

VOICE OF DESIGN

日本デザイン機構

Japan Institute of Design

東京都港区虎ノ門1-2-18虎ノ門興業ビル7F 〒105-0001

Toranomon Kogyo Bldg.7F 1-2-18 Toranomon, Minato-ku, Tokyo 105-0001 Japan

Phone: (03)5521-1692 Fax: (03)5521-1693 1999年1月25日発行

VOL.4-4

特集 観光のデザイン

観光都市発展のカギは デザインパワーに

佐藤典司

立命館大学

環境デザインインスティテュート教授



東本願寺・京都駅・京都タワー／写真提供 恩地 惇

目次

特集 観光のデザイン

・巻頭言 観光都市発展のカギはデザインパワーに 佐藤典司	1.2
・シンポジウム「観光のためのデザイン—大交流時代の都市・生活」	3~10
講演「迎賓都市のデザイン」 栄久庵憲司	
講演「観光革命の時代」 石森秀三	
座談「都市観光のデザイン」	
参加者アンケート	
・取材「浅草の観光のデザイン」	11.12
「理事会が面白い」	13.14
プロジェクト報告	15.16
「デザインの本出版計画」 災害時における救援仮設病院—ライトインフラストラクチャー	
公共のデザイン フィッティングデザイン	
編集後記	16

CONTENTS

Leading Article	1~2
Symposium: on Design for Tourism	3~10
Collection: in Asakusa	11.12
Board Meeting	13.14
Project Reports	15.16
Editor's Note	16

デザイン関係者の方々であれば、昨年の京都のポン・デ・ザール論争についてご存じの方も多いものと思われる。京都の中心、現在の鴨川の三条の橋と四条の橋の間に、新たに架ける歩道橋を巡って起こった、京都ならではの景観論争である。

顛末をかいつまんで記すと、1996年11月に、フランスのシラク大統領が京都を訪れた際、大統領と京都市長との間で、セーヌ川にかかるポン・デ・ザール（芸術橋）風の橋を鴨川に架ける話が出て、その方向で、市側が昨年の9月からの着工を予定していたのだが、市民の反対により、直前の8月になって、市側によって計画が白紙に戻されたというものである。

市民の反対の理由は、これも大雑把に

言うと、まず、決定の過程が、市民の要望を十分に吸い上げてのものだったかどうか、という点がひとつ、もうひとつは、果たして、京都にフランス風の橋がふさわしいものかどうかという、この二点であった。

こうした過程では、計画についての、市と市民側の相互の説明、理解不足がつきものだが、今回もその点は否めない。ただ、私は、こうした互いの不理解をこえて、今回の論争をたいへん頼もしく思ったのである。考えてみよう。もしこれが、京都以外の所で起こった話なら、これほどこじれまい。たとえば、東京のどこかにフランス風の橋を架けようが、ビルを建てようが、都をあげての景観論争になることなどまずないだろう。あるいは、他の地方都市なら、セーヌ川に架か

Design as a Key for the Development of Tourist Cities

When President Chirac of France visited Kyoto in November 1996, he and the mayor of Kyoto agreed to the construction of a bridge over the Kamo river similar to the Pont des Arts over the Seine in Paris. The construction was due to begin in September 1997, but was canceled a month before because of strong opposition by the citizens of Kyoto.

There were two major reasons for the opposition. One was that citizens' desire was not considered in the decision-making process, and the other was that the proposed French-style bridge would not suit Kyoto's landscape. If the

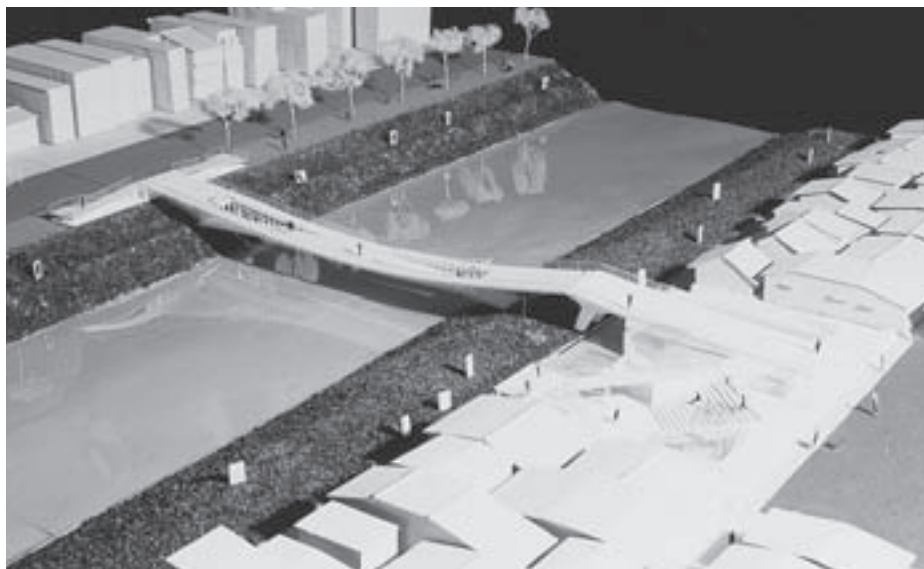
plan had been proposed in other places, citizens might have welcomed the French-style bridge. But Kyoto citizens have a particular sense of design.

I decided to propose an alternative design with my students. I thought it to be a duty of a citizen to propose an alternative design now that the original plan was canceled because of its design. Students in the Management faculty conducted a research survey among citizens to conceptualize the bridge design, and a professor in the Engineering faculty and his students drew the plan and made the model. We submitted the design to the city office. Later, we had a press meeting. Instead of posing

「観光都市発展のカギはデザインパワーに」佐藤典司

る橋のデザインなら、それこそ喜んで受け入れたにちがいないからである。京都という町の、デザインにかける熱意、かくのごとしである。

私はさっそく、学生たちと相談して、立命館大学版の鴨川歩道橋を市へ自主提案することにした。市民が、デザインを理由に市側の計画を白紙に戻した以上、新たなデザイン提案を行うのもまた、市民の役目であろう、と思ったからである。経営学部の私のゼミの学生が、市民の声をもう一度聞いてまわって、コンセプトづくりを行い、具体的なデザインと設計は、理工学部の土木の先生（平尾和洋助教授）と学生たちをお願いすることにした。とくに理工学部の学生は、提案の2週間前くらいからは、モデルづくりと設計図面の制作で、不眠不休の作業となり、彼らにはたいへんな苦勞を強いる結果となった。



立命館大学有志による鴨川歩道橋モデル「綾橋（あやばし）」

12月中旬、モデルを市役所へ持ち込んだの提案のあと、記者クラブの要望で、マスコミ各社へも案を説明することになった。こうした場合、マスコミ論調は、建設反対の市民側に立つことは常である。だが、意外なことに、記者たちからの鋭い攻撃はほとんどなかった。なぜなら、私の勝手な推測かもしれないが、おそらく彼らは、目の前に置かれた、学生たちの作った美しい橋のモデルデザインを見て驚いたのである。これなら、反対どころか、京都の新しい観光のシンボルになりうる、と思ったに違いない。

私は、記者たちの好意的な眼差しを眺めて、あらためてデザインの力を確信した。美しいデザインが町を変える。これから京都をはじめとして、全国の観光都市の発展のカギを握るのは、間違いなくデザインの力である。

Symposium on Design for Tourism -Cities and Lives in an Era of Great Journey-

Organizer: Japan Institute of Design
Patron: Kyoto Shimbun
October 30, 1998 Kyoto Shimbun Cultural Hall
As opportunities for traveling have increased, it has become indispensable when thinking about the development of a city to take into consideration the views not only of local residents but of visitors to the city as well. An age of the great journey is coming forth when the views of people from other localities of Japan and from different countries exert influence on the life of the residents of a city. The purposes

シンポジウム 観光のためのデザイン — 大交流時代の都市・生活

主催：日本デザイン機構

後援：京都新聞社

期日：1998年10月30日（金）

会場：京都新聞文化ホール

趣旨：移動の機会が増大し、地域を考えるうえでそこに住む人々をはじめ、訪問する人々の視点が欠かせなくなっています。定住人口に加え、国内をはじめ世界そしてアジアからの大規模な交流人口が都市や生活を変える大交流の時代に向かっていきます。また移動の目的も、仕事や遊びなどが重なり合い複合化しています。観光自身もアーバンツーリズムなどへ広がる変革期にあると言えます。

「観光」は、都市や生活を考えるというデザインのテーマです。そして観光は様々な専門を横切りにしなければならないテーマです。デザインを軸に様々な専門そして市民の方々とともに考える機会としてシンポジウムを開催しました。

プログラム

開会挨拶：坂上守男 京都新聞社社長、
京都観光協会会長

来賓挨拶：増田優一 京都副市長
(榎本則兼京都市長代理)

講演：迎賓都市のデザイン 栄久庵憲司
日本デザイン機構会長

講演：観光革命の時代 石森秀三
国立民族学博物館教授

座談：都市観光のデザイン

恩地 惇 環境デザイナー

高木壽一 京都市企画監

山崎紘雄 JR東海ツアーズ社長

佐藤典司 立命館大学教授

sharp questions, the reporters looked amazed with the beautiful bridge model that was hand-made by the students. They might have thought that the bridge would be a new symbol of Kyoto. Looking at their eyes, I realized the strength of a good design. Beautiful designs can change a town. No doubt, it is the power of design that holds the key to developing touristically attractive cities in Japan.

Noriji Sato / Professor, Ritsumeikan University Environment Institute

of traveling are more complicated now, often combining business and pleasure trips. Types of tourism are becoming more varied including urban tourism and ecological tourism.

Tourism is one of the major design themes to be considered in development and can create great changes in existing cities and the life of people. Tourism is interdisciplinary. The symposium was organized as an opportunity for citizens and people of different specializations to discuss tourism with a focus on design.

