

特集  
地域の再生



## デザインのあす

栄久庵 憲司

## 特集

### 地域の再生

#### デザインがまちを変える

—LRTのトータルデザインによる地域再生

宮沢 功

#### 企業がつくる地域の拠点

—ヒロボライブファクトリー

三島 久範

#### 屋外広告を活用した都市景観整備

入江 寿彦

#### 欧州のまちづくり事例

—旧アムステルダム港の埠頭地区再開発計画

野崎 晴夫

## Event Report

### 道具寺道具村建立緑起展

## Project News

#### 岩崎電気ハイブリッド太陽灯 Eyebird

デジタル地図案内板

JR東日本 中央快速線新型車両 E233系

千葉モノレール新型車両

ソニー・エクスプローラサイエンス北京

中国・シンセン市人民南方区環境景観改造設計

## Column

デザイン真善美 栄久庵 憲司

## The tomorrow of design

Kenji Ekuan

## Feature

### Revitalization of a local community

#### Design can change a city

—Revitalization of a local community by total design of LRT

Isao Miyazawa

#### Local business bases built by private corporations

—Hirobo Live Factory

Hisanori Mishima

#### Cityscape improvements using outdoor advertisements

Toshihiko Irie

#### Examples of city development in Europe

District redevelopment - Former quayside district in Amsterdam

Haruo Nozaki

## Event Report

### Exhibition: The derivation of raising Dougu temple and Dougu village

## Project News

Iwasaki Electric hybrid solar lamp “Eyebird”

Digital map and guide board

New train body E233 system for the Chuo Rapid Line of JR East

Chiba Urban Monorail new train body

Sony ExploraScience Beijing

People's Nan Pian district in Shen Zhen, China environment and landscape redevelopment

## Column

Truth, Goodness and Beauty of Design Kenji Ekuan

## デザインのあす

栄久庵 憲司

1760年イギリスで始まった産業革命後、近代化の大波は欧州諸国をはじめ世界を覆った。日本では18世紀後半にはじまり、それは漸次とって表現されるさざ波ではなく、急速で激しいものであった。産業経済の構造の変化は勿論のこと、生活の様式の変化に強烈な影響を与えた。機械でつくられたものに、造形を与えることは美術の歴史にも多大な影響を与えた。あまつさえキリスト教からはじまった科学への信仰はますます強固となり、利便を中心とした人間の欲望の具現化としての工学技術の進歩は人々に大いに歓迎された。それまで手で作る時代は何千年と続いていた。だが、手の凝ったものは一部の特権階級の人だけに提供された。それなりの精緻な美を競って、その部族のアイデンティティを表現した。一方、特権階級以外の層には手の凝らない品々で生活が賄われていた。とは言え、手作りの妙は何千年の歴史を経て築きあげられていたので、どれもが素朴で美しいかたちをしている。花や魚や動物などの自然の造形をヒントにしたものが多い。簡単につくられたが、簡単で安易に得られるものではないだけに貴重に使われていた。神話化されたものも多い。単純なものは主に下権階級の人々によってつくられたが、金属を必要とする道具まで手は出なかった。金属製品はつくるには階層を問わず困難なことは確かだった。金属を溶かし精錬させるには、専門性を必要とした。ところが、産業革命以後、人の手のかわりに機械がつくることで、ものの普遍化が急激に高まった。だが、それと同時に人間の手の味わいが消えていった。貴賤を問わず簡単に入手出来ることは政治

### The tomorrow of design Kenji Ekuan

After the Industrial Revolution, started in Britain about 1760, the wave of modernization had swept over European countries and many other parts of the world and followed by Japan in late 19th century. The speed of the modernization could not be explained as gradual one like ruffles, it was rather swift and radical. It strongly influenced not only the change of industrial and economic structures but also the change of lifestyles. Giving a formative expression to a mechanically produced product greatly influenced the history of art. Moreover, the worship of science, originated from Christianity, had increasingly become firm, and the development of engineering had been very much hailed by people as the incarnation of human desire centered by convenience.

Producing things by hands had continued for multiple millennia to that era. However, things intricately crafted were provided to some people of privileged social class only. They competed their beauty among them in their own ways of refinement and expressed the identity of a tribe. On the other hand, humble and simple things had been used for people's daily life other than that for the privileged. However, the technical fineness of hand crafted things had been produced through thousands of years of history. Every work shows modest and beautiful form. Many of them were hinted by the formative

appearance of nature such as flowers, fish and many other animals alike. They were used carefully the more because they were not easy to get, and not everybody could produce. Therefore many of them had even been given a mythical feature. Though simple things were mainly produced by lower class people, implements needed metal works were very hard to get for them. Even in the case social classes were not conditioned, it was certain that producing those things with metal works were still hard. The metal work processes needed professional skill. However, since the Industrial Revolution, with the help of mechanized production systems instead of human hands, many kinds of products had been drastically propagated to masses but at the same time humane feeling of products had faded away. Political trend also influenced the easiness of getting products beyond social classes. Democratic system, that is. When material things had been widely propagated, they had lessened significance of physical expression of social classes and democratization of material things had started. That means that even a jeans wore by the president and the one wore by a worker made no difference. It also can be compared to a popular saying in Japan "anybody even a war lord has to be naked to take a bath." When at least built things had become visually apparent, politics had more evolved. This was a world wide trend. Industrial design worked.

In Japan, right after the political revolution a hundred sixty years ago, the influence of the Industrial Revolution had been tremendous and together with it the storm of modernism had swept all over Japan. So modernization and

的影響もあった。民主主義体制である。機械で作られたものの世界の普及、つまりものの民主化は階層による表現の差異は無くなった。労働者のはくジーンズも、大統領のはくジーンズも同じになったということである。昔の流行歌ではないが、誰でも殿様でもお湯に入るときは皆裸ということである。物の世界だけに目に見えて明らかになったので、政治は更に進化していった。これは全世界的傾向であった。インダストリアルデザインの効用である。

日本は160年前、政治革命があつて以来、産業革命の影響は激しく、それと共にモダニズムの嵐は日本中を吹きまくった。日本の芸術・文学の近代化、西欧化がそうだ。不思議なことに日本の芸術性は20世紀のはじめに西欧人によって発見されたものだった。浮世絵や建築がそうだった。今次大戦中は軍需だけは進展し、民需は進展しなかった。軍備拡張がそうさせたのだろう。1945年敗戦の年以後は民需がもとめられ、生活風景の理想はすっかりアメリカ風になってしまった。アメリカ軍の占領下にあつたからだ。と同時にお客様は王様だということで消費文化が主流をなし、人々の生きる理想となつてしまった。日本は当時それほど困窮していたのである。人に全く知られていなかったデザインという言葉の導入は1945年以来である。日本にもそれまで、美の歴史はあつたが、デザインの導入は行政指導のもと輸出振興の具えと珍重がられ、すっかり美術の歴史とは空白隔絶状態になってしまった。考えられない話だが、

事実だ。台所の隅に置かれたデザインされた安い鍋も美術品と評価されるようになった。つまり、デザインが美術的価値の対象と思われるようになったからである。特権階級だけしかもち得なかった高価な工芸品ではないが民衆も入手できる美術品になったのである。美術の民主化という現象にデザインという評価が与えられ、徐々に人々の中に浸透していった。美術工芸に二千年の歴史をもつ日本で、政府の肝いりで民需にデザインをとおしての美の導入は、今ではアカデミックの世界から見て、苦しい立場に追い込まれている。生活とデザインの関係が人々に理解されなかつたのである。美の空白の歴史はなかなか埋まらないものである。デザインを日本古来の文化ではなく、外来文化と思つていたからである。それに美の世界に政府の介入は考えられなかつたことである。天下に有名なMITIが1945年以後、直にアメリカから導入したのである。日本の経済成長はグローバリズムの名に於いて、戦後からはじまった消費文化は遂には世界的な環境汚染を惹起してしまつた。自然の喪失や交通事故の頻発に攻め続けられている人間にとって美どころではない。人間の存在が危ぶまれているほどになってしまつた。デザインの美しさが1950年代程の効力を発揮することはなくなつた。日本では日本の美術史に乗ることができず、ただ経済的な効果性を論じるところに問題はあつた。デザインは部分的なものではなく、トータルなものであることは、今や世界的に認識されているのだが日本では戦前まではそうであつた。「生きるため」は戦後の合言葉だつた。

westernization of art and literal art in Japan followed the suit. Intriguing enough, the finding of the significance of Japanese art by Westerners had to wait till early part of the twentieth-century. Ukiyoe and architecture were also like that. During World War II the technology had markedly developed in the war industry, and it had resulted the stagnation of consumer fields. Since 1945 when Japan was defeated, consumer needs had been pursued, and an ideal lifestyle had been utterly taken as American lifestyle because Japan had been under the occupation of American armed forces. Parallel to that, with the motto "customers are king," consumer culture had emerged as a major social trend and become ideals of the masses. Japanese destitute was that acute then. Nobody knew the terminology "design," and it was introduced since 1945. Though Japan had a long history of art, the introduction of design was considered as a promotional tool for exporting goods under governmental guidance, and design had been isolated very far from the history of art. Believe or not this was true story. Nevertheless, a notion that even a sauce pan at the kitchen corner was appreciated as a piece of art had started to be popular. They were not handcrafts too expensive for masses but daily goods had turned to be a piece of art that people can obtain. Namely even design became to be an object of artistic value. The phenomena of democratization of art titled as design gradually permeated in people. Governmental promotion of beauty of design to consumer needs, in the nation with two thousand years of art history, now has been cornered into awkward position from academic views. The relationship between daily life and design was not understood by

people. It was very hard to fill the vacant spot of the aesthetic history in the line of design because people took it for granted that design was a foreign born culture and not the one traditional to Japan. In addition, the intervention of government into art field was hardly concerned at that time. World famous Ministry of Industry and International Trade of Japan directly brought it over in after 1945. Consuming culture, emerged postwar under the name of globalism, at last has come to cause world wide environmental pollution. The situation has been very far from arguing aesthetic aspects for humans affected by deteriorating nature and traffic accidents and so forth. It has even become to the extent questioning human existence. The beauty of formative expression through design has ceased the degree of its effect displayed in 1950s. A problem seemed to be created in Japan when design argued merely economic effect and could not join the nation's art field boasting its history. Now it is world perception that design is a total entity but not a part of something. However, it had not been considered so in Japan before the war. "To sustain" was a postwar motto.

I believe that the history of art, architecture and craft of Japan has old and deep context. Design should be connected to the history of art and life. A historical vacant spot should not be allowed. When design, used to promote consumer culture, should be connected to the history, many ideas for sustaining times might be found. There existed in Japan, the aesthetics of simplicity and cohesion that making a form simple, things can be minimized

思うに、日本では美術、建築、工芸の歴史は古く深い内容を持っている。デザインを生活的、歴史的につなげるべきだ。空白があってはいけない。消費文化を助長したデザインを過去の歴史に結びつけば、いろいろな生き抜く知恵が発見出来る筈だ。日本ではかたちを単純にするとか、いろいろなものを縮めて小さいけれど力がある、小さいけれど美しいといった凝集の美学があった。そのような造形の心で、カメラや電気製品が肉体の一部のようにいかされ、日本の戦後の経済的不況を救ったことは事実であり、技術や素材研究も進み、その影響である造形の誇り、つまりデザインの誇りを勝ち得たのである。ただ、そのことだけでは消費文化を助長するだけで、地球の危機を救うことはできない。だが危機を救う可能性はある。

かたちの単純化やかたちの凝集の美学は、古来日本の洗練された伝統であること歴史的事実だが、立派に未来に通ずる。単純化や凝集の美学が世界に通じたことは地域文化の世界化ということであり、すでにグローバル化した文明文化のローカル化という進化したかたちの文化現象を興すことができるのである。凝集は資源を省くことができ、地球に対する負荷が省かれる。願ってもないことだ。単純化されたインターフェイスはわかりやすく、老人でも使いやすい。私などはIT器具に苦勞しているので、これはもってこいだし、早くそんな時代がくればいいと思っている。ユニバーサルデザインを地でゆく話だ。こう考えてゆくと自然と未来の風景が浮かんでくる。凝集の美学は省資

源となり、仮にすべてが二分の一の目方、二分の一の大きさになったらどうだろう。人間の住居、都市のスペースは広々とし、失われた自然はもどり、人間はあらゆる機能が凝集されるのでモノの世界は少なくなり、夫々は進化し、大事に扱うようになる。単純化は各地ローカル文化の影響があり、夫々のお国柄が表現されるであろう。因みに日本の茶道、武道、禅道といった伝統を受け継ぐと、こざっぱりした空間が構成されるであろう。この分野には歴史的にはいろいろな例があるので、工夫に苦勞がない。茶室の伝統は好例であり、退屈しない表現方法は無限にある。都市の空が美しく青く、ひとときわ静かになることだろう。これまでは特に日本文化の形成方法について述べたが、決断し行動するには勇気がある。なかんずく大企業がそうだ。経済を超える大事なことがある筈だ。

デザインが日本の美術史から隔絶した存在で、なんとかその空白を埋めねばといったが、意外と新美術史の台頭になるかもしれない。公害が生む文芸復興、美術ルネッサンスとっていい。人間にとって死をかけた美である。

(えくあん けんじ GKデザイングループ代表)

in their size but powerful and beautiful. When such aesthetic spirit was utilized, as if it is a part of human body, in product designs like cameras, electric appliances and many others, they helped flattened post war economy to rise. I believe that was a fact, along with progressing engineering and material research, the pride of formative expressions, namely the pride of design has been won. However that gaining has come only to encourage the consuming culture and may not be able to save global crises. However, still there is some possibility to save the environment from the crises.

