

Voice of Design

Vol. 7-1

日本デザイン機構
Japan Institute of Design

東京都新宿区高田3-30-14山愛ビル2F 〒171-0033
San Ai Bldg. 2F 3-30-14 Takada Toshima-ku Tokyo 171-0033 Japan
Phone: 03-5958-2155 Fax: 03-5958-2156 http://www.voice-of-design.com

特集

JDフォーラム・詳報

クルマ社会のデザイン1 消費社会の変貌



銀座

現代社会を切るデザインテーマ「クルマ」と「消費」

伊坂 正人 日本デザイン機構専務理事

現代社会を切るデザインテーマ 「クルマ」と「消費」	1
伊坂正人	
JDフォーラム	2
・開会挨拶	栄久庵憲司
・討論	
パネリスト	田村国昭 谷口正和 水野誠一
コーディネーター	佐野 寛
寄稿	21
・クルマ社会とヒト	犬養智子
・クルマ社会のさらなる繁栄をめざして	佐々木亨
国内情報	23
・古都で進められている超小型電気自動車の共同利用システム	
事務局から	24

現代社会を切る視点として「情報社会」や「高齢社会」が大きくクローズアップしています。同様に人の移動という側面も現代を特徴的にとらえることができ、かつ多くの課題を孕んだ視点です。とりわけ近代化の中で様々な移動手段を作り出し、移動の距離や速さ、そして恩恵を受ける人の数は近代以前とは比べようもないレベルに達しています。この移動社会に大きなインパクトを与えたものが、内燃機関を抱いてより個人に接近した移動手段の自動車です。

個人の移動の自由という自動車神話は過密なクルマ社会の中で崩壊しつつあり

ます。それをもたらしたのが「近代消費社会」です。消費という言葉は、本来は財を使い切るということですが、産業の高度化、近代化の中で生産に対する消費と位置づけられ、財を入手する購買という面が大きく露出しています。また消費という言葉自身には、浪費という言葉にもつながるようなイメージを持たれてきました。環境問題や高齢化などから生活とりわけ消費のあり方自身の変化が余儀なくされている時代にあって、現代社会を切る視点として「クルマ」と「消費」は重要なキーワードとなっています。

Special Issue Design for a Motorized Society (1) -Changing Consumption Society

Article	1
JD Forum	2
Interactive	21
News	23
From the Secretariat	24

"Automobiles" and "Consumption," the two major design themes in the contemporary society

"Information Society" and "Aged or Aging Society" are often used phrases to illustrate the contemporary society. At the same time, mobility is another essential aspect that characterizes the present society. It also suggests many problems. In the process of modernization, diverse new means of transportation have been developed, which have greatly enabled faster travels for longer distances than before the modern times. The number of people who enjoy the benefits of these new means of transport can be immeasurably large. Above all, the automobile gave the greatest impact to the mobile society. With an internal combustion engine within the body, it allowed individuals to avail themselves of a means to meet their needs and desire to move.

The myth of automobiles as a means of freedom of individual mobility, however, is losing its strength in the current over-crowded motorized society. It is the modern "consumption society" that has caused this failure of the myth.

"Consumption" means to use up materials. In the process of modernization and industrial

JDフォーラム

「クルマ社会のデザイン 1
消費社会の変貌」

2001年6月1日（金）

国際文化会館

主催 日本デザイン機構

パネリスト： 田村国昭
谷口正和
水野誠一

コーディネーター： 佐野 寛



栄久庵憲司

日本デザイン機構会長

挨拶

快活な議論から
アクションへ

「クルマ社会」というのがどうなるかということ、世界が否応なく直面している大きな課題です。そのテーマに真っ向から立ち向かおうというのは、乱暴といえば乱暴なことかもしれません。しかし、誰かがやらなければならないということも確かです。それは誰か、日本デザイン機構があえて名乗りをあげたわけです。「クルマ社会のデザイン」をメインテーマに、第一回のサブテーマとして「消費社会の変貌」に取り組んでみようという気概をもって、混迷している社会に一矢を報い

るということはとても大事なことでないでしょうか。この課題は全世界につながっている問題ですし、今、新しい内閣が結構元気にやっていますが、こういう時代には羞恥心をはずして徹底的に叫び散らす、つまり開けっぴろげかつ快活に問題を投げかけていくということこそ肝要なことではないかと思えます。日本デザイン機構の基本方針では「アクション」つまり行動を起こすということを重要な姿勢としています。今年度も行動する日本デザイン機構ということ、活動の中心に置きたいと思えます。

今、私がチェアマンをしているDesign for the Worldで、国連関係や赤十字の人数名と会議をする機会がありましたが、そこでも「モビリティ」の話が出ました。今、世界中で災害や戦争などで様々な苦しんでいる人達がいる。そういう人たちに物資を運ぶことに対して、非常に苦慮している、という話も聞きました。その方法は飛行機やマストランスポーション、トラック、また個人の自動車等々、まさにモビリティの国際貢献のあり方ということなのです。

今回はパート1でテーマは「消費」ということですが、いずれは文化ということまで言及して、地球におけるクルマ文化というもの一体どうなっていくのか、ということも考えていきたいと思えます。またクルマは、世界中のそれぞれの地域の経済を支えているぐらいの強さを持っているだけに、誰もが関心をもたざるをえない問題ではないかとも思えます。



佐野 寛

クリエイティブディレクター

コーディネーターから

クルマ社会の現状と問題点

それでは栄久庵さんが言われたように羞恥心をとりはらって、大いに活発な議論をしたいと思えます。今日のテーマは「消費社会の変貌」となっています。

なぜ消費社会の変貌が第一回目のテーマか？大発展が続いてきた大量生産・大量消費社会そのものの大転換が求められている。そうした中で、今のようなクルマ社会というものをそのまま発展させることができないということがはっきりしてきた。新しいクルマ社会のデザインを考えることが必要とされるようになってきた。つまり、消費社会の変貌というものがクルマ社会の変貌を促している、というふうに捉えて今日の話を進めたいと思えます。

初めにクルマ社会の現状と問題点というものをざっと確認しておきたいと思えます。ちょっと古いですが、平成10年度の環境白書によると、国内の自動車販売台数が年間で約700万台、保有台数は6500万台。そのうち廃棄される自動車の台数が年間約500万台。500万台の75%がリサイクルされている。また年間80万トンを超えるシュレッダーダストが埋め立てられ

sophistication, consumption came to be considered as the other pole of production. Consumption often means an act of purchasing. It has also a connotation of wasting things.

Today, problems such as environmental issues and population aging are forcing us to review our lifestyles, in particular, our habit of consuming things. "Automobiles" and "Consumption" are essential keywords to understanding the present society.

Masato Isaka, JD Executive Director

JD Forum

Theme : Design for a Motorized Society
-Changing Consumption Society

Period : 1st June, 2001

Venue : International House of Japan (Tokyo)

Organized by : Japan Institute of Design

Program : Panel Discussion

Panelist Kuniaki Tamura

Masakazu Taniguchi

Seiichi Mizuno

Coordinator Hiroshi Sano

Remarks by Kenji Ekuan, JD Chairperson

What will become of "motorized society"? It is a great challenge to the world. It may be reckless to address this theme, but someone

る。アメリカを中心とした米州全体でも、自動車保有台数が2億5000万台に達するという事です。ワールドウォッチ研究所の今年度版の地球白書には、全世界で5億台を超えるクルマが走っていると書いてあります。アメリカを含む世界の自動車広告費というのが240億ドル(2兆8800億円)。同じ年の日本の自動車、自動車関連製品の広告費が2959億円でしたから、アメリカから比べればだいぶ少ない数字だと思えますが、それでも世界の自動車広告費の10.3%を占めています。それらの日本も含めた世界中の広告が新車を消費者に毎日売り込んでいる。そして、世界を走りまわるクルマの数が今や5億台を超えて6億台に向かうという流れを作ってきたわけです。そして毎年何千万台というクルマが廃棄されて、何百万トンというシュレッダーダストが埋め立てられているわけです。シュレッダーダストによる環境汚染問題ですとか、走ること自体が起す騒音問題とか、事故とか渋滞問題、排気ガスによる大気汚染問題、地球温暖化問題、アレルギー問題、道がクルマ優先になることでおきる歩行者疎外問題、クルマが自我拡大の道具になることによっておこる暴走を始めとするいろんな問題等を起こしている。10年前、こうした問題解決の取り組みを宣言した広告が話題になりましたが、公害と騒音と廃棄物の問題はその後ますます深刻化する一方です。

クルマは20世紀を象徴する商品で、20世紀を代表するアメリカ文明のシンボル

です。クルマは人類の生活圏を拡大し、王侯貴族とかブルジョアだけが味わっていた便利さと快適さを我々にもたらしにくれたし、クルマは我々にも手の届くものになった。広告が消費者に呼びかけ、その憧れを膨らますようになった。消費者達は争ってクルマを手に入れ、憧れのクルマに手をさしのべてきた。今もその流れは拡大し続けています。

経済はクルマのおかげで巨大なスケールに発展してきて、その売れ行きが今のグローバル経済の命運を握っている、といっても過言ではない。ところがその一方でエコロジーにダメージをあたえているわけです。しかも中国とか東欧とかでクルマ社会が爆発的に始まっている。その他の地域でもその兆しが現れています。そういう発展が続くとすれば、人間の生活環境も含めた地球環境というのは取り返しのつかない危機的事態に陥る、と地球環境白書は書いております。国でも大学でも研究機関でも、そのクルマ社会の問題解決のために必死に研究をしている。今日もパネリストのみなさんがお話しになるはずですが、クルマ社会の問題は、クルマだけでなく、交通システムとか生活システム全体の問題になっているわけです。そのレベルで解決しないとしょうがないということがある。これも地球白書ですが、クリーンで社会的弱者への公平な交通システムへの道は大きな抵抗にあうだろう、と書いています。その問題解決というのは実に容易ではない。地球白書のその部分をちょっと読みます。『交

通システムの改革に対する抵抗の多くは、世界中どこでも似たような形をとっている。一つの共通の障害は各国行政機関と国際金融機関において運輸政策・土地利用計画・環境保護の各部局の間で責任が分割されていることだ。そしてもう一つの障害は、今日の自動車産業が持つ政治的影響力と、広告力である』

一番必要なのはビジョンを掲げることだと思いますが、ビジョンを掲げるだけではダメで、具体的にどのようにそれを実現するのかということまで到達したい、というふうに思います。

そして重要なことは、我々はデザインの立場でそれを行おうということです。デザインは今のようないかに持続不可能なクルマ社会づくりのために実に大活躍を続けてきたわけです。クルマのデザインから、広告のデザインまで、そしてクルマのためのまちづくりまで我々が全てをデザインしてきたわけです。その手始めに、我々が自分の頭の中に思い描いた21世紀のクルマ社会のビジョンをこのフォーラムで共有し合い、21世紀のクルマ社会の基本構想につなげていけたらいいと考えます。

must begin doing it. Who can do it? Japan Institute of Design has dared to take up "Design in a Motorized Society" as the main theme and "Change in Consumption Society" as a subtheme. I hope we may create a stir in the long-lingering recession. In such a situation, we should pose questions openly, and take action. In a meeting with a number of international organizations and the International Red Cross during the recent conference of Design for the World, mobility became a topic. There are many victims of natural disasters or wars who need emergency relief throughout the world, and those organizations offering relief activities find transportation very difficult. In addition to relief materials, the provision of transportation means can be a great international contribution. We will begin discussing motorized society in Japan but later we will consider the global automobile culture. Since motorcar

manufacturing has strong influence on the economy of every country, we cannot but have interest in automobiles. Kenji Ekuon, JD Chairperson

Vision of the Motorized Society for the 21st Century

Why was change in consumption society chosen as the subtheme for considering motorized society in the 21st century? It is because we need to redesign our motorized society now that society based on mass production and mass consumption is now at a crucial turning point. In other words, change in consumption society is urging change in motorized society.

