

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 http://www.voice-of-design.com 1999年11月30日発行

VOL.5-3

特集

観光のデザイン・公共のデザイン



コスタリカ トルトゥゲーロのマングローブ
カリブ海北部ニカラグアとの国境近く
(写真提供 鈴木 美和子) P11参照

The forest of Mangrove at Tortuguero, Costa Rica
Photograph by Miwako Suzuki

目次

特集 観光のデザイン・公共のデザイン

・私の観光観 佐野邦雄	1~3
・まちづくりと観光産業 黒田宏治	3~4
・アンケート	5~8
寄稿:	
・鉄道車両デザインとバリアフリーの接点 野元 浩	9
・観光の課題と問題解決 南 武	10
・コスタリカのデザイン 鈴木美和子	11
JDサロン: 文化の多様性	
マハディ・エルマンジェラ	12.13
インタビュー: ヨロ・ソタマ	14~15
事務局から	16

Special Issue

Tourism Design・Public Design

CONTENTS

Leading Article	1~4
Inquiry	5~8
Interactive	9~11
JD Salon	12.13
Interview	14.15
From the Secretariat	16

私の観光観

佐野 邦雄 インダストリアルデザイナー

開封にて—自分の観光体験から

99年3月28日、日曜。中国の大学での集中講義の合間に2年連続して北宋時代の古都、開封を訪れる。この街がなぜ私を引きつけるのか分からない。一言でいえばヒューマン・スケールを保っているからかも知れない。今日の目的は4つ。外壁が鉄色をしているので鉄塔と呼ばれ、55メートルもある高い塔のひさしに取りつけられた風鈴の音を聴くこと。同じ境内の小さな展示室にある日本人僧の記録をとること。河南大学構内の古い研究棟を訪れること。そして昨年行ったレストランで薩摩芋料理を食べることであった。

目的は全て達成した。それと予定にはなかったが、朝、たまたま自動車が通りがかった楊家西湖という大きな池があり、そこに北宋時代の開封を描いた有名な「清明上河図」を元に、大々的に復元したテーマパークがオープンしたばかりだということで急ぎ見ることにした。入場

券を買って入ろうとすると「少し待て、今から歓迎の儀式がある」という。門前の広場にコの字型になって待っていると、やがて地響きを立てて馬上に旗を翻して宋の時代の兵士の服装をしたのや、槍、ドラ、太鼓の一群50人ほどが猛烈に動き回って歓迎の意を表した。圧倒されてから中にはいると古い様式の家屋、橋、大きな城門、井戸などが再現されているばかりでなく、古風な舟、駕籠、物売り、駱駝などもいて古都の趣を充分呈している見事だった。橋の袂の店に入ると女性スタッフが寄ってきて「清明上河図」の絵巻物をコンピューター処理したものを開けて説明し始めた。驚いたのは絵巻物に描かれている橋のたもとのお店そのものが看板まで忠実に再現されていて「この店がここで、あなたは今ここにいる」と言われて思わず2本買ってしまった。その徹底ぶりに敬意を表したのである。

いい気分鉄塔公園に移り、目的の風鈴の音を聴くために鉄塔の下に10分以上立ち尽くしたのだが今日はあいにく無風状態で全く鳴らない。更に悪いことに直

My View on Tourism

* At Kaifeng - from my experience as a tourist

On March 28, 1999, Sunday. I visited Kaifeng for two consecutive years between intense summer courses in universities in China. Kaifeng is the old capital of the North Sung era. I had four purposes to visit there this year: to listen to the wind bell hanging down from the eaves of the tall tower called the Iron Tower: to view an exhibition of a Japanese monk in the small exhibit room in the same premise of the Tower: to visit the old research buildings in the campus of Huanan University: and to eat sweet potato cake again in the restaurant I visited last year.

As I heard that there was a newly opened theme park, I decided to have a glance at it. The old townscape of Kaifeng during the North Sung period was reproduced in the park in accordance with a famous painting depicting the clear and beautiful upstream landscape.

There, old-style houses, bridges, a large castle gate, a well, boat, palanquin, vendors, and camels gave the air of the old capital beautifully. I then moved to Iron Tower Park to hear the wind bell. I stood for about 10 minutes, but as there was no wind, the bell did not make any sound at all. So I said to myself, "OK, I will come again,"

About the Japanese monk who came to have

私の観光観



中国、洛陽・白馬寺にて
At the Baima-temple, Luoyang, China

ぐ近くにある売店が客寄せのためにボリューム一杯で歌謡曲を流し始めた。「また来るさ」と離れかけたのだが、その時ふと、聴こえない時は聴こえないなりのがあってもいい筈だと、昨年完成しなかった詩を作ろうと思いついた。(略)

二番目の目的であった北宋時代に日本から修行に来てこの地で亡くなった僧については、着色した等身大の像の前の説明書でかなり分かった。名は成尋。日本国天台宗名僧。1072年62才の時、苦難を克服してこの地に来て修行し1081年没。遺体は天台山に葬られたとある。遣唐使として長安に来て日本に帰ることなく亡くなった阿倍仲麻呂を想う。

隣りあった場所にある河南大学の構内には100年は経っているという小振りの3階建ての研究棟が並んでいる。前回来た時に「ああ、こんな所で勉強が出来たらどんなにいいか」と無性に思った所だ。

training here, the explanation of the exhibition hall in the Park compound says that his name was Jojin, monk of the Tendai Buddhist Sect of Japan, that he arrived in Keifeng in 1072 at the age of 62 after overcoming hardships and undertook training here until he died in 1081. His remains were buried in Mt. Tiantai, the Buddhist center of China.

Next to the Park is Huanan University in which rows of three-story buildings for research existed over 100years. When I visited here last year, I felt I would like to study in such a place.

I went out to a downtown district, and ate a plateful of sweet potato cake. My interpreter asked me why I liked this. I replied "Japanese

建築工程系と書いてある建物の前でちょうど自転車で出かけようとしている男性に声をかけると先生だという。私の気持ちを伝えると「それは多分、学府の雰囲気が残っているからでしょう」とのことだった。

街中にでて前回食べて忘れられなかった芋料理を食べに相国寺脇の開封賓館に行く。ふかした薩摩芋を練って砂糖と蜂蜜をたっぷり混ぜたのを皿一杯に盛って食べる。同行の通訳の王鉄橋さんが笑いながら理由を聞く。「これは私の時代の人間にとって忘れられない食べ物なんです」というと、今度は同情を含んだ笑いをした。名を聞くと「紅薯泥」だという。「また泥か！」と思わず笑ってしまう。以前、クアラルンプールという響きが好きでマレーシアへ行った時その話をする「泥の河」の意だと言われてガッカリした時のことを思い出したのだ。

観光の今日的意味を問う時

観光を考えるに当たって、自分がどんな気分で実際に観光しているのかを、当日書いた記録を紹介した。全く個人的な例にすぎないが色々な要素が凝縮されていることが分かる。

私は日本の観光を新たに考えるとき、唐突かも知れぬが、今までの観光に対する考えを一度切りすてて無かったものとして、新しく今日的な観光についての概念を構築する位の気持が必要だと思う。観光の歴史は長く、そして妙な形で成熟しきっているように見える。再構築の作業は観光の当事者だけで行うのではなく

of my generation can never forget about this food." He smiled with sympathy.

* Contemporary Meaning of Tourism

I propose that we should consider tourism anew and create a new concept of it, laying aside the conventional concept. For this consideration, not only relevant parties but customers of the tourism industries should also participate. We need to enhance the level of tourism in our life, and to establish the values of tourism. Why haven't we asked what meaning and values might tourism give to people? One reason might be that tourism had been given a low position in people's social life. Why?

* Production-centered Values

観光の客となる側も広く参加して行われるべきだと思う。というのは一時的にしろ人間性を露にする装置であり社会現象と強い相関関係にある「鏡」だからである。そして今、双方の努力によってレベルを高める必要があるのだ。観光の今日的意味を問い、その独自性を抽出し、新しい固有の価値を確立することが先決であり前提だと思う。一体、どうして今日まで私たちは観光が人間や社会に与える意味や価値を真正面に問わずに来てしまったのだろうか。原因は多々あるだろうが、一つには日本では観光が社会的に低く位置づけられてきた経緯がある。「観光地みたいになってしまって」「あそこは観光で食うしかない」などという言葉は今でも使われている。何故か。

「生産」中心の日本の価値観

農業を基軸にしてきた日本は、自と農業との関係で生活が規定される。明治13年の農業書の書き出しは「大地は萬物の母にして日天は萬物の父なり」で始まっていて、「一月は農家休日の多きを以て比間暇に当たり犁鍬を始め諸道具を修理し」とある。当時の生活は精一杯働き、ものを生産することが「善」であり、そこを離れる人は怠け者であり「悪」であるという白黒のはっきりした社会である。それはそのまま倫理観を形成し人々の生き方や美意識まで支配する。江戸時代は、お上が公認した祭りや慰安施設、更にはお伊勢参りのようにセットされた中で人々は生き、不満の爆発は制御された。今日私たちが味わう休息などは殆ど

Agriculture had long been the main industry of Japan. Because of this, our life had been regulated by farming life. The Book of Farming published in 1880 begins with the statement that the earth is the mother of everything and the sun is the father of everything, and continues to say "In January, we have little farming work, so we should repair various tools for farming." Hard work was considered "virtuous" and leaving the place of work was "evil." These values were inherited even in the democratic, industrialized Japan after the war. Because of the diversification of values, however, the values are not binding people's life so strongly as before. Even so, the values still occupy peo-

まちづくりと観光産業

黒田 宏治 産業開発プランナー



中国、開封・宋の時代衣装での儀式風景
Ceremonial Costume in Song-era at Kaifeng, China

うした方法の有効性を問う前に日本では観光の今日的価値を正當に位置づけるコンセンサス作りの作業が行われる必要があるなど思った。

なかったのではないか。

そうした社会風土は民主化された戦後の工業化社会にも見事に継承されている。むしろ工業技術のダイナミズムを手にして増大したとも言える。「生産すること」は善であり「何も生産しないこと」は怠惰であり「非生産的なもの」は低く見るといふ社会認識が堅固さを増したのではないか。さすがに価値の多様性によって薄らいではいるものの、今日でも意識の基底にある。そして言うまでもなく観光は後者に組み入れられていることは明らかだ。だから今でも「フランスには観光担当大臣がいる」と言われても「あそこは工業国ではないし、観光資源が豊富だから」で済ましてしまう。

