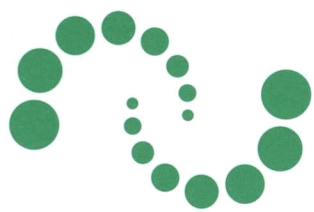


生活文化ルネッサンスへの提言



ひとの動きと生活文化

しなやかなモビリティ・ライフの創造にむかって

生活文化フォーラム

平成元年6月

生活文化フォーラムについて

生活文化フォーラムは、通商産業省生活産業局の要請をうけて、これからの生活文化の方向について自由に議論し、提案し、さらには生活文化に関心をもつ人々とひろく対話を重ねるため発足したもので、現在、加藤秀俊を代表として次の8名によって構成されています。

栗津 潔	グラフィック・デザイナー
石井 幹子	照明デザイナー
石毛 直道	国立民族学博物館教授
榮久庵憲司	インダストリアル・デザイナー
(代表) 加藤 秀俊	放送教育開発センター所長
菊竹 清訓	建築家
小松 左京	作家
樋口 敬二	名古屋大学教授

(五十音順)

なお、この提言のとりまとめについては、以下の各企業の協賛を得ました。

株式会社 イトーキ	株式会社 東急エージェンシー
株式会社 オンワード樫山	株式会社 レナウン
株式会社 資生堂	殖産住宅相互株式会社
株式会社 鈴乃屋	東陶機器株式会社
株式会社 鈴屋	東レ株式会社
株式会社 西武百貨店	プラス株式会社
株式会社 第一勧業銀行	HOYA 株式会社

(五十音順)

ひとの動きと生活文化



しなやかな モビリティ・ライフの 創造にむかって



1. モビリティとろの背景	1
☆ ひと・もの・情報の移動	
☆ ひとの動きの高度化とその背景	
☆ 「生活拠点の移動」と「一時的な移動」	
2. モビリティの高度化とライフスタイル	4
● モビリティとライフスタイルの関係を考えるためのモデル	
● ライフスタイルの変容	
● モビリティと生活ニーズの一般的な関係(例)	
3. ゆたかなモビリティ社会の実現と生活文化の創造	8
く 生活者への課題 〉	
く 企業への課題 〉	
く 行政への課題 〉	

1. モビリティとその背景

☆ひと・もの・情報の移動

わたしたちは、「こころ」の表現方法として形のある「もの」と形のない「情報」という手段を持っています。また、「もの」や「情報」をたがいに交流させることによって、ひとびとは「こころ」をかよわせ、共感しあうこともできます。そうした交流と共感がひろくゆきわたって、ひとびとの暮らしが変化したとき、おそらく、あたらしい生活文化の誕生が約束されるにちがいありません。

それだけではありません。わたしたちは経済的、文化的な理由によって移動し、おたがいのこころのつながりを深めたり、あたらしいものや情報との接触の機会をもつこともできるのです。

あたらしいアイデア（情報）がものを媒介にしてひとびとに広められたり、創造的な人間たちのあつまりがあたらしい情報をつくったり、という例は日常的によく知っています。つまり、ひと・もの・情報は相互に作用し、活発に交流し、たがいに高めあいながら、わたしたちのこころを変化させ、暮らしのあり方を変えてゆきます。それが現代の生活文化の原動力であることはいまでもありません。そうした事情をふまえたうえで、ひと・もの・情報の移動と、生活文化のかわりについてかんがえてみたいとおもいます。

☆ひとの動きの高度化とその背景

ひと・もの・情報の移動についてかんがえてみると、そこには「移動という動きそのもの」と「移動できる可能性」というふたつの側面があることに気がつきます。ひとの移動についていうと、前者は移動する人口、その頻度や速度、距離などをさし、後者は「可動性」の条件、つまり道路網の整備や有給休暇のような制度的、文化的な条件の充実のことを意味します。このふたつの側面が交錯して「移動」という現象を生むのです。

いうまでもないことですが、ひと・もの・情報の可動性の進化は、わたしたちの生活様式の変化と密接に関連してきました。たとえば、技術進歩のおかげで、「ひと」は蒸気機関車による低速旅行から新幹線やジェット機をつかった高速交

通手段による旅をすることができるようになりました。「もの」についてもおなじことがいえます。たとえば道路・鉄道網の発達やそれを利用する自動車・列車といった交通システムの変貌によって物流の量も質も、おどろくべき進歩をとげました。「情報」の面では、通信ネットワークシステムの変化などがその例でしょう。家庭生活のなかでも、ラジオを中心とした一家のだんらんの風景から、国際放送を受信できるテレビを個人的にみたり、パソコン通信で情報交換をしたり、という風景へと時代はかわってきました。これらの変化があまりにも急激であったことから、これらの変化を「交通革命」「流通革命」「通信革命」とよぶひともすくなくありません。

