

景観フォーラム

巻頭言

日本の町並み景観または都市景観などを眺めるとき、私たちは何を基準にこれらの景観を評価しているのだろうか。日本という国家は今からおよそ150以上に明治維新という革命により所謂“近代国家”となった。言い方を変えれば、欧米国家群が牽引する欧米文明圏の一員に参画したことになる。それはどういうことを意味するか。それは、欧米文明圏が有している価値観の下に生活するということの意味することである。即ち、二百年以上コツコツと創り上げてきた江戸と称する文化を捨て、今まで全く経験したこともない文明という歯車の中から生まれてくる文化の中に飛び込んでゆくということである。

さて、日本の景観を考察しようとするとき、私たちが念頭にしなければならない大前提は長く育んできた日本文化というもの、この150年という時間が突然の大変革を経験してきたということである。2千年以上その民族文化を継続してきた地域としての日本という国はその文化的影響が中国文化文明の影響下にあったことは、地理的状况として必然の事であった。ところが、そこに突然欧米文明圏が侵入してきたということになる。

都市国家という面から景観を考察するとき、ヨーロッパの国々の都市は石で構築するのが常識であった。都市は石で作りに上げるものであった。コンクリートは二千年以上前から使用されていたが、都市の原材料の殆どは岩石が中心であった。都市というものは岩石で作りに上げた堅固なバリアーで包囲された空間であった。都市の内部と外部はこのバリアーで明確に分離され、都市の外部に出ることはこの堅固な守りから身を離すことであった。

市民は都市によって身を守られ、またそのための法律を作り上げ、その法律の下に生きなければならなかったということになる。この観点から考えると、日本という国は“海洋”というものが西洋の都市国家のためのバリアーとなっていたのかもしれない。

日本の景観を考えると、その評価基準というものは欧米とは全く異なるものが必要となるのではないだろうか。欧米の町並みを見ることによって作り上げた評価基準を用いて、日本の町並み及び都市景観を評価することはできないということである。即ちそのための評価基準を日本に住んでいる人々は考案しなければならないということである。地球環境が転換期にある現在、もしかしたら、その評価基準の創造は新たななる希望ある道を与えてくれるかもしれない。何故なら、欧米文明は地球環境を窮地に追い込み、片や、江戸の文化文明は循環型社会を実現した環境にやさしい社会だったからである。

NPO 法人日本景観フォーラム理事長 齊藤全彦

<日本景観フォーラム 2024 年度年間スケジュール>

*2024 年度とは 2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日のことです。

2024 年

- 4月23日(火) **第1回景観研究会** 総会・第1回理事会 (18:00～20:00) 於：JICA オフィス
- 5月12日(日) **第1回景観まちあるき** 【アークヒルズ】
- 6月25日(火) **第2回景観研究会** (18:00～20:00) 於：JICA オフィス
- 7月28日(日) **第2回景観まちあるき** 【代官山】
- 9月24日(火) **第3回景観研究会** (18:00～20:00) 於：JICA オフィス
- 10月19日(土) **第3回景観まちあるき** 【宇都宮】
- 11月19日(火) **第4回景観研究会** (18:00～20:00) 於：JICA オフィス
- 12月17日(火) **忘年会** 【場所未定】

2025 年

- 1月25日(土) **第4回景観まちあるき** 【渋谷】
- 2月18日(火) **第5回景観研究会** (18:00～20:00) 於：JICA オフィス
- 3月22日(土) **第5回景観まちあるき** 【大山】

■以上のスケジュールは、ご提案ですので随時皆様のご意見を反映してまいります。

<日本景観フォーラム 2023 年度 年間実績>

2023 年

- 4月24日(月) **第1回景観研究会** 総会・第1回理事会 (16:30～ オンライン会議)
- 5月30日(火) **第2回景観研究会** (16:30～ オンライン会議)
- 6月13日(火) **第1回景観まちあるき** 【浦賀】
- 6月20日(火) **第3回景観研究会** 於：JICA 研究所 18:00～
- 9月30日(土) **第2回景観まちあるき** 【品川東海道界限】
- 10月27日(金) **第3回景観まちあるき** 【三ノ輪】
- 11月28日(火) **第4回景観研究会** 於：JICA 研究所 18:00～
- 12月19日(火) **忘年会** (東京、中野にて実施)

