

# 美意識の発展と景観形成の公共性

山田良治

## 1 課題

日本の景観問題を考える上で、2004年12月に施行された景観法の制定は一つの歴史的エポックをなすものである。この国においては、永らく「建築自由の原則」が支配してきた。もちろん、建築基準法や都市計画法において、建築物やその集合としての都市空間の構造に関する規制の一定の発展があったことは事実である。しかし、景観法は景観という本質的に主観的・美的価値の観点から規制が入り込む点で、問題の段階を画するものと考えられる。

この種の社会的規制の意味が重大なのは、それがおしなべて私的所有権の制限を意味するものだからである。したがって、問題はその根拠としての景観の「公共性」認識と表裏をなすことになる。この点、景観法の制定に深く関与したとされる西村幸夫は、次のように述べている。

「都市の『美』を求めて各種の規制が合意形成をはかるとして、その遵守を一般市民に求めることは、少なくとも近代民主主義国家においては、『美』の達成に公共性があることを意味している。それはどのようにして論証できるのか。」<sup>\*1</sup>

筆者もまた西村と同様の問題意識を有するものであり、本稿は、今後この問題を社会経済学の視角からアプローチしていくための覚え書きである。

## 2 美意識とは何か

### 2-1. 労働と美意識

美の本質をめぐるもっとも基本的な論争の一つは、美が対象そのものの属性として内在するものか、あくまで対象を反映する人間の主観に属するものかというものである。本稿は、後者の立場に立って議論を進める。すなわち、普遍的に美しい客体というものには存在せず、何を美と感じるかという主体の美意識の生成と変化が本質的であるということである。<sup>\*2</sup>

人間と他の動物との区別は、何よりもそれが労働する存在であるという点にある。建物を作る大工の行為と精密な巣を作る蜂のそれとの本質的な相違は、前者においては生産物の完成された

\*1 西村幸夫編著『都市美 都市景観施策の源流とその展開』学芸出版社、2005年、p. 248

\*2 こうした観点から労働と美意識の関係を論じた著作として、さしあたり永井潔『美と芸術の理論』を参照のこと。なお、西村もまた次のように述べている。「私たちが眺める風景は、風景そのもののうちに美が存在しているのではない。風景を眺める主体の側に感得すべき美を認識する規範が存在しているからこそ、ある風景を美しいと感じるのである。自然美ですら、ある時期までは存在しなかった。自然は畏怖すべき荒ぶる神の居所であるか、もしくは文明をもって開拓すべき未開の地を意味するだけだった。自然に美しさを感じる感性が形成されることによって初めて、自然美が「発見」されたのである。」(同上書、pp. 8-9)

姿が初めから意識されていること、つまり目的意識を持っていることである。ノコギリで木を切ったりカンナで削ったりする個々の行為は、最終目的である建物の生産の一貫として、それぞれに関連づけられた行為をなす。言い換えれば、人間労働は、目的の下に手段を統合している。これがさらに発展すると、手段の生産そのものを目的とする労働が外部化し、しだいに社会的分業が広く深く形成されていく。

この労働は、歴史的には単純な採取労働から道具を使う労働へ、簡単な道具から複雑な道具・機械を使う労働へと変化してきた。対象への直接的な働きかけを特徴とする採取労働の段階でもっとも人間が関心を持つのは、当然のことながらその対象に対してである。それは、例えば木の実であったり、魚であったり、獣であったりするであろうが、食料として重要かつ入手困難なものに対するほど関心の度合いは高まるであろう。狩猟の対象としての動物を描いた洞窟壁画などがこれを物語る。こうした労働対象に対する関心の生成が美意識形成の萌芽である。

道具が発達してくると、こうした生産物への関心はさらに発展する。矢尻や斧などの道具の作製は、木や石などを加工してある形の素材を作り出す行為である。ここでは、目的意識においてその形が本質的な内容をなす。形への関心の高まりは、例えば精確に削られた三角形の矢尻への満足感・感動となって現れる。言い換えれば形象への愛着が生成し発展してくる。多様な姿を持つ自然素材は、抽象的な形象との関連において認識されてくる。目的どおりに作製された形象、成果をもたらす形象に愛着を持つようになることは必然である。さらに言えば、この作製過程に自らが参加したり、参加していなくても同様あるいは類似の経験を持っているほど、対象に対する関心はそれだけ深くなる。こうして、労働に伴って生じる、対象に対する愛着の意識が美意識の本質であり原点である。ついであるがこのことは、視覚が捉えた形だけでなく五感をなす他の感覚の形（聴覚）、匂い（嗅覚）、手触り（触覚）、美味しさ（味覚）の形もまた本質的には同様である。

美意識とは、このような内実をもつものとして、形象的認識を通じた感性的認識である。悟性的認識・理性的認識と同様に、感性的認識もまた蓄積され、伝承され得る。労働の発展は、多様な対象に接し変革を進める行為を通じて形象的認識を豊富化し深化させる。形象的認識は、感動という意識を媒介にして脳の内部に蓄積され、人間の感性を、したがってまた人間性を発展させる。<sup>\*3</sup>