According to World Watch Institute, more than 500 million automobiles are running in the world today. In Japan alone, 65 million vehicles are used. Advertising expenditure for automobiles exceeds 24 billion dollars in the world, 10.3 percent of which is



田村国昭

株式会社博報堂
事業カンパニー計画管理
室長代理

パネリスト発言 1

日本社会 変化の方向

20のキーワード

クルマ社会に関して、私は消費者ならびにサラリーマンの代表として、日々企業の収益に追われている立場から、資料「will change shall changeなき日本」の20のキーワードに沿ってお話いたします。

タイトルに「されど、受動日本」とつけました。これは、日本がアクティブに世界に対してあるいは国民に対してある種の意見を提案しながら物事を作っていく社会だったのかどうかということです。戦後の消費者の変遷をみた結論からいえば、日本の中に当事者意識としての消費者論は本当にあったのかどうか非常に疑問だ。その立場で、今後の社会がどういうふうに変えられていこうとしているのかをみてみたいと思います。

今消費者は、自身がwill changeするののかどうか、それとも他動的に変えられてしまうのかどうか、という大きな瀬戸際に立っています。

合衆国化さよなら日本

もうすでに企業は合衆国化が進んでいます。この視点をともに理解しておか

ないと、今日のクルマ社会というのはなかなか理解できない。ここ10年日本企業は海外進出をしながら対外資産を2倍に増やし、合衆国化を進めている。その最たるものがクルマメーカーならびに電気メーカーその他です。そうした企業社会のなかで、日本の大学は2007年には全て全員入学ができるという無競争の状況を迎えます。合衆国化に向けて走っている企業は、エリートは日本からは採らない、アジアあるいは欧米から採ると宣言しております。という状況の中で平均世帯数(合計特殊出生率)1.34の少子化日本はどうするのか。第3次の開国が定着するかどうか日本の成功のカギだと、NECの社長も言っています。

市民力の時代

シニカルにいうと50年間これほどだまされ続けた国民も、いよいよ違うのではないかという意識を半分以上持っている。そういうことがNGO・NPOの活躍にもなる。我々サラリーマンは、これからの豊かさとは経済や産業という尺度の他に、市民力がどれだけ強いかによって決まっていくということを認識しなければいけない。どこが一番初めに市民力を引き出すかということが地域行政においても大事だ。そうした意識が根付く社会に、おそらく成長のとまったこの10年20年の間になるであろう。または、なって欲しい。

クラブ社会、同好会社会

地縁血縁の社会から同好の志が単位と

なる。それがこのクラブ社会。私の部でJリーグ立ち上げ研究を始めたのですが、その時のキーワードが「クラブ社会を日本に作ろう」で、それをまずスポーツで立ち上げよう。ただし、日本にはクラブ社会という言葉よりも同好会社会の方がまだふさわしいかもしれない。同好会社会を作っていけるかどうかというのが、豊かさのキーワードだということです。

目出度さも中くらいなりおらが春

例えば1兆円。毎日100万円使ったとしますね。1兆円使うのに2,700年かかるのです。そして666兆円の中長期債務を返さなければいけない日本の中でどういう豊かさがあるのか。したがって、目出度さも半減する重荷を背負っている日本ということです。

エルダリータウン

エルダリー化はどんどん進んでいる。今の60歳以上が日本の金融資産1400兆円の60%以上を持っている、といわれています。この資産をどう動かすかが課題。外資は高所得者層しか狙っていない。しかし65歳以上の人口2000万人の半分が、ギリギリの生活状態である。クルマ社会という面でも、イギリスやスウェーデンでは既にモビリティタウンを目指す中でモビリティカートというのがでています。お年寄りの行動の自由を保障する街作りがテーマになる。

spent by the Japanese automobile industry. The advertisements using such a great amount of money are promoting the sales of new cars all over the world.

Excessive numbers of cars are causing various problems such as noise, traffic jams, accidents, air pollution, global warming, allergies, and so on. In societies where priority is given to car traffic, pedestrians are given little attention. As a motorcar works to expand a driver's freedom, reckless driving and other social problems are occurring. It is not hard to imagine what will happen when car users increase explosively in China and East European countries.

Meanwhile, millions of cars are shredded and disposed of by landfill, causing environmental pollution from shredder dust. The problems of environmental pollution, noise and waste disposal will become increasingly serious.

The automobile industry has been the main engine for the world

economy, but it has seriously affected the ecology of the earth. Desperate efforts to solve these problems are made by the government, universities and research institutes.

We, designers should realize that we have devoted ourselves in designing cars, advertisements, and city planning in favor of cars, all to create an unsustainable motorized society.

But now, we must draw a vision of a sustainable motorized society, share it among ourselves and to consider practical ways to realize it. The vision of a sustainable motorized society should, of course, include transport systems and people's lifestyles.

Hiroshi Sano, Creative Director

20 Keywords to Build a Future Motorized Society

How can Japanese society change or develop in the future? Can Japanese positively act for change, or do we passively react to

家族文化(7, 5, 3, 0)

70・50・30そして0歳という世代間でどういった家族文化をもつのか。クルマに関していえば、かつてのファミリーカーとは違った家族文化をどう作るのかということがもう一度問われている。

アジアは一つマーケティング

アジアでは中産階級というものができており、その人達に対するモデルカーをどこが作るのかということで激しい争奪戦が行われている。そのなかでアジアに位置する日本が彼らのクルマを提供できるのかどうか。

エイジフリー

エイジをこえて人々が協力できるような街作り、あるいはものづくり、組織づくりが本当にできているのかどうか、私はできていないと考えます。年功序列、老人軽視の風潮の除去、バリアフリーの日常化がポイントです。

消費から少費、短大卒長大へ(環境大国)

短いサイクルで大量にものごとを使う短大社会から、長く大切に大事なものだけをという長大へです。大林組その他は百年持つ材木をすでに開発しています。

空気を返せ、水を返せ、木陰を返せ

特に水の問題が非常に大きな問題になっています。中国その他、日本も含めて世界的な洪水が偏在している。また排気ガス、排煙の問題もあります。

歴史はエキサイト

ものごとの基本は歴史の中に発見できる。DNAの中にありますが、そういうものに対しての見直し、そこから出てくる製品の発想があるということです。

サイエンスだよ、諸君(ナノ、生命)

科学・技術立国日本は相当欧米に遅れていることはご存じの通りです。特にナノカーボンといわれるものが生命を握っているということですが、そういったもので日本がリードし、どうバックアップするかということが大事だ。

いつのまにやら、階層社会

日本は80年から90年代に所得格差が広がり、今は株主対雇用または投資家対雇用人の二極化の方向にある。

逆マズローの社会

80年代は自己実現の社会といっていました。今はその基本である生命・倫理そういったものが崩れ去ろうとしている。

死のマーケティング

これは平均年齢で女性84歳、男性78歳の時代、そのマーケティングをどういうふうにやっていくか、それは医療も含めてそうなのですけれども、今後の企業は独自の死のマーケティングを開発し商品化、システム化すれば伸びていくだろうということです。

オーダーメイドでなきや

マンツーマンでカスタマイズされるということで、もうすでにオーダーメイド体制を某クルマメーカーは採ろうとしています。

バーチャリティーの裏表

愛知万博では大型映像が全部なくなって、ウェアラブルな映像で博覧会を見ることが期待されております。バーチャリティーをどう楽しむか、これはクルマ社会でも全く同じです。

尊敬される中堅国家

もうすでにマクロエンジニアリング、あるいはシステムは、アメリカに20年遅れているといわれています。したがって、日本が生きる道は省エネ、あるいは環境技術、そしてコネクティング、中間の技術をちゃんと核にしながら商品を開発していくことに尽きるだろう。特に中国の生産拠点化にはなかなか勝てないということで、その頭で中堅を繋いで行く、というシステムをどうつくるか、というふうに大きく変化している。

ボランティア経済・女性の微笑みに、乾杯

女性はこの11年間に、男性の進学率を遙かにオーバーしました。しかも、明治時代で欧米人が日本を評価するときに日本人の女性、と一番評価しておりますけれども、それがもう一度再評価されてクルマにどう活かされるのか、ということです。女性の知恵を活かさない手はない。

outside forces to change? I would like to consider this question along the following 20 keywords.

1. Following the US model

Japanese corporations are following the ways US companies took a few decades ago by investing their production bases abroad. The two most notable industries are automobile and consumer electrical appliances and electronic manufacturers. These companies state that they will employ elite workers in Asian and Western countries and not from Japan. The key to Japan's future success depends on the opening of its doors to the world.

2. Civic Strength

Many Japanese are beginning to feel that they should be involved in making our society better. The yardstick for evaluating the quality of a local society may be the level of its citizens' participation in the administrative process.

3. Clubs as Social Elements

In addition to the traditional kinship and neighborhood communities, sports clubs, music clubs and other special interest clubs will become important elements.

4. Moderate Income, Moderate Living

The government must repay mid-term and long term liabilities amounting to 666 trillion yen. How can people live an affluent life?

5. Elderly Town

It is said that people aged 60 and over possess 50 to 60 percent of the financial assets of the whole nation valuing 1400 trillion yen. The question is how to foster the use of their assets. On the other hand, about a half of 20 million people over age 65 are living subsistent life.

6. Family Culture

What kind of family culture do couples in their 70s, 50s, 30s and below have? How can a family car be designed which is better from



谷口正和

マーケティングコンサルタント

パネリスト発言 2

地球生活圏の視点

個人化の進行とネットワーク

21世紀を俯瞰したときに、未来を新たに創造する、理想を優先する判断が非常に重要になると思う。その理想を実現する主人公は誰か、21世紀を考えた一つの軸足は、生活者個人、市民個人がより個人化を進行させ、そして地球の中では個人の組み合わせとネットワークの中に置かれる。一人一人が自分らしく生きる豊かさと、自分の判断を優先させ、従来のユニオンの判断を破壊し、創造する。この流れの中で、小泉政権はまさに個人が先行し、従来の既成の枠組みを個人が破壊しているのです。それに個人が最も支持を与え、84%となっているわけです。

個人を考えると、日常生活圏であるコミュニティがどのくらいの規模かという問題がある。一人一人が大事にされて、なおかつ生活におけるサービスが受けられるマーケットサイズが都市を決定する。

個人が主人公とは、個人に対して気づき気配りができるサービス化社会であり、小さな単位を組み合わせ、ネットワークする社会です。そこに住んでいる人が

主人公で、地域の特徴や自然と共生し、丹念にその理想像を最小単位で求めている。新しいクルマ社会の創造もそうした小さなテストエリアによって明らかにされなければいけないのです。

個人が主人公になる社会は、個性が問われる社会です。地域の生活や伝承面での特徴や差異を楽しみに変える。世界を見れば、カンヌは映画祭によって個性を発揮し、熱海ぐらいの都市でありながら世界の都市であるわけですが、日本にはそういう都市があまりにも少なすぎる。地域固有の課題を掲げて、最もサービスできるものを世界に向けて発信できるか、ということも求められてくる。

日常では、きめの細かいサービスという小さな単位を重視する。コミュニティという全体像の中で、この小さな単位が商品化されなければならないと思います。それが新たな地域インフラを形成する。

クルマ社会を考えると、一人一人が自らの、個人的な理由、特徴を持って、解決に勤しむことができる個人が主人公の社会では、誰もが同じような仕組みを持って移動するような幻想を捨てなければいけない。

個々人の願いと行動力を借りて、理想の購買が稼働するように、我々がテストメニューをつくり、市場の中で次々と実践する。日本はエココミュニティネットワークの先進国をつくるいい位置だと思えます。

次の世界のスタンダードづくりの競争

には個人生活圏の個性と差異をネットワークしたインフラをもとに考えなければいけないでしょう。

エコロジストとアーティストを同時に生きる

移動という問題でも、情報化によって一人の中で地球人と個人を同時に生きる時代になりますから、エコロジストとアーティストを同時に生きるようなものです。固有のエコロジストの理想を試験的にも実現し、その事実を情報にしてことを変えることが可能だと思う。この両面に対応し、世界に対して長期移動、中期移動、短期移動の組み合わせに移っていくわけです。長距離移動ではつねにエネルギーの問題に関わり、より複合した移動の仕組みが求められるだろう。

サービスをつくって売ることによって利益を得ることから、それをどう使いどのように活かすかというところに利益を移していく中で、サービスを共同化するような事業が問われていくだろう。

もちろん地球の中では、地域格差があります。いわゆる後進国に対して、先進国の役割でいえば、先鋭的なエコモデル、エコカントリーの創造にむけ集中投資をすることが日本の課題として特に重要です。

あらゆるものを借りっこする時代

人は移動し、居住から滞在へとライフスタイルの概念が転向する時代では、ものを持つという発想からの大きな脱却が

the past ones?

7. Marketing in the Integrated Asian Market

Middle-class populations are on the rise in many Asian countries. Can we offer suitable cars to cater to their needs?

8. Age-free society. I wonder if we can develop our towns, factories or organizations into entities where people of different generations can work together.

9. From Consumption to Use in Small Amounts. This means that we need to manufacture durable things to be cherished instead of mass producing short life products.

10. Give us back the air, water and trees. Floods occur in many parts of the world, while some others are suffering from drought.

11. History

We must review our history to seek the sources of product design.

12. Science

In order to sharpen our technological edge, we should find ways to lead sciences in the world.

13. Class society

Income gaps have widened in the past two decades. Now, people are divided into share holders and employees.

14. Reversed Maslow's 5-Stage Desires

The decade of the 80s was called an age of self-realization. But now the lower stage desires including morality are being threatened by environmental and other problems.

15. Marketing for the Aged

Medical services and other businesses targeting the aged population will succeed.