情報化社会に入ったのを機に、ものとの情報の価値が等価になり得ることを若い人は感覚的に理解できるが、もの中心時代に生きた人には仲々理解できない。ものづくりとは異なった価値、生産しない中にも価値があることを理解し新しい価値として認めることが先決ではないか。先日にも新聞に、ルーブル美術館の大改造を推進して今日のパリを助けたミッテラン氏を「マーケティングの発想があった」(フランソワ・シャラン氏：99年9月13日朝日)という興味深い記事が載った。そ

日本の観光のリソースと知的な装置

一体、日本の観光資源に何があるのか。私は「日本らしい美しい自然」と「日本人の細やかな感性」に帰結すると思う。そして自論だが21世紀の重要なテーマは「時間」である。先に書いたように観光は人間の全体像を露わにして受容するとともに開放する装置である。その装置は知的で柔軟で創造的なものにしたい。今使われている「自然」も、時には猛威を振る原自然と、概念化した自然を混同せずに明確に区分してみたらどうか。そして、参加の仕組みも「見る、参加する、体験する、経験する、創造する」といった序列を盛り込んで構造的にすべきだ。考えることは山ほどある。幸い日本には、かつてブルーノ・タウトが「思惟がなければ何も見えない」といった桂離宮があり、松尾芭蕉がいる。エコ・デザインなど新しい視点を盛りこんで、日本固有の観光観を打ち立てる時ではないか。そこが21世紀日本の観光の魅力になるはずだ。

日本デザイン機構理事／桑沢デザイン研究所非常勤講師／中国、河南省鄭州輕工業学院客員教授

ple's mind. Obviously, "tourism" is considered to belong to "evil."

Now that we are in the Information Age, we should find new values in not producing things. We need to forge a consensus to give the contemporary meaning of tourism a due place in our life.

* Resources of Tourism

What resources do we have for tourism? Beautiful nature and delicate aesthetic senses of Japanese are major resources. "Time" will be an important theme for the new century. Fortunately, we have Katsura-Rikyu Palace, and Haiku poets like Matsuo Basho. Incorporating ecological design, we can establish a view on

tourism which is unique to Japan. Tourism is a way for a person to liberate oneself from daily life and reflect on one's life.

Kunio Sano / industrial designer, lecturer of Kuwazawa Design Institute, visiting professor of Light Industry Institute, Huanan Province, Board of JD

観光概念の捉え直し

観光という言葉には、物見遊山、名所旧跡、お上りさん、いまなおそんな、どこか軽いイメージがつきまとっている。もちろん、統計的にも温泉、自然の風景、特産品が旅先での行動の上位3位を占めており、的はずれとは言えないが、そこに存在の重みを感じ取るのは難しい。加えるに、1980年代の半ば以降、まちづくりや地域の活性化のなかで、テーマパークやリゾート、コンベンションといった観光の新しい形が導入されてきたが、その成果についても芳しいとは言えないこのごろである。

そんな事情も背景にあるのだろうか、現在開会中の国会は中小企業国会と位置づけられるほどに、景気回復の切り札として中小企業振興に焦点をあてた審議が続けられているが、ここで中小企業とは、下請企業や地場産業などの製造業であり、市街地の小売商業であり、新分野開拓のベンチャー企業である。そこに観光分野への視線は稀薄である。

はたして観光を、真正面に見据えないまでも、まちづくりや地域活性化の視界に収めなくてよいかという、はなはだ疑問のあるところである。現在のような不況下にあってもなお、国民が生活の力点をおきたい分野の一位を占め続け、平成10年度も国内旅行の回数・金額とも増加を示すほど、観光関係のポテンシャルは高いため、なおさらである。観光とは、地域にとってアイデンティティの表出であり、内と外のインタラクションの源であることは確認しておきたい。

Community Development and Tourism

* Review of Concept of Tourism

From the mid-1980s toward the early 1990s, a number of theme parks, resorts and convention centers were constructed as an incentive to activate tourism, and hence, the local economy. Most of them ended up in failure. Public polls show that people place high priority on tourism as their leisure-time activities. Tourism for the locality is an expression of its identity which provides a chance for interacting with people from outside.

* Failures of Japanese Style Theme Parks

The typical theme park in Japan is Tokyo Disneyland. This amusement park set an exam-

まちづくりと観光産業

日本型テーマパークの失敗

80年代に地域活性化のなかでテーマパークへの取り組みが増加した背景を振り返ってみる。急激な円高等により産炭地域や地場産業地域では、産業の構造転換が大きな課題となるなかで、新たに集客型産業の導入が目指されてきた。そのような流れが各地での様々のテーマパーク事業への取り組みに結びついた。

さて、テーマパークというと、日本では東京ディズニーランド（TDL）が典型である。1983年に千葉県浦安市に開業したTDLは、ディズニーの世界をテーマにしたレジャー施設であり、立地する浦安市の産業や歴史・文化とは何ら関連性を有さない。すなわち、魅力的なテーマ内容が実現できるなら、ロケーションに大きく左右されることもなく、しかも相当の経済効果も期待できる。各地のテーマパーク構想はそれを狙ったわけである。

確かにある程度の条件を満たすなら、事業化の可能性なしとは言えないにせよ、問題はその後にある。集客型産業の基本的課題はリピーターをいかに確保できるかにある。TDLでは、いつ訪れても常に新しい発見と感動が得られるよう、毎年のようにアトラクションの追加やパレードの更新を行ってきた。その成果として年間1500万人以上の継続的な入込確保が達せられているわけである。

一方で、地域の活性化をめざしながら、結果的に破綻に瀕しているテーマパーク事業では、このような追加投資がタイミングよく実施されてこなかった。結果、初年度はそこそこの営業成績でも、魅力

が増幅されないために後が続かない。そもそも地域に無関係のテーマ内容であるために、結局は木に竹を接いだようなもの、地域に培われた歴史・文化のストックの活用も難しく、かといって自前でのリニューアル投資も経営体力の面からなかなか叶わない。金色のメッキが剥げるのも時間の問題である。しかも、自治体関与の度合いも強く、運営の機動性にも支障をきたしがち、そのあたりに要因は集約できるだろう。

地域資産からのシナリオ展開

一方で、いわゆるテーマパークのような派手さはないが、地域の潜在的な資産を活用しながら、地域のアイデンティティを構築し、そこから集客型事業も派生して、総体として活性化にも成功を収めた地域も散見できる。ここでは宮崎県綾町の例を紹介しておこう。宮崎市の西約20Kmに位置する綾町は、人口約7400人で、80%が森林で覆われている。

1967年に照葉樹林の伐採計画が明らかになり、町ぐるみでの反対運動が展開された。それがその後の照葉樹林文化をテーマとしたまちづくりの契機となったわけだが、結果的に、とまかく照葉樹林については保全が達せられ、国定公園指定を得て、84年にはシンボルとしての照葉大吊橋が完成した。また併行して町内で取り組まれた有機農業、独自に展開されたひむか邑の工芸運動と、照葉樹林文化の幅も広がり、国際クラフトの城（86年）、有機野菜販売所の本物センター（89年）、産業観光テーマパーク・酒泉の杜（89年）



照葉大吊橋／照葉樹林帯にかかる世界一の歩く吊橋（宮崎県綾町）
The huge Suspension Bridge for a walk at Aya Town, Miyazaki-pref.

といった拠点施設の開設に至っている。なかでも酒泉の杜は業容を広げ、現在では年間百万人超の集客を達している。また今日では、工芸工房も40軒を数え、町全体がさながらテーマパーク／テーマタウンと呼べるほどである。

ただし、元をたどれば町ぐるみの運動があり、地域固有の資産に立脚したまちづくりの展開が図られてきた、その延長上の出来事である。あくまで内発的なまちづくりの発展形として、観光的要素も備えるかたちとなったことから、町内の産業や文化の日常性が、そのまま観光客の非日常性に連なっている。それゆえに、町外からの人や情報の入込みは、観光にありがちな一過性に終わることなく、地域の産業や文化の地層に還元されている。

そもそも観光産業とは不確実性の高い分野でもある。また一方で、企業誘致のような外部資源依存の活性化など望めない時代を迎えている。それゆえに、とまかく地域内に立脚点をもち、まちづくりの息長い取り組みに観光も視野に入れていく、いぶし銀を辛抱強く磨いていくようなプロセスこそ考えていく必要があることを、胸にとめておきたい。

(財)静岡文化芸術大学設立準備財団

ple that an amusement park can be profitable as long as attractions are fed continuously independent of the characteristics of its location. Theme parks were built in many locations of Japan modeling after Disneyland. They attracted quite some visitors in the first year. But the problem arises after the initial year. The secret of success for theme parks is the ability to attract repeat visitors. Disneyland has been adding new attractions or renewing its programs almost every year to make past visitors feel like they want to go there again. But other theme parks failed to make additional investments to keep people's attention. Quite to the contrary, they suffered difficulty in maintaining

their businesses.

*Tourism Development Using Local Assets

There are some successful cases that made use of local potential assets, forged the local identity, and even developed businesses that mobilize visitors.

One example is Aya Town in Miyazaki prefecture on Kyushu island. In 1967, a plan to cut a glossy-leaved forest in the town was announced. Townspeople began protesting against the plan. As a result, preservation of the forest was decided and it was designated as a prefectural park. This opposition triggered the town development program using glossy-leaved tree culture. The symbol bridge was built in 1984 and

at the same time, organic farming and handicraft movements developed, and outlets for the products were built.

Shusen-no-Mori (Liquor Center) built in 1989 is drawing more than a million visitors a year. Now, there are more than 40 workshops of arts and crafts. The whole town appears to be a theme park.

It is no longer possible to depend on investment made from outside to activate the local economy. Tourism development using the local resources should be considered as part of the development of a local community.

