

プライバシーと「間」 —「間のコミュニケーション理論」に向けて

友 安 弘

Privacy and "Ma" — On "Theory of Communication of Ma"

Hiroshi Tomoyasu

In 1984, many people had arguments about privacy in Japan, stimulated by "NINETEEN EIGHTY-FOUR", written by George Orwell. At that time, I noticed that the word "puraibashii" — which means "privacy" in Japanese — was used in the flyers advertising new residences enclosed with newspapers. I surveyed the frequency in use of that word and how it was used for one month from May to June in 1984. The word "puraibashii" was of great importance for the advertisements of new residences.

Twelve years have passed, since the first survey. I again made a survey of that word by the same method this spring, in order to examine the change over ten years. In 1984, the word was used in twelve flyers — ten for condominiums and two for houses. In 1996 it was used in twenty-three of forty-three flyers for condominiums and in one of thirty-one flyers for houses. I present these data in Appendix 1 and 2.

As the Japanese didn't have a word which corresponds exactly to "privacy", a new word "puraibashii" was created. However, I think that the Japanese don't desire simply the defense of privacy but the existence of "Ma", unconsciously by using the word "puraibasii". Here, "Ma" means the space between one residence and another. This space isn't empty. Traditionally it has a meaning in Japan.

This "Ma" is very important in interpersonal communication, and especially in international communication, though it has been gradually lost over the last fifty years. I term communication including "Ma" "Communication of Ma".

1. 「プライバシー」と“privacy”

日本で「プライバシー」という言葉、或いは「プライバシーの権利」が用いられたり主張されたりするのは、昭和30年代に入ってから、とりわけ昭和36年以降の「宴のあと」事件からである。英語の“privacy”に該当する語がなく、片仮名語の「プライバシー」がつくり出され、それまで存在していた私生活や私事といった言葉に代わって、一般的にこの語が用いられるようになった。興味深いことは、例えばフランスでは、英語のように“private life”とは異なった“privacy”のような単語を使用せず、現在でも「私生活」を意味する“vie privée”が使われていることである。これらのことは、文化上の差異と

いう問題がここに存在していることを示している。英語の“privacy”が“private life”や“private affairs”とは異なった独自の意味をもっていることは言うまでもないが、“privacy”と「プライバシー」との間に意味に相違がある可能性がここに暗示されている。それは、フランス語の“vie privée”との関係でも同じであり、また“vie privée”を安易に「プライバシー」と訳すことは避けねばならない。

新潮社による三島由紀夫の小説『宴のあと』の出版後、この小説のモデルとされた有田八郎が、プライバシーを侵害されたとして訴えを起こしたのは、昭和36年3月のことであった。昭和39年9月に出された東京地方裁判所の判決は、ほぼ原告の請求を認め、日本で初めてプライバシーの権利を不法行為法上認めたものとして注目された(なお、被告である三島由紀夫、佐藤亮一と新潮社は控訴し、東京高等裁判所で審理が進められていたが、原告の死去を契機に遺族との和解が成立し、出版・発行・販売が認められている)。

この判決に対しては、例えば、「本判決は、一般論としてわが国でもプライバシーの侵害に対し法的保護が与えられうることを宣言したのみならず、きわめてデリケートな本件についてもプライバシー権の侵害を認め、その理由を詳論した点で、画期的な意義を有する判決である。」「^[1]と高い評価が与えられている。けれども、確かに「画期的」ではあるが、この判決は多くの疑問点を含み、またこの件がプライバシー訴訟として相応しいものであったのかどうかも十分に再検討されねばならないだろう。

「プライバシー」の語によって何が意味されているか、今日でも余り明確ではない。このことは、アメリカ合衆国でも多かれ少なかれ同様であるが、日本の場合それは累乗されていく。集英社の『国語辞典』(森岡健二ほか編、1993年)によると、「プライバシー」は、「私事・私生活に関すること。また、それを他人に知られず、干渉されない権利。」であり、また、岩波書店の『広辞苑』第4版(新村出編、1994年)によると、「プライバシー」は、「私事が内密であること。私人の秘密。」である。他方、小学館の『ランダムハウス英和大辞典』第2版(1995年)では、“privacy”は、「1 私的自由、私生活、私事、プライバシー(の権利) 2 隠退、隠遁；独居、閑居 3 秘密、内密、人目をはばかる状況；((古))個人的な秘め事 4 ((-cies)) (廢)隠退(隠遁、隠居)所、人目につかない場所」となっている。

「私人の秘密」が「プライバシー」であるとするなら、「公人の秘密」は「プライバシー」ではないのかという疑問がすぐ湧いてくるが、このような細かい議論はここではしない。「宴のあと」事件の東京地方裁判所の判決の中での「プライバシーの権利」の定義は、「プライバシー権は私生活をみだりに公開されないという法的保障ないし権利」というものであった(なお、判決によれば「ここにいうような私生活の公開とは、公開されたところが必ずしもすべて真実でなければならないものではなく、一般の人が公開された内容をもって当該私人の私生活であると誤認しても不合理ではない程度に真実らしく受け取られるものであれば」よいとされており、これは、この判決の不明確さと不明朗さを示すものである)。^[2]