2024 年

- 1月19日(金) **第4回景観まちあるき** 【逗子】
- 2月20日(火) **第5回景観研究会**・第2回理事会 於：JICA 研究所 18:00～
- 3月17日(日) **第5回景観まちあるき** 【両国】

ARKヒルズ・景観まちあるき

石見茂夫

2024年5月12日（日曜日）景観まち歩きを赤坂・六本木のARKヒルズで行った。東京メトロ六本木一丁目駅に集合して駅前の泉ガーデンを見ながらARKヒルズに向かった。

駅から現地に向かう道はすぐ左側の脇を首都高速道路の高架橋が通り、右側は泉ガーデンのビル群に続いてARKヒルズのサウスタワー向かい側にはフロントタワーのビル群を見ながら進むとARK森ビルに5分ほどで着く。

当日は午後からサントリーホールでの演奏会があるので、ARKヒルズの中央にある「カラヤン広場」は多く訪問者で賑わっていました。

1. 赤坂・六本木地区第一種市街地再開発事業「ARKヒルズ」概要

1-1. 計画のはじまり

赤坂・六本木市街地再開発事業は、昭和49年(1974年)に森ビル株式会社が構想した「ARK構想案」の発表から計画が具体的に始まりました。その前段階として森ビルは昭和42年(1967年)から用地取得をスタートさせて事業構想の検討をしていました。

その後、構想を現実的な事業とするため再開発組合を設立して事業が本格的に始まりました。

昭和57年(1982年)東京都は「赤坂六本木地区市街地再開発組合」の設立を認可致しました。

翌昭和58年(1983年)8月から既存建築物の解体工事に着工して、昭和61年(1986年)3月に竣工しました。

1-2. 計画の概要

再開発事業地区の敷地面積は、約56,000㎡で港区の赤坂一丁目六本木一丁目、三丁目に位置する商業地域及び住居地域であり、防火地域及び高度利用地区に指定されている。

建築敷地面積：	41,186㎡
建築面積	： 22,853㎡
建築延面積	： 360,608㎡
建ぺい率	： 55.5%
容積対象面積：	304,602㎡
容積率	： 739.6%
公開空地率	： 55.8%

1-3. 建築物概要

A. 事務所棟（賃貸事務所）	地下4階 地上37階	森ビル・入江三宅設計事務所
鹿島建設・戸田建設・フジタJV		
B. ホテル棟（ANAホテル）	地下3階 地上36階	観光企画設計社 大成建設
C. 住宅棟（分譲・賃貸住宅）	地下2階 地上25階	入江三宅設計事務所 竹中工務店

- D. コンサートホール (サントリーホール) 地下4階 地上2階 安井建築設計事務所 鹿島建設
- E. スタジオ棟 (テレビ朝日) 地下6階 日建設計 清水建設
- F. コミュニティ施設 (備蓄倉庫・集会所・公衆便所・コミュニティ倉庫 等) 地上1階
森ビル・環境設計研究室・相田武文設計研究所 大成建設・鹿島建設・前田建設

1-4. ひろば・緑地

ひろば、緑地を含む公開空地面積は、約23,000㎡ (有効面積)
植栽樹木は、高木約2,000本、低木約40,000株
コンサート棟の屋上は、バードサンクチュアリーと成っています。
敷地の外周道路には、エドヒガンザクラの街路樹が植栽されています。

2. ARKヒルズの開発コンセプト及び開発経緯

2-1. 開発コンセプト

アークヒルズの開発コンセプトは、知的生産性を高めるとい時代背景と、国際化・情報化の進展の中、東京・ロンドン・ニューヨークという24時間ビジネス体制に 대응する新しい、21世紀のビジネス街づくりです。

また、当地区は、赤坂・六本木・青山・麻布と連なる東京の先端的商業・文化・居住ゾーンにも接しており、ビジネスとこのような地域性とを融合させた複合的・多彩な都心活動の場とし当地域を位置づけ、行政の指導のもと、様々な用途の複合化が検討されました。

物理的なスタディーとマーケットリサーチが積み重ねられ、実際に運営する事業者の出現とともに用途の組み合わせが決定され、その結果、大規模超高層オフィス、都心型住宅、本格的シティホテル、2,000席のコンサートホール、テレビスタジオという、ビジネス・生活・文化・情報・レジャーの融合した「複合都市」というコンセプトにまとまりました。