The aesthetics of simplification and cohesion is the historic fact of Japanese refined tradition, it will staunchly work toward future. When the aesthetics of simplification and cohesion is capable to take world role, it means globalization of local culture and localization of already globalized civilization, and it is worth being raised as a cultural phenomena in evolved style. The cohesion can save natural resources and lessen the load on the earth. Nothing suits the earth better than the idea of cohesion. The simplification makes an interface of a digital equipment easy to use even for aged people. Since I have been struggling with IT equipment, this perception will be just right stuff for me. I wish an earlier coming of full use of the idea. This goes for "universal design" in reality. When I have come along with the thoughts, a future scene emerges in my mind. When aesthetics of cohesion works for saving resources, how about everything becomes weighing half, half in size of present one? Houses and cities become far spacious, once lost nature returns.

When all functions come to cohere, material world becomes smaller, and respective things comes to be valued and evolves. Through the perception of simplification, things will be influenced by local cultures and localities will be distinctly expressed. For instance, a neat space will be structured when Japanese tradition, such as tea ceremony, martial arts, Zen practice alike are succeeded. Planning things with the perception is less problematic since many historical examples in these fields will come to aid. The traditional plan of a teahouse is a good example and there are unlimited ways of not-bore people. City space might become remarkably beautiful, clear and placid. However so far I have commented especially about a method creating Japanese culture, making up one's mind and going into action will need courage. Above all a big business corporation needs the courage. There should be something important beyond economy.

Though I stated earlier that design is isolated from the line of Japanese art history and the vacant spot has to be filled by any means, I now sense the possibility of rise of a new art history. That can be asserted as the art renaissance happened to be motivated by the try to cope with environmental crises. That is life staking beauty for humans.

Kenji Ekuan, Chairperson, GK Design Group

特集

# 地域の再生

Revitalization of a local community



富山ライトレール  
Toyama Light Rail



夕張市の財政破綻が全国に大きな衝撃を与えたことは記憶に新しい。ニュースで繰り返し放映される箱モノ行政の成れの果ての姿が印象的だった。非難の矛先は市の行政に向けられがちだが、炭坑閉山により新たに観光都市としての道を目指してきた背景を考えると、世界規模での産業構造の変化が一つの町に与えたインパクトの大きさを改めて感じずにはいられない。時代の進化とともに地域の再生も繰り返されるのである。

少子高齢化が深刻化し、さらなる地域格差の拡大が懸念される今日、同じ様な問題が全国の自治体にいつ起こるともわからない。しかし地域とは自治体が一方的につくり上げるものではない。ここで紹介する地域プロジェクトには、住民や民間企業などが主体的に活動に参画している例が多く見られ、こうした人々との関わりから地域に対するデザインのありようも変化しつつある。そこに住み、そこに営む人々の意識を統合することによって、地域は無限の可能性を持ちうることを、ここに示す事例は物語っている。

買物は郊外の大型店舗、レジャーはテーマパークというようなライフスタイルが日本でも定着しつつあり、ともすれば生活の中での地域の価値が見失われがちである。人々が活力や誇りを感じとれるような地域のポテンシャルを引き出すうえで、今、デザインの役割が求められている。

(編集部 手塚 功)

The news of the bankruptcy of Yubari city in Hokkaido had a great impact on the nation. The picture of ruined public facilities repeatedly shown in TV news was impressive. Accusing fingers tended point to poor city administration. But considering that, the city had attempted to redevelop itself as a tourist city after the closure of the coalmine, we cannot help feeling what a strong impact a change in industrial structure on the worldwide level has exerted on one small town. Efforts to revitalize local economies are repeated as society undergoes changes.

As population aging progresses while the youth population decreases, and concerns over regional gaps expand, similar problems may occur in any local government. However, local communities are not managed by a local government alone. In the community projects introduced here, there are many cases in which people, business corporations and others are positively participating. While interacting with these people, our methods of designing have also been changing. By integrating the views of people who live and operate businesses in a community, boundless potentiality will emerge. Samples here will eloquently describe this fact.

As the lifestyle of going to a large suburban shopping complex for shopping, and enjoying a holiday in a theme park is becoming a habit among people, the value of traditional communities in their life is being forgotten. Now, it is expected that design perform a role to draw out the potentiality of a community in which people can feel vitality and pride.

(Isao Tezuka, Editor)

# デザインがまちを変える－LRTのトータルデザインによる地域再生

宮沢 功

## 背景と経緯

本計画は、北陸新幹線の建設に伴う富山駅周辺の連続立体交差事業に関連して、利用者及び列車本数の減少傾向にある旧富山港線を、自動車交通への高い依存度、薄く広い低密度な市街地等の課題に対する富山市のまちづくり目標「公共交通によるコンパクトな街づくり」を進める有効な方法として、平成15年5月市長が路面電車化を発表、平成16年11月鉄道事業の許可及び軌道事業の特許を取得した富山ライトレールの報告である。富山ライトレールのトータルデザインはその年、第三セクター富山ライトレール株式会社設立と同時にスタートした。この時点でGK設計、GKインダストリアルデザイン、デザイン総研広島、そして地元の島津環境グラフィックスによるトータルデザインチームが編成され、同時に富山市、学識経験者、地元市民代表によるトータルデザイン検討委員会が設置された。平成16年度に5回のトータルデザイン検討委員会が開催され、主要な項目のデザインが決定され、平成17年度に実施設計、製作・施行が行われ、平成18年4月29日に開業した。

## Design can change a city -Revitalization of a local community by total design of LRT

Isao Miyazawa

### Background

Along with the construction of the Hokuriku Shinkansen Line, the existing railway roads and driveways around Toyama train station were going to be rebuilt into consecutive multi-level crossings. The Toyama city government realized that the city needed a major redevelopment. As the initial step, the mayor announced on May 15, 2003 that the local Toyamako railway line would be turned into a tram, as the number of users of the railway had been declining as well as the frequency of its services. Toyama city people have been much too dependent on automobiles and the downtown districts are sprawling into the outskirts where there is low population density. To solve these problems, the city government set forth a goal to “rebuild the city to be compact with public transportation systems.” In

## トータルデザインの目的

旧富山港線を再生し、新しいまちづくりの起爆剤とする富山ライトレールのトータルデザインの目的は、富山の自然、食材、歴史、地場産業などの地域資産を生かしながら、都市的課題を解決し、「公共交通によるコンパクトなまちづくり」を実現させるための牽引力とするため、富山ライトレールを構成する各要素を総合的にデザインし、ライトレールを中心とした都市環境として成立させ、新たな街づくりの気運と空気をつくり、デザインによって官民一体となった具体的結果に反映させることを目的としている。その路線コンセプトは「TOYAMA CREATIVE LINE（街づくりと連携し、富山の新しい生活価値を創造する）」とし、その目標を、1）都市の新しい風景を作る、2）富山の新しい生活パターンをつくる、3）地域の資産を再発見する、4）地域の新しい価値を創造する、とし、車依存の社会から脱却し、高齢化社会に対応した楽しく歩ける住みよい街づくりの実現、富山港線を活用した地域情報の発信、地域資産の活用による新しい生活価値や風景の創造、質の高いデザインにより市民が世界に向

November 2004, the tram obtained the certificate and license to operate its railway business, and Toyama Light Rail Co. Ltd. was established. At the same time, the Toyama Light Rail Total Design Team was formed consisting of GK Sekkei, GK Industrial Design, Design Soken Hiroshima, and Shimazu Environmental Graphics, a local design firm. In parallel, the Total Design Review Committee was established consisting of the Toyama city government, interested individuals, and citizen representatives. In 2004, the Total Design Review Committee met five times to decide upon the designs of the main items of the tram system. In 2005, the execution drawing was prepared, necessary fabrication was implemented and the project was implemented. Thus, the service of Toyama Light Rail began on April 29, 2006.

### Purposes of the Total Design

The Toyama Light Rail aimed to revive the former Toyamako Line as a trigger for the redevelopment of



旧富山港線の路線を生かしながら、新駅の増設、交通結節部の整備など、LRTとしての利便性向上を図っている。

Making use of the railway track of the former Toyamako Line, the Toyama Light Rail enhanced its convenience by adding new stations and improving crossing points.

Toyama city. The purposes of the Total Design Team were to make use of local resources such as nature, food materials, history, local industries, to solve the problems of the city by making the Light Rail the engine to push forward the goal of making Toyama a compact city with reliable public transportation systems, and to design all the elements of the Light Rail totally so that the urban environment would be re-organized along the axis of the Light Rail. It also aimed to bring about a groundswell of sentiment for city redevelopment, and connect the city government with the citizens through the designing process.

The concept for the line was “Toyama Creative Line - Link City Redevelopment with Creating New Values for Living in Toyama.” The goals were 1) to create new cityscapes, 2) to create new life patterns among people in Toyama city, 3) to rediscover local assets, and 4) to create new local values. In all, it was hoped that the Toyama Light Rail would motivate people to use more public transportation services instead of motorcars, and would help people,





けて誇れる路線環境づくりを目指した。

### 市民、企業、行政、協同の取り組み

まちづくり再生のプロジェクトとするには、市民、企業、行政がそれぞれの立場で関心を持ち、自分達のライトレールとして認識することが重要である。このため、構成要素の総合的デザインと同時に、行政、企業、市民の参加支援システムを導入し、その内容に対して一定のデザイン的質を確保し、ハードとソフト両面から環境全体として計画の意義や目的が感じられ反映するように考えた。行政、企業、市民の参加支援は、行政として地域環境整備、交通計画、沿線都



in particular the elderly, enjoy walking and living in the city. The Team hoped to realize the transmission of local information, the creation of new values and cityscapes using local assets, and wished that the citizens would be proud of its high quality design.

### Joint Efforts by Citizens, Corporations and the City Government

The Total Design Team devised support systems to help citizens, corporations and the local government to participate in the project in order to incite their interest and develop their sense of ownership in the Toyama Light Rail. The city government was responsible for improving the local environment, traffic plans, environments along the Light Rail, and supporting the tourism industry. Corporations were responsible to invite and manage shops, plan and manage advertisements, and to use the spaces on the platforms effectively. Citizens were invited to express their voices in the planning process of the

市整備、観光支援などを、企業は、店舗誘致・運営、電停空間の活用企画・運営、広告の企画・運営などを、市民は、富山ライトレール計画への参加、富山ライトレール空間を活用した地域情報発信やファンクラブの結成などが考えられた。

### 具体的なデザイン対象

LRT事業の目的が具体的な環境として感じられるために、LRTを構成する諸要素がひとつのコンセプトに基づいてデザインされ、相互が関連して効果を生むように要素別のデザイン方針が考えられた。

#### ●生命の海をシンボライズしたシンボルマーク

旧富山港線から生まれ変わる富山ライトレールのヴィジュアルアイデンティティ(VI)としてのシンボルマークは、全く新しい乗り物としてのイメージと富山市をシンボライズする新しい感覚が要求され、新しい生命を感じる富山湾の海とTを表した案が選択された。シンボルマークを基本としたVI計画は、コーポレートカラー、社名、市民公募による愛称名のデザインと使い方をデザイ

Toyama Light Rail, to transmit information using the spaces on the platforms and to organize the Toyama Light Rail Fan Club. The Team tried to reflect their views and desires in designing component elements.

### Concrete Designs

It was decided that all the elements would be designed under one design concept and a design policy for each element was prepared so that they would create synergetic effects.

#### <Symbol Mark of the Sea>

To impress upon the citizens the feel that a new Light Rail service replacing the former railway line, the sea of Toyama Bay was chosen as the symbol of new life, and the letter T for Toyama was combined with for the visual identity (VI) of the Toyama Light Rail. The VI plan contains the symbol, corporate color, corporate name and nickname, and the use of these elements were compiled in the Design Manual. These elements

ンマニュアルとしてまとめ、ステーションナリー、ICカード、ユニフォーム、広報関連のパンフレット、ポスター等に展開された。

#### ●先進イメージの車両デザイン

まちの風景を変える上で一番効果のある車両デザインは市民に親しまれ、新しいまちを感じさせるデザインが求められた。外国製の車体でデザイン上の制約が大きい中、できる限り富山ライトレールとしてのオリジナリティが表現されるよう検討され、最終案はトータルデザインチームで絞り込んだ4案の中から市民アンケートにより決定された。色彩計画に関しては高岡市の万葉線の赤が強烈なインパクトがあったこともあり、何かシンボリックな色彩が欲しいと言う声も多かったが、7編成一度に導入されることと、富山の景観的シンボルでもあるアルプスの白を基調とし、アクセントカラーの7色を乗降口に塗りわける案に決定した。

#### ●快適な地域情報発信拠点としての電停

電停のデザインは、併用軌道部分では車道の真ん中に設置されるため、安全

are now applied to the Light Rail's stationery, IC card, uniform, leaflets, posters, etc.