16. Customized manufacturing. It is already occurring in automobile manufacturing.

17. Virtuality. The enjoyment of virtuality should be sought in a

この地球生活圏の中のでてくる。それは借りるということです。あらゆるものを借りっこし、シェアしていく時代。

市場は使用状況からつくられ、リサイクルそのものを飲み込んだサービスシステムが重要になる。一台のクルマを何回も使えるように時間をシェアしあう仕組みは、ますます移動先では重要になり、そこで体験学習したものを持ち帰り、コミュニティでも海外のホテルと同じようなルームサービスをホームサービスとして受けたくなり、海外で借りることができたクルマを、同じように地域で借りるサービスを求めるようになる。

もの所有からもの使用へ大きく転換すると、何回誰に貸したかで利益を得られる体質に大きく転換する。特に地球社会になれば地球経営そのものが問われ、最小単位の資源エネルギーを使って最大の効果を発揮することが問われるので受注生産が原則になる。頼まれたから、確実に使われるからつくるという形の中で、全体が機能するビジネスの形がでてくるようになるだろうと思われま。

量でいえば、圧縮・厳選生産と、使用価値に徹したりユース化、リサイクル化が大きな市場を形成している。持つことに対してはコレクションのマーケットがでてくるけれども、クルマはコレクションするには大きすぎますから、むしろその国々先々の新しいカルチャースーベニールと呼べるようなものを、コレクションの大きなファクターにして、ここに我々の自己表現としてのコレクションマーケ

ットを形成する。ここでは大きくまた文化特徴が問われると思います。

移動を最小単位化する

これをつないで活性化していく中間がメディア生活圏です。いわゆるメディア人。バーチャル的な存在としての未来を先取りし、そして仮説であっても理想を注文することができるシミュレータ的な個人。この個人が地球人ですから、いってみれば、新しいデジタルネットワークの中で、いろいろなメディアの精度を上げることによって、より移動を最小単位化させる。つまり従来の物理的・合理的・機能的な量で表わされる移動を最小単位に切り替えることです。

情緒的・感動的・芸術的・文化的なことを求める移動は、歩くこととか、非常にヒューマンなところに流れを変えていく。今個人は、情報化社会の色々なチャンネルに対応できるように、モード変更に対して非常に高い資質が生まれています。

もう一つ重要なことは、メディア社会

では、役割を生き、役を見事に演じるという体質も強まることとなります。すぐれた個人をオンステージさせ、誉め、ニュースにさせて波及効果をつけ、同じようなポジションに入りたい個人を増やすという、新たなモデルシミュレーションをニュースとして流し込んでいく。ブロードバンドが、先行的な個性ある事象を放送すればするほど、すぐれたモデルを連鎖的に世界に波及させる。この個人の速度のある動きと予約というものに馴染んでいく行動を活用し、理想を優先させ、なるだけそれを前倒しし、手を挙げてくれる個人を発見し、そこを誉め、ことを動かす。全体の中でいえば、小さな単位を大きなブレイクスルーのテストモデルとして顕在化させて、ニュースを発生させこの情報化社会の活力を使って21世紀の理想の速度をあげていく。こういう全体のマーケットの持っているエネルギーを果敢に活用していくことが重要になってくるだろう。



渋谷駅前

motorized society.

18. Energy saving, environmental engineering and interfacing different technologies are the direction that Japan should go.

19. "Volunteers' Economy" and 20. Women. Women's university enrolment ratio surpassed men's in the last decade. How can women's power be mobilized in improving our motorized society?

Kuniaki Tamura, Hakuhodo Inc.

Networking Small Communities

* Progress of Individualization and Network

It is important to have an ideal-oriented vision of the world in the 21st century. Who will be the main actors to realize the ideal? It should be individual citizens who will think about the ways they live free from conventional practices.

In order for individuals to be the main actors, the size of a

community or a market for their activities must be adequate. In such a society, attention is given to individual needs in service provision. Each community should also maintain characteristics that express tradition or the way people live. Small communities with individual characteristics will be connected in a network.

* Living as an ecologist and artist

For mobility, we must give up the illusion that everyone moves in a similar means and mechanism. We should live as ecologists, and experiment with our own ecological ideas, and publish the experience to help others change their lives into more ecologically favorable directions.

* Lend-and-Borrow Society

In a society where mobility is promoted, and staying for a while instead of living in a place permanently becomes a normal lifestyle, people will depart from the idea of possessing things. Then,



水野誠一

ソーシャルマーケットター

パネリスト発言 3

競争社会から共創社会へ

所有から使用へ、消費行動のシフト

私は、21世紀はいわゆる消費行動自体をパラダイムシフトしていくところにヒントを求めていかない限り解決は見つからない時代だと思います。先日「グローブ」という世界の環境に関心のある議員の集まる国際会議のシンポジウムがありまして、そこで私も自動車やクルマ社会という問題について、短い時間でしたが話をしました。

私は、これからの時代は自動車というものを「所有する」という概念に立つ限り解決できない問題がいっぱいある。例えば、今までの自動車のモデルチェンジのサイクル。あのバブルの頃は2年くらいでフルモデルチェンジをする時代だったのですが、最近はずすがに4年くらいのサイクルに戻ってきている。とはいいいながら、新車をつくり古いクルマを廃棄していく。いくらリサイクルをしているといっても、環境負荷は非常に大きなものになる。そうであれば考え方を変えなければいけない。例えば、クルマ自体を作りかえていく。シャーシーとかボディとかはそのまま活かしてエンジンをバージョンア

ップしていく。あるいはサスペンションなどの消耗部分をバージョンアップしていく。こういう作り足しの発想もこれからは必要となるのではないのでしょうか。佐野さんのお話の中に、ものすごい量のシュレッダーダストがでるといっていました。この問題というのは、いくらリサイクルを進めていってもなかなか解決しません。リサイクルにかかるエネルギーというものを考えたときに、この問題は最後までどうしても残ってくる。こういう中で、ものづくりかたの考え方自体を変えられないか、ということをしあげた。そしたらホンダの役員の方が「話としてはわかるけれど競争というものがある限り、それは絵に描いた餅でしかない」と言われた。しかしそれは一企業ができる範囲、限界を超えない限りできないと申しあげたのです。

「競争」から「共創」への概念転換

私がよくいうのは、20世紀は「競い争う」という「競争」だったが、21世紀は「共に創る」という「共創」に概念転換する必要があるのではないかと。つまり新しいクルマ社会のシステムを共に創りだしていく。

クルマをどうしても買いたいという人には売ったらいい。しかし、買わないですむだけの完璧なレンタルシステムも要る。例えば、マストラフィックの駅には必ず低公害自動車のレンタルステーションがあって、どこに行っても乗り捨てられる。面倒くさい手続きなしにカード一枚でそれができるような交通システム。こ

れは今、トヨタでもホンダでも色々な開発研究がされています。しかしこれが、本当に機能するには自動車業界が企業間の競争を乗り越えて共創、コラボレーションしていかない限り、この問題は解決しないだろう、と申しあげたわけです。

そのためには民間の企業がいくら頑張ってもできない。政府や地方自治体なりが、どういうルールをそこにつくっていくかを検討しなければいけないし、それを受け入れる社会と市場と企業が一体になった取り組みをしなければ問題は解決できないことだ、と思っています。

文化としての自動車と

文明としての自動車の二極化

今の消費を見ていくと、前々から消費社会は二極化するだろうといわれていたのですが、まさにそうなっています。非常に付加価値の高いものを求め、それを所有していきたいというコレクターの消費、この需要というものはいつの時代になってもなくなるのではありません。これを禁止したら社会主義国家になってしまう。そのために払う代償というのは高くてもいい。例えば、私はクルマが好きですから、自動車を持つということに情熱を燃やすのですが、そういう人間には高い炭素税や自動車保有税がかかってもいい。しかし日常の足として、つまり文明として自動車を考えたときには、完全に所有する必要はないのではないかと。完璧なリース、レンタルシステムがあれば、機能としては補完できるのではないかと思うの

providing services and renting merchandise including recycling resources will become important market activities. When renting a car in places of visit will become a habit, people may feel like driving the same car for sometime in their communities. They may like to have room service at home as they enjoy it while staying in a hotel. The economic system will undergo changes as larger profits will be gained by frequent rents of a product and frequent use of services. To sustain the global society, we have to seek the maximum effect from using the minimum materials and energy. Then, production to order will become the principle style of manufacturing. The production of selected products, their reuse and recycling will be important factors in the market.

For things bought and possessed, there will be collector's markets. Cultural souvenirs of different places will become major merchandise as tools for our self-realization. Cultural characteristics

of small communities will become marketable items.

* Minimizing people's movement

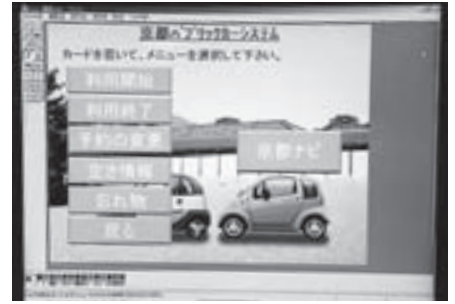
People can have sports and cultural opportunities within walking or bicycling distances of their homes to satisfy their emotional and artistic desires.

To connect and vitalize small communities, communication media will play an important role. Persons with foresight and global horizons will present information in digital networks that will minimize the movement of people as much as possible. In such a society, a model person can be introduced widely to encourage others to look up to. Showing a person or community as a model on information networks will multiply these individual cases and expedite the process of realizing the ideals of the 21st century.

Masakazu Taniguchi, Marketing Consultant

です。大事なことは、いいクルマを持ちたいというような文化として自動車を捉える視点と、文明としてつまりトランスポーターションツール、あるいはメディアとして自動車を捉える視点と、この二つは明確に分ける必要がこれからの時代はでてくるのではないかと感じています。そういう意味からも、デザインの概念というのがこれからは変わっていく。

日本デザイン機構ができたときに、私はソーシャルデザインをぜひ共通のテーマとしていただけないかと申しあげて、それが採用されて取り組んできたのです。これはまさにデザインという概念の拡大です。ものをつくる、ものの形を決めるデザインからもっと大きくシステムのデザイン、社会のデザインをしていくということです。まさに、この時代はそういった大きなデザインの概念というもののなかで考えていかなければいけない。よく私は、その最たる例としてケータイ電話を挙げます。今、ケータイのハードウェア自体はほとんどただに近いもので、ハードのデザインというのは、もう「なんぼのもんじゃい」ということになっています。しかし、そのケータイがこれだけ機能して受け入れられているのは、ケータイ電話のシステムがしっかりとデザインされているからです。しかし、そこから派生する社会問題、社会環境に対する負荷の問題、こういうものも含めたデザインが要求されてくる。こういう考え方からも、やっぱりデザイン概念というものは、どんどん拡大していく。



小型電気自動車の共同利用システム 写真提供：(株)最適化研究所 P23記事掲載

消費社会のあり方を含んだクルマの提案を

日本デザイン機構が、クルマ社会のデザインを提案していくということは非常に重要な意味を持つと思います。それはなにかというと、こういった消費社会のあり方を含んだクルマというものを、しっかりと考え、提案をしていくことに尽きるのではないかなと思います。ですから私たちは必ずしも、今、社会の風潮として環境問題がある、環境問題があるからマストラフィックで自動車は罪悪だという考え方には立つべきではない。なぜならば、マストラフィックはマストラフィックで大きな環境問題を抱えています。例えば、大型バスがお客も乗せずに

ただ走りまわっている。これこそが非常に大きな環境問題です。我々が本当に求めるべき、消費の姿からのあり方というのは、例えばオンデマンドの無駄のない交通システム、これを考えていく、こういう視点が必要だと思うのです。環境問題だけからの視点ではない、エコノミーとエコロジーというものをどう両立させるかが、21世紀の重要な課題です。その両立をさせるためには、やはり人間の知恵と叡智というものを発揮させなければならぬ。そのときには、さきほど申しあげたような文化と文明という二つの視点を明確に使い分けることによって、この解決は見つかっていくのではないのでしょうか。

Culture and Civilization

* From Possession to Use - Shift in Consumer Behavior

We have to see a change in consumer behavior, otherwise, it is very hard to find solutions to various social problems that we are faced with. In the coming age, there are many problems that cannot be solved as long as people stick to the idea of "possessing cars." The cycle of motorcar model change, about 4-year cycle, is too short. At each model change, a large number of old cars are disposed of. Even automobile manufacturers are trying to resell them and recycle parts and components, the industry as a whole is causing a great burden on the environment. One solution might be to change our concept of the vehicle structure. For example, we redesign vehicles to allow only the engine or suspension upgraded leaving the chassis and body as they are. Replacing components in this way might be necessary in the future. I told this idea to an executive

director of Honda Motors and he said, "I can understand that as a theory, but it is difficult to implement as long as there is competition among automobile manufacturers." Of course, it is not possible for only a company to do.

* From Competition to Joint Development

You can sell motorcars to those want them by all means. But there should be a perfect rental system to allow many people to use motorcars without buying them. For such a system to operate, motorcar makers must collaborate and overcome their competition. The national and local governments must work to formulate and administer rules and regulations. Communities introducing such a system, as well as the market and corporations interested must be involved in the preparatory and implementation processes.

* Automobiles as culture and automobiles as civilization

Some people seek value added cars and want to possess them.