都心らしい高度利用を実現しながら快適な心地良い環境をつくるのが次の大きなテーマでした。それぞれの施設の独自の環境を保ちつつ、それぞれが共存できる包容力のある環境づくりが求められ、そのために、高低差のある地形・緑・水という自然環境づくりを大いに取り入れることになりました。

また、技術革新の時代でもあります。快適な環境づくりのための先端技術は最大限取り入れられ、特に目覚ましい進歩を遂げつつあった情報技術についても検討を重ね、本格的情報化時代に備えるため、情報ストラクチャーを装備することになり、いわゆるインテリジェントビル、インテリジェントシティを目指しました。

国際化・情報化時代に対応したビジネス都市・24時間型複合都市・快適環境都市・インテリジェントシティ
いわば「全環境都市」がアークヒルズの基本コンセプトです。



2-2. 施設計画

高度利用実現のため、5.6haを1つの街区としてまとめ、開発前の折れ曲がった狭小な道路（総面積2,000m²）を幅員12mおよび8mの外周路（同7,000m²）として整備しました。旧来の地区内の区道はすべて廃止し、新たな外周道路を新設区道としています。なお、この外周路は、今や名物とされるほどの桜並木に成長し、開花の時期に多くの人々を楽しませています。

高速道路の走っている幅員40mの放射一号線沿いには、超高層でかつボリュームのある事務所とホテルを並べ、日照条件の良い南側の丘の上には、6階、21階、25階の住宅、計3棟を配置しています。住宅棟と事務所棟の間には広場をつくり、その広場に面する部分、および地下にはテレビスタジオを置きました。また、住宅棟の北側には低層のコンサートホールを広場に面する形で配置し、北側隣接の既存住宅への環境に配慮しています。幹線沿いの商業系のゾーンは容積を高く積み（事務所・ホテル）、南側の文化・住宅ゾーンは容積をおさえるという「団地の総合的設計の手法」によるいわゆる「容積の移動」を行っています。



また当地区は丘陵地にあり、地域内に20m位の高低差がありますが、その差を利用して段々畑状の広場をつくっています。この立体的広場や、ペDESTリアンデッキの整備による歩行者路構成によって55%にも達する公開空地率を確保することが可能となりました。

面的開発では、街区全体の統一性と各建物の個性とのバランスが重要となりますが、街としての骨格、アークヒルズという街のアイデンティティを保ちながら、各建物はその個性に応じた個性を発揮できるようにと考えました。

時代の変遷と共に、人々のニーズや生活、経済活動は変化します。それに伴い、都市にも変貌が要請されます。街が輝きつづけるために、それらを敏感にとらえ、リニューアルしていくことは重要な行為です。街を構成するハードである建築物の、その枠組みを変えることは困難なことでありますが、街の機能の多様化を求めてソフトを変化させることは困難なことではありません。アークヒルズでは完成後も、多くのリニューアルを行っています。

1996年、多様化したオフィスワーカーへの求めに応じ、最新機材を完備したカンファレンス施設「アカデミーヒルズ」を開設し、その後六本木ヒルズへ継承しています。周辺居住者も対象にした「アークガーデニングクラブ」の発足。1998年、食文化の変化に対応し、共用施設も含めた飲食店舗の大規模リニューアル。住環境の整備として「アークヒルズ・スパ」のリニューアル。画一的であった緑化をより豊かで身近なものへというコンセプトのもと、ガーデンなどの充実。そしてオフィスワーカーの執務環境向上を目指し、OAフロアの敷設、共用部デザインの刷新、セキュリティの強化など全面的なリニューアルを行いました。

都市リニューアルの先導的役割を果たし、時と共に成熟を深めるアークヒルズは、今なお進化し続け止まることを知りません。



2-3. 建築・デザインコンセプト

アークヒルズは広い街区に、複数の用途の異なった建物を配置しています。建物はその用途によって基本形状が異なります。超高層にしてかつ平面ボリュームも大きくて良いもの、高くすることはできるが、細くなくてはならないもの、低層部で平面的広がりが必要なものなどがあり、それらをバランス良く配置すれば、高密度であっても魅力ある景観と快適な環境を創ることができます。国際化・情報化時代への対応を目指し、完成当時、日本のインテリジェントビルの先駆けでもあったアーク森ビルには、進出を始めたばかりの外資系金融機関が多く入居し、東京を代表する国際金融センターの顔となりました。