さて、ひと・もの・情報の動きは、その原因となる、人間のがわでのさまざまな欲求や動機をその前提としています。そうした欲求が、つよく大きいほど「動きそのもの」がもとめられ、またそれと並行して「可動性」の諸条件がより向上するのです。

そうかんがえると、交通革命、流通革命、通信革命をうながし、わたしたちの生活様式を大きく変化させた基本的な要因は、結局のところ、ひと・もの・情報の動きをもとめた人間のがわでの欲求と動機づけだったとってさしつかえないでしょう。

こうした観点から、すこし日本の歴史をふりかえてみましょう。それはわたしたちの祖先の移動欲求とその結果の連鎖でもあるからです。過去にみられた移動の理由としては、武士の参勤交代に代表されるような「制度的移動」や、庶民の「お伊勢参り」に象徴される「宗教的移動」、それに近江商人や伊勢商人、富山の薬売りなどの「経済的移動」などがありました。また、個人の強烈的な移動への動機づけとして、芭蕉の『奥の細道』の旅なども忘れることはできません。それは「文学的移動」といってもいいとおもいます。現代社会では、海外旅行ブームやイベントブームに見られる、情報を体験的に入手したいという欲求もありますし、宅急便やパソコン通信にみられるように、居ながらにして利便性を得たいという欲求（ひとにとっては反モビリティ）もあります。それらも基本的には、日本文化史のなかでの「移動」の進化の結果でありました。そしてこのような移動をつうじて情報交換がおこなわれ、地域間の文化交流が活発になり、日本の生活文化は時代とともにゆたかに展開してきたのです。とりわけ、さいきんでは、

海外への移住、長期的勤務など、移動先も国際化してきました。1988年現在、在外居住日本人は70万人をこえています。それは、日本史はじまって以来の重大な展開でもあります。そのような革命的国際移動をも視野にいれてかんがえなければなりません。

☆「生活拠点の移動」と「一時的な移動」

さて、これまでひとの移動の旅行のような一時的移動を中心にのべてきましたが、ひとの移動を形態別にみると、引越しをとまなう長期的移住、あるいは短期的定着を前提とした単身赴任や留学などの「生活拠点の移動」と、日常的な通勤・通学や買物・社交、出張や観光・レジャーの移動など、「一時的な移動」のふたつにわけてかんがえることができます。

まず、「生活拠点の移動」、つまり引越しについてかんがえてみましょう。その件数はこのところ減少傾向にあるようです。「生活拠点の移動」を左右するおもな要因は、経済活動、社会全体からの条件づけとおもわれますが、どうやら、社会経済が安定するのと平行して、こうした外的要因による移動率が低下して定着傾向が加速してきたようです。しかし、すでにみたように、経済の国際化を反映して、海外への長期的移住は増加しています。そうした異文化とのこれまでになかった活発な交流がはじまっていることも無視することはできません。

これと対照的に「一時的移動」についてみると、その頻度がおどろくべき増加をしめしていることに気がつきます。そして国内のみならず、海外にむかっても日本人の移動範囲はひろがっていることはいまでもありません。これは、交通手段の発達、週休2日制の定着、それに欧米型の大型休暇がすこしずつ現実化して、社会的な制度の面での可動性が高まってきたことによるものでしょう。この傾向はさらにすすんでゆくでしょうし、そのことは、日本各地でのレジャーランドの建設やリゾート開発からもうかがわれます。

こうしたレジャーの傾向での一時的移動は、わたしたちの日常的な欲求や価値観、そして家族形態の変化をかなり直接に反映しているとおもわれます。このような傾向も生活文化のあたらしい潮流として注目しておく必要があるでしょう。

