

●横浜カーフリーデー2008

カーフリーデー（中心市街地における交通問題に対処するため車利用を控える日を設け、公共交通を利用することにより、まちの中を移動することが出来る事を広く知ってもらうためのイベント）は1997年にフランスで始まり、2000年にはEU欧州委員会のプロジェクトとなりました。

横浜では2005年から横浜公園・日本大通り・伊勢佐木モール6丁目を中心に、毎年9月23日（秋分の日）に実施しています。実施主体は、NPOと市民団体が中心です。日本大通りの通行止や、各種イベントが実施されます。皆さんも車を置いて横浜に出かけてみませんか。イベントの詳細は、下記HPでご覧いただけます。

横浜カーフリーデー・ホームページ <http://www.ycfd.org/>

大沼安秀（第一計画部）

●『+artsな防災イベント』を見学して（その1／2）

8月29～31日に江東区豊洲の「がすてなーに ガスの科学館」と「ららぽーと豊洲」において、NPO法人プラス・アーツプロデュースの防災イベント「BO-SAI 2008 in TOYOSU」が行われました。

NPO法人プラス・アーツは、既存の「教育」「まちづくり」「防災」などの分野にアートを持ち込むのではなく、アートの発想、あるいはアーティストの想像力を導入してその分野の抱えている課題や問題を解決することを目指す団体です。この考え方のもとにデザインされた防災グッズの展示販売、被災時のシェルターの展示、防災グッズのデザインコンペ入賞者のパネル展示、起震車、子供をターゲットとした防災体験学習会・イザ！カエルキャラバン！などが行われました。

被災時に暮らす空間となるシェルターは、タオルや新聞紙、ゴミ袋などの日常身の回りにあるものを使って作られています。特にこのシェルターなどの展示は、ショッピングセンターの中で展示を行っており、買い物やレジャー目的で来た人たちの目を引きつけて、防災ということをちょっとだけ振り返らせるきっかけとなったのではないかと思います。

また、防災グッズの中にはワインや、エアパッキン（いわゆるプチプチ）でできた寝袋があり、この2つは、避難所にいるとストレスがたまることから、お酒を飲んだり寝袋のプチプチを潰したりすることでストレスが軽減されるという、共通した理由で防災グッズとして製品化されています。また、大番のハンカチには、災害時のハンカチの活用方法のイラストとともに、ゲームができるようにマス目などが描かれており、いずれもデザイン的にも優れたものとなっています。

こうしたものが日常生活用品の中で販売されている事が望ましいのですが、無印良品ではこのイベントに合わせて8月29日～9月17日の間、有楽町店3Fで同社の製品及び提案品を「災害」という切り口で展示しています。

文責者：木村晃郁（株式会社 都市計画同人）
紹介者：高尾利文（第二計画部）

●身勝手な広告

数年前から出現した「広告トラック」。正式には何というかわからないが、パチンコ屋の新装開店から新譜CDまで、PRしているものは様々である。しかし、これは何とも迷惑なPR方法であるように思う。

より多くの人にPRするのが目的だから、郊外や地方等の人通りが少ない地域での運行では意味がない。したがって、どうしても都市部での運行となり、そうなると必然的に運行ルートは交通量が多い地域内となる。ただでさえ混雑している都市部の道路に、更に混雑に拍車をかけるようにパカデカイ車両が通行することになる。

例えば、コンサートの機材を運ぶトラックの荷台のペインティング等のように既存の物体を広告媒体として有効活用？しようとするなら理解できなくもない

が、PR活動のみにバカデカイ車両をただでも混雑している道路に運行させることは、交通処理上も迷惑な話だし、CO2排出増加～地球温暖化への観点からも問題がある。更に大音量のオマケまで付いてることも珍しくない。

自分の目的を達成すれば他は関係ないといった感があり、如何にも自分勝手なPR方法だと思う。なので、環境やらエコなんて声高に言っているアーティストのCDでも宣伝していたらお笑い（大笑い）である。

野澤雅一（第一計画部）

発行責任者：代表取締役 庄山 高司
事務局：株式会社アルメック 業務部
東京都目黒区青葉台 1-19-14
電話 03-5489-3211・FAX 03-5489-3210
Eメール hotnews@almec.co.jp
ホームページ <http://www.almec.co.jp/>

Copyright 2008 ALMEC Corporation. All rights reserved.