\*3 例えば茂木健一郎は次のように述べている。「本当にすばらしい演奏に接すると、その体験の記憶は一生残る。そればかりではない。鮮烈な記憶は、育ち続けるのだ。ノ一度経験したことは、過ぎ去ってしまった以上は変えられない、あるいは時間とともに薄れていってしまうと思われるかもしれない。しかし実際は、脳の中で、その記憶を核として、周囲にいろんなものがどんどん生え育っていくのである。ノ記憶の成長とは、いわば、目には見えない道路や空港のようなインフラが、脳の中に張り巡らされていくような現象である。そうした「道路」や「空港」が気づきや発見の基盤となって、私たちの感受性は磨かれていく。ノなにもないところから新しいものは生まれ得ないように、このインフラも自然発生する類のものではなく、実体験という土台なくしては生まれない。記憶のもとになる体験が豊であればあるほど、それをインフラとして育っていくものの可能性も大きくなる。体験にさらなる体験を重ね、人は創造的な存在となっていく。『すべては音楽から生まれる 脳とシューベルト』PHP研究所、2008年、p. 19 )

## 2-2. 美そのものの創造と社会的美意識

労働がますます複雑に分化するようになると、労働及び労働対象と美意識との関連性は明確な直接性を失い、より間接的な性格を帯びようになる。美そのものの製作を目的とする労働 例えば芸術労働の成立・発展がこれを加速し、美意識の相対的な自律化が進み始める。

さらに、こうした先端的な美の創造活動に牽引されつつ、個人的美意識の発展と並んで、形象の固定性を持った様式美など、その時点その社会での一般的・普遍的な美意識が形成されてくる。個人の美意識とは区別されるこのような美意識を、ここでは社会的美意識と読んでおくことにしよう。

美意識はまた、道徳やイデオロギー、科学的認識など他の意識諸形態の影響を受け、それらとの相互作用の中で存在している。末端の地域から国民国家に至るレベルで多層的に形成される社会的意識の構成要素として、社会的意識一般との相互関係の中で多様に变化・発展するようになる。労働生活・消費生活の多様化・高度化とともに、このようなものとして、人間の美意識と美しさへの感動もまたその形態及び内容の両面で同様に進化していく。

時代を進めよう。資本主義社会の美のあり方にとってもっとも基本的な特徴は、美の商品化である。市場原理による競争の強制は、一面では美意識の発展を加速度的に進めずにはおかないし、他面では美意識の奇形的発展もまた並行する。

美意識はますます多様化と画一化の絡み合いにおいて変化し、美の創造労働の大衆的發展の中で自律性を強める。労働との関連性はますます感知しにくいものとなるが、それでもその本源性は深部においてまた様々な現実の局面において貫徹せざるを得ない。基盤となる社会的労働関係、換言すれば社会的分業の網の目は、今日ではまさにグローバル化と呼ばれる段階にまで到達しつつある。現代の美意識は、そのような人類史段階のそれであり、さらに未来に向けて変容・進化する過程にあるものとして把握されよう。

## 3 景観美意識の発展とその必然性

### 3-1. 景観認識の前提条件

ここまで労働と美意識との本質的な関連性について述べたきたが、以下では必要に応じて、労働という言葉に代えて実践という概念を用いることにする。労働という言葉が持つ狭義のイメージに対し、人間の目的意識的な活動一般を表すには、実践という概念がより適切であると思われるからである。

さて、景観美としてまず思い浮かぶのは、自然景観であろう。一般的に言って、富士山は美しい。その輪郭の抽象性は人の脳裏に蓄積された形象的認識の琴線に触れるであろうし、その大きさは、呪物崇拜（物神化）意識とも融合しつつ、人々の感動を大いに触発するものでもあり得た。葛飾北斎の「赤富士」が物語るように、これが朝陽に映える様は、人の力が及ばない壮大で鮮やかな規模の色彩パターンが加わることによって、また格別の感動をも呼び起こしてきたに違いない。

都市や農村における人工的な景観はどうだろうか。以下特殊な景勝地ではなく、人々の生活にとってもっとも日常的で一般的な景観(「生活景」)である住宅地を例に考えてみよう。景観を問題にする以上、個々の住宅というよりは、その集合としての街並みについての美意識発展経路の解明がここでの課題である。

既に指摘したように、一般的に、美は労働すなわち実践の発展との関係において意識として生成・発展する。したがって論理的には、個別の住宅ではなく、街並みを自らの実践の対象として意識することができる立場が客観的に存在することが必要である。言うまでもなく、個々の住宅はそれらの集合としての街並みの一要素をなしている。これは木と森の関係に比定することができる。例えば、ある1本の松の木は、それが同種の松林の中にあるか竹林の中にあるかによって景観美上の意味は異なってくる。松の木を至近距離から眺めているだけでは、この区別はほとんど生じないが、遠くから眺めれば認識は変わる。「今や彼の目に山岳が出現したが、それは彼がそのものからへだたりを持ったためであった」(ロマン・ロラン『ジャン・クリストフ』)。問題は、この「へだたり」を目的意識的な実践行為として実現する契機がどこにあるかということである。