Program: Lectures on "Design of a Hospitable City" and "Age of a Tourism Revolution," and a Panel Discussion "Design of Urban Tourism."

Symposium [Design for Tourism]

30 Oct, 1998



栄久庵憲司氏

講演：迎賓都市のデザイン

栄久庵憲司 日本デザイン機構会長

1973年に宝ヶ池の国際会議場で開催した世界インダストリアルデザイン団体協議会の国際会議の実行委員長を務めた。海外32ヶ国から千人、日本から二千人の人々をどう印象深く迎え入れるかを模索した。神社をメタファーした国際会議場は日本のオリジナルを感じさせ、海外の人がはっとする建築だが、もっと驚きを感じさせるものを探していた。

訪問者にとってそのイメージが重要である。日本で言えば富士山や桜である。富士山は品位をもって人を迎え入れる日本の大きなランドマークである。桜もまさに桜吹雪で包み込むように迎え入れてくれる。その強烈なイメージがまた来ようという気をおこさせる。富士山や桜は日本の「自慢」できるイメージである。楽しんでお帰りいただくための「自慢」できる仕組みや作法、そうした気持ちを具体的に表現する形、それが遠来のお客様を迎え入れる時には大切である。

会議の時に考えついたのが自転車だった。自転車を八百台用意し、車体を黄色に塗り、現代音楽の一柳 慧さんが音づく

りした電子ベルをつけ、駐輪場も設置し、京都中を自由に乗り回してもらおうようにした。京都の町が、黄色の自転車に乗り、用意した地図を見ながら探索する人で溢れるという強烈なイメージが生まれた。これは外からの人に驚きを与える一つの自慢できる仕組みや形を創造したということであった。この経験は観光の話にも通じる。観光をどう創造的にデザインするかという課題である。

「迎賓」という言葉がある。すべての人を等しく「賓」として迎えるということである。茶道には様々な作法や空間、器などの形を通じてお客様を大切に、退屈させずにお迎えする工夫が凝らされている。お客様を迎えるどのプロセスをとっても迎賓の心が表現されている。そこから香や華、庭などの表現文化が生まれている。そうした文化が生まれ成長していくことが大切なのである。観光も常に新鮮であること、新たな文化を生み出すということが重要なのである。

迎賓の考え方に基づいて構想した都市のイメージを紹介したい。広島県福山市



鞆の浦「迎賓都市構想」

and lead to the development of new cultures. Here is an example of a town in which a redevelopment project is underway. Tomo is a town in Fukuyama city in Horoshima prefecture. With a population of 6,000, this scenic town facing the Seto Inland Sea has no major industry and no good access. A plan was proposed to construct a bridge over the bay. As a natural development, some people were opposed to the idea because it would destroy the beautiful landscape. But it was obvious that the town would be driven to its ruin unless some measures were to be taken immediately. So, people thought to create a new picture of the town taking the opportunity of constructing the bridge.

Their idea was to redesign the town as a hospitable town where gods in Tomo welcome visitors who come across the bridge, a festive town that would not bore the guests. Then, those who had been against the construction began to accept the idea. Signs of new potentials began to be felt by the townspeople. An essential element in tourism development is creativity, in other words, designing.

Kenji Ekuwan / chairman, JD

Designing a Hospitable City

The symbolic image of a place is important for visitors. Mt. Fuji and cherry blossoms are essential images that Japan boasts. Mt. Fuji is a great landmark and cherry blossoms entertain visitors. It is essential for a city to have something or manners to entertain visitors and means to express the local people's feeling to welcome visitors from afar.

A guest at a tea ceremony is entertained by the manner of serving tea, interior furnishing, and tableware. From the tea ceremony, new cultures including incense burning, flower arranging and garden landscaping developed. Tourism can be one way to entertain guests

シンポジウム「観光のためのデザイン — 大交流時代の都市・生活」



石森秀三氏

講演：観光革命の時代

石森秀三 国立民族学博物館教授

いま一番、日本に欠けているのは、大きな視点で将来を見る視点だ。観光の問題も、近視眼的に考えてはならない。百年くらいのスパンでの変化をとらえていかなければいけない。

これまでの地球上での観光をめぐる変化は、半世紀ごとに起こっている。その変化を私は「観光革命」と名付けた。第一次観光革命は、1860年代にヨーロッパで起こった。担い手は王侯貴族や金持ちたち。次の大きな変化は1910年代。タイタニック号のような大きな客船が造られ、アメリカの中産階級が外国旅行に乗り出した。そして第三次観光革命は1960年代に起きた。これは直接的にはジャンボジェット機の就航がきっかけで、北の先進諸国を中心に海外旅行の大衆化が一挙に始まった。

このように半世紀ごとに観光をめぐる大きな変化が起こっているなら第四次観光革命は2010年代ではないか。

1950年に外国旅行をした人は2500万人。1998年はおよそ6億人と約半世紀の間に約20数倍増えた。これが2010年には10億

人になると予測されている。私は2010年代の後半に「観光ビックバン」がアジアで起こるとみている。いまは低迷していても将来、アジアの経済発展が相当見込めると考えているからだ。

この観光ビックバンが起こったらアジアから2億人の観光客が日本に押し寄せてくるかもしれない。この時に日本にその備えがあるのか。そのような事態に対応できる「国家デザイン」はまったくない。

なぜないのか。それは国家が、観光などくだらない物事は、民間が処理すべき問題であると考えているからにほかならない。観光は国際的に交流することで平和創出の大きな手だてとなるし、地域文化を起し、地域の経済を活性化するのにたいへん有効な手段といえる。しかし、日本では観光がほとんど重要視されてこなかった。先進諸国の中で極めて異常な国だ。

そこで将来にビックバンに対応するためにも、観光への公共投資をどんどんすることを提唱したい。それは人や制度、ソフトなど文化資本の整備である。文化開発促進法をつくり公共投資の金を、こ



bring as many as 200 million tourists from Asia to Japan. Tourism is an effective means to build peace as it allows interaction among people of different nationalities. It also provides an impetus to reactivate the local culture and make the local economy active.

To be well prepared for the Big Bang, public funds should be invested into tourism. Such investments should be directed to human resource development, institutional arrangements and other tourist attractions. Turning the focus from construction-centered social capital to cultural capital is essential in designing tourism.

Another important element is that individuals

れまでのハード中心の社会資本から文化資本にまわすことが、観光をデザインする上でたいへん重要な根拠の一つになりうるだろう。

もう一つ重要な問題は、自由時間のデザイン。もっと自分の自由時間を大切に生きようという大きな意識改革が静かに起きている。日本人の勤勉は世界の迷惑といわれる時代。「自由時間革命」が必要になっている。

また21世紀は明らかに都市観光の時代になると思う。従来のような名所型の観光の時代から、非常に総合的で多様な観光ニーズの時代になってきているからだ。それには観光の総合的なデザインが不可欠。そのための地域マーケティングをきちんとやっていくためにも、欧米でのベッドタックスやコンベンションタックスのように、日本にも都市利用税という形での財源確保を考えていかなければならないのではないかと。

最後に、観光のデザインを考える時、市民の参画が重要であることを強調しておきたい。



should design their use of their free time. Fortunately, a quiet awakening is occurring among the Japanese in this direction.

The coming century will be an era of urban tourism. Past the era of hopping around well-known tourist spots, consumers desires for tourism have diversified. Hence, designing tourism totally is essential, including marketing and means for financial resources. Citizen participation is also important.

Shuzo Ishimori / Professor, National Museum of Ethnology

An Age of Tourist Revolution

The world saw a major change in tourism every five decades. I name this change "Tourism Revolution." The first one occurred in Europe in the 1860s initiated by the aristocrats and the wealthy. The second one occurred in the 1910s when large passenger boats such as the Titanic were built and middle class people of America set out for journeys abroad. The third one was in the 1960s triggered directly by jet planes which were placed into service. Overseas travels were popularized at a swoop in industrialized countries.

I guess that a "Tourism Big Bang" will occur at the latter part of the next decade. That may

Symposium [Design for Tourism]

パネルディスカッション 都市観光のデザイン

パネリスト

恩地 惇：環境デザイナー

高木 壽一：京都市企画監

山崎 弘雄：JR東海ツアーズ代表取締役社長
コーディネーター

佐藤 典司：立命館大学環境デザインイン
スティテュート教授

簡素で合理的な暮らしの中で美を探求する エコシティー

佐藤：「都市観光」のデザインを話すに
あたり、まず、栄久庵氏と石森氏の講演
についての感想と意見を。

山崎：栄久庵氏が指摘した通り、観光都
市として外から来た人をどれだけ満足さ
せるかが重要だ。新鮮な、あるいはショ
ッキングなものがなければ、印象は与え
られない。

私は根が鉄道屋なので、輸送が大きな
問題だと思う。輸送が整わなければ観光
都市として発展できない。足、交通の問題
は、来る人には非常に不安を与える。
この点を話したい。



山崎弘雄氏

Panel Discussion Designing Urban Tourism

* An Eco-city seeking beauty in a simple and rational living

SATO: Do you have any comments on what Mr.
Ekuan and Mr. Ishimori presented in their lec-
tures?

YAMASAKI: As Mr. Ekuan said, it is very impor-
tant to satisfy visitors. Being a railway man, I
consider transport systems to be very impor-
tant. Without good access, no city can develop
as a tourist city.