以上のような定義は、広く人口に膾炙されたものである。だがしかし、プライバシーをこのように解釈していると、次のような例に出会ったとき戸惑いを感じるることとなる。

アメリカ合衆国の心理学者、コンスタンス・T・フィッシャー(Constance T. Fischer)は、実際の“privacy”の体験を調べることを通じて、プライバシーは、一人でいたり、見えなかったり、秘密の状態にいたりすることではないこと、そしてそれは開放性(openness)と創造的成長にとって重要なことを見出す。

1971年に行われたこの調査は、個人がプライバシーの状態にいたと思った瞬間、及びそれが中断され崩壊した瞬間を叙述してもらうことによって得られたプライバシーについての経験を直接検討していく。フィッシャーは、この叙述の経験的現象学的分析、叙述者や調査員による点検を行い、最初の叙述を簡潔で具体的なものに整理している。その一つを次に提示しておこう。

「私は『ニューズウィーク』を読みながら、ベッドに横たわっている。いや、横たわっていた。今、私はユートピアについての夢にとらわれている。そのユートピアでは、人々はすべて基本的な仕事に参加し、平和に向けた広大な展望と可能性とを共有している。私は、それを詳しく明確に述べたことはなかった。それは、後ほど明らかになるにちがいない。私が、言語化されていないとりとめのない事を理解したあとで。その光景は豊潤であり、私は希望を抱かせるすべての方へと注意をひかれていく。夫が、シャワー室の床が漏れているよと言っている。『うん』という私の返事は、私の風景の傍らをすっと流れていく。けれども夫は、どうしようかと話し掛けている。私は、自分の領域にとどまろうとして、口の中でつぶやく。しかし、再び夫が何を話しているのか聞かねばならない。ついに、つぶやいている自分にいらだちを感じる。『ニューズウィーク』を傍らに投げ出し、自分の世界を失い、もうそれを取り戻すことはできない。私たちは、配管工事の費用や残っている休暇の期間などについて話し合っている。私は、これまで自分がとらわれていたことを抽象的に考えている。』^[3]

フィッシャーは、これらの叙述が、私的なものの保護や秘密に関係するような叙述とは明白に異なったものだという事を見出す。「プライバシーは、それとは対照的に、外部の決定を忘れること、認知の変化に対して自己を意識しない受容性に関係している」。そこには「一体性の、よどみなき流れの意識」があった。このプライバシーは、一人でいたときも他の人といたときでも生じた。また、静かに物思いにふけているときも、肉体的な或いは精神的な活動をしているときでも生じた。^[4]

フィッシャーは、この時の調査から、プライバシーが精神的発達のためにもつ重要性を次のように考察している。プライバシーが提供するものは、まず他の人々の決定を気にせず、自己とかわる機会である。フィッシャーは、これを「自己とくつろぐこと」と呼んでいる。そのとき、親密性の意識によって彩られる。また、プライバシーによって提供される機会は、他の人々とかわることである。このためには、自らの認知の変化に対して自己を意識しない、非防衛的な開放性が必要である。さらに、プライバシーの状態、人は、他の人々とだけでなく、出来事や世界全体と結合していると感じる。こうして、人は他者の意図や他者との相違に対する寛容と理解をいっそう得ることができる。フィッシャーによれば、プライバシーは、秘密、或いは防衛的な態度とは異なった性格をもったものである。^[5]

「プライバシーを保護する努力の多くは、伝統的に、まさに他者を締め出そうとする防衛的な処置であった。これらの処置は、積極的な精神的発達のためにはならない。それは、秘密——外部の者を潜在的に敵とみる、防衛的で、閉じられた、制限された状態——を強調するからである」。しかし、人間性の発達を促進するためには、プライバシーを監視(surveillance)や侵入(intrusion)の欠如した環境の状態であるとするこれまでの一般的な定義を越えて、「事物、出来事、人々——それらの多様で変化する局面や私たちとの固有の関係の中で、強く開放的に生活していく機会として」プライバシーを考えていくべきであるとフィッシャーは述べている。^[6]

最近、携帯電話の普及が著しくなっている。電車に乗っていると、携帯電話のベルが鳴る。あっと驚いていると、その所持者が周囲を気にすることもなく、大きな声で話しはじめる。東京の街を電車で移動すれば、嫌でもこのような光景に出会う。その時、電車に乗り合わせた人は、異様な精神状態に陥る。一つの侵入。フィッシャーの言葉を借りれば、それはプライバシーの崩壊。

一般には、電話は個人的なもので、例えば、電話ボックスは屋外に個人的な空間をつくるものと見做され、携帯電話はプライバシーを放棄したものと考えられていると思われる。しかし、そこに偶然