討論

市場価値の創造

屋台骨としてのクルマと

燃料電池の開発競争

佐野: 田村さん、クルマ社会にかけてもう少しお話いただけますか？

田村: クルマ社会といった場合に、二つの側面があると思うのです。日本の企業のいわば屋台骨。国際的にも、やはりクルマが今のレベルをどこまで維持し拡大していくのか、経済的には大きな期待があると思います。一方で一番大きな問題は、次の燃料電池の開発競争で、どちらの方式が世界のスタンダードになるかということ、日本にとっては大きなテーマだろうと思います。というのは、ガソリンから水素を取り出す方式と、空気から取り出す方式と色々あるのですが、その場合にオイルカンパニーならびにメジャークラスはやはり前者を採っていくだろう。フォードなどがやろうとしているのですが、どういったものが革命的かは、あと5年以内にそれぞれ具体化します。したがって、あと2、3年の勝負ということなのです。

こうした中で見逃してならないのは、やはりエネルギー政策の大きな転換。クルマ社会や環境から考えると、これに対してどう日本が対応するかが、何にもまして優先する。外交や科学技術施策の努力とか、メーカーも含めて対処しなくてはもう後戻りできない。

一方、後進国という言い方はおかしいですが、中産階級がでてくるアジアマー

ケットの環境問題についてはノーコントロール。そういうときに日本のクルマメーカーも含めて、欧米とは別にどう貢献できるか、ちゃんとしたシステムを提案できるのか。それが小泉・真紀子さんにできるのかどうか。環境・資源への戦略的対応。こういう視点をなくしたクルマ社会論というのは現実にはあまり意味がない。

エルダリー大先進国としての日本の努力を

田村: 日本は世界でもエルダリー大先進国なのです。もうスウェーデンでは行われている、モビリティショップがあるような、ユニバーサルデザインを考えたエルダリータウン、この社会におけるモビリティはこうだというものを経自動車発想で開発をしていく。日本がもっとも世界に対応できるのは、軽自動車のつくり方だと思っています。韓国や中国もそうですが、いずれエルダリー先進国になってきます。その市場がちゃんと取れるのだということです。もうすでにエレクトロニクスメーカーは、自ら老人ホームなどの経営に走っています。

オーストラリアにバララットという街があるのですが、そこに行きますと、信号近くのサインが全部おじいさんとおばあさんが手をつないでいるマークなのです。信号や交通の標識を含めてみんなエイジタウンになっています。建物でも全部に凹凸ができています。なぜかという、寝たきりの人が天井の凹凸を見ることによって刺激を受けて活性化していくのです。

モビリティとクルマのあり方を提案して、そこに新しいマーケットをつくるという努力を、そろそろ日本はしていないのではないかと。やはり文化文明に貢献する企業が、私は一社でも二社でも、ぜひ出てほしい。大きな経済を維持するには、そういう手もあるのだということ、社会に発表していくことは非常に重要なことだと思います。

佐野: 水野さんから「共創」というお話があって、また日本としてのエルダリータウンをつくるというお話がありました。難しいのは、現在ある社会から新しい社会に移すということ。そこに政治の役割というのがあると思うのですが、どうやって今のお話のようなことを実現していくか。

制約や規制から生まれるビジネスチャンス

水野: 結局、今は規制緩和の時代ということで、なんでもかんでも規制緩和に突っ走るといのが、日本のまだ未成熟なところですね。私は環境問題とか、今のエルダリータウンの発想もそうですが、国がきっちりとしたビジョンを持ったら、新しい規制もつくりながら政策、経済の方向性を示していく、これが大事だと思います。特に環境問題について規制は非常に重要です。よく規制問題については企業の方とも議論になるのですが、例えばフロンガス、これは地球温暖化の問題で非常に悪者とされている。フロンガスをなくしたら生産のコストとか生産の効率は悪くなるという。しかし例えば、N社

Demand in cars to cater to this type of consumer will never cease to exist. I am an automobile fan, and I want to have a car I like, and I am prepared to pay a CO₂ tax. But there are some other people who consider cars simply as tools for transport. They do not think it necessary to possess one as long as there are sufficient rental services, or other means. In the future, we may consider these two viewpoints separately, a cultural aspect to have and drive good cars and a civilization aspect just to use them as tools.

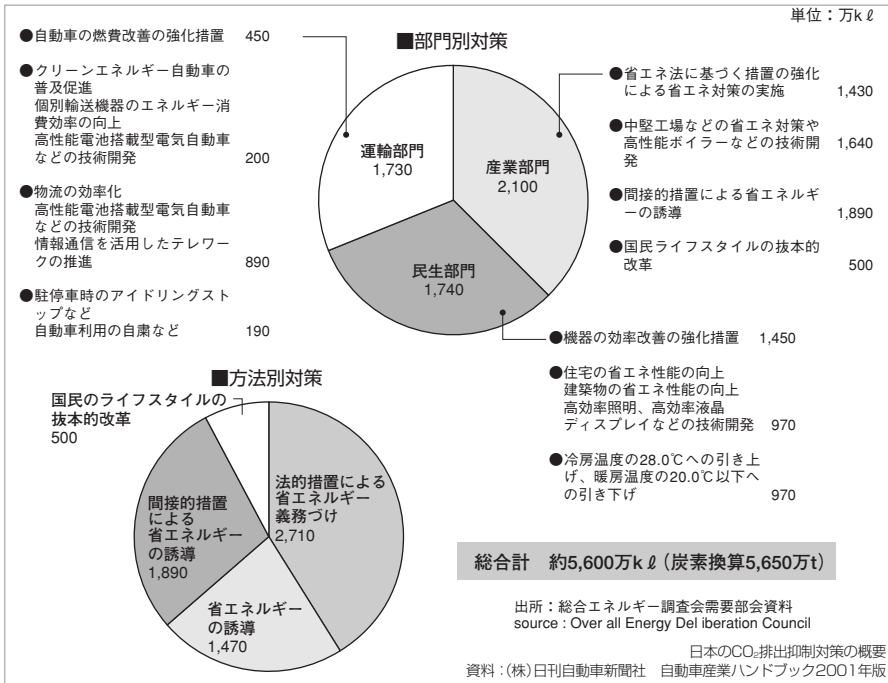
I advocated the idea of social design and have proposed that designers should have broader horizons to design social systems and a society itself beyond the traditional design work. Designers must consider potential social problems and burdens to society to be caused by the spread of merchandise. Thus, the concepts of design and roles of designers are increasingly widened.

* Designing a Motorized Society incorporating consumption activities

It is significant that JD is considering the designing of a motorized society. At least, we should not take a position that mass transportation means are good while motorcars are ill, because of the environmental problem. A large bus running with only a few passengers is a source of pollution.

To serve users best, for example, an on-demand transportation system could be developed. This is an important approach. The most important thing is to make the economy and ecology compatible. In considering this, the cultural and civilization viewpoints may be helpful.

Seiichi Mizuno, Social Marketer



さらに一步、環境先進国として生き延びていくには、日本がやはり正しい良い規制を適宜つくっていくことではないかと思うのです。

佐野：今のお話は大変重要だと思います。要するに政治の側、政治あるいは行政が規制という形で、ある方向付けをする。その方向が定めれば、それに対して先行投資ができる、先行投資で大金を掛けたとしてもそれが成功をもたらせば、その会社にとって未来は明るいものになる、ということだろうと思います。

谷口さんはさきほどサービス先行ということで、エリアモデル、サービスモデルというモデルを先につくって、それを成功させて消費者の気持ちを誘導していく、ということを言われましたけど、今のお話と重ねてお話しいただけませんか。

が精密部品の洗浄にフロンガスあるいは代替フロンが使えなくなった。ではどうしたらいいか。洗浄過程を省いても、回路をプリントできるレーザー捺印機というものを開発するわけです。これには実は開発費に50億かかった。50億かかったけれどそのレーザー捺印機が非常にすぐれた性能を示したことによって、製品の歩留まりが良くなって、3年間でその50億の投資回収ができ、それ以降は非常に利益貢献したと、こんな話を私は聞いたことがあるのです。

今、燃料電池や低公害車の開発についても、企業は莫大な投資をしている。しかし先行した企業は投資が回収できる。ところが今までの日本には、よそがやって

くれたらそれを真似すりゃいいやという企業が多い。後発でやっていく企業はそれがコストになってくる。投資になるのかコストになるのかを考えたとき、今先行投資として考え将来回収していくということが考えられれば、21世紀にとって非常に重要な知恵になると思うのです。ですからフロンは廃止という法律・規制をつくることによって、そういった新しい技術開発が生まれてくる。こういうビジネスのチャンスは、ある制約とか規制の中から生まれてくる。日本は資源がなくてそういう知恵を使って20世紀において成長してきた。これからのビジネスのチャンスということも含めて、日本が環境という問題において他の先進国よりも

ビジネスモデルをきちっとつくる

谷口：未来は現実の中にあるということがあります。わかりやすい事例では、テレビで天気予報のお姉さんをやっている人は、洋服を買っていないのです。初めは自分で買って着ていたから洋服だらけになって、だいたい2週間しか持たないから、また同じ洋服を着ている。これを越えるためにスタイリストサービスを受けるようになり、洋服をつねに借りることによって、よりおしゃれで、よりナウイ服を着続けることができるわけです。本当に好きな服だけは特別にお金を出して買っていい。これはコレクションですね。

別の例ですがホテルに泊まるというこ

**Roundtable Discussion
Feasibility of Elderly Towns**

* Automobile Industry as the main pillar of the economy and the competition in developing fuel cells

TAMURA: The automobile industry is one of the major pillars of Japan. This is true with other countries as well, and the volume of cars to be manufactured will affect the world economy, on one hand. On the other hand, there is fierce competition in the development of fuel cells, in particular, the source of hydrogen. Should it be extracted from gasoline or other substances? Which type of fuel cells become the world standard will be a big question for the automobile industry of the world. As a matter of course, major oil companies are in favor of using gasoline. At any rate, the direction will be defined within a few years time. Naturally, this is a great concern to Japanese motor companies too.

Another important thing is the need for change in energy policies. We must consider this as the top priority issue considering the future motorized society and the environment. The automobile industry and other sectors of Japan should present themselves as a model of environmental conservation to the markets in Asia. Without such consideration, it is meaningless to discuss a future motorized society.

* Japan should set a good example as an advanced country of population aging

TAMURA: Japan is a leader in the process of population aging. Japan can make the greatest contribution with its techniques in producing small cars. We know that Sweden has already established towns for the elderly. There, elderly people are getting around by driving small cars themselves. Japanese auto industry is strong at manufacturing small cars, so we can make a great

とは、部屋を借りているわけです。そこに中期滞在をするということになれば、借りて住んでいるわけですから、借りることにに対しては、我々は何回も練習しているわけです。いい環境があるところはプロがデザインし、プロがサービスしている環境はすぐれた居住空間にもなるからそこに滞在をする。そういう意味で、もうすでに使用モデルに対して費用を払ってサービスを受けるというようなお客が、次々と現れているわけです。そういうビジネスモデルをつくる。ヤナセの人に聞いたのですが、もうずうっとローン払って、新車が来るたびにクルマを取り替えて、永遠にローンを払いきらない人が結構いるよ、と。ヤナセ新車クラブのメンバーで、永遠に会費を払っているようなもので、ひとつのビジネスモデルとしてきちっとやれば、これはあり得る。あるときはこういうクルマに乗り、あるときはこういうクルマに乗る。全部買っていた

らやっつけられないわけです。自己表現の時代で、クルマを持つことだけで自己表現をしても限界があるわけです。

都心に住んでクルマを手放す

谷口：例えば、最近高齢者の間で都心志向が高まり、都心のマンションがたくさん売れている。先般聞いた話ですが、クルマを手放す人が2億3億の部屋を買う、と。普通2億3億の部屋を買った人は、クルマの置ける平置きのいい場所を押さえているのに『いやクルマを捨てたんですよ』といわれた、と。いつまでも自分でクルマを乗り回すということに最近是不安もあるので、むしろ都心だから歩いてもいいけるし、タクシーをすぐ呼ぶこともできるから。こういうサービスを先行させれば、利益はあとからついてくる。こういう気配りに対してコストを担えるという顧客がいる。ここに一つのモデルを見ることができ。こういうことと行政のビジョン

がつながって理解されたときに果敢に支持され、先行するモデルに対しても高い支持が集まる。規制は常にチャンスですが、このビジョンがきちっとコミュニケーションできないうちに、規制だけがでてくると『なんでそんな目に遭うんだ』みたいな話にもなる。この辺はコミュニケーションの問題として重要だと思うのです。

理想社会というものに対して絵を描くということが、今もっとも重要。エネルギーの問題でも公害の論理を越えて、地球と一体化した経営のモデルを描き、サービス産業としてのカービジネスをトライし、サービスメーカーとしての体質に変わっていければ、適中適正生産ということになる。

私は京都の出身で、祇園がいつまでも綺麗なのはなぜかという、京都市が持っているのです。それを女将さんに貸してあげるのです。その家賃で直してくれるのです。売ってしまったら、みんなぐし



佃島リバーシティ21



京都 祇園

contribution as populations are aging in many countries in Asia. By ensuring the elderly have mobility, a town can be adapted to enable them to live independent life. Since the elderly constitute a large market, there should be one or two auto makers catering to their needs.

SANO: Mizuno advocated collaboration among different parties, and the creation of elderly towns. To put these ideas into practice, we need strong political leadership. How do you think these can be realized?