2. モビリティの高度化とライフスタイル

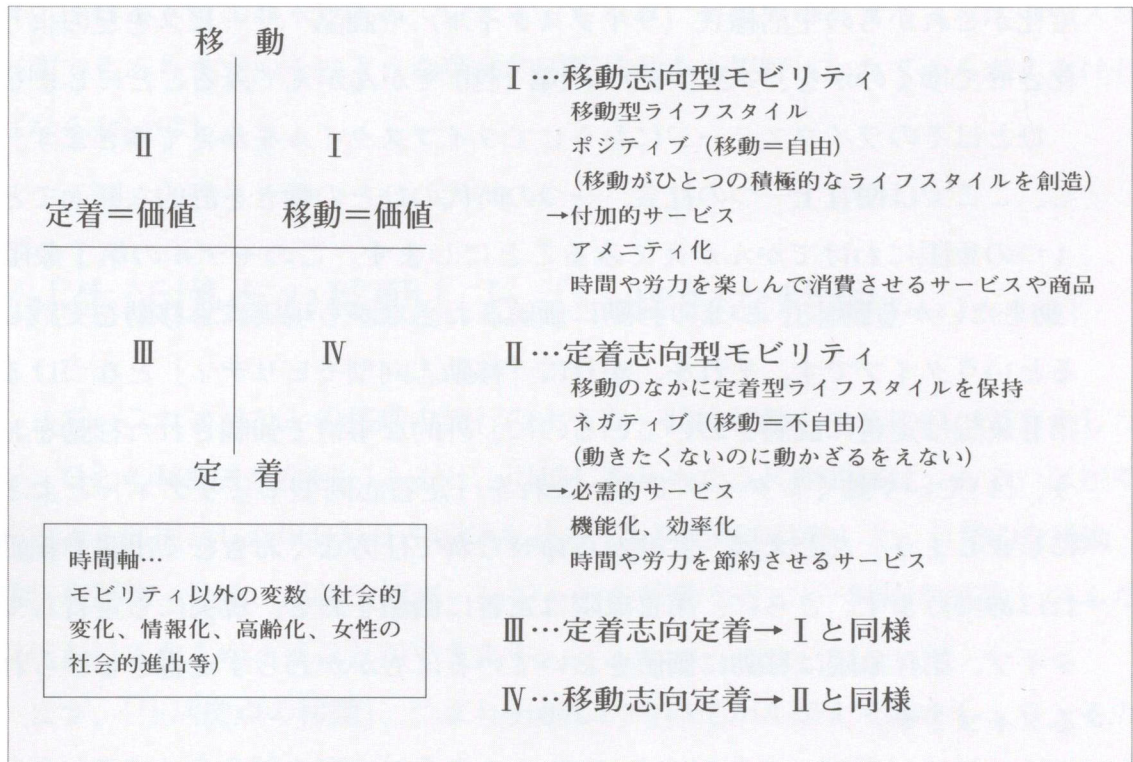
以上にのべてきたことを念頭において、つぎにひとの動き（モビリティ）の高度化がこれからの生活様式（ライフスタイル）や商品・サービスをどのように変化させてゆくのかを、つぎのモデル（第1図）でかんがえてみることにしましょう。

ひとはそのライフステージにおうじてライフスタイルをかえてゆきます。しかし、ここでは便宜上一つの社会、一つの時代のひとの動きを静的な断面でとらえ、4つの象限にわけてかんがえてみることにします。このモデルの第Ⅰ象限は、「動きたいから動く」、つまり移動に価値をおきながら現実にも移動を実践しているというタイプです。それを、かりに「移動志向型モビリティ」となづけると、第Ⅱ象限は定着に価値をおいているのに、外的な事情で強制された移動をおこなう、「いやいや動く」タイプです。これを「定着志向型モビリティ」とよぶことにしましょう。たとえば、会社から命ぜられて仕方なくおもむく出張や転勤がそれにあたります。さらに、第Ⅲ象限は定着に価値をおき、現実にも定着しているタイプ、第Ⅳ象限は移動に価値をおいているにもかかわらず定着をしいられているタイプです。