いた人たちの精神的空間も破壊されているのである。ここでは、プライバシー問題は二重化し、複雑に絡み合っている。

以上のように、プライバシーを明確に捉えていくことはそう容易なことではない。

2. 日本人とプライバシー

エドワード・T・ホール(Edward T.Hall)は、フィリップ・アリエス(Philippe Ariès)の『子ども時代の諸世紀』(Centuries of Childhood)をもとにして、次のように述べている。

「・・・十八世紀に至るまでヨーロッパの家屋では、部屋は一定の機能をもってはいなかった。家族成員は今日のようなプライバシーをもってはいなかった。神聖な空間、特殊な空間といったものもなかった。他人が自由に入出入りする一方で、ベッドやテーブルは使用者の気分や食欲次第で扱げられたり片づけられたりした。子どもは小さな大人とみなされ取扱われた。子ども時代という観念と、その相関観念である核家族が定着するのは、部屋が機能に従って特殊化され、各室が分離された後のことであるのは当然である。」^[7]

この文章は、日本に対してもほぼ適用されうるかもしれない。しかし、日本の場合、住宅の西欧化と相即してきた。だから、日本人の「心」がそれに伴って大きく変化してきたと結論づけるのは余りにも安易過ぎよう(ここでいう日本人とは、日常日本語を使用し、日本国籍をもつ者のことである)。

日本人が「公」の精神を欠いている理由として「甘え」の心理を考える土居健郎は、次のように述べている。

「日本人は、一般的に自分のこととしては遠慮を嫌っても、他人には遠慮を求める傾向があるが、これは結局甘えの心理が社会生活の根本ルールになっているからであろう。また遠慮をそれこそ遠く慮ることとして積極的に価値づけるプライバシーの観念が従来日本に発展しなかったのもこのためであると思われる。」^[8]

そして、「日本では、集団から独立して個人のプライベートな領域の価値が認められていない。したがって人格の統合の価値が認められるということもあまりない。このことは先に遠慮を積極的に価値づけるプライバシーの観念が従来日本に乏しいとのべたことと関係がある。また(中略)日本で西洋的自由の観念が容易に根付かないことともこのことは関係があるのである。」^[9]

他方、「さて日本には集団から独立した個人の自由が確立されていないばかりでなく、個人や個々の集団を超越するパブリックの精神も至って乏しいように思われる」。これは、「・・・内と外という風に日本人が生活空間を区別し、それぞれにおいて異なる行動の規範を用いても、一向に怪しまない事実から由来すると考えられる。日本人がいわば理性的に行動するのは遠慮のある場合であるが、しかしこの遠慮を働かせねばならないサークルも、遠慮を要しない外部の世界に対しては内と意識されるのであって、本当の意味ではパブリックではない。大体内と外という分け方が個人的なものである。しかもそれが社会的に容認されているのであるから、パブリックの精神が育つわけではないのである。内外の区別ははっきりしているが、公私の区別ははっきりしていないのであるから、公私混同が起きるはずであり、公共物が容易に私物化されるのも当然であると

いなければならない]。「また日本で特に顕著な内と外の区分は、日本独得の発明ではなく、人間一般に共通した傾向であるともいわねばならないであろう。しかし、少なくとも欧米の社会にあっては、このような自然的傾向をチェックするものとして、一方に集団を超える個人の自由の精神があり、他方にパブリックの精神があったということができるのである。」^[10]

この見解によれば、プライバシーの観念と西欧的自由の観念の欠如、そして公的な意識の欠如は、同じ要因に基づいている。このような状態でプライバシーが問題となるとき、それは独自のプライバシー意識として顕現する。例えば、プライバシーを一つの領域と考えると、その領域は広がったり狭くなったりする。こうして、プライバシー問題は、複雑な様相を呈してくる。従って、日本の文化に関する深い考察を抜きに議論を進めることは、誤った結論を導き出す恐れが大きいと思われる。

3. 新築住宅についての新聞の折込広告とプライバシー

12年ほど前、つまり1984年、今ではもう完全に忘れ去られたジョージ・オーウェル(George Orwell)の“NINETEEN EIGHTY-FOUR”(『1984年』)に刺激されてプライバシー論議が盛んに行われていた頃、新聞に挟み込まれてくる新築住宅に関する折込広告の中に、「プライバシー」の語が頻繁に用いられているのに気づいた。そこで、この折込広告の中に、「プライバシー」の語がどれ位使用されているか、そしてどのように用いられているか、昭和59年5月20日(土)より同年6月19日(日)までの一か月間、調べてみた。私の家(東京都練馬区)に配達される朝日新聞朝刊に挟み込まれてくる、新築住宅(集合住宅と一戸建て住宅)に関する折込広告が対象である(物件の概要のみのものは含まない)。