### 3-2. 市場による空間供給と景観認識

空間全体を自らの実践の対象として意識し管理する(できる)者ということでは、例えば中世であれば領主がそうであろう。あるいは、19世紀のイギリスで言えば、工業村(industrial village)は工場主・資本家が、そのような立場・観点から作り出した街である。この場合、芸術としての音楽がそうであったのと同様、支配者としての上流階級が景観美創造の主要な担い手となる関係がそこにある。反面、この時代においてスラムに居住する住民が、景観美を自らの実践的課題として意識できる状況はそこにはない。

しかし、それでも資本主義は、新興の都市住民が街並みを意識する客観的な基盤形成の準備を開始した。それは、資本主義社会における住宅供給の特殊歴史的なあり方に関わる。封建社会以前の時代とは異なり、工業資本蓄積に牽引された資本主義における空間形成は、それまでとは比べものにならない急激な都市化を特徴とした。それは、本源的蓄積期における農村人口の都市への移動を起点としつつ、産業資本主義の発展がさらにその過程を急激かつ持続的に推し進め、これに都市内部での人口増加が加わるという、人類史未曾有の都市膨張のプロセスであった。イギリスの場合で言えば、19世紀初頭の都市人口比率はいまだ30%程度であったものが、世紀末には早くも80%の水準に達する過程である。

こうした事情は、資本主義以前の停滞的な都市の場合と異なり、大量で継続的な新規住宅供給を伴うものであった。このことは、伝統的な住宅の維持・管理に代わって、新築住宅の供給が建築行為の大部分を占めることを意味する。しかも、それが市場を介して、つまり売り手たる建設業者等と買い手・借り手たる都市住民の関係として展開するところにその本質的な特徴がある。

このことを前提として注目されることは、住宅供給が個別のそれとしてよりは、規模の格差こそあれ、一般的に線あるいは面として 言い換えれば街並みの供給として展開することである。

例えば、当時の一般住民の住居としてもっとも普遍的な形態であった長屋（テラスハウス）について言えば、構造上からもその建設と供給は基本的にストリート単位かそれに準ずる形態で行われた。一戸建ての場合には、このような形態をとる構造上の必然性はないが、開発行為としては、ある程度のロットで行われることにもなる。また、デザインなど住宅開発のあり方に対して、しばしば地主が介入したとされるが、こうした場合にはなおさらのことである。

資本主義が発展するに伴い、このような傾向はますます明確になり、住宅供給はしばしば大規模な「地域開発」に牽引されたものとして現れる。そこでは、住宅は団地として、さらには他の生活諸施設を備えたひとつの、なんらかの程度に計画的なデザインを持った“まち”として供給されるようになる。もちろん、住宅単体を単位とする建設行為も多数存在するが、それは農村においては支配的形態であり続けるとしても、この段階の都市における市街地形成を主導するものではない。

ここで重要なことは、大量の住宅建設という社会的実践の小さくない部分が、住宅単体を対象とするだけでなく、程度の差はあれ近隣空間である街の建設と不可分の関係において行われることである。このことは、供給者が、住宅単体だけではなく、街並みをも常に計画・設計せざるを得ない状況が生成しているということを意味する。

では、需要者である都市住民はどうであろうか。結論的に言えば、供給がこのような形態であれば、需要もまたそのあり方に規定される。つまり、居住者が第一義的に関心を示すのは住宅単体であるとしても、それが近隣空間とセットで供給される以上、街のあり方にも多かれ少なかれ関心を持たざるを得ない。

供給が需要を規定するとすれば、他方では需要が供給を規定する。なぜなら、供給者は売れる物を作らねばならず、その限りで買い手の嗜好性が供給のあり方にも反映されるからである。この場合には、需要者である都市住民が、買い手・借り手として住宅建設という実践に関わり、そのような仕方に参加していることになる。

今日の新築供給が明日の中古供給として繰り返し市場に登場するプロセスを含みながら、市場取引の形態において、供給者と需要者双方の目的実現のための実践が絶えず繰り返されていく。

さらに、住宅を住宅として使用する取引と取引の間の時期は、住宅を消費手段として実現する時期である。住宅の維持・管理を含めて、今度は居住実践の対象として住宅と街並みが機能する。

都市における居住スタイルの発展と定着、例えば毎日の散歩という習慣が生活にとって不可欠なものとなると、人は景観を初めとする街並みのあり方に自分自身の利害関係を見だし、強い関心を抱くようになる。それとともに内向きに完結していたガーデニングは、地域空間を意識したプレゼンテーション、他者への働きかけに転化を始めることにもなる。このような個人にとっての日常生活の変化は、その基盤の上に関連する各種の地域活動やボランティア活動を派生させ、地域景観の創造に対してもっと意識的で能動的な住民活動としても現れるであろう。

さらに、すぐれた景観を持った街並みを体験する機会の増大も重要である。ヴァーチャル空間における疑似体験を含めて、海外等の都市景観事情を知る機会の増加といった諸事情は、こうし