In planning tourism, we must consider what the
society would be like in 10 year's time. Within a

石森氏の話では、国内の観光地は極め
て短期的にしか先のことを考えていない
ということだった。いまの世の中では、
なかなか長期的なことはむずかしい。と
くに公的なお金を使うと即効的なものが
求められる。

観光では、少なくとも10年先にどうな
るかを考えなければならない。とくに、
日本の構造変化をみると、団塊の世代が
まもなくリタイヤする時期にきている。
観光を含めて大きな問題になってくる
と思う。

高木：行政の立場から、観光が市民にと
ってなぜ大切なのか、二点を説明したい。

まず第一は、産業として観光が大切と
いうことだ。京都は観光都市と思われが
ちだが、工業出荷額が全国九位と有数の
工業都市だ。しかし、現在では90年の3
兆円を下回り、今後も製造業の立地条件
が厳しくなるだろう。アジア諸国をはじ
め世界的な工業のシフトで、市内に残り
得る工業は限られている。

そうなると、市民生活や雇用を支える
には、労働集約的で多くの人が参加でき
る観光に頼らざるをえない。少なくとも、
製造業と同じウェイトまで引き上げない
と。市の観光推進基本計画では、観光客
数400万人、市内総生産の30%を観光で
占めるよう目標を立てている。

第二に、総合的なまちづくりと観光は
密接な関係がある。いい景観を保ち、道
路交通事情をよくしないと観光客は来な
い。お年寄りや障害者をきちっともてな
すには福祉の充実が必要だ。人に優しい
子供を育てるには、教育も関係する。

decade, the postwar baby boomers in Japan
will be approaching their retirement age. This
has a great implication to the industrial struc-
ture including the tourism industry.

TAKAGI: Tourism is important to the citizens of
Kyoto for two reasons. First, tourism is impor-
tant as an industry. People may have the
impression that Kyoto is a tourist city, but in
fact, it is an industrial city currently ranking 9th
in the shipment of industrial products in Japan.
However, manufacturing bases are shifting to
other countries and only limited industries can
remain in the city.

Second, comprehensive city planning and

環境の面では、どれだけまちがきれい
なのか。さらに、今年の地球温暖化防止
会議で、京都議定書が世界に発信された
が、京都の環境面での先進性を見てもら
う。観光を中心に置けば、素晴らしい都
市デザインが描ける。

恩地：観光とは中国の言葉で、その国の
光を見るということだそう。土地の
人々の暮らしに対する理念や哲学を感じ
るということだろう。従来の、風光明媚
や施設づくりが先行する観光からは、視
点を変えなければならない。

私は東京生まれで、25年前から京都に
住んでいるが、自分はいわば長期滞在の
観光客であると思っている。京都に光が
あるから住みつけている。

光とは、言い換えれば高貴なエコロジ
ー。美を目指したエコロジーとも言える。
「しまつ」という言葉に代表されるよう
に、簡素で合理的な暮らしの中で美を探
求していくエコシティーを目指すべきだ。

「歩く」はいちばん文化的で味わい深い。

佐藤：いくつかのキーワードがでてきた
と思う。交通システムについて、北欧を
視察してきた山崎さんをお願いしたい。

山崎：北欧では、公共交通機関が良質な
サービスを提供している。深夜、零時を
過ぎてもバスや電車が動いている。料金は
安くはないが、それだけいいサービス
が受けられる。

昼間に町中でトラックを見ることはな
い。マイカーも進入できるが、止められ
なくなっている。その代わりに路面軌道
があり、まちの中を静かに、でもかなり

tourism are closely related. Tourists do not visit
a city unless the city maintains attractive town-
scapes and has good roads and transport sys-
tems. To entertain elderly and disabled visitors,
welfare services should also be required. To
bring up children in the city to be kind to visi-
tors, education is also related.

ONCHI: The Japanese term for tourism has its
origin in the Chinese word meaning "to see the
light of the place." It means that visitors can
feel the philosophy and principles of living of
local people. Light for Kyoto may mean to be
people's ecological life, that is a simple and
rational life, in quest of beauty

シンポジウム「観光のためのデザイン — 大交流時代の都市・生活」

のスピードで走っている。このネットワークが発達してたいへん便利になっている。

これらの都市は、京都と同じように古い歴史がある。北欧でも1400年ごろの建物をリニューアルして使っている。でも、同じような公共交通は日本では見られない。

佐藤：山科に住んでいるが、地下鉄の開通で大変便利になった。京都の人はあまり地下鉄を利用せず、バスや車を使うことが多いようだ。かつては路面電車もあったが、なくなっただけを高木さんから。

高木：路面電車にじゃまされて進めず、車やバスのほうが速いということになった。今は車があふれかえっている。2025年を目標年次とした市のグランドビジョンづくりでは、交通が大きな課題だ。その中でも、まず「歩けるまち」をつくらうと努力している。

今は歩道のない道路に車が止まっていて、人がよけて通っている。市として反省し、ヨーロッパの都市も参考にしていきたい。

佐藤：ヨーロッパでは古いものと新しいものが非常にうまく調和している。歩けるまちもヨーロッパではうまくつくっている。京都は拠点ひとつひとつは美しいが、結ぶものがまずいようだ。

恩地：歩けるまちをひたすら推進すべきだ。世界でトップをきるエコシティーを目指す。公共交通機関もだいいだが、まずモラルが先がないといけない。河原町になぜあれだけの乗用車がいるのか。京

都はバスのシェアが大都市の中でも最高だが、残念ながら自家用車のシェアも高い。



恩地 惇氏

歩くということも、ひとつの公共交通といえる。いちばん文化的で味わい深い。そのあとに自転車やバス、地下鉄の利用がでてくるべきだ。市民サイドでそういう風潮をつくる必要がある。ノーカーデーとか、車のマイナスイメージばかり強調せず、「車を持たないことが文化的で都会的だ」といったキャンペーンはどうか。

河原町の四車線のうち、車は真ん中の二車線だけにする。ファッションブルな取り組みが入口になると思う。

山崎：ヨーロッパを訪れた日本人は、若い人もお年寄りも歩道をよく歩いている。なのに、京都駅につくと、ホテルまでタクシーで行く。ホテルからどこかへ行くのもタクシー。結局は、まちを見えないということだ。

歩けるといえることは、公共交通機関とセットになることが必要だ。乗り継がないと観光にならない。地元の人が公共交通機関を利用しても、マイカーが多くて動かない。だからマイカーで行く、とい

う悪循環に陥っている。

高木：グランドビジョンの策定にあたり実施したアンケートで、ある程度マイカーの制限はやむを得ないと考えている人が7割を超えていた。制約的な対策を考えた場合、協力をいただけるのではないか。

グランドビジョンの審議会で議論があったが、野生生物は100%生育条件のいい所で育っているのではなく、70%ぐらいの状態の所だ。残りの30%は阻害条件だが、それを我慢して生育している。人間も100%主張し合っていたのではコミュニティはできない。30%我慢し合う社会をつくっていくことで、観光客にとっても結果としていいまちとなる。

道路の話でも、我々はどうしても急ぐことばかり考えてしまうが、旅とか観光とかいうものの本当の面白さは「東海道中膝栗毛」のように道中にある。観光の視点から考えると、大急ぎで移動できるシステムがあるといいことだと、必ずしも考えなくてもいいのでは。

プロパーのデザイナーは社会的ニーズに勇気をもって飛び込んで欲しい。

佐藤：境界の楽しさをデザイン的にもう一度見直してみると、京都でよく言われるのは町屋の話で、よそから来た人は町屋をなぜ残さないかという。ただ、私もこの夏に見たが、非常に住みにくいところだと思った。暑いし、昼でもおそらく蛍光灯をつけないと暮らせないとか。もう一つは電柱の問題。京都市の取り組みをうかがいたい。

* **Walking is the most cultural means for tourism**
SATO: Some keywords were presented for tourism development. How about transport systems?

YAMAZAKI: In Scandinavian countries, good public transport facilities are provided. Fares are not cheap, but their services are good. Trucks and private cars are not allowed to run or park in the city centers. Instead, trams are running quietly at quite high speeds. Tram networks are well developed and convenient.

SATO: People in Kyoto appear to prefer a bus or a car to newly constructed subways. There used to be street cars, but they were removed.

TAKAGI: It is because they were obstacles for

the city traffic. Cars and buses were faster, and street cars were removed. Traffic is the most serious problem we face in preparing the grand vision of Kyoto which is intended to be realized by the year 2025. We are attempting to redesign Kyoto to be a city to walk around.

SATO: The old and new things are well harmonized in European countries. They have also built many towns where people can walk around.

ONJI: We should change towns in ways that allow people to walk. Walking is a means of public transport. It is the most cultural means of transport followed by bicycle, bus and subway.

Citizens should forge such a consensus.

YAMAZAKI: Japanese tourists in Europe, both young and old, walk so much. But when they visit Kyoto, they take a taxi from the station to their hotel, and from the hotel to wherever they go. As a result, they miss seeing the details of the city. But an important thing is that walking should be combined with public transport facilities.

TAKAGI: If individuals claim to want to live in an environment in which they can be completely satisfied, no community can be built. Each person must put up with unfavorable conditions to a certain extent.