* Restrictions give business chance

MIZUNO: Deregulation is the key for the time being, and everybody is insisting on the need for deregulation. It is a sign that the Japanese are still immature. If the government draws a vision on solving environmental issues, or on the establishment of a town for the elderly, it should present the policies or the direction of policies

while formulating regulations. I consider regulation to be very important for environmental preservation. A regulation prohibiting the use of fluorocarbons because they are one of the major causes of holes in the ozone layer. Since a fluorocarbon is a very convenient agent to clean precision machine parts, and as a coolant used for refrigerators, it has been widely used by different industries. This regulation however led to the development of laser stampers, which enabled the printing of circuits without a cleaning process. The company which developed the new method invested a huge amount of money, but has recovered the investments in three years. Now automobile manufacturers are investing enormous amounts of money in fuel cells and other low-emission cars. In the past, Japanese manufacturers tended to use or imitate what other companies had developed. Those who invest ahead of others usually gain due returns while those who are trying to catch up with front

やぐしゃになってしまう。そういう意味でいうと、一つの特徴や文化の洗練というものは、プロがサポートしてこそサービスとして継続力がある。それを丁寧に直すこともできれば、なんでもできるわけです。むしろそっちに高い価値があるという気がする。

佐野:3人ともつまり、経済的成功と新しいクルマ社会の実現というのは、極めて関係が深い。すると、経済的成功と環境的成功、ここでエコノミーとエコロジーをアウフヘーベンすることができる。谷口さんのエリアモデルですが、例えば、良い方向に回転するには、エリアモデルとしてどこから具体的にそういうねらいを定めてやるか。小さな成功がだんだんだんだんだ大きな成功に回っていくと思うのですが。

21世紀型のコミュニティーモデル

谷口:そういうことです。小さな単位においてシミュレーションモデルをつくって、手を挙げてもらうことによって、そことコラボレーションする。日本のなかで力を失った小型の観光地で、地域活性という問題に対して、何か先行モデルをつくれればそれを見に来るお客さんが増えることもある。これには幾つかの候補が考えられる。例えば、東北の方で青森のあたりに風車が並んで回っているところがあります。ああいうのもうまく並べれば、見るだけでも観光になる。つまりエコロジーは先行モデルをつくれれば当面は学習素材になります。体験学習を求めて移動す



パネリスト

るのが、地球観光時代の最大の眼目です。物見遊山ではないです、これからは。新しい都市モデル、21世紀型のコミュニティーモデルに対して果敢にトライし、実現し、それが戦略モデルであれば、もちろん地方自治体だけではなくて国も応援し、企業グループも応援しとなると、このモデル自身が新しい施策商品として、都市生活の大きな要商品として活力を持つ可能性があると思うのです。

本当のトータルシステムとして 駅前をどうとらえるか

水野:クルマのトータルのシステムを考えていったときに、谷口さんが今大きなテーマとして取り組んでおられる駅前の商店街の活性化の問題というのがありますね。今、なぜ駅前の商店街がダメになってきたかという、大資本の郊外型ショッピングセンターができて、市街地に住んでいるのに、わざわざ郊外のショッピングセンターにクルマで買いものに行く、というライフスタイルができたこ

とがあげられる。ただ、私がさっき提案したような、新しい交通システムが本当に定着していくと、駅前の商店街の持つ意味はすごく高くなっていく。駅前の再開発を考えると、本当のトータルのシステムとしてどう捉えるのだということなしに、ただ駅は高架にします、駅前に再開発ビルをつくり、その中に商業施設をいっぱい入れますというような話をしてもこれは絶対に成功しない。ビジョンを明確に立てていくことが地方の行政とか三セクに、欠落しているのではない。まず必要なのはモビリティということについての新しい提案です。特に自動車とか交通システム、実はこれが伴わないとどうしても駅前というのは活性化しないのです。ですからそんなことも含めて考え方のパラダイムシフトをしないと。商業は商業施設、駅前商店街の活性化は商店街の活性化だけという、シングル・イシューで考えても答えは見つからない時代になっていると思うのですが。

runners must pay more money. In order for Japan to survive as a country advanced in environmental technology, justifiable regulations should be imposed.

SANO: It is an important view. If the government, be it politicians or bureaucrats, orients the industry into a certain direction by imposing regulations, manufacturers can concentrate their investment, both financial and human resources, into that direction. Even if companies pour great amounts of money and human resources into R & D, they can obtain returns, if successful. Economic successes and environmental successes can be compatible. Taniguchi said that if we create a successful area model or service model, consumers will be attracted by it and their desires are directed in favor of the model. A small success can evolve into a big success. Can you elaborate on that?

* Establishing Business Models

TANIGUCHI: A future model often can be found in today's reality. Let me show an easy-to-understand example. TV reporters do not buy their clothes but use a "stylist service." They used to buy their own clothes, but soon, their closets were overcrowded, so they stopped buying, and then, they had to wear the same clothes again in one or two weeks. By using the stylist service, they can wear fancier and fashionable clothes, and only need to buy clothes for their personal use.

Another example. Some people prefer to stay in a hotel and use its professional services. These examples suggest the possibility of creating new business models. Some people continue to make loan payments to a foreign car dealer just as a membership subscription, and whenever a new model is introduced, they drive the new car. If a system is established to allow a person to use different cars at

パークステーション、サービスステーションに

谷口:おっしゃる通りだと思います。駅というものをエリアのライフスタイルでいえばエリアゲート、エリアの出入口を引き受けた門だと考えます。そこでエリアを代表する特徴は、駅前がひとつの表情を持っているだろうか。駅がどのような理想を持って顧客をもてなし、迎えればいいだろうかという視点に立ったときに、そこにホテル的なサービスをつけ加えるような形がある。商店街が今減びていっている最大の理由は、顧客を見ないで自己都合の時間で開けて閉めるというようなことです。新しいサービスを顧客が求めていることに気が付かないで、昔の延長上で商売をしたいと思っている。

駅というものを考えたとき、例えば終電で来た人と始発で来た人は共にサービスを受けられないのが今の駅なのです。駅周辺にあるような商業施設というのは、ほとんど勝手に決めた就業時間によってやっているためです。

駅は、いってみればお客をもてなすた



駅前商店街 (JR浜松駅)

めの一つのサービスステーションだということになれば、もっとホテルのアイデアを大きく投入するべきだと思います。そして駅前には歩いて散歩するというウォーキングパークというような都市への入口というものを考えることができる。

そこに人が集まっているからなんでも売ってやろう、という発想ではなく、実際機能が後ろに引っ込むということになると、駅前はむしろパークステーション、サービスステーションというような概念が強くなり、そのあとに物販がついてくるというふうに変わってくる。

足の悪い人には駅前まで、そうでない人はここで降りて歩くとか、その組立があると思うのです。このことをプライドをもって自分たちの街の理想の実現ということでビジョンを描く。この協働をやらないとやはり箱もの行政が中軸になってしまうのだからと思う。

佐野:そのときに、さっき言われた都心居住。駅のそばにうんと人が住むということがそこに加わってきたら？

谷口:最高ですね。

水野:さっき田村さんが、言われていたエルダリータウンという発想もすごく大事。しかもエイジフリーのエルダリータウンというのが、私は絶対にこれから必要だと思うのです。例えば、アメリカのサンシティというところは本当の意味でのエイジフリーのエルダリータウンになっていないのです。それはなぜかという、郊外型だから。下手をするとエルダリータウンというのは郊外とかそういうと

ころに高齢者を隔離するという発想になってしまう。そうじゃない。やはりもっとエイジフリーに、いろんな人達が入り出ることができるエルダリータウンというものを考えたときに、交通システムとかモビリティはすごく重要な意味を持つのではないか。確かに都心に居住者を増やしたい、そういうものもあるし、もっとダイナミックでドラスティックな政策が、東京はできないけれど地方はできるというところがあると思います。

問題は固定資産税と駐車場

田村:我々も今、商店街の活性化をやっているのですが、一番、商店街で問題なのは固定資産税です。要するに駅前の商店主が、固定資産税を普通の5倍も6倍も払って維持して、そこで商売をしていかなければいけないという問題が一つある。もう一つ、日本の中で買い物の楽しみを奪ってきたのがマイカーとコンビニなのです。機能性を追求する日本人の生活発想から、そうではない時間を共有するとか、あるいはクラブ社会をつくるという思想の転換が要る。それが伴わないで商店街ができるとか、なにか駅が変わったからといっても意味がない。

もう一つの問題はアクセスの問題です。マストラフィックとタウンモビリティと自転車、そしてウォーキングという連携を道路行政も含めて全部やっていかなければいけない。一番の問題は駐車場です。日本は土地の問題があって、パークアンドライドしていく駐車場がぜんぜ

different occasions, this could be established as a business model.

* Living in the city center without their own cars

Recently, elderly people are buying new condominiums in city centers upon selling their assets in suburban areas. Many sold their cars, because public transport networks are closely knit in the city center, and because they can afford to use taxis. Here is also a model.

Regulations often lead us to new possibilities or opportunities. But unless the government explains why regulations are needed, and unless people understand the reasons, they feel "why do we have to put up with such regulations?" The most important thing today is that people can draw a picture of ideal life.

The Gion district in Kyoto is well preserved. It is because shops there are possessed by the Kyoto municipality and are rented out to shop owners. The rents are used to have experts maintain these shops.

Cultural sophistication can be made with professional service support. This also can be a model.

* New Community Model

TANIGUCHI: Small tourist places can be revitalized as ecologically advanced communities. New community models, both rural and urban, should be designed. I have one place in mind as a good example. In a rural area in northeast Japan, some windmills are standing in a row and operating. It is attractive just to look at them. But the place can be a good destination for an ecological tour. The main purpose of traveling in an age of global tourism is not pleasure-seeking only but to have a learning experience. So, this village can present a model. If a model is chosen as a strategic model, supported by local governments and business consortiums. It can become a product to activate a local community.

How can the front of stations be redeveloped?

んできていない。ここが解決すればいろんな意味で他の問題も解決するだろう。

学生は大人の社会をよく見ている

田村:その点について日本の豊かさと環境問題について、学生がどうふうを考えているかというデータがあります。私が教えている静岡の学生に行ったアンケートですが、日本が豊かになるかどうか、5年以内に「豊かになる」と思っている人は全体の14%しかいません。「変わらないあるいはやや停滞する」が全体の74%、「落ち込む」を含めると86%の学生が「変化しない停滞する」「やや落ち込む」と、これが5年以内です。10年以内となると40%近くの学生が「10年後はよくなる」と未来に対しての希望は持っている。私は、短距離的には非常にいい判断してるかな、と思います。一番問題なのは「価格が少々高くても(5万くらい)環境重視のクルマを日本人は買うか」という質問をしました。3年以内、5年以内、10年以内ということなのですが、3年以内に買うというのは21%、5年以内も21%、10年かかる57%、よく見えますね、学生が大人の社会を、信用できないと。それをちゃんと頭にいれて環境の教育を、もう一度直さないと無理です。環境で日本が勝つといっても、欧米の環境教育の素晴らしさに比べると、こんなに遅れた環境後進国はないわけです。

同じ環境とかクルマでも、多面的な分析をしながら手を打っていくというマーケティング国家にはなっていないのです。日本は。情緒的に90%の支持を小泉何が

しにしてしまうという非マーケティングな情緒的国家なのです。ですからクルマもそうですけれども、マーケティングということをきちっと考えて手を打っていくという『大人』になって欲しいな、とこのデータからいいたい。

佐野:さきほど豊かさのキーワードのご説明いただきましたが、学生達はその話を聞いたあとの「豊かさ」ですか？

田村:バイアスを掛けてはいけなくて、この報告はまた帰ってしますということで、ぜんぜんこういう説明はなくて。

佐野:彼らが考える豊かさ。

田村:そうです。ですからその辺、色々差があるとしても、このシンポジウムに関連させて、将来の日本の豊かさと環境とクルマということで質問をしたわけです。で、こういう結果がでました。

行政で一番欠けているマーケティング

水野:観念的な政策、特に環境政策なんかでもとにかく環境が一番だ、というのはこれ実はファッションなのです。かといって経済がこういう時代だから環境なんて

余計なことというな、というのもファッションなのです。ですから、いかに折り合いをつけていくか、これがこれからの日本の舵取りにおいては一番重要なことだと思っています。私は経済界での仕事の経験もありますから、さきほど田村さんが言われたように、今までの行政で一番欠けているのはマーケティング、ということに尽きると思うのです。この辺の話はクルマ社会をどう考えていくかということと無関係ではないのです。

佐野:現実問題として重要な問題は、今年間700万台新車が売れているわけですが、これが一割増えたら日本経済は、株価が上がったりしてすごくよくなる。一割減ったら大変なことになる、そういうようなせめぎ合いというのが現実にあります。多くの方がリストラされたり会社がつぶれたりするわけです。一方では昨日のように今日もクルマをがながん売る、一方では新しいシステムにチェンジをしていく準備をする、そういうようなソフトランディングの方法が一番問題だと思うのですが。



フォーラム会場風景

MIZUNO: The main reason behind their decline is that large shopping malls were built in the suburbs and people go there by car. If the traffic system is to be changed to rental based vehicles, the declining traditional shopping streets in front of stations will have new value. It is no use just turning a station into a high-rise building and housing many small shops. Without well-planned traffic systems, the business in front of a station will not be reactivated.

TANIGUCHI: Another reason for their decline is that shop owners have carried over their old style of business without trying to study the needs of passengers. Passengers using early morning or late night trains find no shop open for them. But these shop owners do not take note of such service needs. A station is a gate to a town and the area in front of it should be an entrance hall where people can walk around and get a feel of the town. It is a service station

for tourists. There could be a park where people can enjoy walking. MIZUNO: The establishment of towns for the elderly that Taniguchi has touched upon is very important. I would like to propose the creation of an elderly town in which interaction occurs among different generations. Sometimes, when we propose a town for the elderly, we tend to isolate the elderly people in an enclosure. Traffic systems will become important means to allow people of many ages to go to and from such a town.