Koji Kuroda / preparative foundation to Establish University of Shizuoka Culture and Art; Planner for Development of Industry

アンケート 観光のデザイン・公共のデザイン

表記のテーマは、昨年来JDフォーラムや京都で開催したシンポジウムなどを通して検討してきました。都市を観光の視点で捉え直すことは、地域の市民はもとより、そこを訪れる人々も含めて、地域のモノゴトを共有するという公共の生活のあり方に通じます。公共のデザインに関しては、建造物や道具などだけでなく、コミュニケーションの領域までを含めて検討すべきことを提言してきました。この二つの視点から捉えられる今日のデザイン課題を抽出し、重ね合わせ、その解決や展開の方策を、当会ならではの分野をこえた議論を通して提言へ結びつけていきたい。

観光は、する側にとっては、楽しみそのもの、心身のリフレッシュ、教養の拡大など極めて文化的な営みです。一方、される側にとっては、日常に突然迷い込む、場合によっては迷惑な事柄でもあります。しかし、外の人々に触れることは、受け入れる地域の人々が改めて地域を見直すきっかけともなります。また受け入れる地域の経済を潤わせます。国際的に広がった訪問者と地域住民の交流は、国際レベルでの公共・共有感覚が肝要となるでしょう。

この課題設定からは「総合性」がキーワードとしてでてきます。しかし具体化はひとつ一つです。その一つに全体につながる象徴的なデザインテーマが求められます。それはサインをはじめとするコミュニケーションの問題や環境や福祉問題を含めた移動の問題かもしれません。
(伊坂 正人)

Designing Tourism and Public Design

Reviewing a city from a standpoint of tourism can be public design work because the residents in the city and visitors there will share what is there and what happens there. People seek pleasure and refreshment from their daily life, or cultural input by traveling. For the people in a tourist site, tourists are a kind of invaders in their daily life. However, tourists may give local people a chance to look at their place with a fresh eye. Above all, tourists activate the local economy. Public design for tourism covers signs and other communication means, environment and welfare.
(Masato Isaka)

観光のデザイン、公共のデザインについての会員アンケートから以下の回答がよせられました。このテーマに関してさらに議論を重ねていきます。(回答者：小林真、佐野寛、佐藤典司、塩谷マチ、壽美田興一、曾根幸一、谷口正和、田村国昭、西澤健、水野誠一、山岡恒男、山口秀明／敬称略)

A. 観光のデザイン

1. 観光の課題、デザインの問題点

自然破壊、美意識の欠如

- ・観光資源の乱開発。(田村)
- ・自然景観を破壊するものが多すぎる。自然の尊重・自然への尊敬・畏敬が欠如している。環境と経済の両立できるデザインを。(水野)
- ・景観や自然保護に対する意識、法律や規制、条例等が不備。(山口)
- ・自然保護アピールの姿勢の確立、規定(法を含む)の整備。美観にかかわる条例、法規の整備、商業活動とモラルの向上。観光は自然保護と文化交流の原点から推進。(壽美田)

地域の没個性化

- ・「その場所」が個性(地域性)を失いどこでも「似たような場所」になってしまっている。自然、風土、歴史と一体化した「その場所独自の魅力」を再生させることが大前提となる。「その場所」独自のデザイン。人間という生物が共通して感じる普遍的な魅力は有すべきだが他のどこも違う極めてドメスティックな魅力を創出することが全てに優先して必要である。(佐野)

The result of the survey among the members about Tourism Design and Public Design

A. TOURISM DESIGN

1. Problems of Tourism and Design

* Destruction of Nature, Lack of Aesthetics

People lack awe and respect to nature. Design should balance the environment and the economy. Laws, rules and ordinances should be better coordinated.

* Lack of Local Individual

All cities look alike. Local charm should be created by including the nature, climate, and history of the place into the design.

* Superficial Understanding about Tourism

Mannerism prevails in the tourism industry. The

- ・デザイン自体の土着性と脱土着の関係性の把握が不十分。(田村)

表層的な観光の価値観把握

- ・観光ライフスタイルのマンネリ化。(田村)
- ・何が人に心地よさを与えるのか、目に見えるものや体で感じるものの心地よさが考えられていない。(小林)
- ・社会構造(少子高齢化、福祉、環境グローバル化等々)の変革に伴う観光資源(自然、温泉、歴史的遺産等)の在り方が問われていると考える。(山岡)
- ・時間の過ごし方プログラム解決力。新しい観光フレームワーク(ライフシーイング、パーソンシーイング)やカーニバルメイク、先行テーマ力へ。(谷口)

見えない日本の観光施策

- ・新資源の未開発、ブランドマーケティングの欠如、観光政策の空回り。(田村)
- ・日本は何を見せられるのか、なにを見せたいのかの目標を決め、各地方の特色を抽出して、全国的に計画する。滞在型の企画が必要。国策とするように働きかける。(塩谷)
- ・グローバルリレーションシップからインバウンドプログラムづくりを。(谷口)

景観に対する総合性の欠如

- ・観光スポットのみにデザイン投資をするのはではなく、その町全体のデザイン度アップに努めなければならない。(佐藤)
- ・風景デザインをして移動に見せ場をつくる。(塩谷)
- ・看板、サインが景観を悪化。(小林)
- ・景観に対する無秩序、無責任、無統制。(次ページ写真参照)(山口)

comfort of things to look at and feel with the body cannot be reconsidered. Tourism resources should be reconsidered along with social structural changes.

* Unseen Tourism Policies

We should act on the government to find local features and make a nationwide tourism map. Programs to encourage people to stay in one place should be created. New tourism resources should be explored.

* Lack of Comprehensive Landscape Design

The entire landscape design should be upgraded to allow tourists to enjoy scenery even while moving from one place to another. Landscapes are disorderly and uncontrolled.

アンケート



上：借景を壊すビル



右：無秩序な電柱電線

観光デザインの専門性不足

- ・プロフェッショナル育成、ジャパンニューインフォメーションガイド、土産開発を。(谷口)
- ・「ブランド」に対する哲学、政策の不一致によるパワーの低下、サクセスストーリーは何処にあるのか。(田村)
- ・宿泊、食事は標準を押さえた上に地方色をつける。ガイド(標識、案内、説明等)の標準化と徹底、ミュージアムショップ等を良くする。(塩谷)
- ・年齢層の組合せのデザインや障害者、外国人等のわかりやすい観光ルートマップ、サイン、交通手段、土産物パッケージデザインの開発を。(山岡)

不明解な観光の切り口

- ・「都市観光を創る会(任意団体)」というのが発足している。一般的に観光

というと都市周辺にある神社仏閣・テーマパーク・温泉、または自然の風景というものが主になるが、「都市観光」とした所に意味がありそう。「都市観光」とあえて規定し、1泊2日、あるいは2泊3日過ごせる都市をつくらうとする試みで、その中に中心市街地問題やお祭りなどのイベント問題、あるいは諸文化施設の問題などを含めている。「観光のデザイン」をどのような切り口で捉えるか、視点を何処に置くかが重要になる。(西沢)

その他、社会経済課題など

- ・観光客のための空間とそこに住む人たちのアメニティが一致しているところが少ない。(佐藤)
- ・デザインのソーシャル性、社会性への共通認識の不足。(田村)
- ・国内の経費が異常に高い。(塩谷)
- ・デザイナーの社会との関わり方に問題がある。(小林)

2. 問題解決の視点、方策など

観光都市の市民意識づくり

- ・観光都市としての住民の意識向上。(佐藤)
- ・デザインとブランドの関係性についての論理的構築をまずすること。(田村)
- ・現状認識とその発表展(現状写真とCGによる理想の景観写真を比較し訴求)。できればこれを世界の六大都市で行い海外の反響で日本を動かす。(山口)
- ・住んでいる人の自発性を喚起する。自分たちの生活文化を提供する方法を考える。一般市民に対するJDの提案・シンポジウム等を。(塩谷)

観光、観光デザイン教育づくり

- ・地域ボランティアによる案内、管理等の充実。専門ガイドの養成。(塩谷)
- ・所侍旅坊主。(佐野)※注

マイナスのデザインの推進

- ・「なにもない開発」「0の開発」を表現する。(水野)
- ・電柱の地中化、看板の規制、ストリートファニチュア、標識の統一化。(佐藤)

総合的な視野からの見直し

- ・総合的観点から多面的関係調整、国の縦割り行政がそのまま内在化している観光問題である故、長期展望と方策が必要。(壽美田)
- ・画一的な視点から総合的な視点への転換を図る。(山岡)

観光デザイン施策の立案

- ・美的体系、マニュアル化の共通認識を深める、そしてデザインとブランドを育てる中長期観光政策。(田村)
- ・プロジェクトチームおこし、キャンペーン期間づくり。取り組み相手(行政・地方)を明確化して進める。(谷口)
- ・課題別にモデル地区を設定し、具体的に国、地方公共団体、観光協会等々にアンケート調査ヒアリング調査を実施。(山岡)

経済施策の見直し

- ・宿泊施設の低料金化。(佐藤)
- ・文化、建物、庭園等の維持に関する金銭的補助(塩谷)。

注) 地の侍が、旅の宿に世間の知恵を聞き、地域文化に練り上げること。

* Lack of Speciality in Tourism Design

Guideposts, signboards and explanations should be standardized. Professionals in these designs should be trained. Tourist maps for the disabled and foreign visitors, signs, transport means, packages of souvenirs and museum shops should be developed or improved.

* Urban Tourism

Urban zoning, events such as festivals, and cultural facilities should be restructured to encourage tourists to stay in a place for a longer time.

* Others, Socio-economic problems

There are few places in a city where local residents and visitors can enjoy the same amenity.

Tour costs are too high in Japan.

2. Measures for Problem Solution

* Forging Citizens' Consciousness of a Tourist City

People in touristic districts should be more conscious about interacting with visitors and devise ways to demonstrate their cultures to visitors through holding symposia, etc.

* Education for Tourism and Tourism Design

Tour guiding and management of tourist resources by local volunteers should be promoted, and professional guides should be trained.

* Promotion of "Minus" Design

Redesign a city by reducing the existing

objects from the scenes: Burying electric poles underground, restriction of signboards and unification of street furniture designs.

* Review from a Total Perspective

Government tourism administration should be coordinated. Policies should be reviewed from a long-term perspective.