Symposium [Design for Tourism]

高木：電柱のことを言えば、関西電力の協力を得て、できるところから進めている。広い通りから、最近では狭い通りでも地中化だけではなく、景観を妨げないという形で進めている。

町屋についても、アンケートで、一般的には残せという意見が多い。だが、中京とか、上京とかの都心部の町屋に住んでいる人の意見を見ると、残すというのは5割未満。住んでいる者の考え方を尊重してほしいということだ。西陣では、いろいろな形で利用されつつあるが、貸したい人、借りたい人のマッチングできるようなシステムづくりのため、今、京都市景観・まちづくりセンターを中心に町屋の聞き取り調査に入っている。

町屋を中心とした景観について考える時、新しいものをつくることと何を残すのが、京都の場合、非常に難しい。観光ということから考えれば、京都以外にはない新しいものをつくる、そして京都以外にないものは残そうというように観光を切り口にされた方が割と簡単に答がでるのではないかな。

佐藤：町屋について運動をされている恩地さんいかがですか。

恩地：97年11月にスタートした京都市景観・まちづくりセンターは、最初にして最大のプロジェクトに取り組んでいる。上京、中京、東山区の戦前の木造住宅の悉皆調査、悉皆というのは全部調べること。しかも、ボランティアを募って。最初に声をかけたところ200人が集まった。それに大学の研究室や、我々市民団体が参加している。

第二次が、この秋から始まるが、400人のボランティアが集まった。そのことがすごいのと、一体、どれだけ町屋があるのかが、初めて浮かび上がってきた。京都は、町屋なんかどンドン壊して、もうだめだと言われるが、実は、ほとんどなくなっていなかった。問題は、町屋が今の暮らしに合うか、合わないか。個人的な思いかもしれないが、絶対に合う。

京都の本当に質の高い世界に触れよう、学ぼうとする方々が、観光に来るような都市にするために、やる事が三つある。

一つは、公共交通を前衛的な形で、新しく構築し直す。二番目は、都心の再居住。結論的に言えば洛中の中にもう一度、住み直したらよい。どういう住み方をするか。私はエコロジーだと言っている。自然素材の住まいにしよう。そういう意味のストックとして町屋はあると考える。要するに、都心の楽しみとか美とかを創出するものとして、大きな設計指針

がある。300年を経て設計マニュアルができていくわけだから、その骨格は相当したたかだから、町屋をきちっと継承していったら十分だと思う。

あと一つは、地区単位の小さな商業圏を復活させるべきだ。実はこれもエコロジーの視点から申し上げている。リサイクルでなくリターナブルが最終の答えだと思っている。リターナブルソサエティという言葉を使うが、小さな社会。生活圈というか、小さな単位。京都の都心の中で、小さな単位があって都心を形成する。

町屋について佐藤さんの意見には異論がある。暗いと言われたが、暗いのはだめなのか。暑いという点でも、少なくとも一階は涼しい構造になっている。

山崎：私は足かけ20年、京都の観光キャンペーンにかかわってきた。そのなかで、実は町屋はあまり使っていない。水琴窟を一回、それから白川のあたりですか、あの辺はよく使った。それ以外は記憶が



* Designers should try to enhance people's design consciousness

SATO: When it comes to beauty in the townscape, visitors to Kyoto often ask why we do not keep old merchant houses. Another problem in Kyoto from a design point of view is the power supply poles on the streets.

TAKAGI: The electricity poles are being buried underground from wide streets to narrow lanes. Where it is not possible to do so, the poles are redesigned so as not to disturb the neighborhood townscape.

Regarding merchant houses, it is difficult to determine which houses to keep, and which houses can be rebuilt. A survey among those

living in these houses shows that less than half of those in the city center are in favor of keeping them. In principle, we would like to keep the houses and buildings that exist only in Kyoto.

SATO: What about the movement to keep merchant houses?

ONJI: The Kyoto City Townscape and Community Development Center that began operating in December 1997 conducted a survey on wooden houses built in prewar days with volunteers, university groups and citizens' groups. Contrary to the general assumption that merchant houses are being pulled down one after another, it was made clear that only a few of

them have been demolished. The problem is whether these houses are fit for the contemporary lifestyle. I personally think they are good for today's life.

I have three proposals for Kyoto. One is the restructuring of public transport facilities. Second is to bring back residents to the city center. I propose that ecological houses be built using natural materials. From this viewpoint, merchant houses are ecologically built, and they should be maintained. Among the existing houses, there are some well-designed houses and some with historic values. But they remain sporadically and do not constitute a row of houses.

シンポジウム「観光のためのデザイン — 大交流時代の都市・生活」

ない。

個々にセンスのいいものや歴史的なものはある。ただ、散らばっていて町並みの形成になっていない。だから町並みとしてとらえると難しい。ぜひ残してほしいと思うが。

問題は小さな商業圏。今地方の拠点都市は歯抜け状態になっている。土地を買いあさられてではない。大手スーパーが入り込んできて、地元の商店が成り立たなくなり、歯抜けだらけになって、最後にはスーパーも成り立たなくなってしまう、結果として、地方の都市では、あちこちで閉店状態の商店街がみられることになる。観光という観点から都市をみると、そういう問題がある。

その大手スーパーの一番の弱みは自動車。車で来てもらわないと成り立たない。車が入れないとたちまち、スーパーに行けなくなる。毎日、買い物するしかない。大きな冷蔵庫も必要なくなる。一連のものとしてくつついている。だから、観光の前に活性化というならば、この辺からみていかなければいけない。



佐藤：私が暑い時期に町屋を見たせいで、ちょっと勘違いしたかも知れません。ところで、デザインの価値、町がきれいとか、きたないとかはすぐに分からないのではないか。何が重要かという、おそらく教育だろう。そこに最初にメスとお金が入っていかないと、日本は永遠に汚いだろうし、京都もそんなにきれいにならないだろう。

恩地：教育以前の問題がある。デザインとか、美だとか言ったが、こういう社会的なテーマに関してのスタンダード、見識はまだまだ未成熟。プロパーのデザイナーは、その世界に勇気をもって飛び込んでいかないと。

歩くことを始めとする公共交通、自然素材や伝統工法による家という意味の町屋を視野に入れた都心の再居住、小さな商業圏の新しい可能性を挙げた。エコロジーは重要な要素だと口では言えるが、デザイナーはこれをビジュアルに提示すべきだ。無見識で味がない、光がない、そうなりやすいのは共通のイメージを持ってないところにある。

Another proposal is to revive a small commercial sphere in each district. A number of such small communities should constitute the central part of a city. This can be said of every city. Large supermarkets were opened in traditional shopping districts and small shops had to be closed. Now these supermarkets are threatened by larger supermarkets in the suburbs with huge parking lots. As a result, many shops in shopping streets are closed. From a tourism point of view, such a city will not attract visitors. SATO: People cannot judge whether a town is beautifully set up or not. They have not developed an eye to appreciate design. What is needed is education on design.

ONJI: A common sense about the design and beauty of a townscape has not been developed. Designers should venture to enhance people's design consciousness. I pointed out the restructuring of public transport systems including walking paths, rehabilitation of city centers employing natural materials and traditional architecture, and the re-development of small-scale commercial spheres. Designers should demonstrate these ideas visibly to help people have a common image.

*** The way Kyoto people live is interesting to visitors**

SATO: Please give your final comments.

かつて、昭和30年ごろの京都の町には確実にあった。ついこの間のことだ。教育問題以前に、今、そういうことに携わる人たち自身の自らの再教育が必要ではないか。

京都の日常性が訪問者には非日常だから面白い。

佐藤：こうしたパネルディスカッションは、悪くいうと言っぱなし、聞きっぱなしといことになりがち。そこで、最後に宿題、課題というのか、一言ずつ参加者、あるいは市民にお願いを。

山崎：表通りに大手企業があると、自分の会社の前を掃除しないから公的なお金でやらないかぎりきれいにならない。これは困った問題で、大手企業にお願いしたい。もう一つは看板。空を見上げた場合に、建物だけでなく、看板がこれでもいいのかどうか。ビルの二階より上にあんな大きな看板がいっぱいある国はほとんどない。この辺をうまく規制できないか。高木：京都の人は観光客はおのぼりさんやという意識がある。見たいんやったら見て帰ったらいいと。それに、観光業者がもうかるだけという意識。これをなんとかやめんことには。そんなふうに考えたら京都のまちはよくなっていかないと。いうことを分かってほしい。

観光業者も意識改革をしていただきたい。市民と、京都を訪れるお客さんたちの両方に喜んでもらって始めて利益ができる。それから、料金の透明性にも心がけていただきたい。

もう一つ。直接、観光客と接触してい

YAMAZAKI: Shop owners clean the street in front of their shops, and the whole street is kept clean. But the large companies do not clean the streets, so public money must be spent for cleaning. This is a problem, and I should like to request that large companies take some measures to keep the street clean. Another concern is advertisement signboards. They should be restricted.

TAKAGI: I hope that salesclerks and other people who are in direct contact with tourists speak in Kyoto dialect. Whatever designs appear in Kyoto they should reflect the atmosphere of Kyoto dialect.

I don't think there should be a theme park or

Symposium [Design for Tourism]

る人、売り子さんは京都弁をしゃべってほしい。京都のデザインは、京都弁が似合うデザインにしてもらいたい。



高木寿一氏

個人的には、京都にはテーマパークとかナイトスポットはいらないと思う。京都市民が面白いと思うナイトスポットがあれば、観光客もそこへ行く。そこに根づいて、京都固有のしきたりや商売をしているから面白い。京都の日常性が、来る人には非日常だから面白い。やたら観光客の方を向いたらいいというものではない。

恩地：エコシティーがあったら、必ずそこに見識とか秩序がある。マナー、ルールができることが最終にはある。いきなり、そこには行けないということで、三つの課題を挙げた。この2、3年で必ず着手しなくてはならないと思う。

その中で、公共交通にかかわることはすぐにでもできる。都心での車離れを決心する。その際に、地球環境に優しく、なんて歯をくいしばり目をつり上げてやるのは美しくないし、長続きしない。新しい生活スタイルをつくっていくというか、ファッションのように考えればいい。

同時にバスを徹底的に使いきる。使え

night spots to attract tourists. If there are night spots that interest Kyoto citizens, tourists would go there. Visitors find it enchanting to visit a place that is originated and succeeded in Kyoto. The everyday life of Kyoto people may be different from the way people live in different localities. This is a major interest of traveling.