#### <Train Design of an Advanced Image>

The body of the train is the most effective element available to change a cityscape. A train design that would be favored by people, and that would give a new image to the city was required. As the train bodies for the Toyama Light Rail were imported from a foreign country, there were restrictions in terms of design. The Total Design Team selected four train body designs under the criterion of uniqueness for the Toyama Light Rail train, and the final selection was put on the ballot for a vote by the people. White was chosen as the basic color from Toyama's landscape symbol of the snow-covered mountains in the Japan Alps. Seven accent colors were selected for the trains. The sides of boarding doors on each train were painted in one of the seven colors.

#### <Platforms as Information Bases>

The first priority in designing platforms was

で安心して利用できることが必要である。形態は風や舟のマストをモチーフとしたイメージで、まち中でランドマークとして機能するようなデザインとしている。電停の壁は、基本機能である駅名、路線図、時刻表、周辺の観光地情報などの掲示スペース、地域の特性を表現した個性化スペース、そして広告スペースの3つに分かれている。個性化スペースは、各電停周辺の地域特性に関連する要素を抽出、地元のデザイナーによってデザインされたものを地元企業が協賛し各駅に設置した。この方法は地域情報の発信と駅空間の個性化、沿線の楽しさ、そして企業参加による新しい広告形態、環境形成手法として試みられた。



●富山港線事業の意味と気運をつくる  
広報計画

広報計画はライトレールの計画・建設段階に、まちづくりを支援、推進する企業、市民の気持ち高め、事業の意味を理解してもらうために、オープニングまでの間の広報計画を立て、それらが連続したメッセージとして伝わるように企画、デザインされた。その対象は、車両デザインの市民アンケート、愛称募



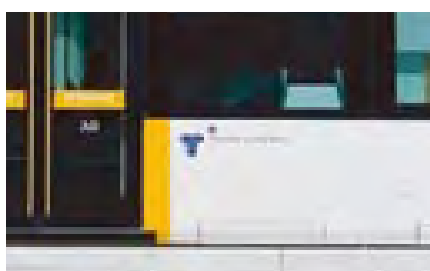
スノーホワイトを基調に7編成ごとに異なるアクセントカラーが配された車両が、街に変化と活気を与える。落ち着いたトーンの内装は吊り手など細部にわたってデザインされている。

A different accent color was applied on the seven light rail trains on their keynote color, snow-white. These trains give changes and liveliness to the city. The interior is colored in a subdued tone, and careful attention is given to the details of design such as hand straps.

safety, as some of them were going to be built in the center of streets. The design motifs for platforms were winds and a mast, intended to serve as the landmark of a neighboring district. The wall on the platform is divided into three bulletin boards: One for the railroad station bearing the name of the station, map, timetable, and neighboring tourist attractions, one for local information and the rest for advertisements. For the local information, graphics showing the features of the neighborhood of a station by local designers are posted with the sponsorship of local corporations. This system was tested as a new style of transmitting local information, and characterizing a platform and neighboring district. It was also an attempt to create advertisement and environmental designs with participation by local corporations.

<Publicity Plan to Raise Interest in the Toyama Light Rail>

The Total Design Team prepared a publicity



富山湾はぐくむ生命感とTをシンボライズしたシンボルマーク (デザイン：島津環境グラフィックス)

In this symbol, the feeling of vitality from the sea of Toyama Bay and the T of Toyama are expressed. (designed by Shimazu Environmental Graphics)



マストをモチーフとした電停デザイン。壁面にはサイン等とともに電停の個性化スペースを設け、各電停に因んだモチーフを設定して、地元のグラフィックデザイナーにデザインを募集した。

Stations designed with the motif of a mast. On the wall of each station, a space for a local feature is provided. A design motif was designated for respective spaces, and local graphic designers were invited to submit their design ideas.

	高山駅北	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
路線	高山線 新穂線			関本公園			関本公園		中島関門			関本公園		関本公園		
駅	高山駅北	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
イベント																
歴史																
賞																



広報ツール。左はペーパークラフト。  
Above: Publicity tools.  
Left : A paper-craft work.

集等の広報ツール、開業のためのパンフレット、ポスター、記念ICカード、沿線案内パンフ、開業式の各種ノベルティ、紙袋、車両の開業記念ラッピング、事業概要パンフレット等々がある。これらが統一されたデザインによって市民の目に触れ、富山ライトレール建設に対する期待と関心を高め、将来のまちづくりの力となるのである。

### デザインが富山の風景と市民の心を変える

本計画は開業後、様々な賞を受賞し、

延べ乗客数も平成18年12月には120万人を記録した。富山ライトレールの開業から1年。まだまだ街づくりとしてはスタートしたばかりで、トータルデザインの成果を実感することはまだ難しい。このプロジェクトで意図したことは、車両、電停、ICカード、各駅の個性化スペース、お土産グッズ、パンフレット等、利用者を取り巻く全ての関連する要素をトータルデザインすることによって、市民に路面電車事業の目的、まちづくりの意図等を総合的に感じ取ってもらうこ

とである。効果を見極めることはなかなか難しいが、少しずつではあるがまちの空気が確実に変化しているを感じる。

白く輝くアルプスと運河を背景としたLRT、ラッシュの自動車とLRT、ホテルのロビーから見えるLRT、白く輝くモダンな車体と行き交う7色のアクセントカラーのライトレールは、歴史ある富山市の景観と確実に調和し、新しいまちの風景をつくっている。それを眺める市民の心にも新しい富山の誇りが確実に育ちつつあるを感じる。

この計画は公共交通による街づくりのスタートである。富山市では今後、既存路面電車と連係した循環化計画、新幹線開通に伴う南北乗り入れ計画等、公共交通機関と連係したまちづくりが継続する。高齢化社会に対応したユニバーサル社会の実現等、これからの街づくりに対し、トータルデザインという手法が関連する要素を連結させ、目的に対する市民の心を育み、まちづくりの力となった時、本当のトータルデザインの効果があったと実感できる時かもしれない。

(みやざわ いさお：GK設計相談役)



plan to involve citizens and corporations that would support city redevelopment in the planning and construction process of the Toyama Light Rail Line in order to help them understand the significance of the Light Rail. The publicity plan included public voting for the train body design, the public submission of suggested nicknames, and the opening ceremony. Publicity tools, leaflets, posters, memorial IC cards, guidebooks on places along the Line, novelties for the opening ceremony, paper bags, special train wrapping commemorating the start of operation, and the pamphlet of the operations were created with a uniform design. When these tools became abundant in the city, people's attention and expectations increased. It is expected that the power of interested people would become the engine of future city redevelopment.

**Designs have changed the streetscapes of Toyama, and the mindset of citizens**

After it began operating, the Toyama Light Rail received various awards. By December, the total number of passengers amounted to 1.2 million. It is less than one year old, and the city redevelopment initiative has just begun. It is still too early to actually find the results of the total design. What the Total Design Team aimed for was to help citizens understand the purpose of the Light Rail, and the intention to redevelop the city, by showing trains, platforms, IC cards, bulletin boards showing local characteristics, souvenirs, publications and so on in integrated designs. Although it is still too early and too difficult to evaluate the results, the atmosphere of the city is changing for certain.

A Light Rail train against the background of a canal and shining white mountains, motorcars during rush hours and a Light Rail train, a Light Rail train seen from the lobby of a hotel, modern shining white trains with seven different accent colors passing by are all in harmony with the

historic cityscapes in Toyama city. They are creating new scenes in the city. While watching these scenes, a new kind of pride seems to be growing in the minds of people.

This Light Rail Transit marks the first step of the city redevelopment plan by public transportation systems. The city government will continue to connect the existing surface rail systems, extend these systems both to north and south in order to connect them with the Shinkansen Line. The total design technique may prove to be effective in putting universal design into practice to cope with population aging. When related elements are connected and integrated, and when people come to understand the purposes and take part in the redevelopment of their city, the effect of the technique will be really felt.

Isao Miyazawa, counselor, GK Sekkei

# 企業がつくる地域の拠点ーヒロボーライブファクトリー

三島 久範

## 「ものづくり」のまち府中

広島県府中市は、広島市から90km、福山市から18kmのところの位置する街で、昭和38年に備後地区工業整備特別地域の指定を受け、瀬戸内工業地帯の中核的工業拠点として、家具・機械金属・繊維などの主力製品を中心に発展してきた街である。このため、現在では、府中家具、リョービ、北川鉄工所、ヒロボー等の製造業を中心とした「ものづくり」産業が、府中の自立した地域社会を支える産業基盤となっている。

これらの地場産業とともに地域の活性化を図るため、府中商工会議所では2006年から“JAPANブランド育成支援事業”による府中家具のブランド化に取り組んでいる。また、ものづくり産業の強みを活かした多彩なまちづくりの一つとして、各企業がものづくりの現場



である工場を一般に開放し、様々なものづくりの体験イベントを開催する「産業観光」を展開している。

## 街に開かれた模型工房

### ーHIROBO LIVE FACTORY

府中市の主要企業の一つであるヒロボーは、「産業観光」の拠点と自社ブランドを更に高めていくための拠点として、新工場の「ヒロボーライブファクトリー」を2006年5月8日にオープンした。構想から竣工まで2年の歳月を要したこの施設のランドスケープ、建築、展示の計画・設計は、デザイン総研広島が担当した。

ヒロボーの主力商品はラジオコントロールヘリコプターと農業散布用の産業用ヘリコプターで、そのシェアは世界No.1である。そして現在、ヒロボーでは、ラジオコントロールヘリコプターに自律制御システムのコンピューターを搭載したロボットヘリの開発を進めている。

府中市街を眼下に望む高台に建つヒロボーライブファクトリーは、ラジオコントロールヘリを生産する工場棟と本格的なフレンチを楽しむことができるギャラリー&レストラン、子どもたちが模型飛行機

を飛ばして遊ぶことができる青空広場からなっている。ビジネスや産業観光のツアーで訪れた人々は、ものづくりの現場である組立工場を見学するとともに、模型飛行機やラジオコンヘリを展示したギャラリーなどを見ることができる。また、工場棟にあるコラボレーションホールでは、定期的に「ものづくりイベント」が開催されており、産業観光ツアーで訪れた家族づれなどがライトプレーンなどをつくるワークショップを体験することができる。

ヒロボーと府中市の拠点としてつくられたヒロボーライブファクトリーは、ヒロボーが空につながる夢を形にしていることと、この施設が府中市の高台に建つという特性から「空と光と街とモノ」が一体的につながる空間 (Sequence Structure) としてデザインされている。

例えば、高台から府中市の街と空に向けて上昇して伸びているガラスの廊下空間には、模型飛行機やラジオコンヘリを展示したスカイボーイギャラリーがあり、この空間は「空と光と街とモノ」をつなぐヒロボーライブファクトリーを象徴する空間となっている。

また、一般に開かれた工場を目指して

## Local business bases built by private corporations

### -Hirobo Live Factory

Hisanori Mishima

## Fuchu, a city of manufacturing

Fuchu city, Hiroshima prefecture is located at 90 km from Hiroshima city and 18 km from Fukuyama city. The city was designated in 1963 as the Bingo Special Industrial Development Area, and has developed as major manufacturing bases of furniture, machinery, metal and textile industries in the industrial belt along the Inland Sea. At present, manufacturers such as Fuchu Furniture, Ryobi, Kitagawa Ironworks, and Hirobo are supporting the city's self-reliance.

In order to activate the local economy together with local industries, the Fuchu Chamber of Commerce and Industry began in 2006 to develop a brand of Fuchu furniture under the Japan Brand Development Support Scheme. Taking advantage of the presence of manufacturing industries, the Chamber of Commerce and Industry is promoting "industrial tourism" by organizing "open factory"

events to allow visitors to observe or experience the actual manufacturing processes.

## Hirobo Live Factory, a model studio opened to the public

Hirobo, one of the major corporations in Fuchu city, opened its new factory, the Hirobo Live Factory on May 8, 2006 as a base of "industrial tourism," and as a base to further enhance its brand. Design Soken Hiroshima was involved in the whole process of the project from landscaping, construction, exhibit planning and designs which took 2 years from conception to completion.

The main product of Hirobo is a radio-controlled helicopter, and a helicopter for aerial crop dusting, which has the world's number one share. Currently, Hirobo is developing a robotic helicopter loaded with a self-controlling computer system.