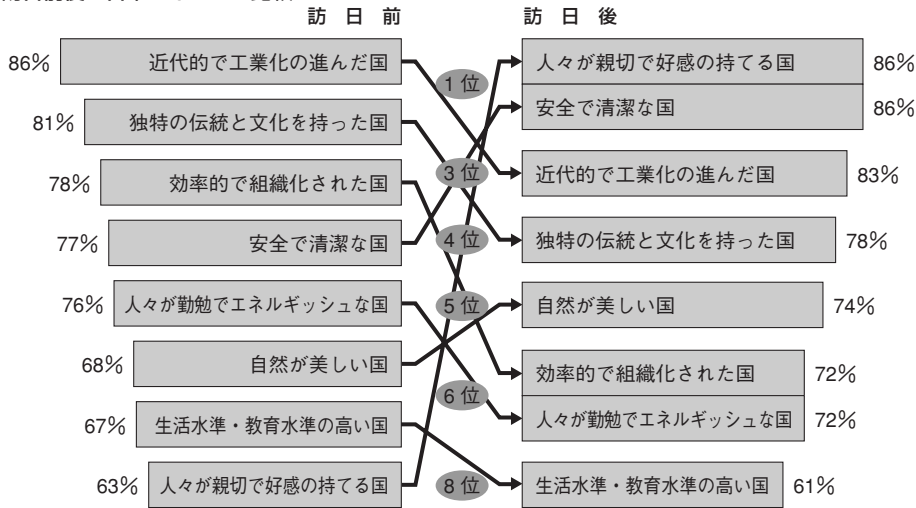
* Formulation of Tourism Design Policies

Model districts will be designated, and medium- and long-term policies will be formulated based on survey results and hearings.

* Review of Economic Policies

Accommodation charges should be lowered. Subsidies should be given to maintain cultural assets, buildings and gardens.

訪日前後の日本のイメージ比較



出典：国際観光振興会

B. 公共のデザイン

1. 公共の課題、公共のデザインの問題点 デザイン方法、決定、評価のしくみ

- ・行政の課長クラス以上にデザインに関心のある決定権者が少ない。具体的問題につきあつた場合コンセンサスをどのようにしてとっていくか。(佐藤)
- ・公共のデザインが実現化するまでのプロセス方法論は、一部の主観的価値判断により決定するケースが多い。デザインの質に対する評価をどう具体化するか。社会システムと公共のデザインを結びつける。行政の公共空間デザインへの質的向上を図る。(山岡)

公共に対する美意識

- ・美的感覚の欠如。道路は平らで真直ぐであれば良いわけではない。美しい国をつくることを。(塩谷)
- ・道路、舗道と電信柱の設置に問題あり。道路のいたる所に林立する電信柱は走

行車輛や歩行者にとって障害物となり、又景観を著しく損なっている。(山口)

- ・高速道路、橋梁、沿道の法面などのランドスケープデザインに対する問題意識が欠如。(曾根)
- ・コンセプトなしのデザイン。(小林)

公共デザインのオリジナリティ欠如

- ・「最大公約数」でも「最小公倍数」的でもない、公共デザインのあり方を「文明」ではない「文化」という立脚点から考え直す必要がある。(水野)
- ・町に因むという張りぼて式結果が多い。(小林)
- ・公共における無個性化。(田村)

人間感覚から離れた公共デザイン

- ・①見るデザイン、②体感するデザイン、③使うデザインを混同せずに考える。サインデザインなどは①、ストリートファニチュアや歩道橋などは①②③の

すべて。そのようにして、視覚環境・体感環境・皮膚感覚環境・使用環境を構成する。無数のデザインがバラバラにつくられ一緒に置かれていることが一番ダメ。(佐野)

- ・公共におけるフィット感のなさ。公共空間はあるが、それが生み出す空気感が一様に、どこか似ている。ある種の日本人独特の感性に添い切れていない。そこで仕事をしたり時間を過ごす人そのものへの発見・調査・分析というデザインする側の基本的作業問題はないのだろうか。(田村)
- ・危険と隣り合わせの今日の公共環境では、「わかり易さ」「安全」「美しさ」の確保とその醸成が課題。(壽美田)

共有意識の欠如

- ・「誰のものでもある」が同時に「誰のものでもない」という虚しさが絶えずつきまとうことを根元的な課題として認識すること。(水野)
- ・公共における共通イメージの低下。公共における拒否感覚。(田村)

不十分な総合性・単位の捉え方

- ・一人の人間にとって一つの道路は道路、街は街である。サイン一つにしても、ストリートファニチュアにしても、一つ一つがどんなによくできていても、区と市と都と県と国のサインが相互に影響し合うことを考えないでデザインされることが続く限り、日本のデザイン水準は小学生レベルに止まる。(佐野)
- ・全体的にデザインできるプロの立場の確立（一般参加の行事などが落書的混

B. PUBLIC DESIGN

1. Problems of Public Design

* Design Methods, Mechanisms for Decision-making and Evaluation

Decisions in public design are often based upon the values of some responsible officials, of whom few are really interested in design. To upgrade the quality of public design, a social system to assess and materialize good designs must be made.

* Aesthetic Sense in Public Design

On the premise of creating a beautiful country, the positions for installing electric poles, roads, pavement, bridges and other public facilities should be considered as part of a total design.

* Lack of Originality in Public Design

Public design tends to become mediocre and merely seeking convenience for all. It should be reviewed from the perspective of expressing a local culture.

* Lack of Human Touch

Designers seem to neglect their basic task of considering human senses in constructing an environment. The existing public designs are not designed to fit to Japanese aesthetic senses.

* Lack of the Consciousness of Common Property

The consciousness of "it belongs to all" and at the same time "it does not belong to anyone" is

not shared among designers.

* Concepts of units and totality

In designing, designers should consider that unit elements affect one another and coordinate the entire design. Designers should recognize that public designs will constitute the social capital stock of a locality.

* Too Narrow Domain of Public Design

The range covered by public design should be expanded to include urban design, printed matters, computer screen information and so forth. We need to spread this concept of widened coverage.

* Lack of Design Competence

Roads, electric poles, billboards and other

アンケート

乱を招く)。(塩谷)

- ・単位の小型化とリードモデル、注目力活用計画を。(谷口)
- ・社会的資本ストックとしての認識がまだ充分でない。(山岡)

狭い公共領域の認識

- ・公共のデザインには「都市問題」が付きまとう。それはそれとして良いが、もう少し公共意識の範囲を広げる必要がある。都市問題から印刷物、デスクトップの画面に至るまで、気を配られ、考えられるべきである。今後必要なのは、そうした意識の啓蒙を官民共に進めることであろう。(西澤)
- ・公共空間の構成要素は様々だが、土木構築物が景観問題から除外されているケースが多い。土木・建築を総合的に捉える姿勢が全般的に欠如している。(曾根)
- ・行政の仕様規定からデザインを含めた機能規定への脱却が必要である。(山岡)
- ・エコロジー、バリアフリー、モバイル、ビューティヘルシーケア、シニアモデルのシステムデザインを。(谷口)

公共デザインの力不足

- ・公共におけるデザイン力不足。(田村)・バリアフリー設備のかって悪さ。(小林)
- ・道路と舗道、電信柱と電線、広告看板に問題がある。(山口)
- ・文化という名を借りたエセデザインが多い。(小林)
- ・公共デザインを実現する企業製品についても質的向上が要求されている。(山岡)

地域住民の市民意識の欠如

- ・住んでいる人が維持しなければ、なんでもゴミになる。(塩谷)
- ・デザインは市民感覚から出発し、共感によって価値付けを。(壽美田)
- ・住みよくするためのデザインを。(塩谷)

公共に対する経済意識の欠落

- ・公共自身がデザインに対価を払うという意識がキハク。測定不可能な効果にはお金を払わないという考え方。(佐藤)

2. 問題解決の視点、方策など

公共に対する認識改革

- ・「文化」それは歴史的視点であり、「暮らしの知恵」であり、人の営みといったソフトの視点の重視。(水野)
- ・まず「公共と日本人」の猥雑ないい関係、肌合いの研究をフィジカル・メンタルに再構築する必要はないか。公共性と現代人の濃密なコミュニケーションは本当にあるのかなど。(田村)
- ・空港等、白紙状態から計画的にデザインできる場合はよい。問題は日々生成される街の場合など。これは湯布院や小布施などのケースに学ぶ。(佐野)

制度などの再分解・再構築

- ・土木・造園と建築とはアカデミーも行政も産業界も別々の制度の中にあることに起因する問題が多いが、再分解の再構築が考えられて良い。(曾根)
- ・電信柱の設置場所の見直し、法制化などを。(山口)
- ・公共に対する歴史的な概念からの脱却。(壽美田)
- ・行政者は変わっても造られた公共空間は半永久的に存在する。行政、住民、

専門家との三位一体的な責任体制をつくること。美しい公共空間はこの意識改革から始まり、システムや方法、規則等を通じて実現すると同時に創る建築素材メーカーの研究開発も重要である。(山岡)

- ・日本の公共空間も含めて公共部門のデザインレベルが低いことを、政府にきちんと提言すること。(佐藤)

地域住民意識の向上

- ・自分たちの町を美しくという視点で住民運動をする。基本の躰がないから、抽象的でなく、具体例を挙げて(ごみを捨てない、拾う、掃除する)繰り返し教育するしかない。(塩谷)

デザイナーの意識、教育改革

- ・デザイナーの社会との関わり方の問題。(小林)
- ・専門のデザイナーの育成(プロの確立)サポート。(塩谷)

国際比較研究、展覧会

- ・例えばオランダと日本における公共デザイン事例の比較展覧会や、オランダ人参加によるシンポジウムなど。(西澤)

評価、顕彰の制度化、デザインコンペ

- ・電信柱のデザイン処理、電線の配線処理等によりよい方向へ。デザインコンペ等で。(山口)
- ・公共デザインの質を高めるための例示と顕彰。(壽美田)
- ・評価制度の確立。(山岡)

モデルデザインのプロジェクト化

- ・公共課題先行解決地域の顕在化、エコストリート エコビレッジ、バリアフリーカーニバルなどを。(谷口)

designs should be improved. Designers need the competence to create quality designs that can be considered "cultural" products.

* Lack of Local People's Concern

Designs to help people to live a better life are created from people's concern for a better life, and the value of a public design in a locality is nurtured by people's sympathy toward the design.

* Lack of Economic Consciousness

The governmental bodies should recognize that it is necessary to pay for good design because of the benefit of its effect.

2. Methods of Problem Solution

* Changing the Perception of Public Design

Culture embraces a historic perspective as well as wisdom in life. Public design needs to reconstruct the concept of public design to give shape to the spirituality of Japanese.

* Establishment of a System to Upgrade the Design Level

Recognizing the low level of public design, a system to upgrade it should be established in which the government, local residents and professionals are represented. There, systems, methods and rules should be reconsidered. Research and development in public design would also be needed.

Other than the above, the following needs were

expressed: Enhancement of the consciousness of residents as well as designers; Educational reform and international comparison of education; Exhibitions and evaluation; Awarding Systems; Design competitions; Model design projects, and so on.