ONJ: The ultimate goal of my environmental design is to build an ecological city. In an eco-city, citizens are ecologically conscious, and they keep a certain order to live there. It is hard to attain this goal in a short time. Among my proposals, measures for public transport can be taken up immediately. First, the non-use of

ばダイヤ通りにこないとか、乗り心地が悪いとか、文句があったら言う。使い切ったうえで、文句があったら言うことで、公共交通は成長するし、磨かれる。

まちづくりもそうだ。熱い思い、愛情を持っていると、段々と美しくなる。これが10年たってもできなかつたら、本来、私は観光客だから、愛想をつかしてよそに移るしかない。

佐藤：私からも具体的な話を一つ。三条木屋町あたりのごみを何とかしてほしい。京都の玄関に近いところだが、そこにたくさんのごみがいつ行ってもある。これをぜひやめてほしい。

デザインと観光という、これからの日本を支える大きなテーマは、スタートしたばかり。最後にこういう話をしてもらったのは、1年後に、再び集まってもらって、宿題の答えがちゃんと進行しているかどうかをチェックしたいと思うから。それでは1年後に。



コーディネーター佐藤典司氏

以上、1998年11月11日の京都新聞紙面に掲載された内容を京都新聞社のご厚意で本誌に掲載しました。

private cars should be declared, and the bus service network should be thoroughly utilized. If you have a complaint, express it to the authority, and the public transport system will become friendlier to users.

SATO: I would like to point out the garbage collection spot near the main entrance to Kyoto. It is always full of garbage bags. "Design and Tourism" is a major theme for the future life of Japan, and we just started studying about this theme. I hope another symposium will be held one year later to check what will have been done, and what will be left to do.

参加者アンケート

私は建築のための美術陶板を製作販売していますが、製品は京都とあまり関係がないにもかかわらず、他府県のお客様は京都の企業としての価値を見出して下さっています。ですからいつも京都らしい製品とは？サービスとは？と考え続けています。

私は祖父母の代には既に京都に住まう家系に生まれ育ちながら、町屋に住んでいるわけではなく、そのよさを知っているわけでもなく、京都の伝統に特別に通じているわけでもない。あたりまえのように京都に住まってきました。同世代の知人にも同じような人が多く、町屋再生などと聞くと、一部の京都人や他府県の人ビジネスの発想という気さえします。

栄久庵さんの「迎賓都市には、慈しみの心を持たなければならない」という言葉がもっとも印象的でした。いくつもの平易な言葉で提案して下さいましたが、京都に限らず、土地、その文化に対して、そのような思いを持つことは、深い見識が必要だし、個々人の心の問題でもあり、実践も必要だし、重要なことだと、はっとしました。もちろんやって来るすべての人に賓客に対する心構えの話もあるでしょう。迎賓とはかくも美しい考え方だったのですね。

柴辻里香 (有) 志野インター

日本のニュービジネスの中で観光は大きな要素であると考えていました。観光というソフト的印象を与える産業は、よく見ると、建築物のリニューアルであっ

* From Participants' Comments

•My company manufactures and sells art ceramic tiles for buildings. I am always thinking what are products and services that represent the image of Kyoto. I was impressed to hear that people in a hospitable city should have affection towards their place. We need to know about the city in order to appreciate it and to have loving feelings for its culture. (Rika Shibatsuji)

I confirmed that tourism can create construction works as well as business chances for elderly people who know the place very well. Development projects in recent years in Kyoto do not have a Kyoto flavor or Kyoto identity. I

シンポジウム「観光のためのデザイン」

参加者アンケート

たり、設備の更新であったりして、またその土地をよく知る老人や人々のビジネスチャンスになったりと、他の産業に与える影響も大きいと考えています。このシンポジウムから自分に確信と、どうやったらうまくいくかという悩みを感じながら、貴重な時間を過ごすことができました。

京都は歴史文化の国家財産であると常から思っておりましたが、最近の京都は一般的都市開発と変わらない、まちのアイデンティティーが感じられない、と感じています。観光都市として魅力ある京都をさらに創るためにも、まちなみの保存や更新を行うための規制緩和や補助等積極的で個性的な都市デザインを行ってほしい。

福原義則 住宅・都市整備公団 都市再開発都市街地開発課



石森さんの話は同世代としても共感を呼びました。「観光」という概念自体のイメージの変化・変革と「デザイン」という方法論の合体された「街づくり」は本当に必要なことだと考えます。私自身も、びわ湖文化デザイン協会に所属して活動したり、マンションの管理組合の連

合体である京滋管理組合協議会に参画して「都市での住まい方」を現場で思い悩んできました。石森さんが50年ごとに観光革命が起きてきたと述べられたように、産業革命以来、都市も、必要とされる都市機能が大きく変わってきたなかで、古い歴史遺産を旨く残しながら新しいまちづくりをどうすべきか？もったこうしたシンポジウムをやってほしい。

松田武夫 (株)写真化学 審議役

京都の観光には、いわゆる俗っぽい意味での「物見遊山」「旅の恥はかき捨て」「どうせ一見の客」などに集約されることながら住民側、観光客側の双方に溢れている。本物の観光、光を見ることは非常に難しい。例えば京都で5000円ぐらいかけても、おいしいものを食べることがどれほど難しいことか。旅好き、飲食好きの私が30年京都に来ていても、それをできるようになるのに20年

かかった。名所旧跡以外の京都のよさを知る人はほとんどいないと言っていい。文化より経済優先で進んできた日本の姿が京都にもすっかり根づいている。マイカー、看板、破壊された景観、建築、自動販売機等すべてありきたりの醜

い日本の風景である。京都の誇りは、いつまでも名所旧跡だけ。京都の文化は名所旧跡だけではなく、本日のシンポジウムで出たように暮らし方であるはず。はじめて訪れた京都がもっと魅力的でなければ国際観光都市にはなれない。

高北幸矢 名古屋造形芸術大学 教授

express the way people live. Unless Kyoto people impress the first-time visitors, Kyoto would not become a true tourist city with a positive international reputation. (Yukiya Takakita)

•Three universities are relocating their campuses outside Kyoto. In order to check this trend, a large university town should be developed in the mountains in Sakyo-ku. It would help activate the city economy. Also, the basin of the River Kamo should be more positively utilized to attract tourists, and morning markets could be opened in downtown districts during off-seasons. (Kenji Ichihashi)

•I am interested to hear that designing tourism is difficult to deal with as it is not visible, and

京都のデザインについて、私の思うに、現在3大学が他府県に移りつつありますが、これをくいとめるため、地下鉄を国際会議場から15分延長し、山を三つ越えた左京区の山中に一大学園都市をつくれば、京都の活性化とともに、学生募集が有利になる。京都駅から地下鉄30分は魅力がある。また京都市は鴨川畔をもっと観光に生かすべき。三条から今出川にかけて観光客の少ない時は、野菜や京菓子などの朝市などを出し、魅力をつくることなどを検討下さい。

市橋建次 (株)JR東海ツアーズ 京都支店長

観光のためのデザインが、私が勉強している「環境問題と広告」と同様に、目に見えないものだけに扱いにくく、短期的でなく短期的になりがちである点や、人の意識を扱うことが重要だという点に興味がありました。

京都住民としての私は、京都駅に疑問を持っていました。確かに今は素晴らしい建物であり、一度は見ておきたい建物だと思いますが、10年後に同じことが言えるかどうか断言できません。そのもの自体が素晴らしいだけでなく、栄久庵さんの言われた「富士、桜」のように、人の感性をいつでも引き出してくれるようなものが京都にほしいです。何年たっても自慢できるようなものに溢れた京都を求め、そのような京都づくりに貢献したいと思いました。

橋本 快 立命館大学経営学部 学生

that tourism policies tend to be short-term policies. I also find it interesting that the consciousness of people is involved in tourism. Being a resident of Kyoto, I wish I could have a symbolic image of Kyoto that I can be proud of, just as Mt. Fuji and cherry blossoms do for Japan. (Kai Hashimoto)

Panelists:

Atsushi Onji / environmental designer

Toshikazu Takagi / administrative director, Kyoto city

Hiroo Yamazaki / president, Japan Railways Tokai Tours

Coordinator:

Noriji Sato / professor, Ritsumeikan University

取材「浅草の観光のデザイン」 編集委員会



浅草仲見世

観光ということが国内はもとより国際的にも、これからの地域や産業を考えるうえで重要な領域となっている。世界の各国や各都市は、開発途上や先進ということを問わず、さかんに観光のプロモーションをしている。そうした国際的な動きの中で日本自身や日本の核地域、都市は観光ということを民間のいわゆる業者まかせにしている。

また観光という問題は都市そのものから施設や諸道具、コミュニケーション、さらに生活の仕方などの総合的なデザインの問題でもある。

観光のデザインをテーマとして取り上げ、本誌収録のシンポジウム「観光のためのデザイナー—大交流時代の都市・生活」を京都で開催し検討の端緒とした。そしてVOICE OF DESIGN編集委員会として、東京の浅草を取材しながら問題の切り口を探索した。

期日：1998年12月12日

取材：迫田幸雄、鳥越けい子、黒田宏治
(以上編集委員)、伊坂正人(事務局)

Designing Tourism in Asakusa

After the symposium on "Design for Tourism - Cities and Lives in an Era of Great Journey" in Kyoto, the Editing Committee organized a field study on December 12, 1998 in Asakusa, the most popular tourist spot for foreigners in Tokyo.

* Is great cross-culture exchange possible?

