

美しさと心の持ち方は密接につながっている。日本が世界で一目置かれる存在になるにも、日本人に息づいている“心映え”を大事にする必要があると思います——。国土交通事務次官時代に「美しい国づくり政策大綱」の策定に尽力した青山俊樹水資源機構理事長に「美（うま）し国づくり」への想いを聞いた。



水資源機構理事長
青山 俊樹氏

一番川上の技術で世界と向き合う

日本美の底流「心映え」に磨きを

——「美」を強く意識したのはいつ頃からですか
景観や美しさを強く意識したのは東北地建局長時代です。赴任は1995年11月でしたが、行く先々で紅葉のスケールに圧倒されました。紅葉だけではなく、冬は葉を落とした木々に雪がしんと降り、春になれば萌えるような新芽が生まれ、夏になると緑が深まる。山、川とも四季折々の姿があります。このような風景に身を置くと、いまの日本には美しさに対する視点が欠けているという思いが強くなりました。

用・強・美という言葉に着目したのもその頃です。塩野七生さんの著書『ローマ人の物語』にも、ローマ人が実用性・機能性、強さ、美しさを求め、そのバランスを重要視したという記述が出てきます。我々がつくる国土は、用と強に比べ、美が欠けています。

大学で土木工学を学びましたが、機能、強度に関する講義はたくさんあっても、美しさに関する講義はなかったと記憶しています。戦後、用と強が重視されてきましたが、これからは、美を求める必要性があると考えています。日本が世界とどう向き合うかは、さまざまな議論がありますが、私は日本が一番川上の技術を持たないと駄目だと常に考えています。これから、世界に提案していく必要があるのは美に関する技術だと思います。

元来、日本人は美に関する感性にすばらしいものがあります。呉善花さん（韓国女性作家）は、日本人を分析した書物の中で、ゆがんだ茶碗を美しいと感じるのは、日本人独特の感性だと言っています。このような、潜在的な美的感覚は、世界に誇れるもので、磨きあげて後世に伝えなければならぬと考えています。

——「美しい国づくり政策大綱」をまとめる過程で、美に対する省内の意識はどうでしたか

組織は備えるべき要件が2つあると考えています。一つは組織を構成しているメンバーが組織の一員であることを強く思い、人的交流を図ること。2つ目は共通の目標を持つこと。国土交通省の場合、4省庁が一緒になった、いわば寄り合い所帯で出発したわけです。共通の目標が必要でした。

事務次官時代、年初めの記者会見で、「美（うま）し国をつくりたい」と抱負を語りました。美という言葉を選んだのは、単に美しさだけでなく、心と物質的な豊かさを兼ね備えた意味があり、まさに同省がめざす国づくり、施策を表していると考えたからです。

この会見の議事録を見た局長や課長などが、次官室にやって来て、「これやりましょうよ」と賛

同してくれました。検討委員会をつくり、若い人も含め省内一体で「美」をテーマに熱気のある議論を重ねる中で、国土交通省も一つになりつつあるなど実感したのを覚えています。

この政策大綱を策定した経験が生かされ、景観緑三法の制定に結びついていったのだと思います。

——景観緑三法に対する国会などの審議の流れをどのように感じましたか

政治家の方にも大変理解を示していただいたと思います。法律にする際、人間それぞれが主観的に捉えている景観をどのように定義付けるのか、大変苦労したと聞いています。私の理解では、住民、地方公共団体などが議論するプロセスを重視し、みんながめざしたいと思える計画が良い景観であると、この法律で整理したのではないのでしょうか。日本人はその気になればいい景観をつくれるという潜在的な美意識を持っているからこそ、みんなで議論した景観に価値があるのだと思います。

——水資源機構として、どう「美しさ」に関わっていくのですか

ダム水源地に続くガードレールを変えるだけでも随分違うだろうし、水路そのものを住民の憩いの場に変えるという取り組みもあると思います。子供たちの視点にあったような小さな水路も大事に考えたい。ダム現場のむき出しの山腹を緑に変える取り組みもある。心の持ち方で、いくらでも、できることはあると思います。

——景観づくりの中心となる地域や住民に期待することは

美しさと心の持ち方は密接につながっています。例えば、赤ん坊を抱いた母の慈しみに満ち、香りの立ちのぼった顔のように、街の美しさも、住民の心の状態が反映されていると思います。日本が世界で一目置かれる存在になるには、そういう心の持ち方が重要になると思います。

幕末から明治初期にかけて、外国人の目から見た日本が様々な形で紹介されていますが、いずれも日本人の明るさ、親切さ、治安の良さ、景観のすばらしさなどが描かれています。それは日本人が持っている“心映え”を映したものであり、現代でも底流で息づいていると思います。日本人が21世紀に世界と勝負するのは、経済力はもちろんありますが、“心映え”に磨きをかけることだと思います。

（日刊建設通信新聞 2004年12月10日）