また竣工当初から屋上を含む施設内の緑化に積極的に取り組み、シンボルでもある桜並木や、7つのガーデン「アークガーデン」が、都市の生態系を育み続け、都心に季節感のある風景をもたらしています。

アークヒルズは、森ビルの大規模複合再開発プロジェクトの先鞭を切った事業です。遡ること1967年、森ビルがこの地に最初の土地を取得し、行政による再開発適地指定を受けてから、じつに19年の時間を費やしています。森ビルの街づくりへの理念が、この膨大な時間とエネルギーを支えたと言っても過言ではありません。



- ・ 開発経緯年表
- ・ 1971年：東京都「再開発適地調査」を行い適地指定
- ・ 1973年：港区「再開発基本計画」発表
- ・ 1978年：赤坂六本木地区再開発準備組合設立
- ・ 1979年：都市計画決定告示
- ・ 1982年：赤坂六本木地区市街地再開発組合設立認可
- ・ 1983年：権利変換計画認可
- ・ 1983年：着工
- ・ 1986年：竣工

資料は森ビルHPから転用しました。

THE TOKYO TOILET 今、公共トイレが面白い（下）

豊村泰彦



THE TOKYO TOILET とは、ファーストリテイリング取締役の柳井康治氏が発案して東京・渋谷区の17か所に街のシンボルになるような施設をリニューアルするというプロジェクトである。これには世界的な建築家、クリエイターが集結し、既成の枠にとらわれない個性的な公共トイレの未来を提示した。完成に合わせてこれらのトイレを管理する清掃員を主人公にした映画「PERFECT DAY」（役所広司主演）が2023年末に日本で公開され、世界的に反響をもたらした。今回は「前回は17か所のうち9か所を」紹介したが、今回は残り8か所全部を紹介する。

■恵比寿駅西口公衆トイレ 佐藤可士和

(クリエイティブディレクター/ SAMURAI 代表)



最初は恵比寿駅西口のすぐ横にある公衆トイレである。トイレをデザインした佐藤可士和氏は企業から学校、公共施設まで幅広くクリエイティブなデザインを手掛ける。国立新美術館のシンボルマークをはじめ数多くの優れたデザインをプロダクトした。

トイレ全体は白い立方体の建物で、奇抜さはなく形は至ってシンプル。色彩も白一色。この辺は一日中人の往来が多いが、その中であって目立たず周囲の景観によく馴染んでいる。そして、夜になると建物全体が行灯のように温かい光を放ち恵比寿駅前を魅力ある空間にしている。

周囲に馴染むということは利用者にとっては、安心して使えるということで、最も重要な要素だ。佐藤さんは「恵比寿駅を利用する人々の気持ちが、少し明るく、清々しくなるようにトイレとして『当たり前な配慮』のひとつひとつに向き合ってデザインした」と述べているが、年数が重ねるにつれてこのトイレが駅前のシンボルとして馴染んで行くに違いない。

■神宮前公衆トイレ NIGO®
(ファッションデザイナー/クリエイティブディレクター)



外見はまず古き懐かしき昭和の家のイメージ。トイレに入っただけでノスタルジーの世界に浸れる感じ。形としては100年前にもこんな感じの家が建ってたなとかまず懐かしさを感じる。または田舎の駅舎のようでもある。使いやすさを重視したというが、世代を越えて誰もが安心して入れる外観。その一方内部は最新の公共トイレスタイル。

クリエイターのNIGO®さんは、日本発のライフスタイルブランド、HUMAN MADE（ヒューマンメイド）の創業者兼デザイナーであり、オツモ株式会社の代表取締役。といっても、肩書だけでは何をしている人かわからない。早い話、ファッションデザイナーとして様々な分野で新しいものを作っている人だ。

そして、NIGO®さんの作品はストリートカルチャーとどこかで結びついている。ストリート・カルチャーとは1970年代にアメリカ・ニューヨークのストリートで発祥したヒップホップやスケートボードなどのカルチャーから生まれた文化のこと。ファッションデザインの他にも、ディレクター、音楽プロデューサー、インテリアデザイナー、フォトグラファー、陶芸家でもある。このような多彩な人がデザインした作品である。