A tourist bus is parking in front of the main gate. Other than a tourist bus, the most popular access is subway. At the subway station, there is a detailed guide map of Asakusa. But when you go up, you may have no idea where you are. If you look for an explanation for the tem-

異文化の大交流なるか

メインゲートの雷門の前に観光バスが止まっています。その先の交差点には地下駐車場の工事看板が見えます。他のアクセスは地下鉄。地下鉄は駅周辺の綿密な案内サインを用意しているのに、一旦地上に出ると、この界隈の全体がわかる看板が見当たらない。町としては勝手に来いということなのか。雷門前を見回しても、この寺や門前の縁起を記すものは見当たらない。グループツアーならガイドの解説もあろうが、今や個人観光の時代。門前で隅田川水上バスのパンフレットを配る手持ちスピーカーが「英語版、中国語版もあります。」と日本語で。

雷門をくぐると、浅草寺本堂を遠景に、仲見世通りの雑踏が目にとびこむ。なるほどここが浅草かと、実感する瞬間である。雷門と大書された巨大な赤い提灯は圧巻である。人ごみに押されるように、仲見世通りに歩み入る。右に左に名物の雷おこしや手焼きせんべい、和装小物、玩具、舞扇、かんざしなどの出店が交互に、文字通り軒を連ねて続く。距離にして約300メートルの賑わいに浸りながら、2番目のゲートである宝蔵門を抜けると、年間約3000万人の参詣客の訪れる浅草寺の境内に着く。

入場ゲートからショッピング・アーケードを抜けるとシンデレラ城が展げゆく、東京ディズニーランドが如き流れであり、距離感である。テーマパークの基本形はこのあたりかと、考えさせられる。ちなみに年間の入込客数では、浅草は東京ディズニーランドの2倍近い。

ple and its environs, you will find no such thing near the entrance gate. Unless you join a guided tour, you will not know about the temple. A person is distributing a handout about a boat service on the River Sumida saying with a handheld loud speaker "We have the English version and the Chinese version," all in Japanese.

As we go through the gate, we feel that we enter a different world out of the ordinary. We see crowds moving toward the Sensoji Temple at the far end. We hear voices speaking in many languages. Westerners are easily identified because they are tall. We can tell many of the crowds are from neighboring Asian coun-

海外の人の声が聞こえます。欧米系の人は顔や背丈ですぐわかりますが、同じような顔や肌をしたお隣の諸国の人たちは耳に入る言葉でそうとわかります。ツアーを組んで来ているのです。アジア経済は今停滞しているけれど、確かにアジア大交流時代を迎えているという感じ değildir。WTO世界観光機関によれば、2010年には2億のアジア人が海外旅行をし、うち5千万人が日本を見たいという。肌の色や顔かたちは同じだけれど、違う民族、文化が訪ねてくる。

そうした人達の視線で見ると、案内サイン一つとっても実に説明が足りない。外国人に日本文化は分かるはずもないという、一人勝手に失礼な思い込みがあるのでは。韓国ソウルでは自国語はもちろん、英語日本語並記で丁寧な解説のネットワークを組んでいる。観光の過半はもてなしなり。雷門交差点の向かいに観光センターがあるのだが、何をしているところなのか一見してわからない。このセンターの入口の上からくり時計が設置してある。1億円かかったと表示をかかげて。全国どこにも同じ様なものがあり、まさにハード先行。観光サービスの場合あり方のデザインをもっとわくわくするものにしないとイケない。

アジアの人が行く東京で、ディズニーランドは別として、ツアーでセットになっている浅草仲見世と秋葉原は何か通じるところがありそうだ。秋葉原は先端電気(電子)商品とジャンクがうず高く積まれ、仲見世は伝統的な土産物をとこる狭しと並べ、どちらも空白恐怖症のよ

tries from what they are speaking. They are visiting Japan in groups. The economies of Asian countries are stagnating, but we feel that a massive exchange of people is occurring in Asia. According to the World Tourist Organization, about 200 million people in Asia will be traveling outside their countries, and 50 million of them will be visiting Japan. Judging from their standpoint, there is an extreme shortage of guide signs in tourist spots in Japan. In Seoul Korea, guide signs are given in Korean, English and Japanese at major tourist sites. Tourists find contentment in hospitality extended from the people rather than what they see in a place. As we go closer to the Temple, we

取材「浅草の観光のデザイン」

うに限られた空間をプリント基板よろしくびっしりと埋め尽くしている。仲見世の一つひとつの店の溢れかえる装飾性は、一本の横軸に揃えた統一内照看板の下に並び、まるでパチンコ台の連続である。その気分と色合いはパキスタンの装飾トラックから、チベットの曼陀羅、慶州仏国寺の暈網彩色、そして鷲神社の熊手につながる造形を見るようだ。秋葉原が違うのは、必要に迫られて、様々なアジアの言葉を積極的に案内に使っていることや、ぎらぎらした照明とエネルギーな喧騒だろう。仲見世や境内は大通りから隔てられ、静かである。客寄せの声、客の話し声、土産のでんでん太鼓や鈴のなつかしい音、おさるのシンバルの機械音、ガンダムの電子音などがワサワサと立ち昇る。さざめきの中に、手焼き煎餅の醤油の焦げた匂いや、裏通りのソース焼そばの屋台の匂い、ホンダ発電機のガソリンの匂い、そして観音堂前のお香の煙へと匂いの移ろいも感じられる。

仲見世通りの向こうに

さて次はと目をやると、その先は花屋



hear voices of shop clerks calling to tourists, and conversations between clerks and tourists. In the meanwhile, we smell the burning soy sauce of rice crackers, and burning incense in front of the Temple.

* Beyond Nakamise Shopping Lane

Past the Temple, we proceed to Hanayashiki Amusement Ground. This small ground is packed with rides, a haunted house and other attractions, and youngster's joyful voices are heard. In the shopping street beside this amusement ground, there still are some closed shops. Maybe, they quit their business because nobody is taking over their businesses. Time seems to have stopped here.

敷遊園地、アトラクションが所狭しと並び、黄色い歓声もこぼれてくる。脇の花屋敷通り商店街には、昔情緒漂う店構えも少なくないが、空店舗が散在し、後継者の顔も窺えない。時が静止した印象である。

ときに花屋敷も、いま遊園地であるより、世界を相手にジェットコースターの開発・輸出が事業を支えていると聞く。もはや内実は集客パーク型でなく発信型の情報基地である。同じことを浅草の街にあてはめられないか。

点・線・面そして回遊性の復興

ひざご通りのアーケードを北に向かう。江戸下町伝統工芸館を発見して一安心。指物、切子、銀器など江戸情緒あふれる手づくり工芸の数々がうすれてきた浅草を盛り立てるが如くである。しかしどうだろう、保存のもとに館に収容された伝統工芸とは、すでに生きていない証かもしれない。

間もなくありふれたバス通り言問通りに行き着き、私たちを日常性に引き戻す。控え目に見ても浅草の街はここで断絶する。仲見世通りから浅草寺境内を一直線につっきっても、この通りに遮られる。何故に非連続なのか、一言問うてみたい。

いつ頃のことまでか、昔、この通りの向こう側に、心ときめくワンダーランドが展げていたという。ちょうど東京ディズニーランドで、シンデレラ城の向こうに西部開拓の時代や冒険の国が広がっている、そんなふうにある。

観光地であるための条件に回遊性がある。点ではなく線・面の広がりをもち、

* A circular tour course.

Then we proceed northward to the Edo Craftsmanship Museum that exhibits traditional furniture, cut glassware, silverware pieces etc. These pieces used to be made in the Asakusa district, but are now preserved in glass cases. In a short walk, we come across a street, and our consciousness goes back to the ordinary life. The Asakusa district is interrupted by this street. An essential element for a tourist spot is that it provides a circular route. Instead of points, it should have linear or surface expanse allowing visitors to make a round tour. From this point, Asakusa today does not meet this condition.

文字通り楽しみながら空間的に一回りでできるということである。その条件に照らすと現代の浅草は、観光という視点からは心許ないかぎりである。

仮設空間の魅力

歳末の境内は羽子板市や注連縄屋台の仮設小屋がつけられている。歳時記ごとの仮設の空間は観光の魅力づくりには欠かせない。仮設櫓や屋台を鳶の人達がトントンとつくる過程や縄さばきを見せるのも立派な観光資源なのに気付いていない。迎え、用意する側の観点に、訪れ、見る側の視点が無い。

現代の都市は必ずどこかで工事をしている。「工事中」は都市の風景、日常の一つ。いまそこが美しくない。仮設の美意識を呼び戻したい。これからの観光、とりわけ都市観光は定住者と訪問者が日常の美意識を交換、照射することが魅力となる。

浅草のイメージは今日でも生きている。国内外のたくさんの人たちの心をつかんで離さない。それを増幅する方策を新たに産業化することも、長い目でみる浅草サバイバルのハードルだろう。刺激的な課題である。そんな楽しみや思いを与えてくれる浅草は奥深い街である。



* Temporary Sales Booths

In December, Asakusa is enlivened with vendors selling new year decorations, such as battledores and straw festoons. The carpentry and rope work process to construct temporary sales booths can be a good resource for tourism, but this has not been noticed. Asakusa remains to draw tourists from Japan and overseas. If we can find ways to amplify its established image, Asakusa will survive as a tourist attraction.

Yukio Sakoda, Keiko Torigoe, Kouji Kuroda (editing committee) and Masato Isaka (Secretariat)

Board Meeting

「理事会が面白い」

日本デザイン機構が発足して3年、理事会は参加理事の顔ぶれによって雰囲気は多少異なるものの、その都度活発な議論が展開されます。今回は事務的な理事会報告ではなくライブ・レポート的にそのさわりの部分を紹介しします。さる11月17日午前10時から昼食をはさんで3時間、東京国際フォーラムのガラス棟4階G406会議室で行われた、98年度第2回理事会の様子です。当日の議題は以下の通りで、司会は伊坂専務理事が担当しました。

1. 特別報告

Design for the World（世界デザイン機構）の設立。会長に栄久庵憲司当会会長が就任。日本デザイン機構の課題（横切り）の国際展開への道筋。日本リエゾンとしての日本デザイン機構（JD）の位置づけ。記念フォーラムの開催。

2. 活動報告

1) フォーラム、シンポジウムなど

A 座談会：循環型社会のデザイナー魅力ある生活像をめぐって

B フォーラム：エコロジカルデザイナーゼロエミッションへの途

C シンポジウム：観光のためのデザイナー大交流時代の都市・生活

2) プロジェクト、委員会など

A 「デザインの本」出版企画

B 公共のデザイン

C 災害時における救援仮設病院の研究

D 環境特別集中セミナー：世界の環境首都「フライブルク市」視察ツアー

E フィットニングデザイン研究会

F 機関誌 VOICE OF DESIGN

3. 検討課題

Exciting JD Board Meetings

Three years have passed since the establishment of the Japan Institute of Design (JD). Every meeting is exciting although the atmosphere varies depending on who are attending. The following is the summary of the 2nd Board Meeting in 1998 held on November 7, 1998, at the Tokyo Forum for three hours from 10 o'clock in the morning.