The Hirobo Live Factory is located on a hill overlooking the city center of Fuchu. It consists of three portions, a factory manufacturing radio controlled helicopters, a gallery + a restaurant

serving genuine French cuisine, and an open square where children can fly model planes. Business visitors and Industrial tourists can observe the assembly factory and the model planes and radio helicopters exhibited in the gallery. In the Collaboration Hall within the factory, events are held regularly, including workshops for family visitors to create light planes.

It was constructed as a development base for both Hirobo and Fuchu city. Considering that the company's products try to help us realize our dreams of flying in the air, and the location on the hill, the landscape design concept of the Hirobo Live Factory was a sequential structure in which the sky, light, city center and products are connected.

In the glass-covered corridor that seems to be extending downward to the city and upward to the sky is the Sky Boy Gallery displaying model planes and radio-controlled helicopters. This gallery symbolizes the Hirobo Live Factory connecting the sky, light, city center and products.



府中市街の夜景とともに本格的なフレンチを楽しむことができるギャラリー&レストラン  
Gallery + Restaurant to enjoy genuine French cuisine and a night view of the Fuchu city



上／ギャラリー&レストランに展示された模型飛行機  
右／青空広場でライトプレーンを飛ばす子どもたち  
Above: Model planes displayed in the Gallery + Restaurant  
Right: Children flying light planes in the open plaza





スカイボーイギャラリーの模型飛行機  
Model planes in the Sky Boy Gallery

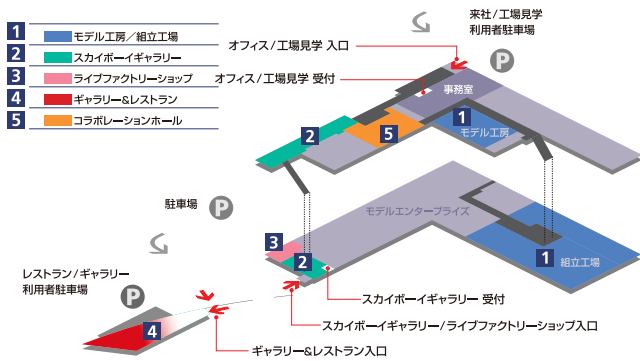


産業用ヘリコプターの組立工場  
Assembly plant of unmanned helicopters for industrial use

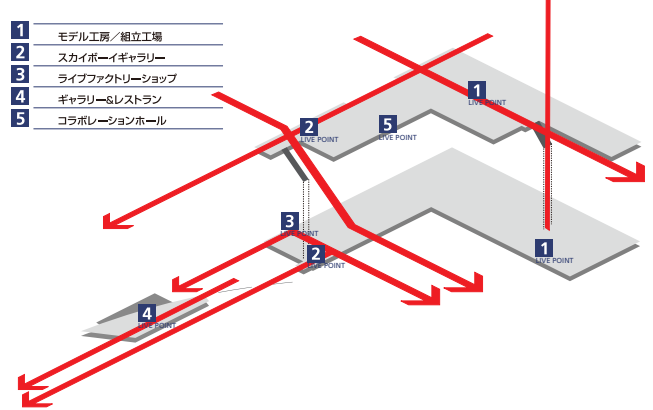


スカイボーイギャラリーの展示  
Exhibits in the Sky Boy Gallery

産業観光と製作の場をつなぐ  
LIVE POINT



光・空・街とLIVE POINTをつなぐ  
Sequence Structure



府中市の街と空に向かって伸びるガラスの廊下  
Glass-walled corridor extending toward Fuchu city center and the sky



つくられたこの施設には、来訪者を迎える場としての組立工場やスカイボーイギャラリー、ギャラリー&レストランなどのライブポイント（Live Point）があり、これらの場所も「空と光と街とモノ」が一体的につながる空間としてデザインされている。

このようにヒロボーライブファクトリーは、来訪者に「経験的価値」の高い空間と時間を提供するため、これらの特徴的な空間とともにものづくりイベントなどの時間を楽しむことができる施設となっている。

### 民間企業によるまちづくりの展望

都市や街の成長は、行政が街区や道路、公園などのインフラを整備し、民間がそれをうまく活用することによって成り立っている。そして、民間がつくる拠点施設や商業施設は、行政事業のように“公益性”に縛られることがなく、創意工夫に富んだ出来事を自由に繰り広げることができるため、街の活性化に大きく寄与することができる。このようなことから、地域再生を目指すまちづくりにおいて、民間事業者による“生業”は不可欠であり、その“生業”を如何



に再構築し地域経営に活かしていくかが、これからのまちづくりでは重要なポイントとなる。

府中市にとって、ヒロボーライブファクトリーはその第一歩であり、そこでは「経験的価値」の高い場を如何にデザインするかが事業の成否を決めるポイントとなっている。これからのまちづく

りは、様々な企業が「経験的価値」の高いまちづくりを目指して地域経営に参画し、それぞれの地域拠点をづくりながら、地域の利益循環を再構築していくことが重要なのである。

(みしま ひさのり デザイン総研広島部長)

Other than this, the assembly plant, and the gallery + restaurant are placed as live points in the sequential structure.

The Hirobo Live Factory was designed to be open to the public, and is equipped with facilities to provide the visitors with valuable experiences and time for things such as to enjoy making things.

### Urban development by the private sector

A city grows by the government developing its infrastructure such as roads, districts, parks, etc., and the private sector making use of the infrastructure. The operation bases and commercial facilities developed by the private sector can be used for creative activities without being restricted in terms of “services for public benefits,” and they can make greater contributions to the activation of the local economic and social life. For local city development, industries play essential roles. For redeveloping a city, it is important to restructure the existing local industries and to involve them in local management.

The Hirobo Live Factory is initial activity to reactivate Fuchu city. In the efforts, a key point for success is how to design places with high “experiential value.” It is important for corporations to participate in local management with an aim to build a city with high “experiential value” to establish their respective operation bases so that a

profit circulation system within a locality can be re-established.

Hisanori Mishima, Director, Design Soken Hiroshima



# 屋外広告を活用した都市景観整備

入江 寿彦

国や地方の財政状況が厳しさを増す中、指定管理者制度（公の施設の管理を民間法人に移譲）や市場化テスト（官民競争入札制度）、PFI = Private Finance Initiative（民間資金を活用した社会資本整備）など、新しい地域経営の手法として「PPP=Public Private Partnership 公共サービスの開放」が注目を集めている。

バス停広告を活用した都市景観整備事業は、これまで公共主体であった道路施設の整備・管理を、広告収入を原資とした民間資金によって賄うPPPの1手法である。

本稿は、MCDecaux社が手がけるバス停を用いた屋外広告事業を取り上げ、屋外広告事業の概要、経緯と日本における屋外広告事業の課題を述べたい。

## 事業の概要と経緯

この事業は、バス停に設置された、屋外広告物の収益を活用し、ストリートファニチュア（バス停、トイレ、サインなど）を一体的に整備し、利用者の利便の向上と都市景観の改善を無償で行うビジネスモデルである。

その原型は、MCDecaux社（日本）

の本社であるJCDecaux社（フランス）の創業者、ジャン・クロード・ドゥコーによって1964年にフランスで始められたものであり、今日、欧米諸国では一般化しているものである。日本においては、バス停の利便性向上と高齢者、障害者の移動の円滑化の観点から2003年1月に国土交通省、警察庁の認可が下り、バス停広告を用いたPPP事業が、実施可能となったのである。

その後2003年3月の岡山市の両備バスとの契約による2箇所の設置を皮切りに、2004年には横浜市が公営交通として初めて契約し、市内500箇所への設置を目標とした事業が進行中である。以降、2007年までに6都市で事業が開始されている。ちなみにGK設計は岡山以外の5都市でのバス停のデザインを担当している。

## 事業特性

### （1）無償整備

自治体側は広告付バス停の道路占有および使用許可を与えるだけで、設計から製作・設置まで一切の費用負担なく良質なバス停を市民に提供することができる。

### （2）無償メンテナンス

広告付バス停は、週1回ないし2回の徹底した清掃メンテナンスが行われ、破損した場合には直ちに完璧に修理される。その結果、景観上常に良好な状態が保たれるとともに、利用者にとっても常に清潔で快適な状態が保たれる。

### （3）良好な景観の形成

広告付バス停の設計には、欧州ではノーマン・フォスターをはじめ、J.M.ヴィルモット、フィリップ・スタルクなど超一流の建築家やデザイナーが起用され、高いデザイン性、高いクオリティを持つ広告付きバス停により魅力的な都市景観を生み出している。

### （4）長期安定契約

広告付バス停の設計、施工、維持管理までを無償で行うこの事業は、投下資本を回収するのに最低でも12年程度の期間を必要とするため、自治体は事業者と長期間の契約を結ぶ必要がある。つまり自治体は、長期的な視点で質の高い広告付バス停を含む各種ストリートファニチュアの整備を目指すことになり、結果として都市景観の向上につながる。

### （5）質の高い広告掲載

広告事業者は国内全ての広告スペース

## Cityscape improvements using outdoor advertisements

Toshihiko Irie

Due to budgetary constraints, both the national and local governments increasingly commission parts of their services to the private sector. Public-Private Partnership (PPP) in public services is drawing attention as a new local management technique. They are typically implemented in such ways that designated private corporations manage public facilities built by the governments, that both governmental and private agencies compete through bids for contracts to run public facilities, and that private funds are used for infrastructure development (PFI). A cityscape improvement program funded by using advertisements at bus stops is a PPP method to finance the management of road facilities which had been paid for by taxpayers with income from advertising rates. Here, the example of advertisements at bus stops by MCDecaux will be briefed, and problems to introduce the system to Japan will be presented.

## Outline of the scheme

The scheme uses profits gained from advertisements at a bus stop to design and manufacture street furniture (bus stops, toilets, signs, etc.) to facilitate users' convenience and to improve cityscapes. Jean Claude Decaux, the founder of JCDecaux in France initiated this model in 1964. This system is commonly in use in the western countries at present. In Japan, the Ministry of Land, Infrastructure and Transportation and the National Policy Agency authorized the use of the system in January 2003 in view of improving the convenience of bus stops, and facilitating the mobility of elderly and disabled people.

In March 2003, MCDecaux (Japan) signed an agreement with Ryobi Bus in Okayama city to install two bus stop shelters under this scheme. In 2004, the company concluded an agreement with the Yokohama city transportation authority, and putting advertisements on 500 bus stops is underway. GK Sekkei is commissioned to design bus stops in five out of six cities with which

MCDecaux has signed agreements other than Okayama city.

## Features of the scheme

### 1) Installation of bus stops with no public expense

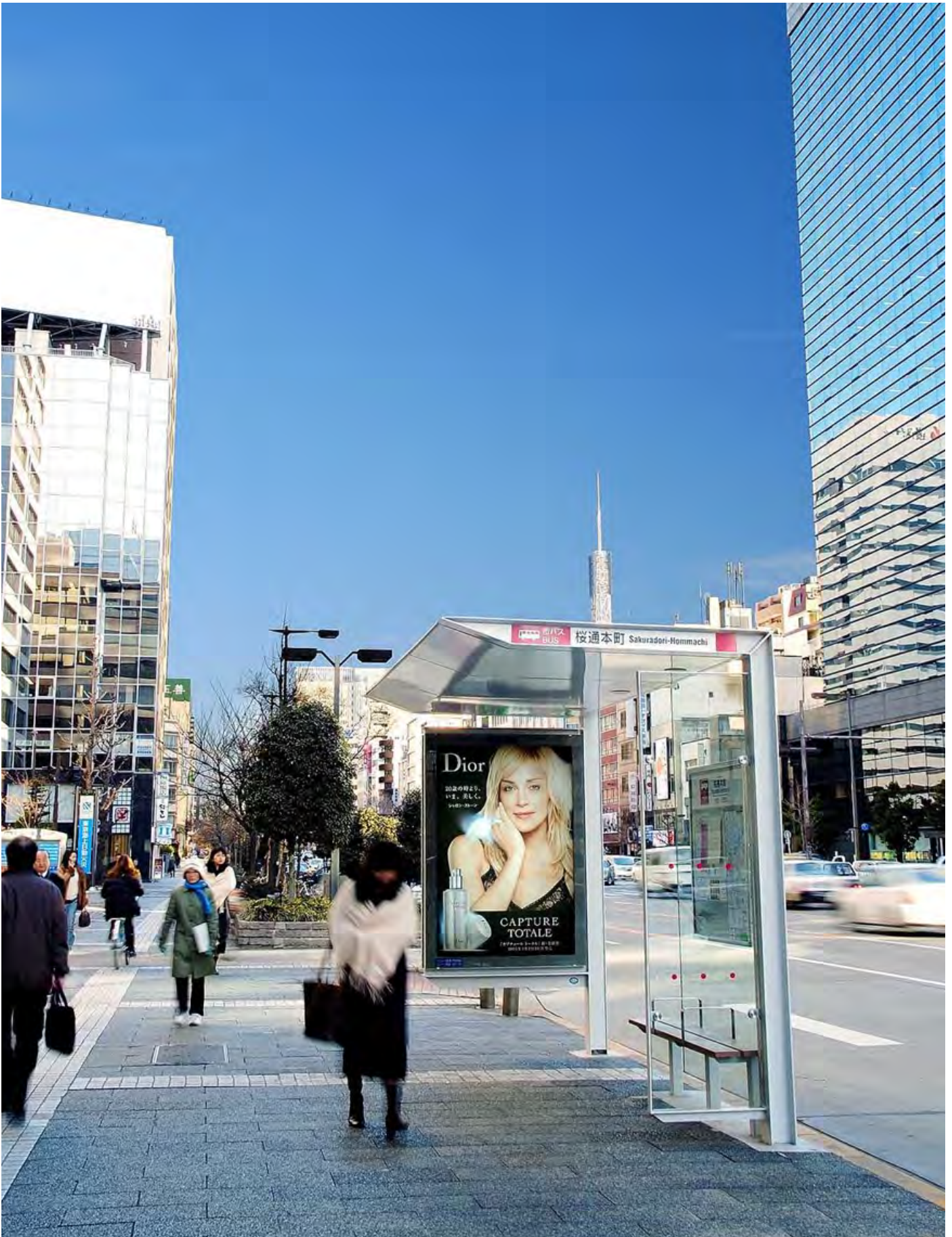
By granting permission to bus companies to use roadside spaces for a bus stop with advertisements, the local government can provide citizens with high-quality bus stops at no cost for the design, manufacturing and installing them.