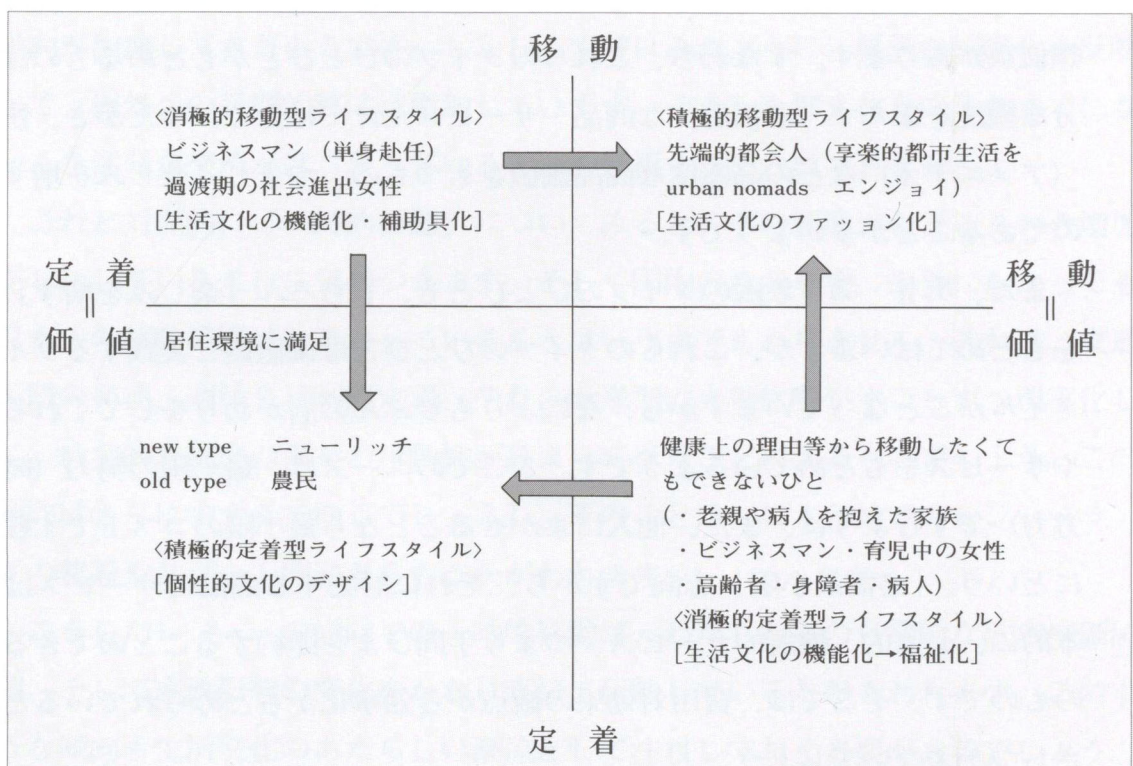
それぞれのタイプにおける価値観やライフスタイルに対応した商品・サービスがもとめられています。第Ⅰ・第Ⅲ象限のタイプは価値観と実践しているライフスタイルが一致していますから、かれらのもとめる商品・サービスの性向には類似点があります。すなわち、これらのタイプのひとびとがもとめるものは、十分な機能を果たす「必需的」な商品・サービスだけではなく、ゆたかさ、快適さ（アメニティ）などの高感度な商品価値をもつもの、つまり「楽しみを増す」ものであることが多いようです。

また、第Ⅱ・第Ⅳ象限のタイプのひとびとも、もちろん「楽しみを増す」ものをもとめてはいますが、これらのタイプのひとびとは価値観と実践するライフスタイルがことなっていますから、なによりもじぶんの肩がわりをしてくれる商品やサービスをもとめているようです。ここでのニーズは、最小限の努力（時間・労力）ですむように、また、他人にまかせることなら最小限のコストですむようにという、「必需最小限」志向ですから、それに対応する商品とサービスは、基本的に、必需的・機能的サービス、つまり手間ひまを節約することのできる性質のものであります。そこでは、費用対効果の観点から効率化がもとめられているとみてさしつかえないでしょう。