At the beginning, various reports were presented. JD Chairman Ekuan gave a detailed explanation about Design for the World which was established in July 1998 and which has begun operating. He told about the historical background for the establishment and the outline of

1) 国際連携、支援活動

ポーランド・オランダ・フィンランド・ロシア・中国

2) JD賞

4. 会勢報告

●特別報告

栄久庵憲会長：20年前、グラスゴーで開催されたICSID（国際インダストリアルデザイン団体協議会）の総会時に「国連デザインイヤー」を提唱したんです。その後コーディネーショングループを作って検討を進め、10年前に改めて「World Design Council」を提唱しました。今やデザインを巡る環境は横切り、ホリゾンタルにやらないと問題を解決できない。それどころかデザイン自体の価値が下がってしまう。ウン10回の会議をやって加入団体を絞りこみました。地球、資源、難民など問題は山積しています。これらは専門団体では手を出せないし、クラス会みたいな存在に対しては国連は見向きもしません。新興クラス会では見向きもされない。お互いにつながって力を合わすことによって初めて存在を認められる。ICSIDやICOGRADA（国際グラフィック・デザイン協議会）など4団体が今回まとまりました。そして7月23日に国際的に正式に成立したのです。

名前は最初「世界デザイン協議会」「世界デザイン機構（WDO）」が出たのですが、各国から「あまりにも強そうに見える」「インダストリアルデザイン・オリエンテッドな傘下には入りたくない」などの声が出て結局「Design for the World」（略称DW）になったのです。今

後30組織（団体）ぐらい、その内20組織は早い時期に入る予定です。私は言い出しっぺなので最初の理事会で会長に推され就任しました。そして各組織の理事長が理事に就任しました。それぞれ専門の枠をこえての協力がスタートしたわけです。私自身にとっては日本デザイン機構が力になりました。今後新聞発表をしますが、英文のプレスリリースにあります。例えば東南アジアで起こる山火事による煙害によって数千万人も人が苦勞しているのです。DWのプロジェクトとして煙害から身を守る新しいタイプの「マスク」を無料で配る計画を立てましたが0.1mm以下のものを布にして作りませんが150万ドルかかります。日本の企業、それから国際的に知られた企業が声を上げてくれています。こうしたことは単独の専門団体では解決不能です。当機構で研究を進めている避難民の救援装置プロジェクトも、ここへ持ち込めば早い動きになる可能性があります。

日本デザイン機構はアクションプラン、行動でと言っているわけですが、NGOがクローズアップしてきたのと同様に、日本のデザイン運動にとっては多少堅い、堅口だが、そうありがたい。マスクのように具体的にはすぐ行かないけど、やろうと思えば具体的にできる。国連関係の小さな課題に密着したテーマが沢山あります。現にバルセロナの事務局へは国連の関係者も出入りしています。

リエゾンが各地に要るのですが、アジア地域では日本がリエゾンに、そしてJDがリエゾンになればいいと思っています。

the organization saying "The ICSID Glasgow Conference held 20 years ago resolved that the UN Year of Design should be designated. Those who advocated the proposal had continued to work for the organization of Design for the World." "Its immediate project is the development and distribution of new types of masks to protect people from smoke pollution." He further emphasized that intra-regional and inter-regional liaison was necessary in order to make it really an international body, and that for Asia, JD should act as a coordinator." The Board meeting of Design for the World is due to be held in July 1999 in Japan. He proposed that a forum and a symposium be held taking advan-



Board Meeting

「理事会が面白い」

す。リエゾンは権利機能ではなく各地に機能を分散する仕組みです。

私自身の役割はチェアとフィロソフィを訴えるシンボル役をとられています。そして私が会長に就任したのを機に一度理事会をぜひ日本とでと言われていいます。その際、記念フォーラム、シンポジウムを開いて関係者一同で語り合おうという計画が立てられています。テーマは勿論「Design for the World」で各理事がパネリストという構想です。来年（99年）7月頃を予定しています。メセナ志向のある企業で国際的に事業を展開しているような所へスポンサーになって頂けるよう働きかける予定です。これは正に日本デザイン機構が世界のデザイン機構にどうテコ入れ出来るか知恵の出し所です。激しいイベントにしたい。正念場です。私は頑張りますのでどうかご協力を賜りたい。そういうわけで心はDesign for the Worldと我々はしっかりつながっています。テーマはあり過ぎるのではないかと思うくらいです。これから国際建築家協会も入る予定ですが何万人も入ると政治的問題も出るかも知れませんが、政治的な問題はなるべく捨象してデザイン中心に展開するつもりです。

伊坂理事 当機構のVOICE OF DESIGN誌を各理事に送っていますが、テーマの参考にしているようです。

栄久庵会長 国連はいま観光事業に力を入れています。デザインという言葉で全部の軸をとらえることが出来ます。正にオール・デザインです。しかし京都は余りにも出来すぎの所があるんですね。

tage of this opportunity. Ekuan was appointed the first Chairperson of the organization, and in this capacity, he said he would like to organize these events in ways that would make them as dynamic as possible.

Other reports on recent activities included the following:

1. Forum and Symposium
 - a. Roundtable meeting: Designs in a Circulatory Society - Enchanting Lifestyle
 - b. Forum: Ecological Design - Path to Zero Emission
 - c. Symposium: Design for Tourism - Cities and Lives in an Era of Great Journey
2. Projects and Committee Activities

犬養智子理事 アプローチが悪い。汚い。それと矛盾している所があると思う。過去の遺産で食べていながら、一方で壊している。自分から条例を壊している。反省するならいいがむしろお金儲けに走っているように見える。

栄久庵会長 「観光」というテーマは全国共通のテーマではないか。

佐野 寛理事 資源として見える所がいい。

栄久庵会長 地域社会で取りあげて行くならJDの本道になり得る。

佐野 寛理事 JAGDA（日本グラフィックデザイナー協会）では「おみやげ鑑定団」をやった。新潟では地元のみやげ屋さんの中、手を上げた店へ会員製の試作品を提供し、様子を見てロイヤリティ契約へと。全て「その場所」が中心です。実は日本中のみやげ屋のデザインの半分以上は名古屋の2社が手がけているのです。地元のデザイナーは関係が薄い。

犬養理事 観光は産業おこしになるテーマですね。全国展開できる。ただ地元の女性を入れないければ駄目です。生えぬきの地元の人をピックアップする。男ばかりでは異常です。トップは男性で構わ



- a. Publication of "Book on Design" for all
 - b. Public design
 - c. Study on Temporary Emergency Relief Hospitals for the afflicted areas.
 - d. Intensive seminar on environmental issues - Study Tour Plan in Freiburg in Germany, the world's center in environmental issues.
 - e. Study on fitting design
 - f. New editorial system for VOICE OF DESIGN
3. Pending Issues
 - a. International linkage and cooperation
Bilateral relations with Poland, Netherlands, Finland, Russia and China.
 - b. Institution of the JD Award
- Besides careful discussions on the manage-

ない。

栄久庵会長 今回はJDが京都へアプローチした。この先どう納めて行くのか。イベントバルーンで消えてしまうのか。

犬養理事 JDがプロポーザルを続けるべき。

伊坂理事 情報のプロモーションをして行く。一つの参考例として「I love New York」があります。

佐野理事 地域の商工観光部門が予算を持っている。福井、高岡、宇都宮などでは効果が上がっています。

西澤 健理事 物産などによる地域おこしと都市づくりが、今、ぶつかっている所があります。

犬養理事 とにかくテーマがいい。人が集まる。ぜひJDの活動目標に。地方分権と地方自治の時代だから。

以上はスタートの一部です。JDの運営事項は勿論慎重に討議されますが、時としてデザインの最も基本的な核心に立ち戻って、それぞれの理事の立場からデザイン・マインドとフィロソフィーの開示の場となります。今日のデザインの問題点、役割、可能性について大所高所からトータルに、しかも具体策へつながらるように語られます。その瞬間、理事会は日本のデザイン運動の最先端の様相を帯びます。そこが日本デザイン機構の理事会の最も大きな特長です。どうぞ皆様のお寄せ下さい。理事会は歓迎致します。

ment of the JD, the meetings are often enlivened when the members talk about the functions and potentials of designers in the contemporary society from their standpoints. They represent a wide range of design genres including product, graphics, urban planning, architecture, critics, etc. They put forward their philosophies and concepts and make concrete proposals. On such occasions, the meeting of the JD Board of Directors becomes vigorous as if it were a design forum at the forefront of the design movement in Japan. Here lies the greatest interest of the JD Board meeting.