た街並み景観美に対する社会的意識の発展を強く促進する役割を果たすことになる。そのような状況の下では、様々なレベルの空間において、人はこれまでになかった多面的な比較の視点を意識的・無意識的に持ちながら散歩するようになるのである。

こうした例を初めとして、実践の対象としての居住空間に対する愛着と感覚的な形象的認識としての美意識が多様なプロセスを通じて発展してくることは必然的である。

しかし、資本主義時代における都市形成は、このように景観意識の発展を促す一方で、愛着のある住宅や街並みを絶えず破壊する傾向を持つ。上述のように、供給単位の内部ではそのあり方は計画的であり、個々の建築物と街並みとの整合性が意識される状況が作り出される反面で、市場はその本性において無政府的で、無計画な建築行為を常態化する。内的には統一性を保ったストリートや団地であっても、その外側との関係性としては整合性を持たない。<sup>\*4</sup>近年の身近な問題で例をあげれば、低層地帯に隣接してあるいはその内部に、日照や景観面で街並みとしての整合性を持たない高層建築物が建つことは日常茶飯事である。

しかし、このような事態の発生も、ネガティブな作用を通じてではあるが、ある人が自分の空間の問題だけを考えることを不可能にする。言い換えれば、住環境や景観としては「美」の裏面としての「醜」を具現させることを通じて、個別の主体が地域空間との関係を認識せざるを得ない関係が現れる。こうした場合には、街並みにおける「醜」をその反対物である「美」に転換させることが、地域住民の実践的な共通課題として現れ発展することになる。

このように、資本主義的市場関係の発展は、一面では住民の需要とその水準の高まりを反映しつつ、他面では住民生活を破壊するような敵対的な形態での都市・景観形成を通じて、社会の景観認識の発展を誘発していくのである。

### 3-3. 国家資本主義への移行と景観認識の発展

以上は、市場経済に通底する傾向であるが、20世紀の資本主義は、さらに独自かつ根本的な変革を準備した。まず注目されることは、資本主義自体の行き詰まりが、社会経済に対する国家や自治体の広範な介入を必然化したことである。いわゆる国家資本主義の成立である。都市開発の領域においては、それを市場に委ねてきた結果としての都市問題の深刻化を受けて、国家や自治体がこうした計画管理主体として登場する局面が現れた。都市計画への要求がこうして必然化され、そのことは必然的に景観に対する何らかの程度の社会的関心を含まざるを得ない。

ただし、この場合でも具体的なイメージを伴って実践の対象となる空間的範囲は限定的である。街並みや景観の創造的なデザインを行うことがあっても、限定された空間がその対象と

---

\* 4 通常の生産物の場合には、様々な「市場の失敗」を伴うとしても、一般的には「見えざる手」の力によって需給バランスが保たれる。ところが、建築物の土台となりこれを包み込んでいる空間そのものは、人の手によって作り出すことができない特殊な使用価値である。そのため、これを市場に委ねることにより、しばしば重大な「失敗」が生じる。土地・空間の商品化が持つこうした独自性を、筆者は「二重独占」論として定式化した。この点の詳細は、山田良治『土地・持家コンプレックス』（日本経済評論社、1996年）を参照されたい。

ならざるを得ないであろう。都市の膨張の中で、都市計画がその対象とする広域的なレベルでは、どのような街なみを作るかというよりは、むしろどのように居住環境の悪化を防ぐかが課題となった。例えば、一般的に言えば、鉄道や自動車などの交通手段の発展を背景とする急激な都市膨張・市街地の拡散は、スプロール化をもたらす。こうした中で都市計画の役割は、スプロール化の抑制や周辺と調和しない建築の規制といった、いわゆるネガティブ・チェックを主とするものか、あるいはまた、戦争によって破壊された伝統的市街地の再生という役割を担うことになった。

この時代はまた、二度の世界大戦を通して急速に民主主義が進展した大衆資本主義化の時代でもあった。このことは、一般住民もまた普通選挙等を通じて政治に参加するプロセスであり、その限りで彼ら自身もまた都市空間の管理主体としての一面を持つに至ったことを意味する。しかし、当然のことながら、一般住民と国家や自治体の都市計画担当者との実践形態、ゆえにまた意識レベルには大きな開きがある。この形式がより住民の認識過程において実質的なものに転化するためには、都市住民がさらに街並み管理の直接的な担い手としての内実を持つことを必要とする。

この点で、都市計画や街づくりへの直接参加という住民の実践が重大な意味を持つてくる。この段階において、個々の建築物を街並み全体との不可分の関係において認識し、街並み全体の美をそれ自体として意識できる感性＝社会的美意識の発展が、これらの結果あるいは原因として表裏一体に進展する関係が生成し、発展を始める。

重ねて言えば、この種的美意識の内実は当然のことながら多様であり、個人差が大きい。しかし、その時々のある種一般的で平均的な社会的美意識は形成されるし、個々の地域空間においては関係する地域住民の参加と議論を通じた景観作りに関する合意形成が、こうした実践的基盤の上に模索されていくことになる。