### 2) Maintenance of bus stops with no public expense

Bus stops are thoroughly cleaned once or twice a week, where repairs needed, they are made immediately. As a result, bus stops are always in good shape as parts of a cityscape, and passengers can use clean and comfortable bus stops.

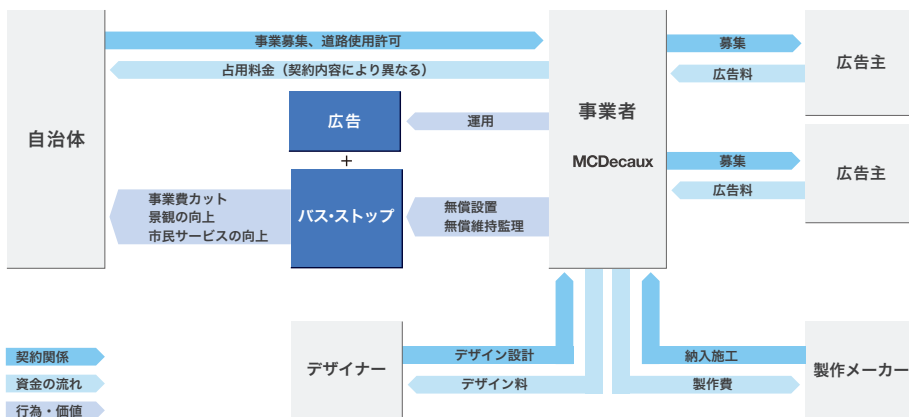
### 3) Development of excellent cityscapes

In Europe, top-ranking architects and designers such as Norman Foster, J.M. Vilmot, and Philippe



名古屋市 Nagoya City

事業フロー



事業のメリット

	バス事業のメリット		行政一般のメリット	
	バス利用者	バス事業者	一般市民	自治体
利便性・快適性	風雨からの保護、ベンチなどの設置拡充 運行案内等バス利用者に必要な情報の提供 清潔・快適な環境			
景観・美観	バス・ストップのデザイン・モデルの統一		都市景観・美観の維持向上 屋外広告の新しいモデルの提示 観光誘致への寄与	
経済的メリット		バス・ストップ整備・ 維持が無償で実現		広報媒体としての利用 雇用機会の創出
防災・防犯	バス利用者の安心度向上		夜間照明による防犯効果 防災・防犯面での情報提供など	

Starck were entrusted with the design of bus stops with advertisement boards. These bus stops are enchanting landscapes in cities in Europe.

4) Long-term stable contract

It takes at least 12 years to recover all the expenses for design, fabrication and maintaining a bus stop. Therefore, a local government needs to conclude a long-term contract with an advertising agency to ensure stable income sources for maintaining high-quality street furniture and streetscapes.

5) High-quality advertisements

An advertising agency (MCDcaux in this case) sells the advertisement space to one advertiser for two weeks as a unit. It means that a corporation can put up the same advertisement at all bus stops across Japan. As this requires an enormous amount of money, advertisers will be limited to major corporations with nationwide markets, and as a result, the high quality of advertisement design can be maintained.

Designs

1) As a component of a streetscape

Street furniture as components of daily life scenes should fit with and enhance the quality of the surroundings as supporting actors in a city. A bus stop with an advertisement board should be of simple and high quality design, as it is considered to be in active service for 20 years.

2) Locality reflected in bus stop designs

GK Sekkei has designed bus stops with an advertisement board for five cities. We applied a form and colors to reflect the feature of each city, while ensuring design quality.

Future problems in Japan

1) Need for cityscape control by the local government

The activity of MCDcaux introduced here is an imported style of outdoor advertisements from Europe. Countries in Europe, although different in

を一括して、2週間単位で、1 広告主に販売する方式としている。つまり、広告主は日本国内のバス停広告全てに、同じ広告を掲載することが可能である。この一括販売方法は、多額の広告費が必要となるため、大手ナショナルブランドの広告が主となり、結果、広告の質を高く維持することができている。

デザイン

(1) 景観の中でのあり方

日常的な風景の構成要素であるストリートファニチャーは、ものは背景に溶け込むが、設置されることによりその場の質を高める「都市の名傍役」である。本広告付バス停においては、20年の長期設置が前提であることを考慮し、シンプルでありながら高いクオリティを感じさせる、空間の地となるロングライフデザインを実践している。

(2) 地域性の反映

GK設計は5都市において広告付バス停のデザインを行っている。各都市タイプともデザインのクオリティを担保したうえで、各都市の景観特性に応じた形態・色彩を設定している。

degree, regulate outdoor advertisements to maintain their cityscapes. By allowing bus stop advertisements as exceptions, they are keeping advertisements in good balance in their cities both in quality and quantity.

In contrast in Japan, signboards and advertisements on the roofs and walls of buildings are disorderly, and numerous signboards are illegally placed on the streets. In cities with excessive advertisements, it is difficult to maintain the value of advertisements at bus stops. Regulating outdoor advertisements is essential.

2) Regulating profit-seeking advertisements by public facilities

Bus stops with advertisements may be confused with advertisement buses, the body of which is wrapped with advertisements. They are different in purpose. Wrapping a bus with an advertisement is meant for the bus operator to raise its income, while the bus stop with an advertisement is to upgrade the value of the advertisement as well as a cityscape using the advertisement rates for the



上／福岡市 左／横浜市 (写真提供：MCDecaux社)  
Above / Fukuoka City  
Left / Yokohama City (Credit: MCDecaux)

## 今後の日本の課題

### 課題－1 行政による景観コントロールの必要性

ここまで紹介したMCDecaux社の事業は「欧州型屋外広告事業」を日本へ輸入したものである。国によって差があるが欧州の都市景観は広告規制が厳しい。その規制の中でバス停広告を例外的に許可することで、広告の質・量のバランスがとれ良好な景観が生まれている。一方、日本の都市部は、建物の看板は無秩序に存在し、路上には違法に置かれた看板が林立している。広告過多な景観

の中でバス停広告の価値を維持し続けることは難しく、行政による屋外広告のコントロールが不可欠である。

### 課題－2 営利主体の広告の規制

この事業は、ラッピングバスと混同されがちだが、その意義は全く異なる。ラッピングバスは交通事業者の収益向上を目的とするが、本事業は、バス停広告の価値を高め、広告収益により道路環境整備を行うことで景観向上を目指すものである。

しかし、このDecaux社の事業に影響を受け、公共施設に対し安易に広告の付

加を認める動きが見受けられ、今後こうした景観の質に配慮しない類似事業により景観破壊が進行しかねない。質の悪い安価な広告が街に溢れかえってしまえば、個々の広告の効果は減少し、バス停広告の価値が下がってしまい、バス停広告事業自体が破綻に至る可能性もある。ラッピングバスや屋外広告を含め、都市景観に配慮しない広告の規制を行うことが、バス停広告の価値を高め、日本の都市景観の向上へつながるのである。

(いりえ としひこ GK設計 室長)

improvement of the surrounding road environment.

However, there is a trend that the local governments allow to put on advertisements on public facilities, partially affected by Decaux's schemes. If this trend spreads, cityscapes may be destroyed due to advertisements made without considering the quality of cityscape. When low-quality and cheapish advertisements flood in a city, the value of each declines, and so does the value of bus stop advertisements, and the bus stop advertisement scheme itself may fail. Regulating advertisements including wrapped buses and outdoor advertisements that do not pay consideration to cityscapes, will help enhance the value of advertisements at bus stops, as well as that of cityscapes.

Toshihiko Irie, Chief Designer, GK Sekkei



神戸市 (写真提供：MCDecaux社) Kobe City (Credit: MC Decaux)

# 欧州のまちづくり事例－旧アムステルダム港の埠頭地区再開発計画

野崎 晴夫

地球温暖化問題が叫ばれて久しい。すでに西太平洋の島嶼の国では、海面水位の上昇による、大陸への移住などの施策が、国連においても真摯に議題に上っている今日、同じ問題を抱える、オランダを取り上げ、北欧州のベニスといわれている、アムステルダム市の旧港湾地区の再開発の現状を報告する。

周知のように、オランダは、大堤防の安全管理が歴史的に重要施策であったように、水との戦いの歴史であった。現国土の約三分の一は、19世紀以降の堤防と干拓による新しい国土である。

アムステルダムの街が、港を中心に築かれ、そして港湾施設の拡大が諮られた時代は、いわゆる、16世紀のオランダの黄金時代といわれ、ポルトガルやスペインの大航海時代を経て、世界的に貿易が発展した時代であった。当時のオランダは、世界に冠たる外洋帆船の造船技術を持ち、その船隊によって、初期の株式会社方式による、東インド会社に代表される、総合商社機能とディストリビューター機能（販売ネットワーク）を持った、グローバルな経済が動き始めた、大貿易時代の先進国であった。

ちなみに、日本では、信長の「楽市

楽座」のように、自由市場的な商業の発達はあったものの、総じて、国内的には天下統一前の戦国時代。1600年にオランダの商船隊が九州に漂着し、家康からの御朱印を得、平戸、長崎の出島において、250年にわたり、鎖国状況の日本で、唯一の海外への窓口であったことは周知のとおり。

## 地域の再生は何度か機会が訪れる

### －2度あることは3度ある

アムステルダム埠頭地区の歴史をみると、地域再生の機会は何度かあった。16世紀以降、アムステルダムの港湾地区では、東インド会社の備船が全世界から運んでくる、物資の荷揚倉庫群、税関、防疫などの施設をそれぞれの植民地からの貿易業務を行う地域に配して、埠頭地区の充実を図ってきた。インドネシア・ジャワ島、ボルネオ島、スリナム、南アフリカ諸国との交易によるそれぞれの埠頭地区などであった。

当時のアムステルダムの港湾施設の陣容は世界の他港湾に類をみないスケールであった。しかし、18世紀に入り、英蘭戦争によって、英国が世界の覇者となり、大英帝国として世界の貿易を独占

していったため、オランダの、国際貿易は縮小していき、港湾地域は衰退していった。

ところが、19世紀中頃以降、産業革命の果実である、蒸気機関による、鉄道の発達とその物流基地としての埠頭倉庫群と、欧州から新世界／アメリカ大陸に移住していく、大西洋航路の基地として、1850年当時から20世紀初頭にかけて、再生していくのである。

ちなみに、1850年代は日本では、幕府の欧州使節団や明治維新前夜、世界の国々と開国していき、横浜などが開港していった頃である。

## 地域再開発計画：サウスバンク－6つのキャラクターを持つ6つの島（地域）

アムステルダム湾の内海はIJ（アイと読む）と呼ばれている。20世紀に入り、IJ海と北海を隔てる32kmにわたる大堤防ができて以降、アムステルダム港湾地域は、徐々に、ライン川が運んでくる砂礫によって、海底が底上げされるという、港の機能が衰えていく課題も顕著になっていった。

港湾地域は、旧アムステルダム市内の中央駅からは、車で5分の近距離にあり、市内の外環を走る高速道路からもアクセ

## Examples of city development in Europe

### District redevelopment - Former quayside district in Amsterdam

Haruo Nozaki

Global warming has been a world concern for some time. Already, the question of migrating peoples from island countries affected by the rise of the sea surface in the West Pacific to continents is addressed on the agenda of the United Nations. The Netherlands is faced with the same problem. The redevelopment project of the former quayside district of Amsterdam, which is called the “Venice of northern Europe,” will be reported here. As it is well known, the Netherlands has a history of struggling against water and the maintenance of its large dike has been of the utmost importance to its government. About one third of the land has been reclaimed by the dike system since the 19th century.