Project Report

プロジェクト報告

●「デザインの本」出版企画

人間はデザインの中で生まれ、育ち、生活し、老いてゆく。デザインは、人間の環境をつくっている。髪型や化粧や服装や靴や靴、そして部屋や中の家具什器や書棚の本や壁のポスターやカレンダー、テレビやパソコンの画面に現れる映像なども全部「デザインされたもの」である。車や、車が走る街や街を彩る店やコンビニやスーパーや電車や駅、サインや看板など、何から何までデザインされたものである。そのデザインのありようが、暮らしの質や街の質と密接に関わっていることはいうまでもない。

にも関わらず人々は「デザインというもの」をよく知らない。デザインという言葉は飛び交っているが「デザイン」が自分にとってどのくらい身近なものであり、どのくらい大切なものなのかを、ほとんど理解していない。デザインはデザイナーだけのものと思っている。そして当のデザイナーの意識ですら、専門に分化していて、自分のデザインが他の無数のデザインと一緒に人間環境をよくしたり悪くしたりしていることを、ちゃんと考えることを忘れている。

そのような現実の中で、「デザインというもの」について人々の認識を高め、デザインの質＝日本人の生活の質を高め、いくきっかけになるような、やさしく魅力的な絵と文で構成した「やさしいデザインの本」の出版を計画している。

1) 想定読者：10代前半の子どもの親（生活の質に疑問を抱いている市民）を中心に幅広い読者を対象とする。

Publication of "Book on Design" for all

Designs create an environment for living. People live surrounded by things that are designed. Needless to say, the quality of designs deeply affects the quality of people's life, and that of cities. However, people know little about design.

They speak about design without recognizing its importance. Designers forget to consider whether their works are well harmonized and help improve, or worsen the human environment. To help people to be more conscious and understand what design is as a means to improve their life, a book on design will be published. Committee members: Tomoko Inukai,

2) 主人公を設定し、身の回りから家や街、環境などの日常身近なデザインの問題を彼らの目を通して見だし、彼ら自身がデザインに対する考え方を育てあげよう展開のシナリオとする。

3) 日常のシーンの中にユニバーサルデザインやエコロジカルデザインなどの視点をおりこむが、本書を総括的な第一巻としテーマごとのシリーズ化も考える。という編集方針のもと、内容検討を進めている。

編集委員：犬養智子、佐野寛、林柳江、柳生功（編集に参加ご希望の方は事務局へご一報ください）

●災害時における救援仮設病院

—ライトインフラストラクチャー

地球規模で頻発している様々な災害の被災者の医療支援のために必要な施設、設備機器などの調査研究とその開発の具体化策を検討している。第1段階はこのテーマの意義と具体化の方向性を調査やデザインイメージなどの展示等によって示す。

開発プロダクトの検討：

1) 難民救済にあたる医師のための高性能ドクターケース

災害の発生直後などの緊急時に、医師が単独で救援活動に向かう際に携帯することを目的とした、必需品を全て収納でき、かつ軽量で携帯性の高い高性能なドクターケース。このケースは最もコンパクトな病院として構想する。

2) 太陽電池を備えた仮設病室テント

太陽電池を使用したテント幕と軽量ポ

Hiroshi Sano, Ryuko Hayashi, Isao Yagyu

Temporary Emergency Relief Hospitals - Light Infrastructure

Purpose: Research and development of temporary facilities and equipment required for medical relief activities for people afflicted by disasters and war on the worldwide scale.

Products to be developed:

1) A light and portable Doctor's Case for Doctors at Refugee Camps containing basic necessities for a doctor flying alone immediately upon the occurrence of emergency.

2) Hospital tents with solar battery cells

ールによって、簡易な手術を行うことが可能な仮設病室。全ての部材はスーツケース程度の軽量ケースに収められ、一人で長時間携帯することが可能。災害支援以外のアウトドアレジャー等の使用も考

える。

3) ポータブル・ホスピタル
病院を中心として建設、通信、各種設備の機能を備えた6台コンテナからなる、移動可能な仮設病院。被災者や難民の生存に不可欠な、最低限の独立したインフラストラクチャーを速やかに敷設できる。災害直後の医療中心の運用から、仮設居住期におけるコミュニティの中心としての役割までの段階に柔軟に対応する。

体制：JD／石山修武、山本建太郎、田中一雄

共同：災害建築学会「災害と居住環境小委員会」、AMDA、他

●公共のデザイン

「公共事業」に関する問題がマスコミにも大きく取り上げられ市民レベルの課題として浮上してくる。しかしここでも公共事業は、行政が行う建築物や土木関連のもの（港湾・河川・道路・公園・広場など）や、またそこに付随する植栽類や照明やサイン、及びアート（芸術）などの、従来型のいわゆる社会資本と呼ばれる領域のものやそれに関連するものになっている。

公共デザインを必要とする領域は建築や土木関連だけではない。市民の生活を支える他の様々な諸物件がある。電車や

A temporary hospital in which not only treatment but surgical operations can be conducted.

3) Mobile Hospital comprising 6 containers. Besides treatment rooms, it has construction, communications and other functions.

Members: Osamu Ishiyama, Kentaro Yamamoto, Kazuo Tanaka

Public Design

Public design should not be limited to construction and public engineering. Other facilities such as transport systems and buses and trains, the service systems and vehicles for ambulance cars and fire engines, and printed

プロジェクト報告

バスなどの日常の交通機器やシステムそして救急車や消防自動車等のセキュリティー機器やシステムなども重要な対象となる。また行政が発行する印刷物なども欠くことのできないデザイン対象である。ポスターや小冊子などの広報物、調査報告書、さらにガス・電気・水道などの料金通知書や税務関係の書類といった事務帳票類なども日常生活にとって重要である。また紙幣や印紙、切手なども常に我々の周囲に必要なものである。

公共のデザインが市民にとって本当に機能的で使いやすく、かつ美しく快適であるかには疑問が残る。

またインターネットやEメールといった新たなメディアの活用も今後の課題となる。情報公開の時代を迎えての新しいメディアの開発、例えば都市の中で大型映像（大型テレビ）や文字情報板の利用も考えて行かねばならない。

「公共」の領域は広く、求められるデザインの要素は多種多様である。このデザイン解決が今日の課題でもある。海外事例などと比較検討しながら「公共」および「公共のデザイン」に関して市民を含めて広く考える機会が求められている。こうした観点にたつて、地域行政と市民が考える「公共のデザイン」に関する事業展開を検討している。

主査：西澤 健 幹事：長谷高史

●フィッティングデザイン研究会

昨年12月17日、鴨志田厚子、迫田幸雄、黒田宏治の3名で、滋賀県草津市にある滋賀県立福祉用具センターの視察を行っ

materials by the government including bank notes, postage stamps and revenue stamps are also covered by public design. But it is questionable if these things are designed functionally and beautifully. Public design in the future will include the Internet and new media such as large electronic display boards. Design elements for public design are also varied. Programs will be developed to discuss public design from the government and citizen's standpoints.

Members: Takeshi Nishizawa, Takashi Nagatani.

た。施設は鉄筋コンクリート2階建て、延床面積約1500㎡、研修室、評価分析室、各種加工機械を揃えた工作室などで構成されている。ユニバーサルデザイン時代におけるフィッティング工房のあり方を試行するものである。

センターには作業療法士、保健婦、エンジニアなど5名のスタッフが常駐し、福祉用具と利用者の適合状況の評価・分析、使用環境や利用者の心身の状況にあわせた福祉用具の改造などに取り組み、すでに県内の利用者を対象に、車椅子や歩行器などの評価・分析・改造などに実績をあげている。

県内の利用者から相談・依頼があれば直接対応も行うが、地域社会のフォローアップがあってこそ、よりよい福祉サービスが提供できるとの考えから、県内のネットワークづくりにも力をいれている。また、県内の大学、企業、福祉施設との共同で新技術の検討も進めている。

ゆったりした施設の割にはスタッフが少ないのが気になった。これもハコモノ行政の弊害なのかもしれないが、ソフト重視の体制の整備・増強は引き続き課題だろう。97年1月のオープンから約2年が経過して、さらなる展開が期待される。

(黒田宏治)



Fitting Design

We had a field study at the Shiga Prefectural Welfare Instruments Center consisting of training rooms, an evaluation/analysis room, and workshops with all kinds of tools. They are practicing fitting design. A staff of five including operation therapists, a public health nurse and engineers is working on a full time basis. They evaluate and improve wheel chairs, walkers and other prostheses to each user's physical and mental conditions. They also try to build a network to promote community-based care for the disabled.

Member: Kouji Kuroda, Atsuko Kamoshida, Yukio Sakoda.

編集後記

己を照らす観光

昨年日本国の史跡、観光地の幾つかがユネスコの世界遺産に立候補し、指定された。大変喜ばしい。この制度の始めから通算すると、日本国内だけでもずいぶん多い。指定によって名が広まる利点は容易に想像できるが、指定に伴う義務の有無など、こちらの不勉強もあって聞かえてこない。また、過去に指定を受けた地が、どのように変化あるいは、行動したのかもよく分からない。指定という「しるし」を戴くことだけでなく、後の計画など、自らが生み出すこれらについてが大切だろう。

一方では、貴重な自然環境財産であり、観光資源である干潟が一瞬にして無くなりまた、つぶされようとしている。

これらの動きを見ると、他人によって価値を証明してもらうのには熱心でも、自らが価値を発見し創り出すのは不得手という傾きがあるのではないか。

昨日まで日本人は観光に出かけ、世界をむさぼってきた。おのれを問うのに避けられない道を通り、いささかなりとも自分が見えたのである。つぎは自らが開国することではないか。一人一人がたどたどしくも、遠来の客への説明から観光は始まり、文化が交わり、財が動き、光を放つだろう。

(迫田幸雄)

VOICE OF DESIGN VOL.4-4

1999年1月25日発行

発行人/栄久庵憲司 編集人/佐野邦雄

編集委員/迫田幸雄(委員長)、鳥越けい子、黒田宏治

発行所/日本デザイン機構事務局 〒105-0001

東京都港区虎ノ門1-2-18 虎ノ門興業ビル7F

印刷所/株式会社高山

Editor's Note

Tourism to shed light on oneself

Quite a number of tourist attractions and natural settings in Japan are designated as the UNESCO's World Properties. Follow-up measures are important. On the other hand, tidal flats which are important natural properties and tourism resources have disappeared or are going to be destroyed.

Japanese have been visiting other countries as tourists. Now, we should open our country for foreign visitors. Even with poor communication abilities in foreign languages, we can guide tourists from abroad. This will be the beginning of the cultural exchange.