による街並み修景

成り立ち方やそれらを形成する要素が異なる地域の例として小布施町を挙げてみる。小布施町は、住民が積極的に関与し協力し合って街並み修景を行い成功した代表例である。小布施町は今や人口の100倍ほど、年間120万人もの観光客が訪れる観光立町となっている。小布施町を代表するものには、栗と栗を使った菓子などの食品、そして江戸時代後期に活躍した世界的浮世絵師・葛飾北斎が残した作品とそれを展示する美術館「北斎館」がある。しかし、小布施に観光に訪れる人々が楽しむのは、それら個々の財ではなく町そのものである。歩いて楽しむ町、眺めて楽しむ町というのが小布施の特徴であり、その点においては白川郷と共通する魅力を持つ地域だと言える。

白川郷との共通点を指摘したが、小布施町は既存の建物や財産を「保存」ではなく「修景」により街並み形成をした点が根本的に異なっている。修景事業の目に見えるきっかけでは、かつて町に逗留し数々の作品を残した葛飾北斎の作品を展示保存しようと「北斎館」を建設したことが始まりとされている。しかし、実際には住民の意識改革を第1のステップとして地道に町づくりに取り組んできたというのが正しいのではないだろうか。地域は、もちろんそこに暮らす住民のものである。しかし、時にそこを訪れる他者のものにもなり得るということは、頭では理解できても実感し難いものである。



(写真：個人宅の庭を公開する「小布施オープンガーデン」の入口に掲げられた看板)

### 住まいに対する意識改革

今の姿から想像できないのだが、日本各地で地方から都市部への人口流出が生じ、地方産業が低迷した時代には、実は小布施町も例外ではなく次第に活気を失っていったという。その時期、国内のいくつかの地域では再興を目指し、街並み保存の考えがすでに起きていた。しかし、小布施町は町の特長を見極め、どのような町をつかって行きたいのかを独自に考え、「修景」という道を選んだのである。「修景」はそこに在るものを壊すことなく、綿密な都市計画等によって景観を整えるものだ。そこに暮らす住民は、昔

から当たり前に建っている住まいや自然風景の価値には気づきにくい。そこで、小布施町は住民に「外はみんなのもの、内は自分たちのもの」ということを意識させたのだ。

それがたとえ住まいであっても、その外側は、住民はもちろん町を訪れる客人のものでもあるという認識である。内に入ればそれを所有する人間だけのものであるが、人の目に触れるものは地域全体の共通財産として大切にして行こうという統一の見解を持つことを重視したのである。



(写真：栗の木を敷き詰めた散策路)



#### 歩いて楽しむ街並みづくり

小布施の街並みの特徴は、住まいを含む既存の建物を出来る限り残しつつ、必要があれば曳家もしくは解体・再生、古材の再利用という方法で新しい景観の中に活かしたことである。さらに、建物に用いる色や材をできるだけ似た雰囲気のものに揃え、全体に統一感を持たせていることも功を奏している。また、小布施町は田畑も多く、自然豊かな地でもある。その風景に調和もしくはそれらの素晴らしい風景を象徴するようなデザイン等を採用している点も、街並みをより際立たせる要素になっているのだろう。

(写真：土壁の建物が残る通り)

それぞれの建物の魅力、そしてそれらが街並みという集合体としてとらえられる時の魅力の両方を実感してもらうためには、車でポイントとポイントを素早く移動するだけではなく、好きなだけ時間をかけて散策を楽しみながらゆっくり巡ってもらうに限る。建物を眺め、街並みが醸し出す雰囲気に浸り、町全体が生み出す特有の情緒を感じながら時を過ごしてもらうというものである。そこで、街並みの修景は訪れた人が徒歩で巡れることを基本に検討され進められたのである。



(写真：落ち着いた雰囲気のある建物と通りを散策して楽しむ人々)

### 住まいが住民同士の絆を生む

現在、小布施町の観光の中心エリアには飲食店や物販店が多いものの、普通の住民の暮らす住宅も点在する。また、中心エリアのすぐ側にも住宅が建ち並んでいる。それらのすべてを同じような外観にすることは無理な話であるが、少なくともそこに暮らす住民の多くに「外はみんなのもの、内は自分たちのもの」という共通の意識が根付いている。この共通認識の存在が、住民同士の絆を強め、住民と住民、そして住民と外から訪れる人との活発なコミュニケーションの可能性を生み出しているのだ。そして、多くの人に愛される町の一員として、住民は地域への愛情や帰属意識を深めるとともに、誇りを抱くようになる。町全体が地域文化の象徴として存在することは、訪れる人々だけではなく住まい手にもかけがえのないものをもたらすことになる。その一部として住まいは重要な役割を果たすことができるのだ。

小布施町では住まいや建物が町の財として、域外から人を呼び寄せ、その存在を確立している。ほんの一例に過ぎないが、地域の観光を支える要素として住まいと街並みがその一役を担っているものである。観光は地域によっては主要産業として地方経済を強く支えるものだ。これまでに述べた地域型循環経済とは異なるが、これもまたひとつの経済循環の形である。