論理的に言えば、こうした景観に対する美意識の広がりや深まりは、やがて都市全体を対象とした美の創造という課題の提起を必然化するものである。実際のそのような傾向は、すでに現実のものとして現れつつある。<sup>\*5</sup>

労働と美意識との一般的関係、並びに景観美の発展を概ね以上のように捉えた上で、次に公共性概念を検討しその上で両者を合体していくことにしよう。

---

\*5 「欧州において再び「都市美」への関心が高まってくるのは20世紀も末に近づいた頃である。たとえば、イギリスでは1990年前後から建築や都市のデザインに対する関心が高まってきている。近代的都市計画の一応の成熟とともに、次なる課題として歴史的環境やモニュメントに依存した景観保全や広域的な風景の保全だけでなく、クオリティの高いデザインやアクティビティの演出なども含めた多面的な都市の魅力を増進すること、すなわち都市のソフトパワーを高めることが総合的施策として決定的に有効であるということがいわれるようになってくる。それだけでなく、これこそ都市づくりの究極的な目的の一つであるというように認識されるようになってきたといえる。」西村，前掲書，pp.242-3

## 4 公共性とは何か

### 4-1. 公共性の定義

公共性という概念自体，その認識は一様でなく様々に議論が行われてきた。この問題に全面的に立ち入ることはここでの課題ではないが，少なくとも公共性とは何かという問題について本稿なりの定義を行っておくことは必要である。

言うまでもなく，資本主義という経済システムは，市場のみで成り立つわけではない。まず，そのシステムを維持するための共同業務・管理業務の実行主体として，国家や自治体を必要とする。

これらの機関は，管轄区域における社会の構成員全体を自らの構成員とし，これらのすべての人々に対して租税徴収権や警察権を始めとする包括的な統制・統治権限を持った管理主体である。構成員は，選挙等を通じてその管理に何らかの程度に参加する権限を持ち，それを行使する。そのようなものとして，これらの組織は当該社会の円滑な再生産に社会的責任を負っている。

こうした点で，国家や自治体が公共性を持った存在であることに疑問の余地はない。というよりは，まさにこれらは「公共」そのものとして機能し，認識されてきたのである。その意味では，国家等＝「公共」が公共性を持つというのは，同義反復である。したがって論理的には，何らかの意味でこれらの機関が持つ固有の社会的性格と同質の性格を持つ事柄が，国家や自治体の外側にも存在しその社会的役割を担うからこそ，公共「的」性格＝公共性という概念が独自の存在意義を持ってくると考えることができる。

では，その性格とは何なのか。結論を言えば，それは，所有または利用（管理）に関わる社会的共通利益性という特殊な社会的関係性にある。<sup>\*6</sup>

例えば，一般に協同組合は組織された組合員がその管理に参加するシステムを持つ経営体である。外に向いてはあくまで私的資本であるが，内実においてある範囲での社会的所有という実体を持っており，その枠内で公共性を持つ。これは，協同組合が，社会性一般にとどまらない明確な組織性に基づく共通利益性を持っていることによる。

現代では，株式会社もまた純粋な私的所有とは言えなくなってきており，その実体に依じて公共性を持つ存在でもある。いわゆる所有と経営の分離の中で，株主は不特定多数の参加の対象と

\*6 ここで社会的共通利益性という表現は，社会性一般の特殊概念として用いている。資本主義社会の基本セクターは私的資本であり，排他的な私的管理，私的所有をその本質とする。個々の私的資本は市場・商品交換を通じて自らの社会性を実現するという意味では，これらの分野もまたおしなべて社会性を持っている。言い換えれば，社会的分業の一環をなすという形で私的主体を含めた全体が一つの共同な関係をなし，その限りで共通利益性は社会性とほとんど同じ広がりを持っている。しかし，資本主義的社会化は同時に市場競争を通じた敵対的な社会化としても現れるとともに，物と物との交換として顕在化（物象化）することの結果として共同性・共通性の直接的な具現化として現れず，したがってまた一般的にはその感知が妨げられる。すなわち，こうした社会システムの中にあっては，公共性の認識は言わば可視的・明示的な社会性に対して生じるものである限りで，社会性一般の部分＝特殊領域にとどまるという理解である。



なり、その限りにおいて所有は社会的所有の性格を持っている。ここでは、会社組織という明確な実体があり、株主はその一員であることを認識している。この点での共通利益性を持つからこそ、正確な情報公開が管理者に求められるようになり、また株主はもとより、場合によっては可能的な株主としての一般社会に対する説明責任の必要性も意識されるようになる。

私的資本による経営であっても、利用の社会性の面で公共性を持つ分野も存在する。例えば、鉄道や道路などの交通・運輸手段である。これらの消費手段（ここでいう消費には、生産的消費と個人的消費の両方を含む）は、一人ではなく不特定多数の人々が「共通」して利用するところに特徴がある。通信の分野も同様の特徴がある。コンピュータ端末は特定の個人が利用するが、光ファイバーなどの通信回線は端末の利用者が共通に利用する。ここでは、端末が何台か壊れても全体への影響はないが、中心的な回線が壊れた場合は全体の機能が大きく損なわれるという社会的共通利益性が存在する。