鉄道車両デザインとバリアフリーの接点

野元 浩

昨今、バリアフリー、ユニバーサルデザイン等、移動制約者も含めて全ての人々が隔てなく使えるものの開発が課題となっている。しかし、この実現はなかなか難しく、今後、さらに突っ込んだ調査と議論が必要と考えている。ここでは、現在鉄道車両のバリアフリー化の状況と問題点などを記してみたい。

1 多くの移動制約者のご利用

当社は東京から50kmのいわゆる首都圏で1日1500万人のお客様を運んでおり、この中には当然多くの移動制約者が含まれている。公共交通では、同じ設備で全ての移動制約者に対応する必要があるが、その障害は、車椅子をご使用の下肢障害の方、視覚障害の方、聴覚障害の方、音声言語障害の方、知的障害の方等々である。高齢者については身体機能の低下など移動制約者と同様の対応の必要があり、妊婦や、けがをした人も一時的な移動制約者である。日本語の理解できない外国人も制約という点では同じ状況にある。どのような障害の方に、どのような対応をするか、難しい問題である。

2 安全性、通行性、使用性

現在、鉄道の技術上の基準を定める省令の改正の作業が進められている。この中で、移動制約者については専門の検討会が組織され、鉄道として対応すべき内容の議論が行われ、考え方が整理された。それが安全性、通行性、使用性の分類で、鉄道に求められる対策にプライオリティを付けたものである。日本では、現在全

ての鉄道が私企業であり、限られた投資額の中で有効に対策を進めて行く上で、この指針は大きな意味を持つ。まず安全性の確保を優先し、続いて乗り降りや駅内の移動のしやすさを確保し、そして使い勝手を向上しようというものである。

3 ユニバーサルデザイン？

車両についてみると、乗車中の安全性について基本的な問題は無く（昔の客車のように扉を走行中にも開けられる構造は無くなった）、現在求められているのは、車両を連結している部分の空間への転落を防止する幌の設置である。この対策は、当社が始めたもので、最近かなり普及してきた。実は、この対策は、酒に酔った人が乗車口と間違えて（かどうかは定かでない）転落したのを契機に考案したのだが、視覚障害者の方にも効果がある（乗車口と間違えても転落を防止できる）ため、現在障害者対策とされているが、急に気分が悪くなったり、意識が遠くなってよろけたりする人や、元気の良すぎる子供の転落防止にもなり、「ユニバーサルデザイン」の一つの例と言えるかもしれない。



4 障害の違いによる要求の差

しかし、このように様々な人に対応できる設備は極めて少なく、特に車両の



「使用性」については、個々の障害の違いに対応した別の設備を設けざるを得ない。情報提供について一つの例を紹介する。視覚障害の方には、一般のお客様と同じ放送で情報提供が可能だが、聴覚障害の方には放送は全く役に立たず、「文字」が必要となる。ダイヤが乱れて発車を見合わせる時、行先が変わるとき等は難しい。最近の車両は停車駅表示器を車内に設けており、通常はコンピュータ制御で自動制御されるが、異常時の細かい情報提供までは対応できない。特急列車では、画面から穴埋め式で文章を作る機能を持ったコンピュータを搭載しているが、ダイヤが乱れたときに車掌はお客様の対応に追われて、文章作成をしているいとまが無い。

逆に、視覚障害の方は、自分が何両目に乗っているかが重要な情報となる。これは、降りる駅でどちらに歩けば目的の階段に到達できるかの目安とするためだそう。階段の多い駅では特に重要。しかし、この情報を提供するのは意外と難しい。決まった場所に点字を貼っておくことも考えられるが、混雑時にさわられる保証はない。もう少し周囲の人のフォローがあると、本当に必要な部分の対策が進められるのだが、日本人はどうも遠慮深いようだ。

今後も様々なご意見を伺いながら、本当に必要とする設備の精査と対応方法についての検討を進め、移動制約者にもより使いやすい鉄道とするよう考えていきたい。

東日本旅客鉄道株式会社 運輸車両部 車両課 副課長

Transformation of railway vehicles to promote barrier-free mobility.

1. Passengers with various types of difficulties use the same transport facility

Public transport facilities must respond to all kinds of passenger needs with the standard facilities. It is very difficult to cope with different physical disabilities as well as communication difficulties.

2. Safety, the ease of use and transit

A committee to study about the passenger with difficulties was formed and problems were sorted out. Safety, and the ease of use and transit were considered as priority elements. Since all railway companies in Japan are private enter-

prises, the guidelines set forward by the committee will be useful reference for them to renovate their facilities within the limited budgets.

3. Universal Design?

Some passengers have mistaken the space between train cars for an opened door and when trying to enter have fallen through. So, we put a protective hood there. This prevents passengers on a platform who feel sickly suddenly or too active children from falling down. It may be one example of universal design.

4. Different Needs according to Disabilities

There is no transport facility that can meet all kinds of need. Different vehicles must be made to meet different needs. For giving information,

announcement means nothing to people with hearing disabilities. Visual information is needed. Most modern vehicles have display terminals, which are computer operated. They cannot, however, accommodate themselves to extraordinary situations. The visually handicapped want to know in what compartment they are in, but it is very difficult to tell them. We may paste Braille information at a fixed place, but there is no guarantee that they can touch it on a crowded train. We have much to consider and devise.

Hiroshi Nomoto / Deputy Manager Rolling Stock Div. Transport & Rolling Stock Dept. EAST JAPAN RAILWAY COMPANY.

観光の課題と問題解決

南 武

観光の多義性

観光を一義的に理解することには無理が生じる。大きく分類するだけでも「訪問する側の観光」と「受け入れ側の観光」があり、両者の間の「行動」に大きな温度差が生じる。また、「多くの観光資源を確保している地域」と「貴重な観光資源がある地域」ではその取り組み方に、違いが生じる。私の興味は後者の方であり、この提案もその分野についてである。「貴重な観光資源」がある観光地とは、少なくとも観光客を呼び込めるだけの魅力のある景色あるいは名所があることが必須条件だ。

例えば、そうした資産が一つしかない場合を想定すると、そのものに、興味を持つ人達が一巡するとその観光地の価値観は簡単に終焉を迎えてしまう。ではそれを回避する方法はないものだろうか？という切実な問題が表面化する。そのことについて2~3の提案をしてみたい。

受け入れ側の「もてなし」

まず、観光文化を受け入れ側からながめてみよう。その基本は「もてなす」ことにある。「もてなす」とは相手の身になって、して欲しいということや快適だと思ふことを考えて行動し、その結果として「喜び」を共有することだと、武庫川女子大学・角野幸博教授は言う。その観点で少ない資産をどのように理解してもらうかを考え、その価値観をあるがままではなく高度に昇華させる方法を模索してみる。有用資産の解釈がそこでは大切になるだろう。その資産単体でどれだけ

の魅力があり、どれだけの期間その価値を堅持できるのかを検討したうえで……。

点、線、面、環への観光資源の広がり

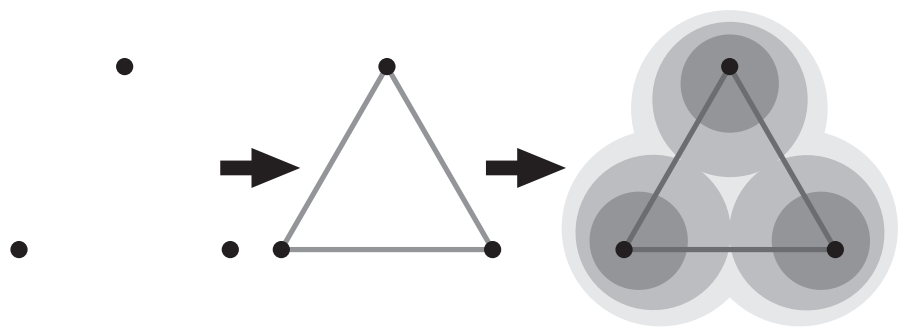
資産を中心にした観光資源を掘り起こせないか。点から線。線から面。面と面をつなぐから環へと思考をふくらませてみる。

例えば、地場産業でもよい。特徴がある産業ならその業態を資産に付加させて観光資源とする。手工芸なら工場という場を設けなくて家内工業の実態を観光してもらおう。幾人かの職人が、個々の自宅で営む姿を見てもらうのだ。それが点在すればそれに越したことはない。

単体の資産という点から、点在する工房巡りルートを設定することで面展開が図れて単体資産の価値を昇華させることができる。その結果、各工房では接客する事で間違いなく実益が生じる。また、そのような展開を続ければ土地の子供達がその「魅力」を受け継ぐことにもつながるはずだ。

点在したイメージを統合化

次の考え方は、土地全体を観光地化する



ることだ。前述の小さな面の展開でなく資産を中心としたその土地全体を観光地化することだ。土地には土地なりの景観は必ずある。その景観の重要な要素のひとつとしての町屋をまとめてしまう。集合させるという意味ではない。点在しているものを土地なりの景観のイメージを強調することにより、点在が統合され集合となる。そうすれば強力な観光資源と化す。また、観光をする側と、してもら側とが価値観を共有することも有望な観光資産だ。ともに、同じ言語（意識）で話せるということは、「リピート」につながる。価値の共有は、その価値観を昇華させる。その効果は、やがて観光都市を変化させる。進化の一つが公園都市であり庭園都市へと展開する。そうすることで短期間の滞在型観光から、中期滞在あるいは長期滞在・リゾート型となる。そのよう形が成立するのは、地元の人々の、言い換えれば受け入れ側の態度にある。温度差のすくない対応が、訪問者に暖かさ・豊かさ感をもたらす。そうすることで、ひょっとすると日本全国が観光地化するかもしれない。

(有) 南デザイン事務所 インダストリアルデザイナー

Essence of Tourism - Human Interaction

Tourism cannot be discussed generally. Some places have ample tourist attractions while others have the only one or a few. When there are only a few historic or scenic attractions, visitors may have a day trip and may not visit the place again. How can we entice visitors to stay longer and come again? This should be a consideration.

The secret to this is the local people's ways to "entertain" visitors, and how they turn the entire area into a tourist attraction. In a place with limited tourism resources, other tourism assets should be explored to add value to the place as a whole. Local industries or cottage industries

will do. An artisan working in his workshop can be observed by visitors. Different workshops sporadically located can be included in a "workshop tour" route. Thus, tourism assets are connected from points to lines, and from lines to areas. The value of each asset can be heightened by being included in the route. Definitely, these workshops will benefit from entertaining guests. If this continues, children in the locality will develop more positive attitudes towards carrying on the local industry.