●モビリティとライフスタイルの関係を考えるためのモデル（第1図）



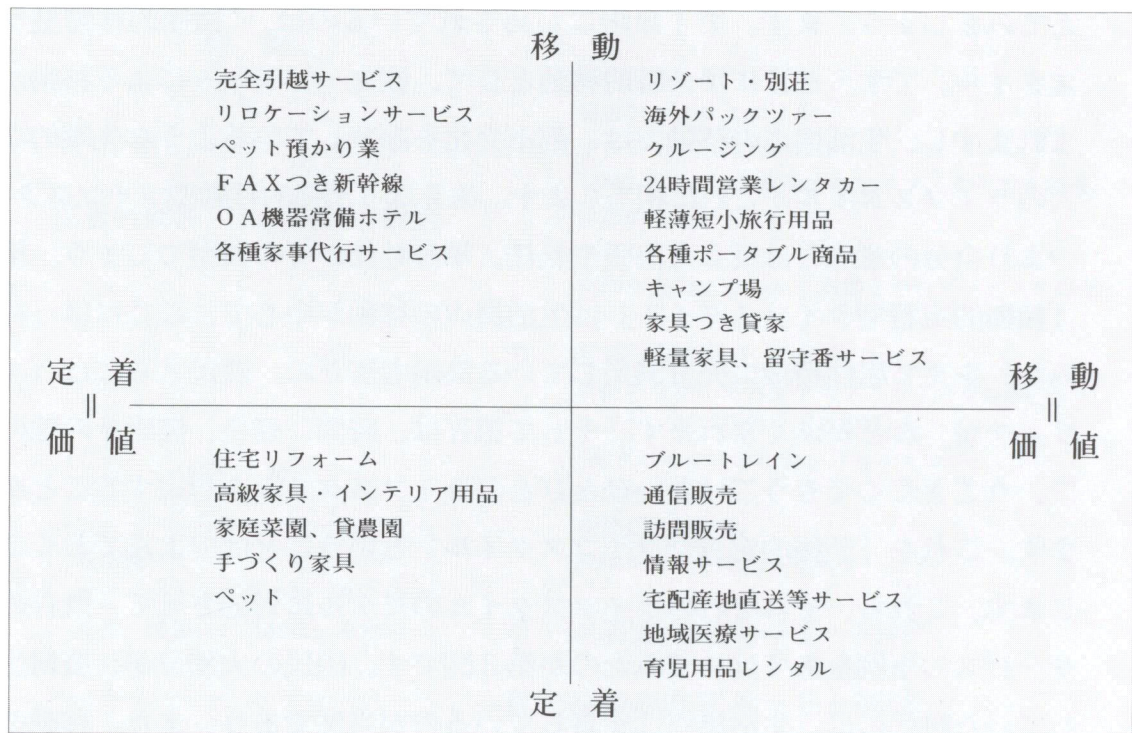
●ライフスタイルの変容（第2図）



このライフスタイルと商品やサービスとの関係を、第2図でもうすこしかんがえてみましょう。まず、第Ⅰ象限にしめされているのは、「積極的移動型ライフスタイル」です。そこには一時的移動として、観光・レジャーによる移動がふくまれますし、生活拠点の移動では、都市文化を謳歌しているような先端的な都会人のライフスタイルがこれに相当します。第Ⅱは「消極的移動型ライフスタイル」、つまり自分の意志とは反した出張や転任、単身赴任がその典型でしょう。第Ⅲの、「積極的定着型ライフスタイル」は生活拠点の移動が中心で、ここには「終のすみか」をえて居住環境に充分満足している高齢者層だの、農民さらには「ニューリッチ層」などがふくまれます。そして第Ⅳは、時間、資金、健康その他の理由で、うごきたくてもうごけないひとびとのライフスタイルを想定することができます。これを「消極的定着型ライフスタイル」ということばでよんでおくことにします。これら、それぞれのライフスタイルのモデルに対応させて、既存の商品、サービスの事例をあてはめてみたのが第3図です。国民の大部分が、農耕生活をしてきた時代には、生活拠点は定着しているのが当然であり、また、移動そのものも困難であったわけですから、社会的な安定がつづくかぎり、理想的な生活モデルは第Ⅲ象限でした。しかし、社会が進歩し個人的レベルでも社会的レベルでも可動性が向上してきた現代では、第Ⅰ象限もひとつのあたらしい理想的な生活モデルとかんがえられるようになってきました。ここには、あたらしい商品、サービス群がほとんど開発されていないことに気がつきます。とりわけ、旅行用品などについての生活者の要求がきわめて大きいことに注意しておく必要があるでしょう。

しかし、そのことはこれからの日本が「積極的移動型ライフスタイル」と「積極的定着型ライフスタイル」とに完全に二極分化された社会になってゆくということを意味するものではありません。社会的にも個人的にも可動性が高まった現代社会では、ひとりひとりの行動範囲はさらにひろがり、その移動の期間の長短をとわず、ひとびとの欲求も多様化しています。それは、人・もの・情報の移動がさらに多様化してゆくであろうことを意味します。また、モビリティにたいするひとびとの価値観は、絶対移動から絶対定着までその中間に多くの形態があるわけですから、生活文化のなかでのモビリティ感覚は分化してゆくでしょう。それがこれからの日本のモビリティ社会をつくってゆくことになるはずです。

●モビリティと生活ニーズの一般的な関係(例) (第3図)



このように、さまざまな価値観とモビリティをもつひとびとは、たがいに影響しあいながら併存し、定着を基本にしたうえでモビリティ、モビリティを基調とした定着を形成してゆきます。それは社会構造を規定する変数のひとつとかがえてもよいでしょうし、それは技術の進歩や経済の発展にともなって当然変化する性質のものであります。生活文化の観点からみると、こうした事態にたいして、国や地方自治体が可動条件をととのえることが必要かもしれません。なぜなら「うごきたいのにうごくことができない」要因や、「うごきたくないのにうごかざるをえない」要因そのものを減少させるためには行政の努力を無視することはできないからです。そして、いまのモビリティ社会のなかでは、志向や価値観と現実のライフスタイルが一致するひとびとにたいしては、高度にファッション化した方向性を実現させるべきでしょうし、また、志向や価値観と現実の生活とのあいだに落差のあるひとびとにたいしては、機能だけではなく、ゆたかさ、快適さの加味された方向性を用意すべきでしょう。こうした方向性を見きわめたうえで具体的な商品提案や、可動条件の整備がつぎつぎ積極的に実施されるなら、その結果として、「しなやかなモビリティ社会」が実現してゆくにちがひありません。