TAMURA: Fixed asset taxes for shop owners in shopping streets nearby a station are too expensive. They are paying five or six times more than others, so they find their business further difficult. Another obstacle is the shortage of land space for parking lots. Even if we plan to introduce a "park-and-ride" system, there is no space for parking. If this could be solved, many other problems would be solved. There are no separate lanes for bicycles and cars, or even for

「古着の方が鮮度が高い」という考え方

谷口:いや、現実では、新車マーケットと中古車マーケットは、既に反転している。アメリカでは中古車ディーラーが利益を上げていて、新車ディーラーが赤字で買い取られていく。顧客はすでに、リサイクルされたもの、リユースされたものの方にむしろ価値を見出し、洋服でいえば古着のほうが鮮度が高いというわけです。これからはむしろ、今まで廃番になりかかったような古いクルマをきちっと修繕して乗ることの方が、むしろ新しい感性ということもあるわけです。だからマーケットの中でいうと、新車だけが支持をされているというような、従来のマーケティングそのものが破綻をしているということなのです。

カーサービスビジネス全体像の中でいうと、次の成長軸というのがあると思うのです。ただ問題はトヨタだと1兆円、売り上げだと思ったりいや利益だったという話ですが。つまり問題は、儲けてなに

に使うんですかという論議が重要です。

水野:谷口さんが言われているのも、僕が申しあげているのもそうだと思うのですが、要はクルマをつくって売るといビジネスモデルから、クルマをいつも最高の状態にメンテナンスして、サービスを供給するというビジネスに変えていくということなのです。ですから、自動車メーカーは『そんなことをしたら新車が売れなくなるじゃないですか』と言われるのだけれども、そうではなくていつも最高にメンテナンスされたクルマを、レンタルしていくリースしていくというビジネスモデルに変えていくことで、決してビジネスとしては破綻しない。

谷口:ええ、六本木界隈の森ビルの開発でも、住むに値する家賃とは何かということに対して、いい部屋をこの値段だったというモデルケースができます。貸せば継続力のあるビジネスです。売ってしまえば終わりです。そういう意味で都市も変わろうとしているということと、

クルマとのつながり具合を考えると、充分事業として成立する。すでにトヨタも新車と中古車を混ぜてやっています。それを全体の中で貸す仕組みまでに進化させられれば、新しい事業が生まれてくると思うのですが。

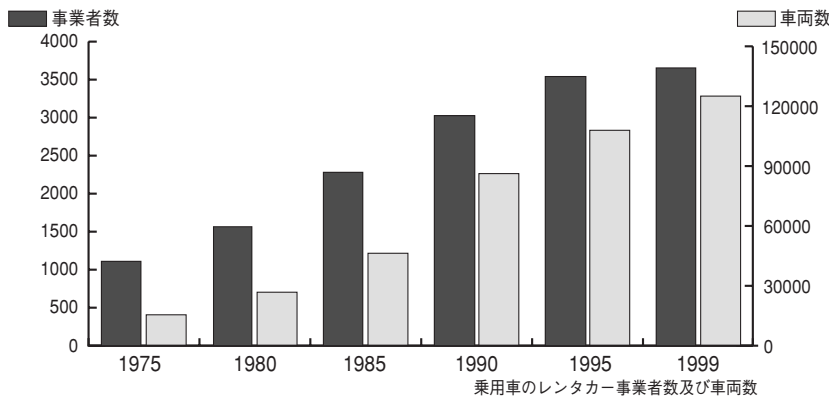
会場からの発言

メーカーからサービス業へ

走る「空気清浄機」をめざす

佐野:会場の諸星さん。あまり会社のことを気にせずお考えをお聞かせ下さい。

諸星和夫(会場):トヨタ自動車の諸星です。今日は大変興味をもって参りました。幾つか重要なサジェスチョンをいただき、来てよかったなと思っています。自動車メーカーというのは自動車をつくるメーカーと、確かにそうなのですが、現実はおっしゃる通りもうサービス業だといっていいと思います。ですから、なぜ新車をつくるかという観点で言うと、今後の例えば環境問題、次のエネルギーの問題というようなことに、まともに対処しようとすると、やはり今の原動機だったら限界がある。さきほどでた、例えば水素エンジン等色々やっています。乗りますとなかなかいいのです。今の我々の乗っているいわゆる炭素エネルギーで走っているクルマというのは、中に別の振動体(エンジン)があります。しかし、今やっているもの、例えばモーターが駆動するものすごく違った体験になります。そのうち乗っていただけたらと思うのですが、これ



pedestrians.

* Marketing is lacking in Japan

TAMURA: Be it an environmental problem or motorized society, marketing is lacking in Japan. We need to analyze the situation from different angles and consider strategies.

MIZUNO: It is fascistic to say that the environment should be considered as a top priority matter. It is also fascistic to say that you should not be worried about the environment today when the economy is so bad. The most important thing to guide decision-making in Japan is how to compromise. In this sense, you are right to say that marketing has been missing in the government decision making process.

SANO: About 7 million new cars are sold every year in Japan, and when this volume is raised by 10 percent, stock prices go up, but a 10-percent decline would cause desperate damage to the industry.

While selling new cars, it is essential for manufacturers to be prepared to adopt themselves with a new system.

* "Used cars are fashionable"

TANIGUCHI: In the United States, the used car market is overriding the new car market. People find greater value in reusing used cars. It may become more fashionable to drive an antique car by storing it perfectly. Under such circumstances, the traditional marketing based on new cars is useless.

MIZUNO: We should change the traditional business model of manufacturing and selling cars to new cars to a new model of maintaining available cars in the best condition for rent and lease. This can be a viable business.

クルマではない、別の感じになるかもしれない。

それから、例えば、走れば走るほど排気ガスをクリーンにしまえばいいじゃないか、と、空気清浄機が走っているという。これはできなくはないのです。やれると思うのです。これから一つ一つをもっと大きな形でサービスとして考えていかないと、企業としては成り立たないと思っております、それが採算レベルであるかどうか、今の問題なのです。

例えば、カリフォルニアに電気自動車を持って行って、ある地域で全面的に電気自動車に乗ってください、というようなことをやってみると、皆さんいいとおっしゃる。利便性としてそれはそれで良いのです。しかし地域というのは、特有の文化がかぶさってきますので、必ずしも利便性だけではない。一方、自動車を持っている利便性ではない部分にあまりこだわってサービスを考えると、高級のところしかいかなさうと思います。もう少し一般的、個人のところに、どういう形で全体的なシステムチックなサービスを考えるかという点で、今日は大変示唆に富んだお話だったと思っています。

特に、駅前話の関連ですが、アジアを回ってきてすごく感じるの、やはり都市のダイナミズムみたいなものは人が住んでいることが基本的要件だということ。そういう中でモビリティを考えたら、クルマのあり方も全然ちがうと思います。まだまだ色々ポテンシャルはあるな、と。そういうポテンシャルをポジティ



ブに、テクノロジーということを中心に、日本でなければできない、最小の小型のものすごく軽量で、スペースエフィシエンスが高くて、日本の製品というのはそういうのが得意ですから、この辺はもう絶対負けなところを持っていこう、というようなイメージを今日は強く持った次第です。

クルマ社会をサービスから組み立て直す 田村 明(会場):

たいへん面白い話を4人の方から聞きまして、私も今日は勉強になりました。駅前話がだいぶでたのですが、日本のまちというのは駅前から発達したのではなくて、本当は駅をまちから離れたところへあえてつくったのです。まち本来のまちがあって、むしろ交通は外に。特に初めSLでしたから、そういうものがかえって障害になるということだろうと離れた。ところがそれが新しい時代になって、今度は駅が中心になって、駅の時代になる。そして今度、自動車の時代で郊外型になる。大きくいうと3段階になっていて、旧中心型、駅前型、それから郊外型と。今、駅前とおっしゃっているのはたぶん中心街的なもの。中心街はもう

相手にしないという意味なのか、中心街と駅前と一緒にして駅と表現されているのか。たぶん後者だろうと思っているのですが。

数年前に大学の最終講義をしたときに、各都市の過去と現在と未来というのを話したのですが、そのなかで95%の商店街はなくなる、ということを行いました。そのあとで突如として自民党が3つの法律をつくって、俗に『まちづくり三法』。私は『まちづくり』をもっと広く使っています。あそこだけが『まちづくり』ではないのです。まちづくりのごく一部なのですが、あれで効果があると思っている専門家は全くいない。それでも政策としては打たれてしまう。

私は政治学科の教師だったのですが、政治のあり方が問題なのです。全部何かに詰まってしまうから手を打つ。事前に手を打つということをあまりやりません。だから、問題をトータルに考えるということがありません。それを繰り返してきたのではないかと思います。

今日のサービスの話でも、今までの詰まってからやるのではなく、考え方を転換して、自動車というのはなんだ、



From the Floor From the manufacturing to service industries

* Aiming for a mobile air cleaner

SANO: We would like to have comments from the floor.

MOROHOSHI (floor): I am working for a motorcar manufacturer. Now I consider the automobile industry to be a service industry instead of the manufacturing industry. From our point of view, one reason for making a new model car is being environment-friendly. If we address the environmental issue and energy issue squarely, the current engines have limits. We tested a hydrogen engine and found it quite satisfactory. At present, cars powered by a carbon energy sources have a vibrating device within the body. But driving our test car with a electricity-driven motor will give you a different experience from the moment the motor begins to run.

Why don't we create a mechanism to purify emission gas? One that the longer you drive, the cleaner the air becomes. It is not impossible to make an air cleaner run on the roads. The problem is how much it will cost to develop.

When we consider these things, we can say that the automobile industry is a service industry. Of course if we are too concerned about services which are not directly related with function, then such services will cost a lot. We must target the public.

Dynamism is a feature of cities. Taking mobility into account for dynamic city life, the style and functions of motorcars will be different from those of today. There is great potentiality ahead of us. If we consider mobility in a crowded city, small cars with high space-efficiency should become the major vehicle. Japan excels in manufacturing small cars, we should display our strength in this area.

サービスの道具である、こういうことから切り出して、そこから展開するとどういうまちづくりがあり得るか、どういう政策があり得るか、ということになるわけです。

私が30年前に書いた論文ですが、都市は解体して草原のような都市になり、人はリュックサックみたいなものを一つ下げて歩いている、そこに生活に必要なものの全部がくっついている。あとは情報だけがそこに結ばれている。もちろんモビリティはどこかで保障されている。そういうアンチテーゼを片一方に思いながら、なぜ人間は集まるのかを考えました。やはりそこには魅力があるのです。人間同士がこうやって顔をあわせて違う話を聞くと、たいへんに刺激的だし、面白いし、生きているなって感じがするわけです。こういう場であってもそうなのですから、もっと開けた場所でやればもっとそうだろう。そういう都市の魅力を片一方できちんと考えなくては、クルマ社会というのも非常に可能性をもちながら、実は解体してしまう。

今お話の通り、サービスからもういっぺん組み直してみることで将来に対して開けてくる。自動車産業も都市もそれで成り立つのです。ただ本当にそう思っている人間がどこにどういるかが一番問題なのです。例えば一番肝心の当事者が、駅前や中心商店街を本当に思っているのかというあまり思っていない。私の感じでは、回りの人間は割合騒いでいます。しかし一番肝心なところに火をつける。それに

はどうするか。これは政治の問題も、デザインの問題も、技術の問題も含めてお考えいただきたいな、と思いました。

クルマが我々に問いただしている

会場:パリではたばこを捨てていい。規制はほとんどなくて、セヌ川の水を揚げて、それで流してしまう。

クルマもやはり絶対に乗りたいたいと思う。人間本来、勝手に乗りたいたい、どこでも好きに勝手に行きたい、という喜びを規制なりルールなりで解決するためには、知恵が要る。人の快適さ、楽しさを度外視して、全体から考えるとどこか行き詰まるのではないか。

ですからトヨタで考えている、走れば走るほど空気が綺麗になる、そんなのは素晴らしいと思うのです。いかにクルマが人間にとって楽しくあるか、クルマの方から我々に問いただしていると思うのです。それを何か規制をつくってという方向に欲しくないな、と。

佐野:規制といってもいろいろありますから。そういうような人間を抑圧するような規制と違うわけですね。



水野:アイデアというか、知恵を呼び起こすような規制というものが必要だと思うのです。

まとめ

新しいモビリティサービスの展開

文化的精神の育成と移動

栄久庵:水野さんが、コレクターを文化とあって、それからもう一つ所有しない、それを文明性と非常に明快だと思いました。それとマーケティングのお話もありましたが、考えてみますと自分のマーケティングもいるのではないかと。自分自身が一体どうなっているのだ、と。私も若い頃は自動車きちがだったのですが、だんだん乗らなくなった。足を使って得た芭蕉の精神がすごく羨ましい。芭蕉が奥の細道を歩いたときはクルマ社会ではなかったからこそ、と思えるような感じ。かつての人はすごい高質なものを得ていたのだろうなあ、と思いながら、自分を重ね見ようとするのもあるのです。

自分自身を見るときに、だんだん年をとってくると、ちょっと近所に釣りに行きたい、でもカバンをぶら下げて行くのはちょっとしんどいな、と。その場合には小型のクルマがあって、その後ろに乗せていけばいい。使う量は数が少ないかもしれないけれど、あったほうがいいと思うのです。その場合にそのクルマ自身が、高級でもなんでもなく、軽自動車のできたならば提灯みたいな軽いもので、た

* Restructuring the Motorized Society from Services

Akira TAMURA (floor): Unlike what is widely believed, towns in Japan have not developed from stations. Stations were first located far from city centers. In the second phase, stations were located in the center of cities. In the third phase, when cars became popular means of transport, stations were constructed again in the suburbs. When you discuss the problem of declining shopping streets in front of a station, you are talking about the second type. The decline of such streets had been predicted already a few decades ago. But no preventive measures had been taken. But one day, all of a sudden, the Liberal Democratic Party submitted three bills that would attempt to check the decline, which did not work. Policy makers always try to solve a problem when the situation has reached the worst level without considering the social context. If we consider cities and the automobile industry from a service

point of view, we should think what kind of city can be developed, and what measures should be taken. New possibilities can be developed. The problem is whether there are people who are really and seriously considering the matter. My impression is that people around the shopping street problem are voicing out their views. But how can the people who hold the key be involved? This is the most crucial point.