この時、この語が12の折込広告に使用され(内一戸建て住宅2。なお、広告の対象は同一であるが広告の内容が異なっているものを数に含めれば、14の折込広告に使用され、その内一戸建て住宅は3であった。また「プライベート」など類似した語が用いられている広告を含めていない)、しかも宣伝として大きなウエイトをもっていることを知り、大変驚かされた。資料1にそれを一覧してある。

ところでその後、賑やかな「プライバシー騒ぎ」も治まった現在、いかなる変化が起こっているか気になり、同様の調査をこの春実施してみた。平成8年5月16日(木)から同年6月15日(土)までの一か月間である。調査の対象は、12年前の調査と同じである。この度は、集合住宅に関する広告43の内23(53.5%)、一戸建ての広告31の内1(3.2%)、合計74の広告の内24(32.4%)に「プライバシー」の語が含まれていた(なお、広告の対象は同一であるが広告の内容が異なっているものを数に含めれば、集合住宅の折込広告50の内29(58%)、一戸建て住宅の折込広告34の内1(2.9%)、合計84の折込広告の内30(35.7%)に「プライバシー」の語が含まれていた。また「プライベート」など類似した語が用いられている広告は含めていない。「プライバシー」という語を使った箇所は、資料2に提示してある。

以上の結果と資料1と資料2とから明らかのように、相変わらず住宅の折込広告の中で、とりわけ集合住宅に関する広告でこの語の占める役割は大きく、その重みは12年経っても変わっていない。住宅購入者にとっても、販売者にとってもその重要性は高い。こうして、「宴のあと」事件以後30年以上が経過し、「プライバシー」は、日本の社会で完全に一般化してきたように見える。しかし、このような一般化にはいささかの躊躇が伴わざるを得ない。

4. プライバシーと片仮名語

資料1に載せた、昭和59年5月20日(土)の西武流通グループによる住宅団地「ヴィルセゾン」(VILLE SAISON 小手指)の折込広告を見ると、原文で17行ほどの広告文の中に片仮名語が溢れるように出てくる。「プラン」「マンションライフ」「ヴィルセゾン」「ベントハウスタイプ」「26タイプ」「マザータイプ」「メニュープラン」「音響ルーム」「アトリエ」「オプション」「プラスターボード」「プライバシー」「パブリックスペース」「プライベートスペース」「リビングダイニング」「2グレード」「3バリエーション」「クロス」「ジュータン」。この広告全体が、明るく新鮮で現代的な印象を与えるように意図されている。そのため絶好の素材が片仮名語である。「プライバシー」もその中の一つであり、新しい時代の「ライフスタイル」を象徴している。他の広告でも同様であり、片仮名語のもつ独特な広告効果が期待されているのである。

福田恆存は、「宴のあと」事件についての昭和36年4月24日の文章の中で、次のように述べている。

「広告は人々に品物を買わせるためのものである。読んでわからなければ何もならない。新聞広告文の作者は、そういうと失礼だが、本文の新聞記事の作者より、少なくともその点では深刻な苦心を重ねているはずである。それなのに、ある種の広告文では、政治面、社会面の記事とは比較にならぬほど、耳慣れぬ外国語が多く用いられるのはどういう訳であろうか。(中略)一口に言えば、どういうものかわからなくても、それが『高級』なものであることがわかればよく、そのためには外国語が何より効果的だということになる。さすがは商売人である。」「^[11]

35年前のこの言葉は、今日でもそれほど違和感を感じさせない。それは、恐らくほとんど頂点にまで達したように見える。しかも、片仮名を使用することは、今日新たなテクノロジーの発展に遅れずについていくために不可欠な方法でもある。しかし、英語の単語それ自体の音を忠実に片仮名で表記したものの登場(例えば、英語の複数形の音をそのまま片仮名で表記する)や、英単語をそのままタイトルとして或いは文章の中で安易に使用するといった状況は、人間を言語的存在と規定すれば、そして社会や文化が言語によって形成されていくものとすれば、日本の社会と文化がアイデンティティを喪失しはじめていることを示している。

ところで、「宴のあと」事件と同様に、住宅広告の中で、「もし『私事』『私生活』のような日常用語を用いていたなら、おそらくその効果は得られなかったであろう」。^[12] 勿論、35年前とは異なり、今日「プライバシー」は日常言語となっはいるのだが、その片仮名語としての機能は変わっていないように思われる。こうして、見るものをひきつける片仮名語は、その本来の意味とは異なった意味として用いられたり、その意味が不明確なままで普及していく。このようなことは、技術的な言葉は別として、人の精神的、文化的領域にかかわる言葉の場合起こりえる現象である。

5. プライバシーと「間」

資料1と2に見られるように、「プライバシー」の語は繰り返し使用されている。けれども、「プライバシーを守る」という名目のもとにここで求められているのは、実は「プライバシー」とは別のもの、「間」なのではないであろうか。住居と住居の間に、ある空間が存在すること、たとえ50センチメートル