議論を円滑に進めるために、こうした性格を持つ消費手段を共通消費手段と呼ぶことにしよう。共通消費手段は、その利用範囲（広さと深さ）に応じた公共性を持つことになるが、社会的に特に重要なのは、幹線鉄道や幹線道路などの消費手段である。こうした基幹的消費手段を供給・維持・運営する事業活動は、一般的に高度な公共性を有するものと社会的に認知されることになる。<sup>\*7</sup>ここでは、同一の対象を共通して使用することの可視性が存在しており、社会的共通利益性の認識は明確である。

これを経営・管理主体の側面から見ると、交通・運輸手段は、道路や港湾、空港などがそうであるように、私的な生産になじまないことが多い領域である。ゆえに、その時代状況によって、基幹的消費手段の中には市場供給として実現されるものもあるが、その生産や管理は、しばしば国家がこれを担った。

しかし、こうした共通消費手段と直接的な関わりのない領域でも、公共性が問題となる場合がある。例えば、住宅はそれ自体を取り出せば私的個別的な性格を強く持っている。また、市場に任せてもそれなりに供給できる可能性を持った使用価値 = 商品であり実際にもそうである。しかし、かつての両世界大戦後のように膨大な需給ギャップが生じたり、住宅を調達できない貧困層が多くなったりすると、住宅不足が社会の維持・再生産に決定的な影響を及ぼすことになる。つまり、それ自体の利用をめぐる社会的な共通性は小さくても、正常な社会的再生産の維持という経路を迂回して社会全体にとって共通の課題として現れるのである。このような場合、必要な住宅の供給は公共性を持つ課題と社会的に認識・合意され、それを根拠として公営住宅供給等の公的介入が進むことにもなる。もちろん、どのような問題がこのような性格のものとして現れ

\*7 これに近い概念として、宇沢弘文の「社会的共通資本」(さしあたり『社会的共通資本』岩波書店、2000年)概念がある。宇沢によれば、それは①自然環境、②社会的インフラストラクチャー、③制度資本から構成される。「資本」概念の認識、ここではとくに制度についてそれを用いることの是非はともかく、「社会的共通」性において対象の性格を包括する点が注目される。ただし、これらは対象となる客体についての規定であって、それらを認識する側の意識の問題として展開されているわけではない。

るかは、歴史的に変化する。

この理解の上に、問題をさらに具体的に認識するために、事態を歴史的にみとめることにしよう。

#### 4-2. いまなぜ公共性か

経済学の領域では、この種の問題は、いわゆる公共経済学という新たな学問分野の発展という形で現れた。それは、公共投資による社会資本の形成、そこで達成された経済成長がもたらした公害など環境問題の生成と深く関わっている。こうした観点そのものは、第二次大戦以前、ピグーの『厚生経済学』に孕まれていたものであるが、本格的な学問的展開をみせるのはガルブレイスの『ゆたかな社会』やミシャンの『技術と成長その代償』の公刊など、戦後の高度経済成長期以降のことである。わが国では、宇沢弘文や宮本憲一などが、代表的な論客としてこれらの議論に加わった。

ここで特徴的なことは、これらの議論が、もっぱら社会的共通資本や社会資本論、あるいは外部経済・外部効果論として提起されたこと、言い換えれば、今日ほどに公共性論としては展開されていなかったことである。

その最大の要因は、ケインズ主義的政策が経済政策を席卷する中で、問題への対応・管理がなによりも国家(や自治体)の直接的な投資や介入を通じて担われていたことにある。言い換えれば、国有化や公有化こそがこれらの問題を解決する最良の手段であり、したがってまた歴史的に進歩的な方法であると考えられていたからである。実際、それは根拠のないことではない。現実そのものがそのような公的介入を要求する状況にあり、ゆえにこうした考え方もまたその限りでの歴史的合理性を持つものであった。

こうしたイデオロギー状況は、1970年代半ば以降に明確となる現代資本主義の構造変化によって様変わりする。課題に引き寄せて主要な変化を列挙するならば以下の通りである。

第1に、経済の低成長への移行の中で顕在化した財政危機への対応、そのイデオロギー的表現としての新自由主義・「小さな政府」論の台頭である。

新自由主義的経済政策は、周知のように公的所有・経営の民有・民営化( privatisation )を推進するものであった。これらの公的所有・経営は、既述のように概して基幹の共通消費手段であったり、民間経営では担うことが困難な不採算領域をカバーしていた。民有・民営化は、しかしそれらの諸経営・諸事業そのものを滅失させるものではなく、所有や経営主体を移行するものである。つまりこのことは、その是非は別として、かつて「公共」が担っていた領域を全面的あるいは部分的に民間や非営利セクターが担うという事態が広範囲に発生するということを意味する。しかし、行われている事業そのものはその社会的関係性(共通性)の点で基本的に同質であるとするならば、ここにおいてそれらの「公共性」が一般的に問われる事態が現れざるを得ないし、事実そのような局面に社会は移行したのである。既述のように、こうした領域の広がり、株式所有の大衆化など官民を問わない広範な領域において、説明責任論や情報公開の一般的な広がりを促した。