■東三丁目公衆トイレ 田村 奈穂 (プロダクトデザイナー)



恵比寿駅の北にあり THE TOKYO TOILET の中でも最も公衆トイレらしくない建物のひとつだ。まず壁が強烈な赤で存在感をアピールしている。それも決して商業的な赤ではなく、絵画で使われる赤で生命を感じる深い赤である。日本では神社仏閣などには赤が使用される。赤色は魔除けの色と考えられているからだ。その赤を線路沿いの細い三角地帯に建てたことにより、狭さや暗さを感じず誰でも入れて安心できるようにした。構造は三角の3つの空間から成っているが、中に入ると、白壁や容器などから白の世界に変わり、その色彩の変化が楽しい。日本の贈り物文化の象徴である「折形」(おりがた)を外観デザインに取り入れたという。外面に採用した赤色は、犯罪の抑止効果の期待できる警告の赤だという。

田村 奈穂さんはニューヨークを拠点に活動するデザイナーであるが、そのせいか日本人にはない感覚も持っていると思う。トイレを赤にするという発想は日本人にはあまりない。日本では看板に赤を使うことはあっても、建物そのものは神社のように赤くしない。まして、赤いトイレはどこに行っても見ない。そういう既成概念にとられないデザイン感覚が海外で評価されるのだろう。

■七号通り公園トイレ 佐藤カズー（クリエイティブディレクター）



京王線幡ヶ谷駅に近くにあるこのトイレはとても見るからにユニーク。真っ白な球状の天井の高さは最大で4m。この構造が空気の流れを制御し、においが滞留しないようになっている。特徴はまだある。音声認識技術を採用しドアの開閉から便器の操作まで音声で行うことができるのだ。欧米のとあるトイレに関する調査結果によると、60%の人がトイレのレバーを足で踏んで流し、50%がトイレットペーパーでドアを開き、40%がお尻でドアを閉めるなどしていたという。要するに手を触れないで用を足す傾向は最近では普通になりつつある。これは日本もほぼ同じ傾向で、自動で水を流したり、ドアの開閉もボタン操作でできるところも増えてきた。この流れを重視し、トイレでは用を足して出るまで一切手を触れなくて済むボイスコマンド式のHiを導入している。さらには、ブース内で音楽をかけたりすることもでき、クリーンで、楽しい時間をトイレ内で過ごせるのだそうだ。

クリエイターの佐藤カズーさんは広告業界でメディアの枠を超えた作品作り続けてきたが、2022年から広告の現場から距離を置き、2024年3月まで地球環境学の修士課程に進んでいる。地球環境の保護が喫緊の課題となった今日、「地球に良い仕事だけをしたい」とこれからの時代におけるクリエイティブの役割を模索しているという。そういう意味でこのトイレは、これからの環境保護を考えていくきっかけになるかもしれない。

■裏参道公衆トイレ マーク・ニューソン（インダストリアルデザイナー）



千駄ヶ谷の高架下にあるトイレ。人は素直な気持ちになるとこのようなタイプの形状好きになるかもしれない。なぜかという、シンプル 角がなく硬さを感じない。屋根も切妻だが、まるでクリームで包んでいるよう。これは世界中で見られるオーソドックスな建物である。日本ではも社仏閣や茶室などあらゆるところで見られる。このような小さな建物を建てる際の基本形と言ってよい。とにかく、落ち着く、癒される。心が整う、安心感がある。その心情は全国共通である。オーストラリアのプロダクトデザイナーがこのオーソドックスな建築スタイルを採用したのが分かる。このようなトイレこそ安心して入れるトイレである。

マーク・ニューソン。同世代で最も影響力のあるデザイナーのひとりとして評され、幅広い分野で活躍している。「私にとって、トイレは内からも外からも信頼でき、誠実さが感じられるデザインであることが重要です。明るい内装は、私の好きな色であるグリーンの単色でシームレスかつ衛生的に仕上げられています。このトイレのデザインでは機能性、シンプルさ、そして心地よく永続的な空間であることに重点を置いています」と言っているが、まさしくそれがこの裏参道公衆トイレのアピールポイントである。利用者からも周囲の住民からも長く愛されるトイレになるだろう。

