

●デザインの視点から～街とLRT

2009年12月5日に「人と環境にやさしい交通をめざす全国大会」が東京大学で開催されました。

宇都宮/平成17年、京都/平成19年、横浜/平成20年で開催され、第4回となる今回は、大会主旨に賛同する各地域の市民・企業・行政・学識者や専門家など、幅広い層からの多数参加者が一同に会しました。

60を超える研究論文等発表にはじまり、地域や企業の取り組みに関するワークショップ、富山市長基調講演とパネルディスカッション、交流懇親会というスケジュールで構成されました。またLRT写真展やデザインコンテストなども共催されて、とても充実した内容になりました。数百人の参加者各々が課題を共有し、ともに考え、連携を図ることで、「人と環境にやさしい交通」の実現に向けたビジョン創りの切っ掛けとなり、大きな方向性とウェーブを実感いたしました。

私自身、プロダクトデザインと景観デザインに携わっていることから、日頃感じているLRTと街づくりにおける”デザインの視点”からの提案を発表いたしました。会に参加されている様々な専門家の方々がデザイン通じてビジョンを共有することで、横の連携がはかれスムーズな具現化が出来ればと感じております。デザインにはそういう役割があると考えております。

ご興味ある方はぜひ下記PDFファイルをご覧ください。
http://www.jida.or.jp/~sano/data/design_lrt_sano2009.pdf

佐野 正 (sano design office)

●県民ブーム

人気テレビ番組「秘密のケンミンSHOW」あたりから一気にブレイクした「県民ネタ」。

地方色を売りにするタレントなども人気で、「方言ブーム」や「県民対決」など、これまでの観光や物産以外の地方の話題がクローズアップされるのは悦ばしい限りだが、これを都市にいて眺めていると、なんとなく地方は元気があるように、つい錯覚してしまう。果たしていざ出かけてみると、相変わらずの「シャッター通り」と「無縁社会」にまみえることになるわけだが、むしろこの数年で「地方の衰退」は一気に進行したという印象もぬぐえず、待ったなしの現場も多いと聞く。

とは云え、従来の観光や物産に頼った「名物まちおこし」はひと渡りして、掘り起こしもあらかた出尽くした感だ。もちろん、あるところにはあるわけで、ここでの格差も広がってしまった。重力の法則のように、持てるものはより大きく、持たざるものはどんどん拡散して消えていこうとしている。もっとも模倣品や二流品が淘汰され、いわゆるナンバーワンとオンリーワンが残っただけでも云えるわけだが、かくしてまちおこしは、次なるラウンド「地域ブランド」争奪戦へと向かっていく。

ブランドとは云え最終的には総合力だが、ブランドはとにかく「イメージ」勝負だ。オンリーワンにも再チャレンジャーにも勝機はある。そんなところへ降って湧いた「県民ブーム」だ。ここは、少しばかり地方にも張り切ってもらいたいところ。

ただ、日本中で「よさこい」「ジャズフェス」「B級グルメ」ときたら、せっかくのムードも台なしですが…。

山田順造 (デザイン室)

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@almecc.co.jp
ホームページ <http://www.almecc.co.jp/>