ルでも隙間があること、その場合たとえ隣家からの物音が幾分かは聞こえようとも、そしてその反対の場合であっても。

ここ30年間ほどの日本の都市の密集化、高層化の進展、鉄筋コンクリート造りの高層団地、高層マンションの出現は、日本独自の住宅構造を変化させてきた。伝統的な日本の家屋では、家の内部における「間」の存在(床の間など)と共に、家屋とその外部との境界に「間」が存在してきた。例えば、外部に向かって庭があり、その庭と部屋との間に、広い場合も狭い場合もあるが、縁側というものが存在していた。しかし、高層マンションでは、庭は勿論のこと、外に向かって開かれた縁側も広い玄関も消え、一戸一戸がコンクリートによって仕切られた閉鎖的な空間となっていく。それは、一つの函であり、できるだけ厚い壁が求められ、外部から侵入されない、そして見られない遮蔽された空間が理想的な住居とされている。

「間」とは何か。これが追求されねばならない主要なテーマである。ここではとりあえず、エドワード・T・ホルの言葉を借りて、「西洋人が空間について考えたり語ったりするとき、彼らはものの間の距離を念頭においている。西洋では、ものの配置を知覚し、それに反応するように、そして空間は『空虚』だと考えるように教えられている。このことの意味は日本人と比較したとき明らかになる。日本人は空間に意味を与えるように——空間の形と配置を知覚するように——訓練されている。このことを表わすことがマ(間)である。このマ、すなわち間隔、が日本人のあらゆる空間経験における基礎的な建築上の区切りなのである。」と定義しておこう。^[13]

この「間」が、住宅空間だけでなく、人と人との距離をあまり接近させず、また人と人との間を疎遠にもせず、人間関係を巧みに調節してきた。住宅構造の変化は、「間」を欠いた閉鎖的な空間を生み、「間」を失った日本人は、内への閉じ籠もり、他からの遮断へと向かっていく。しかも、片仮名語としての「プライバシー」の魔力が、それをさらに促進してきたのではなかろうか。

この閉鎖的な空間への極端な欲求を示しているのは、資料1の〈参考1〉と〈参考2〉に提示してある高層住宅団地「シーアハイツ町田」の広告文である。この住宅団地は、エレベーターの設置と各戸への入口部に特色がある。エレベーターは、各階二戸で一基とされており、各階で接触する機会があるのは、一戸にとって他の一戸のみである。また、玄関から部屋の内部が見えないように設計されている。各戸をできるかぎり独立したものとさせ、他と可能な限り切り離そうと意図し、他者との接触を回避しようとしている。そしてここに、この高層住宅団地「シーアハイツ町田」のセールスポイントがある。

先に引用したフィッシャーは、プライバシーを、他者を締め出そうとする防衛的なもの、閉じられた、制限された状態としてではなく、積極的な精神的発達のために、事物・出来事・人々との豊かな関係の中で、強く開放的に生活していく機会として考えていくべきであると述べていた。「プライバシーの状態で、人は、他の人々とだけでなく、出来事や世界全体と結合していると感じる。こうして、人は他者の意図や他者との相違に対して、さらに寛容になり、理解を深めていくことができる。」^[14]

フィッシャーは、住居について次のように述べている。

「このように、住宅の設計者は、高い壁をもつ要塞のような家ではなく、低い壁でできた、居住者が見ることのできる、それゆえ自分たちのコミュニティの要素をより感じとることができる共有された空間をつくる方がよいであろう。そこでは、プライバシーの状態は防衛的ではない。そこでは、侵入者としての居住者と対立する私的な世界を守るというより、むしろ居住者たちの相違と共通性とに出会い、それらを探究していくことができる。」^[15]

以上のことから次のようなことが言えるのではないだろうか。つまり、私たちは、プライバシーを強調してはならないことを。そして「間」をつくっていくことが今必要なのではないかということ。今年の住宅広告にしばしば登場してきている資料2の次のような文章が、この「間」を求める気持ちの深層を暗示している。「プライバシーを守る戸建感覚の門扉付ポーチ。」「南棟と北棟をつなぐ空中廊下により、建物内に空間をつくり、各住戸のプライバシーを高めています。」「隣戸と隔てる空間をつくることにより、中住戸の通風・採光、そしてプライバシーを高めます。」「プライバシーを重視した、一戸建思考によりポーチ、吹抜け、エントランスのオートロック等を設置しました。」

ところで、この「間」は日本人にとって、対人コミュニケーションの場でも、またとりわけ対外的なコミュニケーションにおいても必要とされるもの、しかもここ50年の間に絶えず失われ続けてきたものである。それを、ここでは「間のコミュニケーション」と名付けておこう。そして、この「間のコミュニケーション」を、その得失を考慮しながら、はっきりとした形に構成していくことが肝要であると思われる。

(注)