■西参道公衆トイレ 藤本壮介（建築家）



京王線初台駅から新宿方面に向かう途中にある。この施設をなんと表現したらよいだろうか？形はトイレというより公園の遊具に見えるが、道路の脇のスペースにあり、トイレという標識がないと入るのを躊躇するかもしれない。近づいても手洗い場なのかな？と勘違いするくらいトイレらしくない施設だ。近づくと白いくねくねした中に曲線だらけの空間。それでもひとつの目的を持った秩序が備わっている。藤本壮介さんは「公衆トイレは都市の中の水場、街の泉（うつわ）であるといえるのでは」と言っているが、まさにそこはみんなで使う、地域の泉であり、公共の水場である。

このトイレには、建物正面の大きな手洗い場があり、男性・女性・だれでもトイレとのそれぞれのスペースに専用の手洗い場が備わっているが、それとは別に「うつわ」のよう大きな手洗い場があるというのはこれまでの公共トイレには見られなかった構造だ。みんなで手を洗おう、そして水場に集まろう。ということなのだろう。水場だからきっと水もおいしいかもしれないし、まあ、馴染んでしまうと愛すべき地域のシンボルになるだろう。

■幡ヶ谷公衆トイレ マイルス・ペニントン

(東京大学 DLX デザインラボ)



京王線笹塚駅に近いところにあるが、ここも普通の公衆トイレとはかなり雰囲気が違うので、ちょっと見ただけではトイレとは思わないだろう。公共トイレを地域コミュニティの場と合体させた新しい施設ととらえてよいのだろう。広場スペースが主なのかトイレが主なのかは地域住民が決めればよいことであり、そのうち使いみちが出てくるだろう。そうなれば公衆トイレという名称は使われなくなるかもしれないし、何か別の施設名を付けてもよいだろう。場所は住宅街の中にあるが、ちょうど交差点の角にあるので、地域住民のコミュニティの場所としては最適だ。

このトイレのデザインは、マイルス・ペニントン氏 / 東京大学 DLX デザインラボが手がけたものだ。ペニントン氏はデザイン先導イノベーション分野の教授として、東京大学生産技術研究所で研究を続ける傍ら、DLX デザインラボの運営をしている。トイレの設計についてペニントン氏らは「公共トイレに別の機能をもつ空間を組み合わせた建築で、その第二の空間は、全ての人たちがさまざまな用途に活用できる。展示スペース、ポップアップストア、情報センター、待合所など、地域コミュニティの中心として役立てられることを期待する」と述べている。

■広尾東公園トイレ 後智仁（クリエイティブディレクター）



このトイレは、東京メトロ広尾駅からほど近い「広尾東公園」の緑に囲まれた中にある。公園は高低差のある坂の途中にあり、場所的には見つけにくい所にあるが、そのような心配は無用で、たとえ夜でもこのトイレなら安心という仕掛けがある。

デザインしたのは、CMやグラフィック広告などを手掛けるWHITE DESIGN（東京都港区）のクリエイティブディレクターである後智仁氏。後氏は昼も夜もその存在を放ち続ける人間の生理現象に対する安全な受け皿というだけでなく、「生活の中にありながら、人に何かを問いかけていく」としてこれが単なるトイレではないことを主張する。

トイレの正面はユニバーサルトイレブースが2つある普通の公共トイレ。違うのは建物の裏側。パブリックアートのような公共トイレを模索したという後氏は、建物の裏にで全く違う表情をつくった。それはトイレの裏側にあるディスプレイのような壁だ。ガラスで覆われた壁は、複数の緑色の光が点いたり消えたりして模様を描く。その模様は世界人口と同じ79億通りのパターンが、昼は木漏れ日のように、夜は月明かりや漂う蛍のように変化し続け、二度と同じパターンを見ることはないという。また、正面側も夜は夜で優しいトイレの明かりが辺りを照らす。今回は明るい昼間に来たので美しい夜の情景は見る事ができなかったのが残念である。

<LFJブックレビュー 84>

『龍の世界』池上正治著

2023年10月刊

講談社学術文庫

斉藤全彦

龍とは十二支の5番目に出現するが、その12種ある動物の中でも、この世に存在する動物ではない。兎と蛇の中間に存在はするが、現実にお会いできる代物ではない。それなのに、坂本龍馬などと人間の名称でも活躍している。それだけ人間に親しい動物？なのかもしれぬ。当然親しい何かではある。何故か？答えは簡単である。人間が創造した夢の産物であるからである。