* Desire to drive a car, and regulation of driving a car

FLOOR: Even after listening to your discussions, I still want to drive a car myself. If you control the freedom the people enjoy going any place at any time by rules and regulations, you must be very wise. Therefore, the idea of making a motorcar a running air cleaner is enchanting. Driving or motorcars themselves give us fun. So if this idea is put into reality, we can contribute to the environment while enjoying driving ourselves. I am not in favor of regulating driving



天竜川

った一人の人間が乗りますから鉄のかたまりに乗る必要がない、と思っているわけです。

トランスポーターという仕組み。例えば、全部レンタカーにして、電話を掛けたらすぐにきてくれるということが可能かどうか。私はちょっと難しいのではないかな、という感じがします。

道具というのは破壊力と精神の育成と両面を持っていると思うのですが、今はどちらかというと破壊力の方が最初に来て、精神の育成の方をどうしようかという感じになっている。高い質のものはコレクションというお話でしたが、コレクションというのはものばかりでなく、魂のコレクションもありますね。そういう意味で微妙な人間の精神の動きとモビリティの関係で、あらためて水野さんにお聞きたいのですが。ちょっと救いの言葉を。

いつでも誰でも好きなだけ使える システムの充実を

水野: たいへん難しいご質問ですが、今、

谷口さんが言われたことと僕が申しあげたことは同じことだと思うのです。クルマを文化と捉えたときに、栄久庵さんのように、クルマを捨てて歩きたいとおっしゃるのも文化なのです。それから実は私はクルマというのは歴史的機械として興味があるので、現代のクルマはあまり興味がないのです。私は1948年のクルマを、大事に自分でレストアして乗っているのです。これは、1年に1週間も乗るか乗らないかで、ほとんど持っているということに意味がある、しかも排気ガスのものすごく最悪です。それで、普段家で足に使っているクルマはプリウス。これは罪滅ぼしなのです。プリウスは主義主張というのではなくて、文明の利器としてこれほど燃費も良く乗りやすいクルマはない。スピードもでるし安全性もある。文明として私はプリウスというクルマがあれば、もういいのではないだろうかというふうに思うわけです。ですから、文化としてクルマを持つ、コレクションすることだけではなくて、栄久庵さんのように、もうクルマを捨てるというのも、

これも文化だと思います。でも、栄久庵さんどこへ行くにも歩いていくかというところではなくて、ちゃんとクルマがあるので、それは文明の利器としてクルマを利用されればいい。

今のレンタカーは本当にそれに対応できない。レンタカーというのもトヨタとか日産がおやりになっていた頃は料金が高かった。ところが駅レンというのでき、列車で行って、電車から乗り換えてレンタカーを使って、また戻って駅で乗り捨てるというのがシステム化され、料金が安くなる。しかし、これでもまだ不十分なのです。

『スマート』というベンツとスウォッチが共同開発したクルマがありました。最初は駅前にレンタカーステーションをつくって、そこで乗り捨てが自由にできるようなシステムまで開発したいと思っていたのです。ところがドイツのタクシー業界が猛反対をして、そんなことやったら、ベンツをタクシーで使わないぞといって脅かしたという話もあるのですが、ともかくできなかった。

駅前開発が実はその視点でも大事だと申しあげたのは、駅に立派な駅ビルをつくるだけではなくて、そういう完全なシステムのステーションをそこに作ることによって、駅前の活性化というのは逆にできるかもしれないということです。ということも含めて、欲しいとき、乗りたいときに、いつでも、誰でも、好きなだけ使えるようなシステムにならない限り、栄久庵さんのご心配は解決できない。そ

unilaterally.

MIZUNO: Regulations that provoke creativity are needed.

Conclusion Evolution of New Mobility Services

* Cultural Thinking

EKUAN: Mizuno's definition of act of buying and collecting things as culture and of not-buying and possessing as civilization is clear enough. I was crazy about cars when I was young, but I now I am using cars less frequently. I find walking more valuable for myself. But when I go fishing to a nearby river, I find it burdensome to bring a heavy bag there. I wish there were a small vehicle for one person and a tool box. Though I don't use such a vehicle often, I wish there were one. It should not be a delux car. It should not be

a machine made of iron, either. However, it does not seem to be feasible that all motorcars become rental cars and when you call an agency, they will deliver your order.

MIZUNO: From a cultural point of view, it is a cultural preference that people prefer walking to driving a car. I am interested in a car as a historic machine, and not in modern cars. I have long cherished a 1948 model, and keep maintaining it carefully, though I use it only for a week in a year. For daily use, I use a modern fuel-saving car which runs fast and safely. Even if you do not have a car, you may use one when you need, you don't have to walk whenever you go out. But the current rent-a-car services cannot accommodate our needs. There is a rent-a-car system available at large stations. Upon arrival at the station, you can rent a car and return it at the station when you leave the place. Still, it is not sufficient. A perfect rent-a-car system should be attached to train

れから釣りに行くときでも、ふっと使えるというというものにはならないと思うのです。

栄久庵:フランスのある人に、フランスでは自動車をどう考えていますか、と聞いたのです。その人は、自動車の将来は制御機構が進んでいる航空会社が全部所有するだろうと。つまり鉄道もタクシー会社も全部、航空会社が全部のトランスポーターション機構を持つ、つまり資本投下して買ってしまおうってすごいな、変わった話しだなと思って、ちょっとご披露します。

佐野:トヨタも研究しているITSとかIMTSも制御の問題ですから。そうだと思います。

佐野:それでは、最後にみなさん一言ずつお願いします。

水野:今日はたいへん有意義な情報をいっぱいいただきましてありがとうございます。

田村:私の方から申しあげることはないのですが、企業にがんばってもらわないと日本はなかなか再生できないということがあるのです。しかし3%の成長をしたとしても日本の税収は約50兆円。だけど自然増収で1.5兆しかない。これだと地方交付税と国債の利子で消えてしまう。これほど悲惨な状態にあるわけで、日本が3%成長だから、日本の赤字財政がよくなるということはほとんどない、ということを最後に申しあげたい。

全く違うマーケットの顕在化を

谷口:タクシー業界が届け出制度が変わるために、ヤマト運輸も佐川急便もタクシーのジャンルに進出するという話があるのです。これはなにかというと、犬だけを送ってやってほしいとか、おばあちゃんを迎えに行つて病院に呼んできてやってほしいとか、さまざまなニーズがあるのだけれども、今のタクシー業界はサービス精神の衰えた妖怪ですから、サービス業としてだめなのです。メーカーもタクシー仕様ではないようなクルマを売りつけて、安く裾野を形成している。こういう中で、例えば東急がトランセという百円バスを、代官山あたりをくるくるまわしますと、上に住んでいるおばあちゃんなんかはいつでも足を使っていられる。実はそういうカーサービスに対して、サービス業はまだこれからという感じなのです。ここにえらい知恵がでてくると、全く違うマーケットというのが顕在化すると思うのです。そういう意味でタクシー業界を応援するというのも、我々にとって一つの知恵の出所だと思います。今のままだとタクシー業界はいじめっこしかない。京都からきたMKタクシーも今80台しかできない状況ですけど、全部開かれたら、5人で乗れば成田まで送って一人3,000円でいいとか、5,000円でいいというメニューを持っている。迎えに来てくれますし。そういう意味ではサービス業の新しい利益の出し方と、カーシステムの構造というところにもう一つのチャンスがあると思います。



東急トランセ

佐野:今日はいいメニューがでそろうたような感じがします。解決の方向もちらっと見えたような気はするのですが、まだ、隙間だらけですから細かく論議を積み重ねて、本当にしっかりした考えがこの連続フォーラムを通じて生まれていくと素晴らしいと思います。

佐野 寛

(株)モス・アドバタイジング代表。1935東京生まれ。東京芸術大学卒。目白大学特任教授。元東京学芸大学教授。著書「21世紀的生活」(三五館)「現代広告の読み方」(佐野山寛太(文春新書)他多数

田村国昭

博報堂事業カンパニー計画管理室長代理/静岡文化芸術大学非常勤講師。1945年広島生まれ。東京都再生、全社エルダリープロジェクト等のプロデュースを担当。他に、地域計画、マーケティングの講演、執筆活動も行っている。

谷口正和

ライフデザインシステムズ代表取締役社長。1942年京都生まれ。武蔵野美術大学造形学部卒業。マーケティングコンサルタントとしてコンセプトプロデュース、経営コンサル、企業戦略地域活性計画まで幅広く活躍中。

水野誠一

参議院議員/株式会社インスティテュート・オブ・マーケティング・アーキテクチャ(IMA)代表取締役。1946年東京都生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業。元西武百貨店代表取締役社長。95年参議院選挙に比例代表で当選。著書に「知恵のマーケティング」(同文書院インターナショナル)他。

stations, so that every person can use one at anytime for any length of time.

EKUAN: When I asked one French person what French people are thinking about the future of automobiles. He said that an airline company with its organization strength will purchase all transportation companies, including railway companies and tax companies. In other words, one airline company will control all means of public transportation.

* Exploring New Needs

SANO: Please give your final comments.

TAMURA: I hope business companies will make their best efforts to help our economy recover. The national finance is really deplorable.

TANIGUCHI: There are too many regulations for taxi services. Now that the existing regulations are going to be deregulated, major transport companies are planning to enter the taxi market. At present,

taxi drivers cannot carry only a pet from one place to another. They cannot visit an elderly person at home and bring him/her to a hospital. But these transport companies are considering to explore new services. One railway company began running a community bus at a cheap fare, and it is greatly favored by residents in the town. In fact, there are lots more possibilities from expanding such services, or business opportunities. If we are wise enough, a completely different market can be explored. In this sense, we may develop our new potential by supporting the newly entering taxi companies.

We may find areas where we can contribute, considering how to obtain profits from services, and designing the structure of car systems.

SANO: As the initial discussion, I feel lots of ideas have been presented. I hope we can elaborate on these ideas in the coming meetings.



犬養智子

評論家

クルマ社会とヒト

クルマ社会のデザインでは、私は視点を、高齢社会のクルマとヒトの関係に置いて考えたい。なぜなら、ヒトは何歳になっても、自立し、自己充足して、QUALITY OF LIFE——質の高いゆたかな生活、よりよい暮らし——を持って、人生をエンジョイして生きていけることが大原則で、その質の高い暮らしを実現する手段の1つに、何歳になっても自力で自由に移動できることがあるからだ。

クルマは、個人の移動手段として欠かせない道具だ。個人が荷物やペットを運ぶのにも欠かせない。ヴァカンスや友達の訪問にも必要な道具だ。こうした移動の自由は、基本的な人権のひとつである。高齢者も、この自由を侵されてはならない。

けれども、日本では、交通は、道路、鉄道、水上交通、河川、海、湖沼(空路はもちろんのこと)すべてに、官の規制が当然という社会的背景があり、よほど市民が注意しないと、クルマの利用も、まして高齢者のクルマの運転は、官による規制に遭う可能性が大きい。

クルマによるCO₂、NO_x排出をコントロールして、地球環境への負荷を減らす

ことは世界的な急務だ。これにはクルマの構造(技術)、燃料、税制、道路整備などの取り組みが必要だ。だが日本ではこの論議になると、弱いところを突いて、強いところは見逃す傾向があり、産業優先、個人生活圧迫の発想になりやすい。たとえば過去にしばしば言われた石油危機だから「マイカー」——貧しい日本語だ——規制を、というのはこの代表だ。

クルマ社会とヒトの問題を考えると、基本的に大事なものは、自由な市民の立場、生活者の視点である。普通の市民である生活者は、運転手付きハイヤーやタクシー券を持たず、自分でおカネを払って移動する。そのとき、いちばん有利で快適な移動手段を使う。それが、いまのところ、自分のクルマなのだ。頼りになるクルマの代替手段は、いまのところ日本には、残念ながら存在しない。

この問題でいま注意すべきことは、以下に要約されるのではないか:

(1) 個人のクルマを減らすべきで、公共交通を使うべきだという論をたてるヒトは、生活者かどうかをチェックする。官僚、大学教授、「有識者」(この官庁用語は「常識ある教養人」ではなく、団体の役員をさす場合が多いので要注意)は、専門知識があっても生活者でないことがしばしばだ。つまり老人や子供や病人の世話をしない、日常の買い物もしない。仕事人間で私生活を持っていない場合が多い。こういうヒトには、クルマがないと、病院へも通えない、荷物も運べない、という大変さ

がわからない。役職上、運転手にお辞儀されているヒトは、普通の市民が快適に移動するには、自力の運転が最も「不愉快なことに遭わない」ですむ手段だということを理解できるか?