- [1] 五十嵐清、別冊ジュリスト No.85、マスコミ判例百選<第二版>、昭和60年、有斐閣、123頁。
なお、別冊ジュリスト No.31、マスコミ判例百選の第一版 139頁では、同じ文章の中で「判決」の箇所だけ「名判決」とされており、第二版で「名」のみ削除されている。
- [2] 下級民集 15巻9号2317頁、判例時報 385号12頁。
- [3] Fischer, Constance T., *Privacy and Human Development, in PRIVACY: A VANISHING VALUE?*, Edited by William C. Bier, S. J., Fordham University Press, 1980, 41頁。
- [4] 同上、41-42頁。
- [5] 同上、43頁。
- [6] 同上、44頁。
- [7] Hall, Edward T., *The Hidden Dimension*, Doubleday & Company, Inc., 1966,『かくれた次元』、エドワード・ホール、日高敏隆・佐藤信行訳、みすず書房、1982年、149頁。
- [8] 土居健郎、『「甘え」の構造』、弘文堂、昭和49年、37-38頁。
- [9] 同上、41頁。
- [10] 同上、41-42頁。
- [11] 福田恆存、『言葉の魔術 プライバシー』、毎日新聞(夕刊)、昭和36年4月24日。
- [12] 同上。
- [13] エドワード・ホール、日高敏隆・佐藤信行訳、前掲書、211頁。
- [14] Fischer, Constance T., 前掲書、43頁。
- [15] 同上、44-45頁。

**** 資料 1 昭和59年5月20日(土)から同年6月19日(日)までの、新築住宅に関する新聞折込広告——朝日新聞 東京 練馬区
(広告対象が同じものは除く)**

5月20日(月)

集合住宅

(1) VILLE SAISON 小手指

「・・・家族の部屋などプライベートゾーンと、リビングなどお客さまも通せるパブリックゾーンを、はっきり分離した間取りです。プライバシーを守りながら、こころの触れあいも大切にす。この考えを建物全体に活かしました。例えば1フロア3戸で1基のエレベーターを使うことから、各住戸が独立した“お隣同士”、それが縦軸33戸の“横町”に、さらに街全体で“ご町内”と、おつきあいの輪がひろがる街づくりです。」

「カタチその2 満足感

星座や血液型は同じでも、住まいのプランはいろいろ。だから、人間、おもしろいのです。音楽の趣味が違ふように住まいのプランだって十人十戸。それなのになぜ、個性のないマンションライフに賛成してしまうのですか。だから「ヴィルセゾン」では、18坪の2LDKから、3世代同居のできるペントハウスタイプまで、26タイプのマザータイプと、暮らし方に合わせた65ものメニュープランを揃えてあります。さらに、音楽家や画家の方に人気の高い、音響ルームやアトリエもオプションで用意しました。そして、床厚210mm、戸境壁厚180mm、主寝室となる洋室は、プラスターボード2重貼り。見せない聞かせないといったプライバシーを守ります。また、パブリックスペース(居間、客室)とプライベートスペース(寝室、個室)を分けたP,P分離は、個性尊重の時代にぴったりです。そして、高さゆうゆう2,525mmのリビングダイニングや、2グレード3バリエーションから選べるクロスやジュータン。すべて、満足気分。」

5月22日(火)

集合住宅

(1) サンパレス井草

「全戸冷暖房機設置 プライバシーも万全 防音サッシ使用」

5月23日(水)

集合住宅

(1)

「2 中心タイプの3LDKは、プライバシー重視の3室独立設計。」

5月24日(木)

戸建て住宅

(1)

「●プライバシーを重視した洋室。」

「プライバシーを優先した暮らし方をしたいと、お考えの方におすすめたいたプランです。」

5月26日(土)

集合住宅

(1) シーアハイツ和光

「採光にすぐれ、プライバシーと美観を守るグレード高い網入ガラスの手すり。」

「・・・そのために、エレベーターがスキップ停止する、“スキップステップ方式”を採用。これによって開放廊下も少なく、各住戸のプライバシーが守られるなどメリットも・・・」

6月1日(金)

集合住宅

(1) 西武 小手指ハイツ

「棟間隔もゆうゆう ― 日照を確保し、プライバシーを守ります。」

「エレベーターはスリーアクセス方式。住空間をひろげ、プライバシーを守ります。」

小手指ハイツシリーズでは、エレベーターが1・4・7階にだけ停止するスリーアクセス方式を採用。途中階では、階段を1階昇るか降りるかすればエレベーターをご利用いただけます。これは各住戸のプライバシーを快適に守ると同時に、住空間をひろげ、住まう人々によりいっそうのゆとりをもたらします。」

6月7日(木)

集合住宅

(1) 氷川台ハイム

「プライバシーが守れる独立性重視の洋室。ワードローブ、階段室の物入れなど、収納スペースもたっぷりあります。」

6月9日(土)

集合住宅

(1)