### 顔が見える人間関係の重要性

人と人との結び付きが弱く、人間関係が希薄になってしまった現代社会の中で、地域がひとつの共同体としてまとまりや絆を持つことは困難になっている。しかし、小布施

町はかなり成功した例で特殊とは言え、実際に多くの地域が現実的には赤の他人同士の集まりであったとしても地域は共同体としてしか存在し得ないものである。直接的な接触が少なくとも、昔の地縁関係のような深い関わりでなくとも、人と人はどこかで支え合い、補い合いながら暮らしていることを忘れてはならない。そのひとつの形（まとまり）が地域であり、生きている限り誰もが必ず属しているものである。

その形やスタイルに正解や「こうでなければならぬ」という基準は存在しない。むしろ、地域には個性や特質があるのが当たり前で、それを形成する一人ひとりにも違いがあって当然だ。けれど、それらの個性を真に尊重し、活かすためには、ほんの少し誰かとつながることや何かに属することに意識を向けることが必要である。気持ちにちょっとした変化を与えるだけで、自身の周囲に居る人の顔がこれまでよりはっきりと見えてくるはずである。また、自分を取り巻く環境や共同体を形づくる要素、例えば住まいなどの建物やそれらを含む風景がより鮮明に見えてくるだろう。自分と同じ“地域社会”という共同体に属する者同士として相手を見つめ、周囲を眺めてみる。ここから人との絆や地域への帰属意識が少しずつ意識できるようになってくる。

白川郷や小布施町のような町づくりをする必要はないが、まずは人ありきという考え方で顔の見える関係性を見直すことは意義のあることである。一人では成し得ないことも力を合わせれば実現できる。人との繋がりを感じることで、安心感や責任感も得られる。家の中に入ってしまったら、自分だけの世界もしくは家族だけの世界であるように感じるが、その住まいそのものも地域を形成する一要素であり、私たち人もまた重要な要素である。顔の見える人間関係と地域への帰属意識は、この閉塞感が充満する現代社会でこそ必要とされ重要視されるべきものであり、今後地方の活性化や地域の発展に欠かせぬものであろう。

## —— 国の経済における住まいの社会的意義 ——

### GDPの一翼を担う住宅投資

ここまで住まいの社会的意義の中でも、地域というひとつの枠組みを基本に述べてきたが、以降は国全体の意義について触れていく。

地域や地方という限定された範囲で考えると、住まいはそこに暮らす人々の生活の場であるといった現実的に実感しやすい要素としての存在が思い浮かぶ。しかし、すでに建てられている住まいにも、これから建てられる住まいにも、どんなものであれ必ず付いて回るのはお金である。誰もが大金を支払ってようやく手に入れる住宅。住まいが存在するためには、そこに経済活動が伴うのである。

経済的用語で表すならば、住まいのために支出されるお金は「住宅投資」という言葉に集約される。個人に限らず、企業が購入する住宅に対する投資（資金を投じること）も含めたものを指す。ここで注目すべきは、この住宅投資が国内総生産（GDP）の構

成要素のひとつであり、国の経済への影響力を持つという点である。住宅投資は、個人消費、設備投資、財・サービス輸出、政府消費、公共投資、在庫投資と並び、GDPの主要構成要素として重視されている。住宅投資はGDPのおおよそ4～6%を占めると言われており、比率はそう高くはないものの、前年比2桁の増減も珍しくはなく景気への影響がかなり大きいものだ。さらに、通常は金利に大きく左右され、なおかつ不況時には増え、好況時に減るといった性質から、景気動向を反映する要素としての意義も持つものである。

### 景気動向を示す住宅投資と耐久消費財

また、住宅そのもの、および住宅の購入と共に新たに消費される住宅設備や家具、家電製品などは耐久消費財と位置付けられている。耐久消費財とは、長期に渡って使用される高額商品のことを指し、この耐久消費財出荷指数（前年同月比を採用）は景気動向指数を算出する際の先行指数のひとつである。先行指数とは、景気の変動より数ヶ月先行して動く合計12の要素から成るもので、他にそれぞれ複数の要素から構成される一致指数および遅行指数の3指数を指標化し、景気動向指数としているものだ。

住宅投資は日本経済の動向を示すものであり、それはつまり景気への影響力という大きな社会的意義を担っているのである。住宅投資が伸びれば、少なからず経済を上向かせる要素になる。だからこそ政府は、不況に見舞われると景気対策の一環として住宅投資を促す政策を打ち出すのだ。たとえば、昨年10～12月期の実質GDP成長率を見ると、全成長率がマイナス0.3%であるのに対し、住宅投資は住宅エコポイントや住宅ローン金利優遇措置によりプラス3.0%という数字を示した。政府による政策効果が実際の投資に反映されやすく、なおかつ投資の増加が国の経済において重要であるということである。

地域または国という枠組みに限定せず、住まいが果たす社会的意義は実にさまざまである。今後さらに経済的意義との相互にリンクを強め、住民（国民）の生活をより豊かなものにする形でさらに意義あるものへの変化を期待したい。そのためにはまず、住宅建築の現場に立つ人間のみならず、施主という立場で住まいと関わることになる我々市民もそれらの意義を理解し、認識を深める必要がある。

そして、住まいそのものが今よりもっと人々から愛され大切に守られるものとしての存在を確立して行くよう、次の章では住宅建築の未来像を示す。