第2に、この間の世界経済の発展がもたらした地球規模での画段階的な環境問題の展開である。例えば、大気は労働生産物ではないが、人類の生存と諸活動にとってもっともすべての人間が消費する重要な基幹的消費手段である。温暖化現象は、地球上のすべての国や人々を巻き込んだ全社会的な性格のものであるが、これに責任を負う明確な管理主体（「公共」としての世界政府）が存在するわけではない。ここでは、誰がどのような形で対応するかという議論・利害調整が避けて通れないが、それは課題の共通性を前提に、問題の公共性を根拠・キーワードとして進められざるを得ない。

第3に、1980年代以降、とりわけ90年代以降におけるグローバリゼーションのこれも画段階的な進展である。地球の隅々にまで張り巡らされた社会的分業の網の目は、国家間の社会経済的な関連・利益（利害）共通性を格段に強め、地球上の特定の地域における攪乱要因の発生が、他の諸国ひいては世界全体にとっての無視できない新たな攪乱要因となる関係が様々に生じている。この場合、利害の共通性が発展する中で、ある国・地域の問題の発生と解決は、世界の諸国にとって利益共通性を持った共通の課題、したがってその課題の解決は、公共性を持った問題として現れる。高度成長期の国家で採用されていた相対的に一国完結的な政策体系にかわって、世界レベルでの新たな公的介入（及びそれとリンクした国内政策）が不断に必要な時代となった。

第4に、国内に目を転ずれば、特に日本の場合、グローバリゼーションの進展の中で地域社会の崩壊が著しい。地方都市においてこれを見れば、かつて賑わいを見せた中心市街地の衰退は目を覆うばかりである。中心市街地という特定地域の衰退が、もし当該都市全体の帰趨を左右するものであるとするならば、そこではその再生が地域の共通課題（＝公共性を有するもの）として現れ、公的介入の根拠として認識されることになる。

## 5 結論—景観形成の公共性

以上、美とは何かという基本的な観点から景観の美の問題について、さらにそもそも公共性とは何かという点について考察を加えた。最後に、景観に関する美意識の形成と美の達成をこのように理解した上で、「『美』の達成に公共性があることを...どのようにして論証できるのか」（西村）という当初の問題設定に対する、本稿の立論からの回答を試みることにしよう。

改めて述べれば、公共性の本質は、なによりも「所有または利用（管理）に関わる社会的共通利益性」という社会的関係性にある。

一般に景観は誰もが享受可能なものであり、その意味では景観そのもの、また景観形成に関わる実践は無条件に公共性を有するよう見える。しかし、誰もが見えるということが、即社会的共通利益性を意味するものではない。景観の享受に自らの「利益」性を見いだすことができないならならぬ。言い換えれば、その対象となる自然や街並み等の景観に美を感じ取る必要がある。美を感じ取ることは、既述のような意味において、このものに実践の対象として関わる必要がある。逆に言えば、そのものは、こうした実践の対象となることによって、単なる

自然や建物でない「景観」になり、景観美を感じ取る対象として認識されるのである。このような状況において初めて、共通利益性が社会的に意識され、したがってまた景観及びその維持や創造という行為に公共性が発生することになる。

資本主義以前の社会においては、都市景観・都市美創造そのものが支配者＝公権力の実践・管理の対象であり得たという意味では、このような意味での景観が存在することができた。そしてそれは、都市空間全体を支配する公権力が管轄する対象であることによって、公共性を持つものであり得た。しかし反面で、その公共性は、管理に関与できない多数者にとってのそれではない。

これに対して、資本主義社会の成立と市場メカニズムの支配は、まずは管理者としての国家や自治体の介入排除を意味した。そのようないわば管理者不在の下で、つまり都市景観を創造する主体が解体した中で、都市はとてつもないスピードで膨張を開始した。工業村などの特殊なケースを除けば、限定された空間範囲における街並み形成のレベルでのみ景観は実践の対象たり得たのである。

しかし、20世紀に入るとこうした状況が大きく転換する。第一次世界大戦から世界大恐慌、そして第二次世界大戦へという資本主義の大変動は、国家の社会経済全般にわたる介入を必然化した。国家がケインズの言う「賢明な管理」者としての役割を求められ、産業資本主義は国家資本主義へと移行した。

そして、課題に即して重要なことは、空間計画としての都市・農村計画が成立・発展する中で、欧米先進諸国では、市場の自由に対する「建築不自由の原則」が空間形成の一般原則となったことである。