「外廊下からちょっと奥まったところにドアのある、落ち着いた雰囲気のエントランス。プライバシーを守り、雨なども吹きこみにくなっています。・・・」

戸建て住宅

(1) ひばりヶ丘

「■全室独立のプライバシー尊重設計」

6月15日(金)

集合住宅

(1)

「採光・遮音・断熱そしてプライバシーも考慮。住み良さ重視の快適設計。」

(2) ガーデンシティ狭山

「プレイロットから直接見えないように築山を設け、常緑樹も植えたプライバシー尊重の専用庭です。」

6月16日(土)

集合住宅

(1)

「▲プライバシーを尊重した落ちつきのある寝室」

<参考1>

集合住宅 シーアハイツ町田 朝日新聞 昭和59年6月7日 広告

「全戸大型納戸付。2戸に1基のエレベーター。」

2LDKから5LDKまで、すべてのタイプが大型納戸付ですから、お部屋はいつも広びろと使えま

す。またプライバシーを尊重してエレベーターは2戸で1基としました。」

<参考 2>

集合住宅 シーアハイツ町田 案内パンフレット

「全戸南向き・両面バルコニー、2戸に1基のエレベーター、いきいき暮らせる快適設計。

南向きの室内は陽ざしたっぷり。エレベーターは各階2戸で1基としたため、開放廊下型と比べて、通風・採光面に優れた両面バルコニーが全戸で実現。プライバシーもより確かです。」

「●エレベーターは2戸で1基。快適な両面バルコニー。

高層マンションでは画期的ともいえる2戸1エレベーターを採用。プライバシー面も向上しました。また両面バルコニーですから通風・採光にも優れています。」

「玄関まわりはすべてがワイド。とくに玄関ドアは高さ2.2mの大型サイズ。

2戸で1基のせいたくエレベーターを降りると、天井面まで達する大型の玄関ドアがお出迎え。玄関ホールもひとまわりワイド。また玄関から居室が直接のぞけない設計ですから、プライバシーもより確かです。」

「バルコニーに面したリビング・ダイニングはひととき明るく・・・。

ご家族のコミュニティスペース、リビング・ダイニングとも南側に面し、壁のない広い開口部ですから全面採光ともいえる明るい室内です。しかも全戸のバルコニーに網入りガラスを採用。ひととき明るいうえ、プライバシーにも細かく配慮しました。」

** 資料 2 平成8年5月16日(木)から同年6月15日(土)までの、新築住宅に関する新聞折込広告——朝日新聞 東京 練馬区 (広告対象が同じものは除く)

5月16日(木)

集合住宅

(1) ファインシティ中野ハイム

「玄関ポーチ・・・ for privacy

門扉の付いた玄関ポーチにより、戸建感覚が味わえるとともに高いプライバシーを確保しています。また、ポーチ内収納庫も設置しました。」

「豊かな採光、プライバシーを確保するライトコート。」

(2) ディアハイム音羽

「エントランスには、暮らしの安全とプライバシーを守るTVモニター付きオートロックシステムを導入しました。」

「・・・、またスラブ厚は200mm以上を確保(一部180mm)、耐震性だけではなく、日常のプライバシーを保護する遮音性にも配慮しています。」

(3) ルピナス豊玉南

「プライバシーを守る、床&壁構造」

(4) サンヴェールひばりヶ丘ガーデンシティ

「GARDEN WALL(ガーデンウォール)

住棟を巡らせるように樹木で壁をつくりました。1階住戸のプライバシーを守ると共に、やわらかなイメージを演出します。」

「プライバシーを守りながら 四季の緑に親しんで暮らせる1階住戸。」

1階住戸は、十分な日照とプライバシーを確保するために、建物を境界線から充分距離をおいて配置。(両面12m・南西面7m)※LDサッシュ面より。さらに、境界線沿いに常緑樹(ガーデンスクリーン)を、その内側に落葉樹を配置。隣地からの視線を遮断するとともに、冬場の日照も考慮しています。」

5月17日(金)

集合住宅

- (1) トーメン石神井台 Gardenia 式番館

「●プライバシーに配慮した玄関先の門扉付きポーチ。」

「玄関先のプライバシーを配慮した門扉付きポーチ(F、G、タイプ)」

- (2) キャニオングランデ富士見台

「24時間対応のメディカルサービス ハロー健康相談 24

・・・

相談者のプライバシーが厳守されるシステムとなっていますので、安心してご利用いただけます。」

- (3) クレスト見晴坂

「プライバシー重視の角部屋タイプ。」

- (4) アルヴェール練馬中村橋

「プライバシーを守る門扉・ポーチ。」

「プライバシーを守り、戸建感覚を演出する門扉・ポーチ。」

「主寝室のプライバシーを守ってくれるポーチは贅沢なスペースですね。」

「成長されたお子様ひとりひとりのプライバシーを尊重する4人家族に・・・。」(「フリールームイメージ」の文字とその図と共に)