The landscape of an entire area can be redesigned by stressing the image of the landscape of the area. Then, the whole area can become a tourist attraction, or a tourism

resource. When visitors are impressed with the local people's hospitality, they may become repeat visitors.

There may be the possibility that a whole city becomes a park city or garden city where tourists will come to stay for a certain time to enjoy living there and interacting with local people. In order to make it possible, local people should offer warmth and comfort to visitors. In this way all cities, towns and villages in Japan could become tourist centers.

Takeshi Minami / Minami Design Office; Industrial Designer

コスタリカのデザイン

鈴木 美和子

「中米のスイス」と呼ばれるコスタリカは、最近では、自然保護の取り組みや自然の多様性を生かしたエコツーリズムの聖地として世界的に知られるようになった。1950年以降急速に進んだ森林破壊に対し、政府は、1969年、法律を改正し、国立公園や生態保護区をつくり、自然保護に努めてきた。その後、「煙のない産業」として観光立国化を推進した結果、1993年にはコーヒー、バナナの生産を抜き、観光が外貨獲得第一位の産業となったのである。

しかし、少しずつ進んでいく森林破壊、観光客増加に伴う諸問題、農薬、肥料、排気による汚染などにより、観光資源である自然自体が損なわれている状況が現在も報告されている。いかにしてサステイナブルツーリズムを実現させるかが、現在この国の最重要課題の一つになっているといえる。

一方、国は工業化政策にも取り組んできた。イタリアの援助によって、コスタリカ工科大学 (ITCR) にインダストリアルデザイン科が設置されたのは1980年である。現在、この科が送り出した卒業生は約80名。インダストリアルデザイナーの養成、研究開発と同時に、デザイン誌MODULOの発行、展覧会、セミナー、デザイン団体や国際イベントへの参加など、積極的にデザインの向上と振興に努めてきた。しかし、現在もインダストリアルデザインの需要はほとんどなく、この科のアカデミックなレベルの高さは、目指していた中小企業の振興や市場製品

の開発にはあまり結び付いていない。

そんな中、最近になって目立つのがグラフィックデザイナーの需要である。ウェブサイトデザイン、雑誌、ブランドマークやパッケージなど、インターネットの普及と観光産業などでの必要性から、デザイナー募集の広告がよく目に付く。約300人いるといわれるコスタリカ大学のグラフィックデザイン科の卒業生だけでなく、ITCRのインダストリアルデザイン科の卒業生もこの分野に吸収されている。この為、来年、ITCRではグラフィックデザイン科の開設を予定しており、特に観光分野への貢献が期待されている。

ITCRと同じく、コスタリカのデザインを振興させる上で重要な機関に、コスタリカ現代美術・デザインミュージアム (MADC) がある。ここでは内外のデザインの収集・展示やデータの収集・提供などを行っている。4年前、MADCでは「土着デザイン」というタイトルの展覧会が開かれた。この土地に以前からある生活用品・道具をそのまま展示したのである。あわせて、「グローバルゼーションへの答として土着デザインは有効であるのか」というフォーラムが持たれた。企画者のQuiros氏は「この国特有のデザインを実現するのは難しい。しかし、土着デザインはエコロジカルであり、将来、意味のある何かを促す動因になるかもしれない。私達はハイタッチの製品なんかと競争できるなんて全然思っていない。今、必要なのは政府の政策を変えるために、小規模製造者たちに地域の素材が使える事を分らせることだ。」という。

industries or to consumer product development. Currently, greater demand is found in graphic design for web sites, magazines, brand marks and packages pushed forward by the development of the Internet and tourism. Another agency instrumental to promoting design in Costa Rica is the Museum of Modern Art and Design. Four years ago, this museum organized "Indigenous Design Exhibition." A forum was held on the subject "Is indigenous design viable in response to globalization?" Mr. Quiros, the organizer, said, "It is difficult to create design unique to Costa Rica, but indigenous design is ecological, and may become a driving force to create something significant.



浮草の繊維でつくられた生物分解性ポット
Pots made by Fiber of Duckweed

現在、ITCRのインダストリアルデザイン科では、環境保全に関わる研究開発が行われている。一つは「浮草によるバイオマスエネルギーの生成とその副産物のデザイン」で、すでに10数年の歴史を持つ。それ自体水を浄化する機能を持つ浮草から、メタンガスを取り出し、その残滓物を有機肥料や家畜の餌等にすると他、繊維を利用して紙やパッケージ、植木鉢、マットなどの製品をつくるというものがある。すでにおみやげ品として、バナナペーパーがよく売れているが、生物分解性で環境に戻す事が可能なこれらは、観光分野でもその価値を発揮できるはずである。さらにオランダの工科大学と協力して行っているエコデザインのプロジェクトや、工芸的なレベルでも環境を意識したデザインが取り組まれている。そして、この11月にはこれらのものを含んだ、第二回国内工芸フェアが開かれる。

政府も徐々に、環境や観光に対するデザインの必要性を感じている。この国にとって、自然はかけがえのない資源である。同様に、それを守ることができるのは、デザイナーを含む人的資源である。そして、デザインの目指すべき方向がここにあることを、確認すべきである。

県立和歌山北高校教諭／1987～89年青年海外協力隊としてコスタリカ ITCRで協力活動に従事

Design in Costa Rica

In Costa Rica, forests were rapidly destroyed after 1950, and the government amended the law in 1969 to conserve forests. As a result, tourism became the number one industry of the country (as of 1993). However, gradually progressing forest destruction, reported to be damaging the natural environment, an important tourism resource.

The government has been promoting industrialization. With assistance from Italy, ID faculty was added to the Institute of Technology of Costa Rica (ITCA). Against the expectation, there is little demand for ID, and the faculty is not leading to the promotion of small-scale

What is needed now is to help small-scale manufacturers to realize that locally made materials can be used."

The ID faculty of ITCR is undertaking a R&D project concerning environmental conservation, called "Biomass Energy from Duckweed and Byproducts." They intend to make paper, packages, flower pots and mats from fibers of the floating weed. Besides this, ecological crafts design are being developed.

Miwako Suzuki / Wakayama-kita Prefectural high school teacher, Dispatched to Costa Rica Institute of Technology as Japan Overseas Cooperation Volunteers (1987-89).

文化の多様性 — 命ある地球のためのデザイン マハディ・エルマンジェラ氏を囲む会

1999年10月6日 於：東京・六本木 国際文化会館 主催：日本デザイン機構

今日は文化の多様性について考察したいと思います。文化の多様性は、デザインの世界にとって重要なことです。私は、約25年に亘って建築界と付き合いしてきました。私たちはデザインをマイクロ・アーキテクチャとして、そして建築をマクロ・デザインと考えることが出来ます。これはちょっとした宇宙のようなもので、小さい生物学的な次元から、大きな天体までといった世界を形成しています。それぞれが相互に依存するといった関係になっており、一緒に何かやろうといった機運はあります。

デザインの多義性

文化の多様性とデザインについて考えてみます。インターネットでデザインという言葉にアクセスしました。そこから引き出したのはなんと5200万あまりのページでした。それらを見るには、99年かかります。このことは、次のようなことを示しています。いかに知識は速く集積するかということ。どの分野を選ぼうとも、非常に多様な内容を取り込むには誰でも無力である、ということです。複雑さが増える未来においてもそうなのです。リチャード・ナイトによると人間の知恵というのは7年ごとに倍になるそうです。量には複雑な構造が伴っているということで、このこと自体が多様性を意味しています。生物学者も進化の多様性ということを定義しています。デザイナーは多様性を理解しないといけないと思います。統一というのは収斂する一つの方法です。多様性そのものが統一性の要素となりま

す。デザインは「アルゴリズム」に関係し、何か非常に大きなものを作ろうとして異なった要素をまとめてゆきます。

デザインについて辞書のウェブスターで私が発見したのは、デザインというのは「意図を持つ」ということです。また、デザインというものが近代の産業革命を通じて大量にものを生産するといったようなことに向けられてきた言葉だということが判ります。しかもその言葉は、アングロサクソンによってもたらされ、英語のデザインという言葉が通用しています。しかし、これからはこのような初期の英語でとらえる意味が消失してしまうかも知れません。

デザイン・科学・技術と創造性

デザインは、科学と技術と文化といったものが総合されて出来てきます。今日のデザインは主に先端技術に依存してまゝです。そこで研究開発が追求されることになるのです。今日、違っていれどももちろん反論してほしいのですが、私のようなデザインの専門でない人間でも、今日最もデザインが進んでいる国といわれたら、私は迷わずアメリカ・日本・イタリア・フィンランド等の国を挙げる事が出来ます。これは勘で言っているではありません。科学研究とその応用には時間差がありますが、今あげた国は、特許をとってからものが市場に出るまでの時間が短く、イマジネーションをプロダクトに変換

することを素早くやっています。

文化の多様性と意図

今日では多様性そのものも若干脅かされているという面があります。発明や創造がないと多様性は脅かされることになります。それは人間性・社会・文化、そして平和に対する脅威にもなります。文化の多様性を発展させるということは、実に戦争を防止することにもなります。デザイナーに会う度に、どのデザイナーもいつも多様性ということを考えているようです。なぜかというとデザイナーは時間と空間によって活動しているからです。空間の多様性とはいろんなことに参加をするということです。時間の多様性は予測をするということです。予測そのものが革新をもたらします。そしてデザイナーの仕事は更に経済的な市場と結びついていきます。

私は文化の多様性は意図だと言いましたが、生物学者のベルタランフィーがシステムについて非常に単純な言葉で定義をしています。“もし目的があるならば、そこにはシステムというものが存在する”と。



JD Salon

Oct. 6, 1999, at I-house

Cultural Diversity - A Vital Design for the World

* Multi-dimensionality of Design

When I searched for "design" in the Internet, I came across more than 52 million web sites. If you spend one minute to read each, you will need 99 years to read all of them. It implies that knowledge can be accumulated quickly and that any one person cannot encompass the great diversity of the content in any field.

Designers should understand the meaning of diversity. Diversity has always been the basis of unity and it will remain as such even more so in the future as complexity increases. Design is

an algorithmic process to synthesize diverse elements in creating something very big.

* Design, science, technology and creativity

Design is a creative, artistic, imaginative and aesthetic undertaking. Today, it is increasingly dependent on advanced technologies and the products of research and development. Countries where design is highly advanced are the USA, Japan, Italy and Finland. Their lag time between the advances of scientific and technological research and their application in the industrial and cultural fields is smaller than that of other countries.