都市計画と連動したこの種の建築諸規制は、必ずしも「美」の基準によるものではないが、事実上何らかの程度に美的観点を含んでいる。直接的に美と関わって定義されない基準、例えば建蔽率の規制は、空間的なゆとりを肯定することのうちに広い意味での美的観点を含んでいるか、少なくとも美の創造に深く関係する要素である。問題は、こうした規制が、美を根拠とする景観形成を明確に志向した社会的規制・制度として顕在化する経路である。

鍵は、都市住民が自らの実践の対象として、景観を認識できる条件がどのように生成してきたかという点にある。市場を通じた住宅供給・調達行為や居住実践そのものが生活と景観との関わりを深めさせ、都市住民の美意識を発展させる契機となることは既に指摘した。こうした状況をアップグレードする基本的な契機は、国家や自治体の公的介入、空間規制という事態の進展である。ここでは、もっとも間接的には選挙を通じた公的介入そのものへの住民の関与が可能となり、さらに住民の直接参加という事態が生み出された。今や住民は、自分の居住する狭い範囲はもとより、ある場合には、都市全体を含めより広い領域の空間形成を考え実践する場への参加を現実のものとしつつある。

人々の実践の場としてこのような諸条件が満たされるならば、これに続いて問われるのは景観（美）規制が建築規制一般から自立することの可能性である。美意識というものが、どのような時にどのように変化するかという法則はない。言えることは、住宅や街並み創造のための実践の中

で美意識が形成・発展し、蓄積されていくということである。これが、ある水準の社会的美意識として一定程度定着した時、その観点から景観美は人々の共通利益性の対象として認識され、したがって対象となる景観そのものとこれを維持・管理する景観形成行為が公共性をもったものとして現れるのである。こうしたことからわかるように、公共性は必ずしもア priori に存在するものではなく、このような実践プロセスの中で社会的意識として創造されるものである。

最後に、とくに日本の現実において指摘しておかねばならない点は、地域再生政策や観光政策との関連である。観光という視点で今日の問題を考える時、当座の出発点はバブル経済期における観光開発であろう。莫大な過剰流動性の生成を背景に、日本列島は隅から隅まで大規模リゾート開発の対象として乱開発が進められ、その爪痕が今日なお各所に残っているところである。この時期の開発行為は、戦後進められてきたこの国の自然破壊・景観破壊を、ある意味で極限まで押し進めるものであった。

バブルが崩壊した1990年代以降、輸出産業の多国籍企業化とその結果としての国内の空洞化の一段の進展は、東京以外の地域、とりわけ非大都市圏としての地方経済の空洞化を顕在化させた。財政危機の下、公共投資による需要の維持にこれまでになく制約がかかる中で、ここにおいて内需を支える鍵として期待がかけられたのがバブル型ではない地域密着型の観光振興であり、それをテコとした地域再生である。こうして、バブル経済の反動でもある1990年代の「失われた10年」は、新たな経済政策のあり方を要請すると同時に、景観形成に関わる爪痕＝「醜」を「美」に転換する課題を胚胎しながら、各地でまちづくりへの住民参加を顕在化させていく。

世紀の転換は、こうした方向での動きを一層明確なものとする。グローバル化を特徴とするこの時期において、外国人観光客の誘致という政策課題とも絡みながら、「美しい国」日本の構築が国政上の最優先課題の一つとして認識される状況が現れた。中身はともかく、国策のスローガンとして「美」がかけられたのである。こうして経済政策上の観点からも、景観政策がクローズアップされる状況が生まれた。地域社会の崩壊にあえぐ地方もまた、観光を起点とする地域再生、その一環としての景観美の維持・形成を求める状況は同様である。現下の景観問題は、この意味で、日本資本主義の経済構造のあり方、その変化と深く関わっている。

公共性という視点から見れば、問題は、前述の住宅政策の公共性に通底する性格を持っている。つまり、一国や地域の正常な再生産を実現していく上で公的实践としての景観政策の必要性が浮上したということであり、そこにも景観問題が公共性を持った課題として認識される客観的基盤が生まれているということである。

この場合、これまで述べてきた住民参加による景観問題の意識化がいわば「下」からの公共性認識だとすれば、国家や自治体によるそれは「上」からのそれとすることができる。もちろん、政策がその背後にあるいかなる政治経済的利害関係を反映しているかによってこの性格付けは変化するが、両者の間に多かれ少なかれギャップが生じることは、この社会の常である。こうしたギャップは、景観以外の多様な問題において生じるものであるが、とくに美観という高度に感性的意識をめぐる関係において上からの強制が行われるとすれば、民主主義の実現にとって新たな

問題性を孕むものと言わねばならない。

こうして、景観美の達成は、上・下両面から公共性を持った問題として意識されつつある。したがってまた、このような意味内容において景観形成は公共性を持つ問題として現れ、日々発展しつつあるのである。重要なことは、快適な生活空間の創出とこれを求める住民の文化水準、社会的美意識の向上であり、これを民主的なプロセスを通じて進めていくことである。住民参加の制度的保証と各種景観計画における意志決定への参加を含む住民の多様な実践活動の発展、これらを支える公共団体や専門家との協働関係の発展が、この国においても真に緊急かつ重大な課題となった時代にわれわれは生きている。