The city of Amsterdam was developed around the harbor and its port facilities were expanded in the 16th century. It was the so-called Golden Time of the Netherlands, after the Age of

Discovery of Portugal and Spain, when worldwide trade developed. The Dutch were unsurpassed in the construction and quality of oceangoing sailing vessels. The nation spearheaded the emerging Trading Age, using fleets and making use of the Dutch East India Company, an early joint-stock company with functions of general trading and distribution.

Incidentally, this was the Warring States period in Japan prior to the unification of the country, there was no noticeable economic activity except for the development of free-market oriented commerce such as “free markets and open guilds” promoted by Oda Nobunaga, a feudal lord. In 1600 a Dutch commercial fleet was cast ashore in Kyushu, and obtained authorization by the Tokugawa Shogunate to open its operation bases on man-made islands in Hirato and Nagasaki. These were the only windows to outside Japan for 250 years during Japan’s national seclusion.

### Opportunities for city activation

There have been a few instances of major

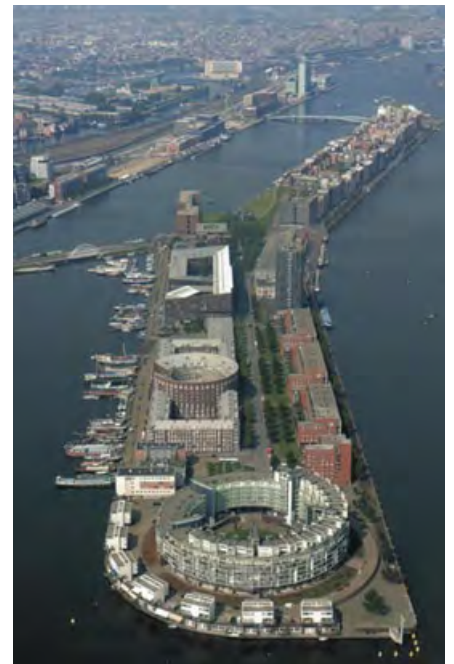
improvements in the history of the quayside areas in Amsterdam. After the 16th century, storehouses, custom offices and quarantine offices for commodities transported by chartered ships of the Dutch East India Company were built on the quayside according to regions of origin, which were Dutch colonies in Java and Borneo (Indonesia), Surinam and South African countries. The port facilities in Amsterdam in the 16th-17th centuries were incomparable in scale with others. However, in the 18th century, Great Britain held hegemony after winning the Anglo-Dutch wars, and came to monopolize world trade. As a result, international trade dealt with the Dutch declined, and so did the port area.

Then from the mid-19th toward the beginning of the 20th century, the progress of railway transportation by steam locomotives reactivated the quay with use of the storehouses as a distribution base. The port also regained its activity as the base for service across the Atlantic for those who migrated to the American continent. (In Japan in the 1850s, movements toward the

旧埠頭地区  
Former quayside district



現在の埠頭地区  
Present quayside district



左・中／現在のジャワ埠頭に計画された住宅群  
右／KNSM埠頭とジャワ埠頭の全体  
Left, Center: Housing estates on the present Java quay  
Right: General view of KNSM quay and Java quay

本写真：「Eastern Harbour District Amsterdam」（「NAi」オランダ建築協会発行）より  
All photos in this page from "Eastern Harbour District Amsterdam" by NAI., Architects' Association in the Netherlands



### 1 Silodam

サイロダム埠頭エリア：この地域の埠頭では、1896年と1952年に建設され、今は使用していないサイロ2棟を、アパートメント、スタジオ、そしてオフィスなどの複合施設としてレストレーションし活用している。また、新規の9階建ての住居とオフィスの複合建築も合わせて計画された。（工事期間1998-2002）

For years, two abandoned grain silos were located on Silodam on a peninsula in the water, a beautiful spot with on one side a view of the IJ and on the other a view of the Houthavens harbour. Both silos - a concrete silo from 1952 and a stone silo from 1896 - have been converted into apartments, studios/residences and business areas. Next to the existing silos, a new nine-story building has been constructed at the end of the barrage with apartments, business areas and an underground car park. Collision protection has been constructed under water to protect the buildings.



### 4 Stationseiland

ステーション島は、旅行者のための各種の交通手段の乗り換え用途地域（ジャンクション）であり、高速列車、サークル線、地下鉄、自転車及び歩行者などが集散する地域。2010年まで建設が続く。中央駅の地下には、既存の東西線の地下鉄構内に、南北線の地下鉄網が加わり、また、ダイナミックな、バス・ターミナル、キス&ライドのタクシー乗り場、それに自転車ループなどの多層空間ができ、車の走行空間も地下トンネルでアクセスするという。また、中央駅裏から発着している運河横断のフェリーなどの歩行者空間もクロスせずにアムステルダム中央駅にアクセスする。そして、既存中央駅の地下を拡大して、自転車駐車場を新設するなど、駅を再生するための大規模計画である。（工事期間2001-2011）

Stationseiland is an interchange of all forms of traffic; this is where train, bus, underground, bicycles and pedestrians all meet. Until 2010, a great deal of work will be done to create improved connections between these traffic flows. For example, there will be an underground station for the North/Southline and a dynamic bus station. There will also be a kiss & ride loop and a taxi rank. Below the bus station and the IJ, there will be a car tunnel for through traffic on De Ruijterkade. People travelling with the ferry will no longer need to cross the road. Accessibility for cyclists and pedestrians will be improved thanks to new bridges, a bicycle tunnel below the train tracks and the expansion of the bicycle garages.



### 2 Westerdockseiland

西部ドックランド埠頭エリアは、陸上埠頭地域全域に、10階建てのハウジング/850世帯と小規模商業地域が混在する。地域と海を挟んだ埠頭にはマリナ、ラグジュアリーレジデンスをはじめ、ショッピング街、公共駐車場などの他、海上警察の本部ビルが計画された。（工事期間2004-2007）

Westerdockseiland consists of two areas; above and below Westerdoksdijk. On the city side, between Westerdok and Westerdoksdijk, 850 residences with a maximum height of 10 stories will be constructed in urban density. The IJ side of Westerdockseiland, between Westerdoksdijk and the IJ, will be given a nautical character. Office space, shops, luxury apartments, a public parking garage, a hotel, cafe and restaurant and a marina will be constructed on a new piece of land in the IJ. The new accommodation for the National Water Police will also be located here.



### 5 Oosterdokseiland and Oosterdok

東ドックランドエリアと東ドックとの2つの地域に機能分化しており、東ドックランドエリア側には、主に市立の中央公共図書館とアムステルダム音楽アカデミー、欧州アジア・トレード・センターをはじめ、5つ星のホテルや各種商店街、カフェ、レストランなどの施設を計画。また、東ドック側の地域は、海洋博物館、子供科学博物館などを含む地域と、ハウスボートのアンカー地域などが計画されている。旧鉄道の引き込み線のある地域は、旧倉庫群のリニューアルや、小規模の商業施設の連続した街区になる。（工事期間2003-2010）

Oosterdockseiland has two aspects. Located along Oosterdok on the city side will be the central public library, the Amsterdam academy of music, the European-Asian trade centre, a five-star hotel and various shops, cafes, restaurants and other public facilities. The western side of Oosterdok is the blue museum square of the IJ bank; this is where visitors will find NEMO (children's technical museum), the Maritime museum, ARCAM and the temporary accommodation of the Stedelijk Museum. During the coming years, new landing stages for houseboats will be improved. The IJ side of Oosterdockseiland -across the rails- is where the serenity of the IJ prevails. The characteristic row of commercial buildings and warehouses along De Ruijterkade creates a city wall, which will be completed at the end of the quay with small-scale new buildings.



### 3 Westelijk Stationseiland

ステーション島エリア西側地域は、主にビジネス・オフィススペースで、既存の市港湾局オフィスをはじめ、官庁系オフィスが使用、将来に向けて、再開発の計画もある。

Westelijk Stationseiland, with its harbour building by architect Dudok, is the only island in the row for which there are no specific plans as yet. In the future, there will be more buildings on the island. Until its redevelopment, the main function of Westelijk Stationseiland will be working.



### 6 Oosterlijke Handelskade

東商工地域は、より大きなスケールの都市的性格を持つ街区で、古い倉庫群のリニューアルによる、レジデンスやスタジオ、オフィスへの活用や、新設の建物群が空地を埋めている。地域の西側には、4つの音楽ホールを含むコンサートホールや4つ星ホテル、外航クルーズのための大型フェリーターミナル、そして、職住一体型のオフィス建物群等が展開する計画になっている。その他、有名な旧アムステルダム倉庫は、リニューアルされ、新しいメディア・アートのラボラトリーになっている。（工事期間1998-2005）

A train of buildings will arise on Oosterlijke Handelskade. Old warehouses will be renovated into residences, offices, studios and facilities. New buildings will fill both the spaces between the warehouses and the empty spots along the quay. Looking from the west, you will soon see the Music Buildings/BIMHUIS with its four concert halls, a four-star hotel, the Passenger Terminal Amsterdam and the high IJ tower at the end of the Oosterlijke Handelskade. Further along to the east are the warehouses, starting with warehouse Amsterdam. The adjacent De Zwijger warehouse will become a laboratory for new media art. The other two old warehouses, Africa and Wilhelmina, will be converted into studio and business areas and offices.



スできる、細長い海岸線の地域である。

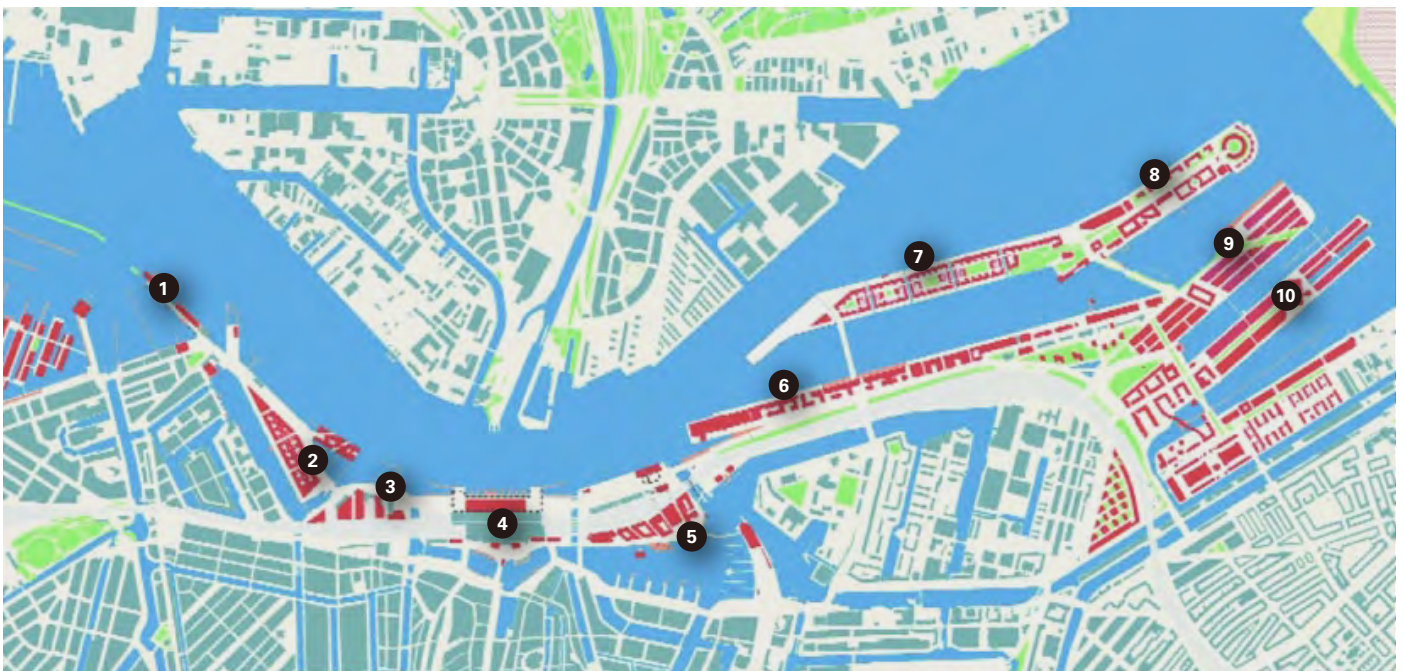
IJ海の南側の地域「サウスバンク」は6つの地域から成り立っている。そして、各地域には、それぞれ異なる複合機能を持った6つの性格を有する地域が点在する。2,400所帯のハウジング、そして、40万平米に及ぶオフィスやビジネス・スペースがそのエリアに展開してい

る（左頁参照）。

日本では、地方都市の商店街や中心のコアとなる商業施設が、郊外型のショッピングセンターの発展で、寂れるばかりと聞く。アムステルダムが持っていた歴史的なアイデンティティを持ちながら、まったく異質な複合機能の集中を

諮ると言う、自由主義的な発想による地域再生のひとつの方法である。

(のざき はるお：GKデザインヨーロッパ マネージングディレクター)



opening of the country were beginning, including the Mission to Europe sent by the Shogunate, negotiations with the Big Powers, and opening Yokohama port, leading to the Meiji Restoration.)

