

独立自営の建築家における創造性の持つ両義的な意味をめぐって

立命館大学 松村淳

【1. 目的】

建築物の設計・監理を主たる業務とする建築士の中でも、芸術性の高い建物の設計を志向する者がおり、彼らの職業アイデンティは技術者としての建築士ではなく、芸術家としての建築家という職業アイデンティを自認している。彼らは設計した物件を作品として捉え、それが雑誌等のメディアに取り上げられることを目標としている。しかし、いわゆるアーティストとは異なり、彼らの「芸術性」は住宅市場というマクロな状況の中に位置づけられるものであり、相対的な需給関係の影響を大きく受ける。現在、住宅（建築）をめぐる状況は人口減少社会が帰結する住宅過剰状態にあり、ハウスメーカーや工務店等との競合は厳しさを増しているが、こうした状況にあって建築家は、建物の創造性や芸術性をもって差異化を図ることで、住宅市場の中で生き残ろうとしている。しかし、そもそも住宅に芸術性を求めるクライアントは数が限られており、住宅市場で生き残れる建築家は少なく、建築家同士で熾烈な競争を勝ち抜く必要がある。少ない依頼を捉え、確実に利益を上げていくには一件あたりの仕事の単価（設計料）を上げていくことが合理的な戦略である。その結果、住宅作品を世に問い、自らの有名性を上げていくという卓越化の競争に参入していくことになる。しかし、設計を労働としてみたとき、芸術性や創造性といった要素は、経済性や合理性といった要素に比べて、その輪郭が極めて曖昧であるため、結果的に過剰労働を帰結することに繋がりがかねない。本報告では、こうした創造性を労働の中に含まざるを得ない建築家を事例に、創造性が自らの卓越化のための重要な要素となっている一方で、過剰労働を帰結する要因にもなっているという創造性の持つ両義性について検討を行う。

【2. 方法】

本報告では、60代のベテランの建築家への複数回に渡る聞き取りから得たデータを基に検討を行う。彼が行ったいくつかの仕事の事例に検討した結果、少しでも芸術性の高い住宅を設計しようとするあまり、過剰に仕事にのめり込み、結果的に安い単価で仕事を引き受けている状況が確認できた。

【3. 結果】

インフォーマントにとって長い時間をかけて設計した住宅の金銭的な報酬はそこに投入した労働力に見合うものではなかった。しかしこの住宅は、彼が建築家としての創造性を十分に発揮できたと考えている故、それが彼の「自信作」となっている事や、クライアントの「笑顔」や「感謝の手紙」といった「報酬」が目減りした金銭的報酬を代替するものとして一定の機能を果たしていることから創造性は主観的な達成感を帰結する側面があることが明らかになった。しかし、それでは経営を成り立たせることは当然困難であるが、ある程度そうした状況が許容されるのは、創造性が卓越化のための要件として重要視されているからであり、それが次回以降の仕事に繋がるという信念を保持しているためである。

【4. 結論】

労働にとっての創造性とは、多かれ少なかれ働くモチベーションになり得る。建築家にとって創造性とは、そうした側面を有する一方で、卓越化のための掛け金でもある。多くの建築家にとってそれは過大な掛け金であり、具体的には過剰な労働を帰結するのである。