戸建て住宅

- (1) ファインコート田無

「全住戸に良好な日照・採光・通風を確保すると同時に、プライバシーを保護する綿密な住棟配置。1棟1棟の個性を主張しながら、街全体の統一を創造する外観・外構プランになっています。・・・」

5月18日(土)

集合住宅

- (1) アルカサル清瀬

「プライバシーを守る戸建感覚の門扉付きポーチ。」

「■プライバシーを守り、戸建感覚を演出する門扉付きポーチを設置。」

5月23日(木)

集合住宅

- (1) パークシティ白岡 イーストガーデン

「・・・「センターアクセス方式」(一部住戸を除く)により両面バルコニープランを数多く実現。リビングルーム側だけでなく、プライベートルーム側にもバルコニーが付き、開放感とともに

プライバシーも保て、住まいにより高い独立性をもたらします。そしてパークシティならではの住まいづくりとして、構造の確かさにも自信があります。戸境壁の厚さを230mmに、床も約250mmの厚さを確保。耐震性・耐久性の向上とともに、お隣や上下階への防音対策にも大きな効果を上げています。・・・」

5月24日(金)

集合住宅

(1) ライオンズプラザ大泉学園

「住戸間の壁はプライバシーを考慮し、コンクリート壁は180mm、その上にモルタル薄塗りを施し、さらにビニールクロスを貼る直貼り工法を採用しています。」

(2) クリオ鷺ノ宮 式番館

「●空中廊下

南棟と北棟をつなぐ空中廊下により、建物内に空間をつくり、各住戸のプライバシーを高めています。」

「●ライトコート

隣戸と隔てる空間をつくることにより、中住戸の通風・採光、そしてプライバシーを高めます。」

「セミエアタイトサッシュ

優れた気密性で騒音を和らげ、住戸内のプライバシーと静けさを保ちます。」

「セコム・セキュリティシステム

暮らしの安全とプライバシーを守るオートロックシステムを採用。・・・」

「■ライトコートの設置によりバスルームに窓、また隣戸間のプライバシーも高めました。

■主寝室(洋室1)を約7.7畳とゆったり確保。さらに各居室のプライバシーを重視。」

「■ライトコートの設置により、廊下の採光、洋室(1)のプライバシーと採光を確保。」

(3) アイムふじみ野

「住棟エントランスには日々の安全とプライバシーを守るオートロックシステムを採用しています。・・・」

5月25日(土)

集合住宅

(1) イトーピア鷺ノ宮

「●プライバシーを配慮した戸建て感覚のポーチ付き、三面採光の角住宅。」

(2) ロイヤルシャトー富士見台

「大型のクロゼットが付いた使いやすい洋室(1)

独立性が高く、プライバシーを尊重。主寝室としても使える約6.3畳のスペースを用意しました。・・・」

(3) 菱和パレス 武蔵小金井

「毎日の安全とプライバシーを守るオートロックを採用。」

5月30日(木)

集合住宅

(1) 所沢スカイライズタワー

「日常生活に落ち着きをもたらし、プライバシーを保護する遮音性を重視し、戸境壁には集合住宅の標準仕様を上回る-55デシベルの優れた遮音性能をもつ壁材を使用。・・・」

5月31日(金)

集合住宅

- (1) 藤和シティホームズ 平和台

「ゆとり、安全、プライバシーに配慮したマスタープランは、藤和の住まいへのこんな想いから生まれました。」

「■1階エントランスには住まいのプライバシーを守るオートロックシステムを採用。各戸に非常通報付きインターホンを設置しました。」

6月7日(金)

集合住宅

- (1) アルブル朝霞

「安全性を高め、プライバシーを守るオートロックシステムを採用しています。」

「外廊下に面する窓は面格子を付け防犯対策、網入り型板ガラスでプライバシーを守っています。」

6月14日(金)

集合住宅

- (1) パーク・ハイム神楽坂

「●3～4住戸に1基のエレベーター配置

静かな住環境と住む人それぞれのプライバシーを守るために。3～4住戸に1基の割合で、1フロアあたり5基のエレベーターを配置。また、住戸と接する場合にも主寝室や洋室との隣接を避けるなど、遮音への配慮も行っています。」

- (2) エリム春日町パークタワー

「●安全とプライバシーに配慮したオートロックシステム採用。」

- (3) 朝日ラ・パリオ 中野上高田

「●・・・。プライバシーを重視した一戸建思考によりポーチ、吹抜け、エントランスのオートロック等を設置しました。各戸ともリビング・ダイニングおよび廊下のフローリングを標準仕様とし、壁・床厚も180mmとするなど一段と快適さを追求しています。」

- (4) エアコート入間 四季の丘

「暮らしの安全とプライバシーを守るオートロックシステムを採用。」

「隣戸間のプライバシーを重視した200mmの戸境壁厚。」