**Six Islands (areas) in the South Bank with distinctive individual characters**

The inland sea of the Bay of Amsterdam is called IJ, pronounced “ai.” In the 20th century, a great dike as long as 32km was built to separate the IJ Sea from the North Sea. Since the completion of this dike, the gravels carried on the Rhine have accumulated at the bottom of the sea, affecting the port functions. This is becoming a serious problem.

The port area is only a five-minute’s ride from Central Station in old Amsterdam city. It is a long and narrow area along the coast accessible from the expressway running around the city.

In the South Bank of the IJ Sea, there are six districts, each with different multi-functional complexes, for example, a housing estate accommodating 2,400 households, 400,000 sq. m.- wide

office and business spaces (See left page).

In Japan, shopping streets and commercial complexes in local city centers are becoming deserted because of the development of large-scale shopping centers in the suburbs. The case of redevelopment in Amsterdam concentrating multiple different functions in small areas while maintaining the historic identity of the city may suggest a means of local reactivation based on a liberalist concept.

Haruo Nozaki, Managing Director, GK Design Europe

- 1. Silodam
- 2. Westerdokseiland
- 3. Westelijk Stationseiland
- 4. Stationseiland
- 5. Oosterdokseiland
- 6. Oostelijke Handelskade
- 7. Java eiland
- 8. KNSM eiland
- 9. Sporenburg
- 10. Borneo eiland

図版：アムステルダム市港湾地区再開発広報カタログより

Photo/Chart from the catalogue of Amsterdam Harbour District Redevelopment

## 道具寺道具村建立縁起展

栄久庵会長が永年心に期してきた道具寺道具村構想の実現に向けた活動として、「道具寺道具村建立縁起展」が2006年10月27日～11月5日、新宿リビングデザインセンターOZONEのパークタワーホールにて開催された。本展は、地球環境時代の21世紀に、ものづくりの立場からものを巡る文化・文明のあり方を問い直し、新しい世界を創造していく「新たな21世紀を、道具による人間復興の世紀とするための提案」である。会場は「現代の道具世界曼荼羅」、「山籠修行と建立発願」、「道具寺道具村構想」の3部から構成され、展示物から会場設計にいたるまでGKデザイングループの総力が結集された。

### Exhibition: The derivation of raising Dougu temple and Dougu village

The exhibition “The derivation of raising Dougu temple and Dougu village” was held at the Park Tower Hall in the Shinjuku Living Design Center OZONE from October 27 to November 5, 2006. This was a part of activities to realize the initiative of Dougu temple and Dougu village that GK chairperson Ekuan has long cherished. The exhibition shed new light on the culture and civilization of making things from the standpoint of manufacturers, and presented an appeal for making the 21st century a century of human renaissance through dougu. The exhibition consisted of three portions of the “Present Dougu world mandala,” “Prayer in confinement and prayer of intention,” and “Master plan of Dougu temple and Dougu village .” The GK Design Group devoted all their energies to preparing exhibits and designing the display and hall layout.



### 現代の道具世界曼荼羅

日常生活の様々なシーンから選び出された現代の道具達が、現物や模型としてケースに展示された。展示物はほぼすべてGKデザイングループ各社のデザインによるもので多くの模型がこの展示のために製作された。

### Present Dougu world mandala

The real tools and instruments or their models selected from various daily living scenes were shown in cases. GK Group companies designed most exhibits and many models were made for this exhibition.



Neural Objects Collaboration「光遊戯」：GKテックの「あしあと」と「好光玉虫」を一体化させたオブジェ。ステージ上を自由に駆け回る玉虫が衝突を繰り返す様は、混沌とした現代の道具世界の象徴でもある。

Neural Objects Collaboration Hikari Yugi (Optic Play) : This is an object in which GK Tech's "Foot Prints" and "light-oriented ball bugs" were integrated. The ball bugs hitting each other while turning around the stage symbolize the chaotic world of dougu of today.

GK-NVC (New Vehicle Concerned) : 1977年の最小限ビークルGK-0から約30年を経て、「Small but Powerful」の意味を問い直した21世紀のコンセプトビークル。燃料電池を用い、社会性と個人のライフスタイルを両立する、新しい価値観を体現する乗り物の提案。

GK-NVC(New Vehicle Concerned): A 21st-century concept vehicle that GK has developed asking what "Small and Powerful" would be like about 30 years after the minimalist vehicle GK-0 developed in 1977. It is a new type of vehicle using fuel cells that will satisfy social needs as well as individual needs for their different lifestyles.



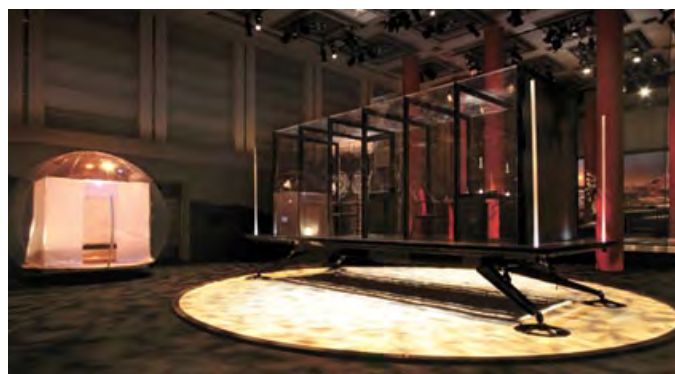


#### 道具寺道具村構想

本展の中心となる道具千手観音像と道具曼荼羅絵図。道具千手観音像は道具寺道具村のシンボルであり、道具世界と人間世界の美しく豊かな共生を願う象徴である。それぞれの手に持たれた道具には、人間が求める願望とともに、道具が救う人間の悩みが象徴されている。道具曼荼羅絵図には過去、現在そして未来を通じて存在する、道具世界の全貌が表現されている。

#### Master plan of Dougu temple and Dougu village

The Statue of Dougu thousand-handed Kannon (Buddhist deity of mercy) and the Dougu Mandala Chart which are the main exhibits of the exhibition are symbols of the Dougu Temple and Dougu Village, and of the wish for beautiful co-living of the Dougu world and human world. The various kinds of Dougu held in each hand symbolically express the desires of humans, and human worries that Dougu will redress. The Dougu Mandala Chart expresses the whole picture of the world of Dougu in the past, present and future.



#### 山籠修行と建立発願

2005年10月に、和歌山県白浜町の山林にて栄久庵会長が山籠修行を行った際の核施設「道具庵」と宿泊施設「月の庵」。GK設計のデザインによるもので、最新技術を導入した「現代の庵の提案」でもある。

#### Prayer in confinement and prayer of intention

"Dougu-An," which is the main facility where GK chairperson Ekuan went through his training in a mountain in October 2005 and "Tsukino-ori" Lodge. Both were design works by GK Sekkei making use of the latest technology. They are models of a contemporary hermitage.

## 岩崎電気ハイブリッド太陽灯 Eyebird

岩崎電気ハイブリッド太陽灯“Eyebird”は、自然エネルギーを利用し、省エネ光源として注目されるLEDを取り入れた照明システムである。リニューアル開発に際し、デザインをGK設計が担当した。点状光源LEDの形態特性を活かし、今までにないリング形状とすることで、未来的な印象を創出するとともに、均一配光を可能にした。環境配慮、景観創出において、次世代公共照明を示唆する商品である。

### Iwasaki Electric hybrid solar lamp “Eyebird”

Iwasaki Electric's hybrid solar lamp “Eyebird” is a lighting system using a natural energy source and LEDs which are noted as an energy saving light source. On the occasion of the renewal of the product, GK Sekkei was involved in the design. Making the most of LEDs' dotted light, an unprecedented ring form was devised. As a result, a futuristic impression is given, and uniform illuminance was achieved. The “Eyebird” system suggests a next generation of public lighting system which is considerate to the environment as well as the streetscape.



LED光源の特性を生かした今までにないリング状器具「光環」を連続させることにより、未来的な景観を創出する。1本の発電機により、2本分の「光環」を光らせることが可能。

A futuristic image was expressed in a ring lamp, “Optic Circle” using LED light sources. One generator can feed two “Optic Circle.”



## デジタル地図案内板

東京電力が主体となり東京都および渋谷区との共同で、日本初の公共デジタル地図案内板が渋谷駅周辺に設置された。GK設計がデザインを担当し、2006年10月より情報提供サービスが試験実施されている。光通信ネットワークにより地域の様々な情報をタッチパネルで検索できるほか、災害時の情報提供支援など、次世代の公共情報端末のスタンダードとして期待されている。

### Digital map and guide board

Tokyo Electric Power Company, in cooperation with the Tokyo Metropolitan Government and Shibuya city, installed Japan's first public digital map and guide board in the vicinity of Shibuya station. GK Sekkei was contracted to create its design. Since October 2006, the information service has been in operation on an experimental basis. Through an optic communication network, a visitor can retrieve various kinds of information by touching the panel. In case of emergency, this guide board will function as an information support device. It is expected that the guide board will become a standard public information terminal.



4カ国語変換、拡大縮小、目的地検索などがタッチパネルによって操作できるほか、QRコード等により携帯電話やICカードとの連携も可能。

On the touch panel, a visitor can select one from among the four languages, magnify and reduce the picture, and search for the location of his/her destination. With the use of QR code and others, the guide board can be linked with cell phones and IC cards.



上／曲面で構成され、やわらかな印象となったエクステリアデザイン。

右／明るいあたたかみのある室内。優先席エリアの顕在化や、女性専用車の設定、荷棚・吊手高さの見直し、立ち上がり易さを考慮した曲線の座席仕切りポールなど、年齢、性別を問わず使い易いインテリアデザイン。

Above: The exterior with curved surfaces giving a soft impression.

Right: Bright interior with warmth. For the benefit of passengers of both genders and of all ages, greater attention was given to the following "courtesy seats" for the elderly, expectant mothers and the disabled, and women-only were made more conspicuous, reviewing and adjusting the heights of luggage racks and hand straps, devising curved poles to partition seats to help seated passengers standing up easily.

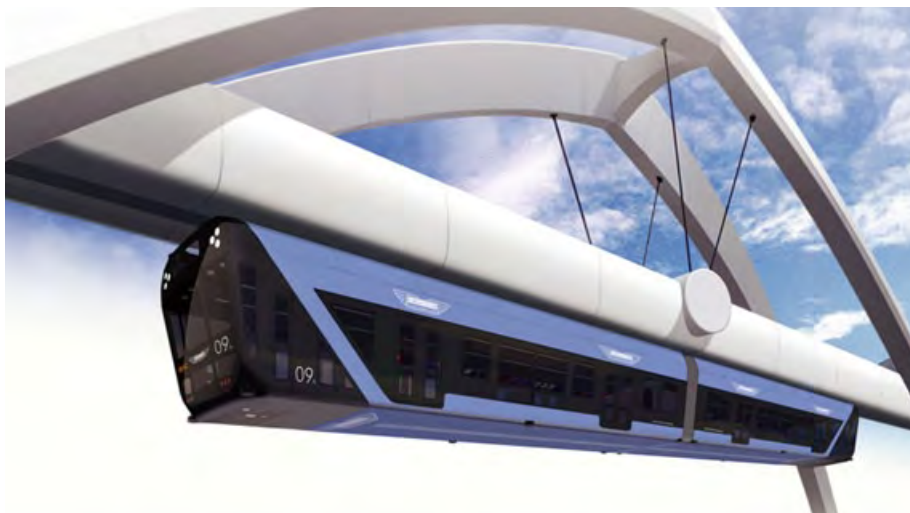


## JR東日本 中央快速線新型車両 E233系

JR東日本の中央快速線に新型車両E233系が2006年12月に導入された。多くのJR東日本の車両を手掛けてきたGKインダストリアルデザインが車両デザインを担当。ユーザーの声を反映し、エクステリア・インテリア共にバリアフリー、ユニバーサルデザインを考慮した。

### New train body E233 system for the Chuo Rapid Line of JR East

The new train body E233 system was introduced to the Chuo Rapid Line of JR East in December 2006. GK Industrial Design had designed a number of train bodies for JR East, and was contracted to design the new body. Reflecting passengers' voices, GK Industrial Design introduced barrier-free and universal design both to the exterior and interior of the train.



上／先進的な都市イメージを生むシャープな外觀デザイン。

右／「空中飛行鉄道」ならではの眺望を楽しむためのパノラマデッキを車両先頭部に備える。

Above: Sharp outlook in an image of an advanced motorized city.