3. ゆたかなモビリティ社会の実現と生活文化の創造

ひとの移動には、これまで「はやく」「とおく」「円滑に」といったさまざまな条件が要求されてきましたが、これからはさらに「快適に」という、より人間的な欲求が満たされなければならないでしょう。「快適さ」を満足させることは、ひとりひとりの基準や感性がことなるため、「はやく」「とおく」「円滑に」といった他の要求充足とはかなり事情がちがいます。すべてのひとを一律の方法で満足させることは不可能です。しかし、それをじゅうぶん理解したうえで、社会的基盤の整備や、商品・サービスの開発努力が必要です。そして、ひとりひとりの「こころ」の問題を、生活者、企業、行政のそれぞれが再検討する時期がきているようにもおもえるのです。それがしなやかでゆたかなモビリティ社会の創造につながってゆくであろうことはいうまでもありません。

まえにみたように、めざましい技術革新によってひとびとのモビリティは飛躍的に高まり、国内だけでなく、国際的なひろがりを見せています。このモビリティの高まりとひろがり、わたしたち日本人がこれまでの歴史のなかでつくってきた独自の文化や民族の単一性に大きな影響をもたらすであろうことはいうまでもありません。とするなら、日本文化と外国文化の接点となる基盤の整備や、日本文化のがわでの受け入れ態勢など、きたるべきあたらしい国際社会に適應するための準備をはじめてもよいとおもいます。

〈 生活者への課題 〉

それぞれのひとのライフステージによってことなりますが、みずからの望むライフスタイルをしっかりと把握したうえで、いまよりもっと主体的にモビリティを選択してゆくことを提案したいとおもいます。レジャー移動のばあいなどにもじぶんの嗜好や生活条件をみつめ、またモビリティに関連したサービスの利害得失をじゅうぶん考慮にいれたうえで選択してゆくことがまず重要だとおもわれます。ものや情報がとめどもなく送りだされている現在、多種多様なものや情報のなかからじぶんにあったものをえらんでゆく知恵を生活者は開発してゆかなければなりません。

また、モビリティの高まりにともなって、社会的品格を向上させることも大切

でしょう。いうまでもなくモビリティが高まるということは、ひと・もの・情報の移動が活発になるということです。それはひととひととの物理的・心理的距離が短くなり、ひとびとのところところの刺激をうながします。いささか道徳的にきこえるかもしれませんが、そこでは、こころのふれあいを円滑にする作法や、相手のところをおもいやる節度がだいじになってきます。そうした人間どうしのつきあい方が確立したとき、はじめて、わたしたちの暮らしが香り高い文化となり、社会ぜんたいの品格も向上してゆくにちがいありません。

さらに、モビリティが高まると、人間どうしの緊張がふえることも予測されます。そのような緊張を極小化するためには、ひとりひとりのこころの規範をしっかりもつことが大切だとおもいます。それは、社会的弱者にたいしての配慮や近隣社会、仲間社会での相互扶助にもつながってゆくでしょう。ゆたかなモビリティ社会の建設には、そういう人間的努力が必要なのです。さらに、生活者はそれぞれの社会的なモビリティの場面で、みずからのアメニティを高めるための創意・工夫を凝らしていますが、それだけではなく、モビリティのなかでの商品や公共サービスを改善してゆくためのアイデアと手法を行政や企業に提案してゆくことも重要です。

〈 企業への課題 〉

企業は、生活者の多様なモビリティとゆたかなモビリティ・ライフの実現を支援する商品やサービスを提示してゆく必要があります。

すでにみたように、自発的な移動や定着が増大してきたということは、移動型・定着型それぞれのライフスタイルに対応して、生活者がみずからのゆたかな生活文化の創造をたすけてくれるような商品やサービスをもとめているということの意味します。したがって、企業は多様な生活者にたいしてはもちろんのこと、あらたな施策をおし進めていく行政にもあたらしい商品やサービスを創造し、提案してゆく姿勢をもってほしいとおもいます。