龍と言えば中国である。中国人にとってその創造の地である故に龍に対する情熱は並大抵なものではない。先ず、「孔子が老子のことを”龍のような人間だ”と賛嘆している」どうしてそう言ったか。「龍だけは泳ぐことができるのに魚ではなく、飛ぶことができるが鳥ではない。全くエタイが知れない」ということになる。古代中国では、治水に成功した王族は龍の一族ではないかと信じられていたらしい。そして、龍に乗って、白昼、黄帝が天に昇ったという話は、中国社会ではあまりにも有名である。即ち龍は権力の道具となった。

世界の四大文明のひとつである黄河文明は諸々の龍文化を生み出した。「龍体人面文様」の彩陶を持つ仰韶文化、「とぐるを巻く龍」の黒陶を持つ龍山文化、「玉製の龍」を愛した殷文明。しかし同時にその黄河は、巨大な恐るべき「暴れ龍」にもたとえられる。即ち、数多くの大洪水を起こして来たのもこの黄河でもある。

黄河が「黄色の龍」であるならば、万里の長城はさしずめ「蒼い龍」だろう。これは、紀元前221年に中国初の統一王朝を打ち建てた秦始皇帝の大事業であるが、全長は6千キロ、北京郊外では、山脈の峻巖な稜線を這い、それは華北一帯での典型的な景観となっている。中国大陸を東西に走る一匹の蒼い龍（長城）が中国人の最大の民族的誇りであることに変わりはない。万里の長城が一匹の「蒼い龍」であるとしたら、その頭と尾の所在が問題となるだろう。長城の頭は、河北省の山海関の東にある老龍頭であり、長城の尾は、はるか西のかなたの嘉峪関である。老龍頭はあたかも一匹の蒼龍が首を渤海につっこみ、その水を飲みほさんとしている姿の様でもあり、長城の西端

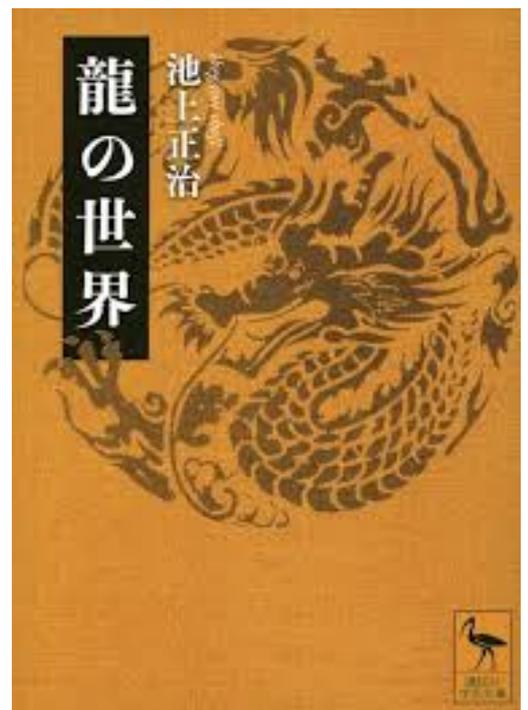
嘉峪関は端麗そのもの、砂漠のただなかにある。

黄河は中国および中国人にとって、優しい母でありゆりかごであるが、ときに試練を課す暴れ龍

でもある。黄河が上流から中流にかけて変わる決定的な場所、黄河が轟音を立てて下る場所「龍門」がある。そして、黄河が河南省に入っていく間もなく、神門、人門、鬼門の三門峽にさしかかる。「登龍門」の故事はこの黄河の龍門を舞台としている。激しく流れくだる黄河をあえて昇りこの龍門を超えることができれば鯉もついに龍になる。

さて、三千の昔、周代の都がおかれていた洛陽にも龍門がある。このように、中国社会はあらゆる地域、あらゆる時代に龍という形をとって人々の景観上の夢を語って来たと言えるのではないだろうか。では日本ではどうだろうか。稿を改めて挑戦したいものである。日本人にとって龍とはいかに。簡単には答えられないであろう。

(斉藤全彦)



〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町 14-5-502
TEL : 03(3780)3814
FAX : 03(6379)6681
E-mail : info@keikan-forum.com
URL : <https://www.keikan-forum.org>