Right: Panorama deck at the front for passengers to enjoy the feel of flying in the air.



## 千葉モノレール、新型車両を発表

千葉都市モノレール株式会社は平成21年度に導入予定の新型車両のデザインを発表した。デザイン総研広島がデザインを担当し、先頭部床面に設けたガラス窓越しに眼下に広がる風景を楽しむことができるなど、懸垂型モノレールの特性を生かすデザインを提案した。通勤車両のイメージが強い現状の車両から、都市の空中散歩を楽しむ「空中飛行鉄道」として新たな魅力を創りだすことが期待されている。

### Chiba Urban Monorail announced its new train body

The Chiba Urban Monorail announced the design of its new vehicle to be introduced in FY2009. Design Soken Hiroshima designed this taking advantage of the suspended-type monorail. Passengers can enjoy the view of the city from above through the glass window on the floor at the front. The new car will give a new charm to the monorail as an "urban flyer" in place of the existing train with the image of a commuter train.

## ソニー・エクスプロラサイエンス北京、新規オープン

2000年10月に北京中心部にオープンしたソニー・エクスプロラサイエンス（索尼探夢）が開館6周年を機に移転、2006年10月、朝陽公園内に新規オープンとなった。GKテックが5種類の展示物のシステムデザインとその構築を担当している。

### Sony ExploraScience Beijing opens its new facility

On the occasion of its 6th year anniversary, Sony ExploraScience (索尼探夢) which had been established in the center of Beijing in October 2000 was transferred to Zhao Yang Park in the city, and the new facility was opened in October 2006. GK Tech was engaged in the system design and construction of the five exhibits.

“Fukidamari”アートディレクション：小阪淳

“Onba”：アートディレクション&サウンド制作：小阪淳、総合プロデュース：フロンテッジ・デザインワークスアソシエイツ

“Fukidamari” Art Direction: Jun Kosaka

“Onba” Art Direction and Sound : Jun Kosaka, Produce : Frantage, Design Works Associates



上/Follow Your Voice : 階段下のマイクに吹き込まれた音が波形となって移動し階段上のスピーカーに到達すると音が再生される。

左上/Onba : 音の構造を要素に分解して、再び集めることで音の場を作り出す。均等に配置された20個のスピーカー間を移動することで一つ一つの要素を聞ける。  
左下/Fukidamari : 発する音声の大きさ、長さ、高低などにより、ふきだしの外形や大きさ、などが変化する。

Above: Follow Your Voice: The voice spoken into the microphone under the staircase moves up the stair in a wave-like form. When it reaches the speaker on the staircase, the recorded sound is reproduced.

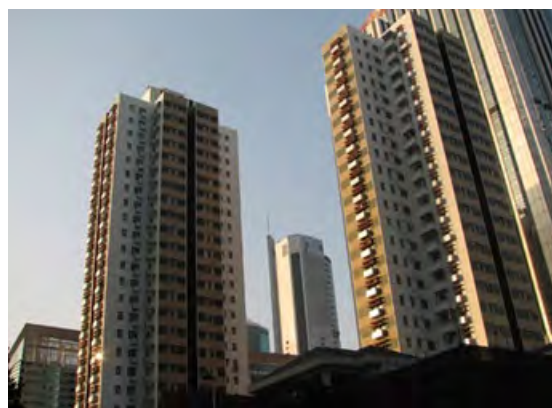
Above Left: Onba (Sound field): The structure of a sound is decomposed into elements, and the elements are collected to compose a sound field. A visitor can listen to each element by moving around among the 20 equally distributed speakers.  
Below Left: Fukidamari: The configuration and size of the balloon change according to the volume, length and pitch of voice.

## 中国・シンセン市人民南片区環境景観改造設計

GK設計は、香港からの玄関口である中国・シンセン市人民南片区の中心部エリアの環境景観改造設計を行った。対象として、13棟の古い建築のリニューアル、道路環境の整備（ストリートファニチャー、舗装、植栽）、空中歩廊等の整備を行った。雑然とし、怖いと外国人の観光客からの苦情を受けていた劣悪な環境が、統一されたトータルデザインで、清潔で安全な賑わいのある空間に生まれ変わった。

### People's Nan Pian district in Shen Zhen, China environment and landscape redevelopment

GK Sekkei worked on the environment and landscape redevelopment project in the center of the Nan Pian district in Shen Zhen, a gateway to mainland China from Hong Kong. GK was involved in designing the refurbishment of 13 old buildings, and the improvements of streets (street furniture, pavement and greenery) and pedestrian bridges. The wretched district about which foreign tourists had complained as messy and scary to go through has now become a clean and safe place under a totally coordinated design.



上/連続する照明柱

左上/街区のシンボルとしての空中歩廊  
左下/古い建物のリニューアル

Above: Array of lighting poles  
Above left: Pedestrian bridge, the symbol of the district

Below Left: Refurbished old building

## デザイン真善美

栄久庵 憲司

### 14. 共生の勧め—未来へ繋げる「五つの感謝」

人間は何によって生きているのか。否、生かされているのか。

今、改めて人間の生きる道を思うに、大きく二つの動きを見て取ることが出来る。その一つは、縦軸の動き。すなわち、「歴史的時間軸の伝承」である。国家であれ、民族であれ、社会であれ、家族であれ、悠久の時の流れに存在する、その歴史が辿ってきた、然るべき「創造と伝承の軌跡」が存在する。

一方で、それに加えて、横軸の動き。すなわち「多次元を横断する共通の活動」がある。人間それぞれが独自の文化・文明を築き上げつつ、相互の存在を認め合う「共有・共同の心得」が存在する。そしてこの二つの軸の交差点に、常に人間の生き様は存在し続ける訳である。

とりわけ、この横軸の動きには、GKグループ活動の原点を発見することが出来る。そこには、創立以来、半世紀以上をかけて培ってきた、「組織的創造力」を形成する、GKグループ独自の「共生学」あるいは「共同学」を発見することが出来よう。そしてここにこそ、今後のGKグループを永久に継続し、展開して行くための、心根「共生の勧め」が存在するのである。

そもそも、この「共生」を勧めるに当たっては、物事に関わる大いなる「感謝の気持」を持たねばならない。それは、人類の繋がりを敬う「祖先への感謝」、家族の継承を言祝ぐ「両親への感謝」、活動の拡がりを期待する「朋友への感謝」、また、全ての命の源として存在する「大地への感謝」、そして、今ここに自らを存在させている大いなる力への畏敬「生きている事への感謝」の五つである。常にこの「五つの感謝」を持ち続けることで、「共生」は実現し継続しうるのである。ここに新たなステージを迎えるGKグループのさらなる進展を望むためにも、この「五つの感謝」を忘れることなく、GKメンバー一丸となって、「共生の心根」を持ち続けて欲しい。そして、ものづくり、デザインを通じた道具創造コミュニティの構築に邁進して欲しい。

道具を扱うことで人間世界は進展する。また人間が進展することで、又新しい道具も生まれ新たな道具世界が展開する。道具を学ぶことによって、触れることによって、また、創ることによって、使うことによって、人間世界と道具世界の共生する、華麗なるドラマを、大いに展開して欲しい。

※共生（ともいき）：仏教学者椎尾弁匡（しいおべんきょう）博士が、大正から昭和初期にかけ「共生」を「ともいき」と称えた共生運動を推進した。

### Truth, Goodness and Beauty of Design

Kenji Ekuan

#### 14. Recommending "Co-Living" - Five Thanks linking to the future

For what do humans live? Or, what causes humans to live?

Considering the way humans live, there are vertical and horizontal axes of activities. The activities of the vertical axis mean the succession of history. Be it a state, an ethnic group, a community, or a family, there is a tracing of creation and succession that each has come through in a long time span.

The activities of the horizontal axis suggest common activities crossing over multiple dimensions. Even though peoples have built culture and civilization of their own, they share a common understanding that they should recognize the presence of others. And at the crossing point of the two axes, ways of human living always exist.

I can find the source of GK Group activities in the horizontal axis activities. Here the unique "co-living" or "collaborating" philosophy can be found on which the GK Group has developed its "organizational creative strength" over more than a half century since its foundation. I would like to recommend the spirit of "co-living" anew for the GK Group to continue and evolve its activities in the future.

In recommending the spirit of co-living, I suggest that one should have five kinds of thankfulness. One is "Thanks to the ancestors" paying respect for the linkage of human beings, second one is "Thanks to parents" celebrating the continuance of a family tree, third one is "Thank to colleagues" expecting the expansion of activities, and the fourth is "Thanks to the earth" as the source of all living things, and the fifth is "Thanks with awe and respect to the great power that makes us live today." Bearing these thanks in our minds, the spirit of co-living can be put into practice continuously. On the occasion of entering a new stage for further progress, I wish that the GK Group members might continue to cherish the spirit of co-living and the five kinds of thankfulness, and join together through craft and design in the endeavor to build a "dougu" creating community.

The human world advances by using "dougu." As humans progress, a new "dougu" is devised, and a new world of "dougu" evolves. By learning about "dougu", touching one, making one and using one, I hope that the GK Group will develop a magnificent drama in which the human world and the "dougu" world will live together.

## 編集後記

全国で市町村合併が盛んに行われています。私が生まれ育った町も昨年、3つの市町村が合併し新しい市になりました。新しい地図を見ると、既に慣れ親しんだ町名が消え、代わって新しい市名が少しずれた位置に居座っています。かろうじて駅名や高速道路のインターチェンジ名などに旧町名の名残を見ることができますが、いずれこうした施設の名称にも何らかの変化が見られるかもしれません。地図だけ見てみると、古い地名といっしょに小さな地域のアイデンティティも消えていくかのように思えてしまいます。しかし、この変化はあくまで行政の区分と名称が変わったことによるもので、地図上の山や川まではその影響が及ばず昔のままの名前が残っています。地域を象徴するのは人や自然であり、それらが育んできた歴史や文化です。これらは地域の資産とも言え、その資産を活用するのは行政だけではないはず。地域とは何なのか、地域に対して何ができるのか、自分にとっての地域というものを考えるよい機会を与えられたのかもしれない。

(手塚 功)

## Editor's Note

The annexations of municipalities (village, town and city) are underway across the country. My hometown and neighboring town were incorporated into a city last year. In a newly published map, familiar town names have disappeared and new city names are printed. The former place names only remain as the names of train stations or interchanges of expressways. Sooner or later, there will be changes in the names of these facilities. Looking at a map, I cannot help but think that the identity of a small town will be lost as the town name disappears. However, the change has occurred only in administrative divisions and their names, and the names of mountains and rivers remain as they are. It is the townspeople and the natural environment that symbolize a local community, as well as the culture and history nurtured by the people and the nature. These are assets of a local community. It should not be the local government alone that makes use of these assets. What is a local community, and what can I do for it? The annexation may be a good chance for us to consider what a local community means for ourselves. (Isao Tezuka)

## GK Design Group

### GKデザイングループ

株式会社 GKデザイン機構  
株式会社 GKインダストリアルデザイン  
株式会社 GK設計  
株式会社 GKグラフィックス  
株式会社 GKダイナミックス  
株式会社 GKテック  
株式会社 GK京都  
株式会社 デザイン総研広島  
GK Design International Inc.  
(Los Angeles / Atlanta)  
GK Design Europe bv  
(Amsterdam)  
青島海高設計製造有限公司  
上海芸凱設計有限公司

### GK Report No.15

2007年6月発行  
発行人／石山 篤  
編集顧問／金子 修也  
編集長／藤本 清春  
編集部／手塚 功・松本 匡史  
翻訳／林 千根  
発行所／株式会社GKデザイン機構  
〒171-0033  
東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル  
Phone: 03-3983-4131  
Fax: 03-3985-7780  
URL: <http://www.gk-design.co.jp/>  
印刷所／株式会社高山

### GK Design Group

GK Design Group Inc.  
GK Industrial Design Inc.  
GK Sekkei Inc.  
GK Graphics Inc.  
GK Dynamics Inc.  
GK Tech Inc.  
GK Kyoto Inc.  
Design Soken Hiroshima Inc.  
GK Design International Inc.  
(Los Angeles / Atlanta)  
GK Design Europe bv (Amsterdam)  
Qingdao HaiGao Design & Mfg. Co.,Ltd.  
GK Design Shanghai Inc.

### GK Report No.15

Issued: June 2007  
Publisher: Atsushi Ishiyama  
Executive Editor: Syuya Kaneko  
Chief Editor: Kiyoharu Fujimoto  
Editor: Isao Tezuka, Tadashi Matsumoto  
Translator: Chine Hayashi  
Published by GK Design Group Inc.  
3-30-14, Takada, Toshima-ku,  
Tokyo 171-0033 Japan  
Phone: +81-3-3983-4131  
Fax: +81-3-3985-7780  
URL: <http://www.gk-design.co.jp/>  
Printed by Takayama Inc.