まず、住居についてかんがえてみましょう。住居とモビリティとのかかわりとしては、たとえば「引越し」があげられます。引越しは毎年、一時期に集中して

いますが、このピーク集中の解消方法の提案あるいは商品化が今後もとめられるようになるとおもいます。また、これからいよいよ本格化してくると予想される住宅需要については、これまでのような機能性だけを追求するものではなく、より快適な住空間の創造がもとめられています。また大都市圏都心部での地価の高騰が、快適な住空間の確保を困難にしているという状況をかんがえると、マルチハビテーション、ネットワーク居住、ウィークシェアリング居住といった、まったくあたらしい居住スタイルの実現にむけての提案もぜひほしいとおもいます。

つぎに、食ニーズについても、たんに栄養のあるものを求めていた時代は過去のものとなり、こんにちでは食事には楽しみの要素が大きな比重をもつようになってきました。さいきんでは、ひとびとがお互いの家を訪問し合ったり、いっしょに外食に出かけたりという「食事モビリティ」がふえています。そういった場でひとびとの交流は、たとえばテーブルのコーディネートといった食文化の総合芸術化がおこなわれています。また、非日常的な食空間をもとめて野外パーティーの演出などもはじまっています。それらは食生活の形式と内容を大きく変えているわけですから、そうした変化にこたえることができるような商品・サービスを開発、提示してゆくことものぞましいとおもいます。

さらに、衣服に対するニーズもモビリティ社会では変化してきています。わたしたちが移動そのものを楽しむことができるように、たとえば旅行用の衣料・雑貨などモビリティにおうじた商品やファッションをくふうする必要があるでしょうし、それを提案することには大きな意味があるでしょう。

モビリティの主体である人間のがわについていうと、単身赴任者や下宿生などは「単身者マーケット」として注目をあびてはいますが、個々のケースに応じた細かな対応はじゅうぶんではありません。たとえば単身赴任者の心理的側面へのケアや、家族とのコミュニケーション・ケア、医療のケアなどへのニーズをみたく商品やサービスの提案が問題としてのこされています。さらに、海外への転勤が多くなってきた現在、まったく文化がことなる地ですごすことになるひとへのサービスも重要になってくるでしょう。また、社会進出のいちじるしい女性の能動的モビリティにともなって発生する、通勤、買物、レジャー移動にともなうニーズへの対応や、女性がこころおきなく「家をあける」ことのできる商品やサービスの開発と提案も期待されています。

〈 行政への課題 〉

モビリティの社会的高まりにともなう交通網・運送手段など社会的基盤の整備、安全対策の充実などはもちろんのこと、生活者にたいする余暇、教育、医療、福祉、公共サービスなど制度面、社会システム面で、生活文化大国日本にふさわしいじゅうぶんな行政的対応がもとめられています。

「生活拠点の移動」については、とくに大都市圏で快適に居住することができるような政策とその実施が重要でありましょうし、「一時的移動」にかんしては、余裕をもって移動することができるように、労働時間の短縮やゆとりある余暇を保証する長期休暇制度、さらにピーク解消のための「時差」長期休暇制度などが考慮されてよいとおもわれます。

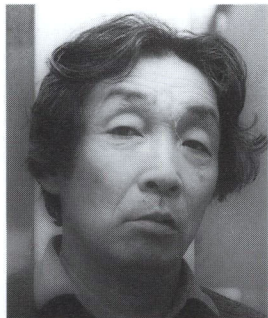
また、「子供の教育」が最大のネックとなって単身赴任をしいられているケースが多いこと、また、義務教育をうける期間を海外で過ごしてきた帰国子女が増えていることをみると、もっと柔軟で革命的な転入学制度の実施を期待したいとおもいます。

自由時間の増大と自由時間活動ニーズ、たとえば、海外体験や自然とのふれあい、スポーツ、文化活動、健康の増進などのニーズの領域では、それをみたくソフト・ハード両面での充実にむけての努力が望まれます。とくにソフト面では、スポーツや文化活動の水先案内人の役割をはたすインストラクターの育成を重点項目のひとつとしてとりあげてよいのではないのでしょうか。

また、国際化の進展のなかで、日本をおとずれる外国人が増えてきました。しかしこうした外国人旅行者の利便をはかるための施策が、国内観光資源の整備や情報提供体制の充実といった事業と同時になされなければなりません。交通機関や都市の案内の外国語表示や外国語アナウンスの実施、さらにボランティア通訳・ガイドの組織化等、外国人のモビリティを便利で快適にしてゆく方法の開発が必要でしょう。旅行ではなく労働を目的として、日本にやってくる外国人もいます。こうした外国人労働者の受入れの問題も緊急に解決してゆかなければなりません。そうしたもろもろのニーズの変化にたいしても、行政のがわはきめ細かく対応してゆく必要があるとおもいます。