* Cultural Diversity and Purpose

The threat to cultural diversity is a grave con-

cern for all those who care about creativity and innovation as basic pillars for communication, human welfare and peace. By developing cultural diversity, we may be able to prevent war.

Diversity - diversity in space and diversity in time, seems to be a constant concern for designers. Diversity in space ensures participation while participation in time means prediction, which leads to innovation. The work of designers is also linked with the market.

* Multi-sensorial design

Mr. Ekuan always says "Offer colorful and tasteful style to daily living, and bring about aesthetic order and harmony to our consciousness."

Cultural Diversity — A Vital Design for the World Mahdi Elmandjra

多感覚デザイン

栄久庵氏は『日常の生活に感受性を』と書いています。我々はそれぞれが違う五感を持ち、それらの総合において感受性、すなわち複合的な媒体というものを持っているということです。

我々は一足飛びにそういった複合的な問題に飛びつくわけにはいきませんが、何はともあれ「感じてみる」ということが重要だと思います。今日の技術はそういう方向に行っていると思います。ここに9月24日に発表された新聞記事があります。指の感覚を実際に感じられる機械の紹介です。また、数百もの匂いを感じられるコンピュータも発明されています。「感受性」に対する技術の挑戦だと思います。その挑戦には、最初に最も人間的な感覚というものが必要になります。それには我々の持っている感覚というものを直視しなければなりません。我々の生活そのものが、複合的な感覚によるものだという事です。

垂直性と水平性

栄久庵憲司氏が98年の6月にVOICE OF DESIGNで次のように述べます。『垂直に分化されたものが相互に刺激し合っひとつの水平的なものを生む』ということです。垂直の分化は、国内においても国際的にも文化的な多様性を阻んでいます。それは『意味論的な不正直さ』という名前さえもつけられている国際的な問題でもあります。それは“グローバルイゼーション”といった言葉で言い表されていることでもあります。グローバ

ライゼーションにはたった一つの目的しかなく、単一の価値基準をもたらそうとしています。次にデザイナーがなぜ水平的なことへの提案をするのかを考えてみたいと思います。垂直性と水平性はひとつの点で交わっています。その交点が美を追求する点だと思います。美というものは非常に深い意味を持っています。全ての宗教、全ての地域において美というものを持っています。イスラムでも“神は美しい、そして美を愛しています”と書いています。そして神は美しいものを愛しているという事です。美を一つに定義することはできません。美そのものは標準化ということではないのです。

ブローデルが、他の文化を認めるということは自己の文化が侵されるということに許さないということだと言っています。文化の変容を他から守るということは、選択の自由を守るということにもなります。文化の多様性には、選択の自由が重要な課題になります。自由こそが文化の多様性の最大の保護者です。

質疑

栄久庵：例えば光というのは分解すると7つの色に変わりますが、一緒になると白い光に集約される。その集約された光がいろんな形で我々の目に入ってくる。それぞれに生きている多様な要素を一緒にして光のように持ち込むことが、今、デザインの世界に求められているのでしよ



うか？

エルマンジェラ：私は、『縦割りのものを横割りに』というあなたの表明から考え方をスタートしています。私は、ものをひとつの融合したものでなく、それぞれが独立しながらひとつのルールに従って一緒になっていると考えます。多様性と美ということの関係について言えば、プロセスそのものが美だと言いたい。例えばいろいろな製品は同じ材料であってもプロセスによっては違うものになる。したがってプロセスこそが重要だと思います。

その他、芝生氏からエルマンジェラ氏があげたデザイン先進国以外のドイツやイギリスのデザインについての質問に対し、パテント数という評価軸でみた場合という応答や、人口の少ないフィンランドの活発なデザイン活動についての意見交換などが行われた。

1933年モロッコ生まれ。1958年からおもに国際連合で活動。UNESCOアフリカ局長、UNDP事務局長補、国際障害者年特別顧問等を歴任。また、建築・メディアに関する国内外のコンペティションの審査委員長を務めるなど活動範囲は多岐におよぶ。東京大学東洋文化研究所客員教授を経て、現在、東京経済大学客員教授。

This suggests so many of the elements involved in the design process, and the most outstanding ones will be "sensuousness and consciousness." They call upon the use of all our senses, and the "aesthetic" sense is a synthesis of all senses. Modern multimedia technologies are moving towards stimulation of all senses. This can be termed as a "technological challenge to aesthetic senses."

The important thing is the quality of the designer who must now integrate a greater number of parameters in his creative conceptualization.

* Verticality and horizontality

In the Voice of Design (Vol. 4-2, 13-06-98) Mr. Ekuhan highlights the dangers of specialization

and emphasizes the need of stimulating one another beyond vertically divided borders and to look for directions and ways to solve these problems. We have another verticality threatening cultural diversity and communication within and between countries. It is an aphorism named "globalization." This would verticalize the most precious treasure of different civilizations, that is, values.

Verticality and horizontality intersect at a point called "the quest of beauty." The beauty of beauty resides in non-standardization and non-globalization.

Each person has the freedom to determine what is beautiful. As Braudel says "One recog-

nizes a civilization through what it refuses to borrow." Refusing to borrow is a positive concept because it implies the freedom to choose. Freedom is the best defender of cultural diversity. This is also the secret of originality.

Mahdi Elmandjra / Professor, University Mohamed V. Rabat. Visiting Scholar, Tokyo Keizai University

ヨロ・ソタマ氏 ヘルシンキ美術大学学長



思索する空間を提供する環境

鳥越：景観や都市計画の観点から、「環境における音」についてお伺いしたいのですが。

ソタマ：環境をデザインする際に、「音」というのは実は非常に重要な要素です。「明かり」についても同じことが言えます。都市環境を計画する場合、一番重要とされるのは「光量」なのです。しかし、十分な「光量」が確保されても、人の感覚に対しての配慮がされていません。音や光が人間に与える影響は大きく、環境はこの二つによって決まると言えます。また、美意識の問題であるとも言えます。色についても、同様です。音や明かり、色は環境と調和させなければならず、これが多くの社会で理解されていません。

日本の伝統的な建築には、現代の都市にはないこれらの要素を見事に調和させる、優れた手法が見受けられます。

鳥越：私たちは失った手法を発掘しなければいけませんね。

ソタマ：我々には、過去の優れた知恵がないがしろにしてしまう傾向があります。フィンランドでよく言われる、『暗黙知』とは、人間の経験によって培われ、潜在する知恵、言葉ではなく、行動

に表れるもののことで、環境について語る時、我々は、この『暗黙知』の意義を見だし、理解するよう努めなければなりません。過去と未来を緩やかに繋いでゆくこと、それは革新的なことでもあるのです。

日本の伝統的な環境、例えば桂離宮や京都のいくつかの地域とアイノラやカレラなどフィンランドの名所にはその背景にある宗教や哲学や習慣が全く違うにもかかわらず、いくつかの共通要素があります。人工物を自然の一部として美しく調和させようという強い意志と、環境は思索する空間を提供しなければならないと理解されていることです。シベリウスなどフィンランドの芸術家たちは、思索し、創造する場を大切にしていました。それはアルヴァ・アールトの作品にもよく表れています。環境には、人間を知性的にする、感覚に訴える力があります。しかし、それは内在するものであって、特定の役割ではないのです。

東京のような現代都市環境は、人間を行動に駆り立てるばかりで、思索や対話のための空間を作ろうとはしていません。現代文化はあまりに機能主義的で、人間の理知的な感性を駄目にしていきます。伝統を見つめ直すことで、何を成すべきか、その答えを見いだせると考えます。

静けさのデザイン

鳥越：現代社会では、デザイン分野においても、音と静寂を併せて評価すべきです。

ソタマ：音や静けさ、その中間にある異

なる要素が、環境を構成する重要な要素なのです。日本の伝統建築もそうですが、フィンランドの伝統建築や、アールトやサーリネンやなどの優れた建築は、静寂を含んだ環境を作っていて、同時にとてもアクティブな建築でもあります。しかし、現代の環境は単にアクティブであるだけです。

人間は、刺激が強すぎると慢性的な興奮状態に陥り、健康を害します。我々が構築してきた環境は、人間をより活動的に、より生産的にと、駆り立てることに成功していますが、静けさによって心の平静が得られ、知的な活動が可能になる、ということには気づいていないのです。

鳥越：現代は、物事や人の行動など、時間の流れが速すぎると感じます。フィンランドでは、いかがですか？

ソタマ：フィンランドの人口はたったの500万で日本のような大国ではありません（笑）。この数字は大きな違いです。フィンランド人は、静けさとプライバシーを尊重する気持ちが強く、日常生活から離れた時を過ごすために田舎に出掛ける、という習慣があります。何も特別なことはおこらない、静かな所でひとりになることを快適と感じ、価値のあることだと思っています。

鳥越：日本人はフィンランドの人々がもち続けているような価値観の多くを失っています。

ソタマ：我々も、多くを失いましたが、フィンランドの建築をみると、とても人間的で、昔ながらの伝統と価値観が残っています。日本とフィンランドの社会は

process.

Kyoto and other traditional places in Japan and Finland have something in common. People there have a strong will to harmonize artificial structures as part of the environment. They also have an understanding that an environment must be presented as a space for contemplation. Contemporary culture is much too inclined toward functionality, hence, spoiling human intelligent aesthetics. By looking into our traditions, I think we can find answers to what we should do now.

*Design of tranquility

Sound and silence, and various elements between them are important components of an

environment. An excellent architectural work creates an environment containing silence. It is very active at the same time. Contemporary environments are just active. We obtain peace of mind by silence, and from that state of mind, we can be involved in intelligent activities. Unfortunately, we do not recognize this.

In order to orient our society into a better direction, it is important to recognize the value of silence and delicacy. One must seriously question why our society has evolved into a society driven by market economic principles which places its highest value on consumption.

*Simplicity played by complexity

Serenity is created delicately from various ele-

* Environment that offers a space for contemplation

In designing an environment, "sound" and "light" are very important. But even if sufficient light is ensured, it is not enough because no consideration is given to human senses. Sounds, light and colors influence humans greatly. Many societies do not understand that these three elements need to be well harmonized with the environment.