移動にともなう住生活や余暇生活についての提案は、行政からも企業からも、また生活者からもいっそう活発におこなわれてしかるべきだとおもいます。そして、それらの提案がおたがいに刺激しあってゆくことができるなら、しなやかでゆたかなモビリティ社会が実現し、生き生きとしたモビリティをふくめた生活文化への道がつくられてゆくにちがいないのです。

生活文化フォーラム・メンバー紹介



あわづ きよし
栗津 潔

現在 アートディレクター
栗津潔デザイン研究室主宰

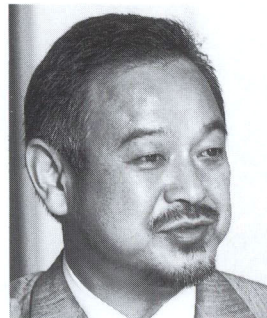
- [作品]出雲大社庁舎「鉄のトビラ」
- 映画「心中天網島」
- 「江戸大美術展」
- EXPO'85「政府テーマ館」
- [著書]「デザインの発見」「ガウディ讃歌」
- 「デザインに何ができるか」
- 「栗津潔デザイン図絵」
- [受賞]国内外で受賞歴多数



いし い もと こ
石井 幹子

東京芸術大学美術学部卒業
現在 照明デザイナー
石井幹子デザイン事務所代表取締役
1986年度 パン・パシフィック
照明エキスポジション国際委員長

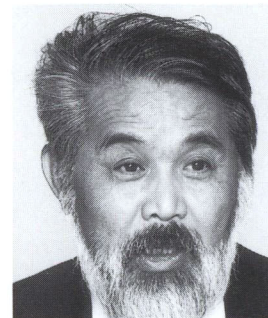
- [作品]万国博美術館・電力館
- 沖縄海洋博 その他
- [著書]「環境照明のデザイン」
- 「光のデザイン」
- [受賞]米国、西ドイツ、日本から多数



いしげ なおみち
石毛 直道

京都大学文学部史学科卒業
京都大学人文科学研究所助手、
甲南大学助教授を歴任
現在 国立民族学博物館教授

- [著書]「住居空間の人類学」
- 「食事の文明論」
- 「論集 東アジアの食事文化」
- 「環境と文化—人類学的考察」
- その他



え く あん けんじ
榮久庵 憲司

東京芸術大学図案科卒業
現在 インダストリアル・デザイナー
GKインダストリアルデザイン
研究所所長
国際インダストリアルデザイン
団体協議会 (ICSID) 名誉顧問

- [著書]「道具考」
- 「インダストリアル・デザイン」
- 「幕の内弁当の美学」
- 「道具の思想」 その他



かとう ひでとし
加藤 秀俊(代表)

一橋大学大学院修了
京都大学助教授
学習院大学教授、
放送大学教授等を歴任
現在 放送教育開発センター所長

- [著書]「加藤秀俊著作集」全12巻
- 「にっぽん遊覧記」
- 「紀行を旅する」
- 「技術の社会学」
- 「文化の社会学」 その他



きくたけ きよのり
菊竹 清訓

早稲田大学理工学部建築学科卒業
現在 建築家
菊竹清訓建築設計事務所主宰

- [作品]「出雲大社庁舎」
- 「熊本県伝統工芸館」
- 「福岡市庁舎」
- 「京都コミュニティーバンク」
- その他多数
- [著書]「人間の環鏡」「人間の建築」
- 「人間の都市」 その他



こまつ さきょう
小松 左京

京都大学文学部イタリア文学科卒業
現在 作家

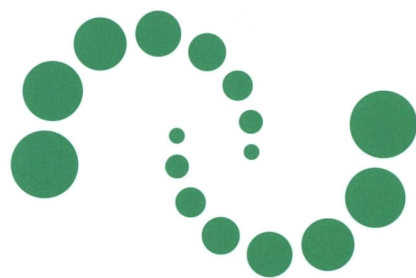
- [著書]「日本沈没」
- 「復活の日」
- 「未来の思想」
- 「地球社会学の構想」
- 「さよならジュピター」
- 「首都消失」
- その他



ひぐち けいじ
樋口 敬二

北海道大学理学部卒業
北海道大学助手、講師、
助教授を歴任
現在 名古屋大学水圏科学
研究所教授

- 国際雪氷委員会氷河部長
- [著書]「地球からの発想」
- 「氷河への旅」
- 「雪と氷の世界から」
- その他



生活文化フォーラム