In Finland, we value an "tacit knowledge" that is reflected in people's behavior based on their experience. We tend to slight the wisdom of the past generations. To understand the past and to moderately link it to the future is a radical

全くといっていいほど異なっているのに、基本的な価値観が似ています。社会をより良い方向に導くには 静寂や繊細さの価値を認めることが重要で、市場経済原理の優先される社会の、消費にこそ最も価値があるという考え方は、非常に大きな問題です。

鳥越：私たちが共に、古くて新しい価値観を見だし、世界に向けて発信できれば、と思います。

複雑さが奏でる単純

伊坂：静寂を視覚の世界でいうと？ シンプルとの関係は？

ソタマ：静寂とは、ひとつには喧噪の対極であると言えます。また、さまざまな要素によって、繊細に形づくられるものでもあります。伝統的な日本の茶室は、一方でシンプルですが、他方では細部に渡って熟慮されていて非常に複雑であるといえます。複雑な音色が一体となって奏でる音楽が、静けさになり得るように、シンプルとは単純という意味ではないのです。

『静寂』には、風の変化、雲の移ろいや色彩の変化など、気持ちを落ち着かせ、静めるといった多くの要素を含みます。現代の都市環境にはこれらがなく、極めて単純です。ばらばらの要素が、ただわめきちらしているに過ぎずそれが、何も見えなく、聞こえなくさせてしまうのです。

鳥越：フィンランド人が、森や湖に出掛けるのはなぜでしょうか。

ソタマ：フィンランドは歴史の浅い国です。宗教や哲学に準じる伝統的な習

慣はありません。1950年代の終わりまでは農業国でしたが、以降急激に工業国へと変貌しました。都市生活者の一・二世世代前は殆どが地方出身者で、都市に長い間住んでいる人々でさえ、ルーツは田舎にあるということが大きく関係していると思います。静けさと時間は、日常で麻痺してしまった感覚を呼び覚ます何かを、与えてくれるのです。

新宿のような、大都会も必要ですが過剰に抑圧的な環境です。建築の目的は心に安らぎを与える空間を作ること、と言われます。心の安らぎは、自尊心や誇りがつくりだすものです。そして心を安らかに保てば、人は理知的になれるし、自分自身に誇りを感じることもできると言われています。我々が築いてきた環境では、このどちらも持ち得ない。心が安らげる空間がなければ、自分自身や、自分の行いに誇りを感じることはできません。ここで言う誇りとは尊厳を意味します。これは誇りとは別の物です。われわれは、このことをもっとよく考えなければいけないと思います。

(インタビュアー：鳥越けい子・伊坂正人)



ments, even if it is a series of complicated tunes, if they are played in unity the music can be serene. Serenity can calm people's hearts. Modern cities have no such complicated calming elements. They are simply an aggregation of different elements each making their own discordant noises. People become blind and deaf in such an environment. Finland has a short history. Until the end of the 1950s, it was an agricultural nation. After 1960, the country was rapidly industrialized. So, most of the city dwellers today were on the farm until one or two generations before. Even those whose families have lived in a city for long can trace their ancestors in a rural area. The fact

that Finnish people visit lakes and forests for holidays might be greatly influenced by their rural background.

Unless you have a space where you can find relaxation, you cannot feel proud of yourself and in what you are doing. Being proud, in a sense, means dignity as a human. It is different from pride. We should think about this more deeply.

Yrjö Sotamaa / Rector, UNIVERSITY OF ART AND DESIGN HELSINKI UIAH

(Interviewer: Keiko Torigoe · Masato Isaka)

静けさのデザイン

ヨロ・ソタマ氏とのインタビューに、音環境の話から Quietness という言葉が出てきた。現代の Noisy な状況への対概念としてだが、これは視覚の世界にも敷衍できる。今日、我々が目にする状況は、視覚公害と言っていいほどに余りに Noisy ではないか。これを、人を馴染ませる猥雑さと捉えることもできる。しかし、それにしても煩すぎる。

静けさのデザインは、Simplicity で実現できるのか？ 例えば森の中に入り、鳥や虫の声、梢や葉が風にそよぐ音やせせらぎの音と、様々な音があっても静けさを感じる。同様に茶室やなどの人工世界も、多様な素材からなる要素でつくられているが、そこには静けさがある。複雑ななかにも静けさはある。

観光や公共のデザインに対して、景観の整理やマイナスのデザインをという意見がだされている。Noisy なるが所以であろう。しかし求めるところは、全く音のない静寂に似た状況を、と言う意味ではない。

芭蕉の句ではないが、森閑としたなかの蟬の声自身は喧しいかもしれない。しかし心象としては静けさなのである。町中の喧噪のなかではそうはいかない。といって森の中は、町中と同様に実に雑多でもある。JD サロンでエルマンジェラ氏の言う多義な文化が共生している。都市のノイズを森の中のように心地よい風景に変える何かが求められている。静けさのデザインは近代を内省するテーマと言える。(伊坂 正人)

Design for "The Quietness"

Mr. Sotamaa often referred to quietness in his interview in the context of a sound environment. He used this against the noisy city environments of today. This can be true to a visual world.

Can design of quietness be achieved just by simplicity? A Japanese tea house is made of various elements of various materials, yet, quietness is there. The chirring of cicadas may be noisy, yet, the forest is serene as one's impression. But in the bustle of a big city, one can never find serenity.

We need to do something to turn the noises of a city into a pleasant environment such as a forest. (Masato Isaka)

From the Secretariat

事務局から

インフォメーション

エコデザインセミナー

ニューヨークで活躍するウェンディー・ブラウアー女史を講師に迎えたエコデザインセミナー「グリーンマップの世界」に参加しました。「グリーンマップ」とは各地域のエコロジカルな情報を共通のアイコンにデザインし貼り付けた地図のこと。国境や文化圏を越えて環境を理解し共有しようというシステムで、現在25の地域が、印刷媒体やweb上で提供されています。

参加するための厳しい基準は設けていないので、地域間でアイデアのある地図が展開されています。

10月10日、主催：天然デザインフォーラム／ダイヤモンド・デザインマネジメント・ネットワーク／リビングデザインセンター 問い合わせ(株)オープンハウス (03)3578-1458 <http://www.greenmap.org>



フィッティングデザイン研究会

テルモ(株)の協力を得て、10月29日に同社研究開発センターを見学しました。(鴨志田厚子、迫田幸雄、他)人工臓器システム、人工皮膚、マイクロマシンなど先端医療技術の積み重ねていく先と、これからのメディカルデザインとの関係の大切さを強く印象づけられました。

(南條 あゆみ)

EcoDesign Seminar

Ms. Wendy E. Brawer was invited as a speaker for the EcoDesign Seminar (Green Map of the World). The Green Map is a map on which ecological information of the world is given with icons. It is available with a print and web site. (<http://www.greenmap.org>)

Fitting Design Study Meeting

With the cooperation of TERUMO Co., a group of members visited its R&D center. We observed artificial organ systems, artificial skin and micro-machines, and other advanced devices. We discussed the future development of medical technologies, and relations with medical design. (Ayumi Nanjo)

発起団体の総会で批准されたDesign for the World (DW)

DWの発起会員であるID、グラフィック、インテリアの各国際団体が9月末にシドニーで開催した総会でDWを批准しました。これによって、7月のシンポジウムで提案されたプロジェクトをはじめとする「地球をデザインする」活動のより具体的な展開が期待できます。

いわばテーマを共有する当会は、課題の受け入れやプロジェクト参加をオープンにと標榜しているDWに対して積極的に連携をしていきたいと考えています。

JD理事会



7月のシンポジウムを終えて、その報告と理解を含めた理事会を9月22日に国際文化会館で開催しました。国際シンポジウムを契機に大宅映子理事を担当に国際委員会を設置。DWとの連携、中国やフィンランド、オランダ、ロシアとのデザイン交流の推進。観光・公共のデザインに関する会員アンケートの実施。デザイン振興・教育・専門を考える会の検討。会員拡充、事業助成へのアプローチなどが討議されました。(伊坂 正人)

DW ratified by the Founding Associations

International design organizations of ID, graphics and interior design which founded Design for the World (DW) had their general assemblies in Sydney at the end of September, and ratified DW. With this, "Designing the Globe" and other projects proposed by the symposium participants in July in Tokyo will be implemented.

JD Board Meeting

Linkage with DW, designer exchange with China, Finland, Netherlands and Russia, Tourism and Public Design, Formation of study committees on design promotion, education and professionalism were among the agenda items.

編集後記

本誌では、様々なテーマを繰り返し、いろいろな角度から照らし、あぶり出そうと考えています。今号では再び観光を主に編みました。

国連世界観光機構によると、アジア太平洋地域の旅行量の伸び率は年30パーセントの勢いです。日本は、観光支出は観光収入の4倍強(OECD観光統計)と、出向くのは熱心(支出世界4位)ですが、迎えること(収入世界10~11位)に努力が足りません。ここに観光のデザインのフロンティアがあるようです。

さて、1996年登録のユネスコ世界文化遺産に「ヴァイマルと Dessau のバウハウス関連遺産」があることを知り喜んでいました。20世紀デザインの原点を象徴する形が次世代に伝わることとなったのです。一方、バウハウス設立から80年経った現在、私達の中からバウハウスのようなものがズームアウトした感も否めませんが、いま世紀の替りに直面して、閉塞感に悩まされ、出口を見失いかけているデザイン世界に、自らを見つめ直す巡礼の地が加わったのかも知れません。

(迫田 幸雄)

VOICE OF DESIGN VOL.5-3

1999年11月30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

翻訳/林 千根

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

VOICE OF DESIGN Vol.5-3

Issued:Nov.30,1999

Published by Japan Institute of Design

1-2-18 Toranomon, Minato-ku, Tokyo 105-0001 Japan

Phone:81-3-5521-1692 Fax:81-3-5521-1693

Publisher:Kenji Ekuan/Executive Editor:Kunio Sano

Chief Editor:Yukio Sakoda/Translator:Chine Hayashi

Printed by Takayama inc.

Editor's Note

Voice of Design intends to deal with various subjects from various angles. In this issue, tourism is featured.

In 1996, "Bauhaus-related properties in Weimar and Dessau" were registered in the UNESCO's World Heritage List. The starting point as well as the symbol of the 20th century design will be kept for the benefit of coming generations. On the other hand, now that 80 years elapsed since the foundation of Bauhaus, Bauhaus appears to be disappearing from designers' minds. At the turn of the century, when we feel being in a stifling straight jacket, we may visit there to look at ourselves afresh. (Yukio Sakoda)