(2) 公共交通の充実とは、絵空事でなく、ぜひ必要だ。鉄道、エアライン、バス、街ではタクシーが親切で安くなること、タクシーのシニア用無料バスも必要だ。でも現状では、公共交通は、老人、子供、病人、ペットと共に暮らす、快適さを求める個人の足にはならない。理由は千差万別だ: 運転手や係員が不親切、バスのストップの場所や路線が不便で遠い、時間が不規則、待ち時間が長い、荷物がのらない、座席に座れない、料金が安い、クルマイスが載らない、移動が快適でない、など。

* 自治体が始めたクルマイス用のバスの運転手が、クルマイスを見ると停車しない、不親切どころか、障害者に嫌みを言う、などの実態が報道されているのに注意。

** 障害者手帳を持っているとタクシー券がくるが、3級で年に20,000円分。これは東京では、仮に片道2千円でも、5回の往復で消える。ロンドンでは郵便局の10分ですむ手続きで、在住外国人高齢者にも証明書が出され、これで大ロンドン圏はタクシー、公共交通すべて無料、ヒースロー空港もただで行かれるという。

(3) 私生活を楽しむことは、人生の大事な目的だ。ヴァカンスは労働に優先する、個

Vehicles and Users

I would like to see design in a motorized society approached from the relations between vehicles and individuals in an aged society. People want to seek the quality of life and enjoy their lives when they become old. One of the factors ensuring QOL is free movement by themselves. Elderly people should not be deprived of their freedom to visit friends, to carry luggage and pets and to go shopping by driving a car themselves.

Transportation means in Japan are all regulated by the government. Emission control is an urgent issue worldwide. This problem, however, must be approached by technological and administrative efforts to improve. However, it tends to control individuals' desire. To verify this, there is an attempt to restrict the age of drivers in the near future.

The important point in considering the question of motorized

society and people is an individual citizens' point of view. At this moment, motorcars are the most reliable and comfortable means of individual transportation.

The following points should be taken into consideration:

1) Those who are involved in policy planning, bureaucrats, university professors and "intelligent people" (often meaning "officers of related organizations") tend to propose that the number of cars owned by individuals should be reduced. They do not represent people who are giving care to children and elderly family members while performing household chores, and do not understand the necessity of cars to facilitate their activities.

2) Public transport systems must be improved as a matter of course. But they do not meet the needs of the elderly, children, the sick and people with pets.

3) Enjoying life is important and vacations should be given higher

人の生きる目的である。クルマはそのための必要不可欠の道具だ。これらが日本ではまるで理解されていない。日本ではヒトは全体のために、つまり国家のために生きるもの、という原則がまだ生きている。産業優先・官優先の日本は、男性主義の国、GNPを上げる働きバチの価値が高く、GNP寄与度の低い女性・子供・老人は価値が低い国。この原則がまかり通る社会では、ヒトは幸福になれない。したがって、この発想を変えるところからスタートして、やっと、高齢社会のクルマとヒトの問題が、見えてくると思う。

(4) 高齢者の運転を制限しようというのも最近はやりの官僚のテーマだが、非常に日本的で、官僚的な考えだ。高齢者の肉体能力は個人差があり、運転能力も同様だ。自分で判断することで、官が規制する問題ではない。若者やバイクの無謀運転やトラックの重大事故などの対策を考えるほうが急務だ。世界各国で、老人は自由に運転して移動しているのを、日本だけ規制したがるのは、官僚の儒教的発想か？ シニアの能力が上がり、また評価される時代に逆行しているし、国際的に見てもおかしな話だ。何歳からを高齢者とするかは厚生白書でも取り上げている。最近はどうも年齢が上がっていて、45歳～59歳の人に問うと、高齢者は70歳以上と答える人が52%、75歳以上が22%。60歳以上の人では、高齢者は85歳以上である、の答えが1/4ある。

(5) クルマ社会とヒトを考えると、「道路を誰がどう使うか」も合わせて、市民の立場に立って考えるべきだ。トラックがわがもの顔に住宅街に入ってくること、高速道路がトラック優先道路のように見える現実、小さい自家用車はトラックにあおられてオロオロ走る、日常化した渋滞と、にもかかわらず高速料金の払い戻しをしないこと（鉄道の特急料金のように払い戻すべきだし——フランスでは払い戻すという——、この金銭的圧力があれば、事故の処理も早くなるだろう）、制限速度の取締だけに熱心な警察のやりかたなど、これからは、個人ユーザーの立場からの見直しをすべきだ。週末やヴァカンス・シーズンには、トラックの交通を制限して、自家用車を優先することがあっていい。モノの輸送が1日で来なくてもいいではないか。その辺にも、クルマ社会で何が大事か、優先順位を再検討する必要があると思う。

21世紀は、与えられた高速道路、与えられた免許証制度など、官コントロールの歴史に閉じこめられた日本のクルマ社会を、市民の目で見直し、使いよいものに変えていくことを狙うべきではないか。脱島国、脱官僚、市民自主をキーワードにしたい。



佐々木 亨

静岡文化芸術大学
デザイン学部
生産造形学科 教授

クルマ社会のさらなる繁栄をめざして

40年間の長い年月、クルマに従事していた小生にとって、クルマ及びクルマ社会の是非についてとやかく論ずるほど、客観的クールにはなり得ないし、また自分が過去にクルマ社会のなかにどっぷり浸り、その恩恵を受けていた被告席の人間であるという認識があるので、どうしても発言するとなるとホットな擁護論に傾かざるを得なくなる。実際のところ小生自身クルマの是非を問うことなど、もはやナンセンスだと思っており、クルマは人間とは切っても切れない運命共同体のようなもので、人間がもし死滅するならば、その最後の瞬間までクルマは人と共に存在するだろうと思っている。クルマはそれほど進化し、人間の諸機能の一



新宿 都庁

value. Automobiles provide an essential tool to enjoy vacations. But this is little appreciated in Japan. The traditional ethic that individuals should devote themselves to the cause of the nation is still entertained. As industrial development is given the highest preference, women, children and the elderly are regarded to be contributing less. If we change this view point, we may develop a new vision about vehicles and people in an aged society.

4) Restricting driving by the elderly is a current topic among bureaucrats.

The physical and intelligent as well as driving competence of elderly people vary from one to another. It should be up to individuals to decide when to stop driving a car.

5) Road administration should also be reviewed from the citizens' point of view. Now, trucks come into residential areas, and express highways look as if they are exclusively used by trucks. At least, on

weekends and during holiday seasons, passenger cars should have a preferential right to use highways.

Priorities in the future motorized society should be examined anew.

Tomoko Inukai, Critic

Further Prosperity of Motorized Society

Motorcars and humans are keeping inseparable relations. A dynamic modern life cannot be guaranteed without cars. It is no use to stop and think about what motorcars mean to us. Rather, we need to consider ways to overcome present and future problems on the premise that humans will continue to use motorcars. Motorcars are the most splendid cultural asset that humans developed in the 20th century. We are responsible for elaborating them further in this century.

I am fully aware that motorcars are causing great burdens to the

部に同化し一体化しており、クルマがなければ現代社会のダイナミックな諸活動が機能しなくなるのは明白である。ここまでくれば、立ち止まってクルマの存在意義を問うのではなく、クルマと人間ありき、これを前提条件として、これから生じる諸問題や種々の障害を如何に克服し乗り切っていくかを考えるべきであると思う。20世紀が残してくれた最も素晴らしい文化遺産であるクルマを、我々は21世紀により高度な文化として発展させなければならぬ義務があるのではなからうか。

とは言ってみても、決して現状のままでよいとは思っていないのである。大量生産によって拡大するクルマの量は、限られた地球の環境に少なからず影響を与えてきているのも事実で、これを如何に克服するかを考えなければならない。この点でクリーンで新時代のクルマといわれている水素による燃料電池車は、ガソリンエンジン車にひけを取らない高性能車としてデビューを待っている。水と炭酸ガスの排出であるから環境にはやさしい。炭酸ガスの増加は、地球規模の緑化計画をグローバルデザインとして国連等で進めることにより、なんとか克服できないものだろうか。人間を初めとして生きる動物全てが酸素を吸い炭酸ガスを排出するわけだから、このクルマが炭酸ガスを出すからといって責める訳にはいかないだろう。地球温暖化の問題は、クルマの次元を離れたもっと大きなテーマであり、賢明なる世界の知性が、21世紀中にな

んらかの方向性を示してくれるものと信じている。

再び本題に立ち戻ってクルマの諸問題を採り上げるとき、頻発する交通事故が考えられるが、この事故内容を分析すると、大分すれば人為的なものとインフラの不備によるものとに分けられると思う。インフラの不備による事故は、綿密な調査に基づき、ハイテク機能を駆使した諸々の施策、例えばクルマの量を感じして信号のランプ点灯時間をケースバイケースで最も妥当な時間に持っていか、幹線道路ではトラックと乗用車のレーンを完全に分けるとか、一般道路でも2kmに1つくらいトイレを常設するとか言い出せばきりが無いが、徹底的にやれば事故の大半は減少すると考えられる。このようにあらゆる障害を根気よく潰す努力をしていけば、人間とクルマの蜜月時代は限りなく続いていくのではないだろうか。人間が過去、狩猟民族として夢とロマンを求めて大平原を馬で疾駆したそのスピリットを唯一受け継ぐクルマを、軟弱化した現代社会において、自由と勇気と冒険を提供する掛け替えのない必需品として、我々はこれからも育てていくべきであると思っている。



2001年2月卒業制作展から(梅津公洋、桑沢デザイン研究所)

古都で進められている

超小型電気自動車の共同利用システム

京都商工会議所や京都府、京都市などでつくる京都パブリックカーシステム研究委員会は昨年秋から、超小型の電気自動車(EV)の実用化に向けた共同利用システムの実験を開始した。京都市域で実際に走行させて、EVの共同利用を広げる環境整備の進め方や新しい地域交通システムのあり方を提案している。この実験は、日本電動車両協会が新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の補助事業の一環で、委託を受けた最適化研究所と京都パブリックカーシステム研究委員会が三年計画で実施している。

システムを運営する最適化研究所の藤森義弘社長は「利用状況は170~200%で目標に近い結果。ビジネス化には課金システムの構築が要る。携帯電話やインターネットで行えるのが望ましいが、規制の問題も残っている」と言う。同研究会は、さらに観光客や課金などを含めた規模や内容を広げた実験を新たに加え、事業化の方向を検討している。

こうした試みとしてドイツのブレーメン市では、公共交通の定期券所有者が、安い年会費で共同利用の車が利用できるサービスを実施している。公共交通機関との連携を図れば共同利用が交通サービスを補完する役目を担い、結果的に公共交通機関の活性化や交通渋滞の解消につながるシステムとなると考えられている。

(伊坂正人)

environment. We must give this problem top priority. Fortunately, cars powered by electricity made by fuel cells have good performance, as high as gasoline powered cars. They are ready to be marketed in a few years' time. They emit water and carbon dioxide. We may have to launch a global greening campaign to help CO2 be absorbed by trees.

Another important problem concerning motorcars is the increasing number of traffic accidents. Major causes of traffic accidents are failures in driving and poor infrastructure. By employing high-tech devices, we can improve the traffic infrastructure. For example, we can adjust the time lengths of traffic signals by sensing the volume of traffic at a given time. We may separate truck lanes and passenger car lanes, or build public toilets at certain intervals along ordinary roads. These are only a few ideas to reduce traffic accidents.

In ancient times, humans ran around on the plain on the horseback. It is motorcars that replace horses in modern society. As they are indispensable tools in our life, we should improve them.

Toru Sasaki, Shizuoka University of Culture and Art

Public Use System of Super Mini-EVs in Kyoto

Kyoto Public Car System Research Committee, comprising the Kyoto Chamber of Commerce, Kyoto prefecture and Kyoto City, began testing the public use system of super mini-electric vehicles (EVs) last autumn. They run small EVs within the city, and studying how to improve the environment and traffic systems. To make this system a viable business, fare collecting systems must be devised. The Committee plans to expand the testing to include potential fare collecting systems, and the use of EVs by tourists, before putting the system into actual business operation.

(Masato Isaka)

2001年度通常総会報告

6月1日(金)国際文化会館にて2001年度通常総会を開催した。

栄久庵会長の挨拶のあと、伊坂事務局長より2000年度の事業報告および収支報告に続き、壽美田監事より監査報告がなされ、可決承認された。

栄久庵憲司会長は冒頭の挨拶で、多彩なプロジェクトを持っていることがJDの特性であるとしたうえで、新規プロジェクト「クルマ社会のデザイン」についてどうアクションを起こし、社会に投げかけていくか。また、継続プロジェクトをどうアクションプラン化するかと問いかけた。それに対して、JDの組織力と実行力を高め、活動を社会に向けて積極的にアピールすることが必要、との意見がでた。

その方策として、各プロジェクトに関心の高い人を募り「機構」という体制を強化する。他団体・専門分野との連携。また、アピールという点で、ホームページ・VOICE OF DESIGNやDWの煙害用マスク・石山修武理事のペーパートイレの展



上：総会／下：懇親会

示などによる広報活動。JDの考えを打ち出した「日本デザイン機構 Goods」の製作。各プロジェクトを深化させると同時に、新しいデザイン概念の社会化をデザイン運動として振興するなどが挙げられた。

犬養智子理事より、心身ともに元気なシニアに対して、その生活意欲と自己を満足させることも大事として「ユニバーサルデザインからアクティブエイジングへ」という提案があった。

さらに、栄久庵会長より「デザインにはユートピア論があるはず」と、現在のデザインが失っている「デザインの役割・力」についても問題提起された。

役員改選について、現役員は留任、増員に関しては次回理事会に一任することで可決承認された。(南條あゆみ)

やさしいデザインの本、再開

中断されていた「やさしいデザインの本」出版企画が再開しました。現在、犬養担当理事の原案をもとに広報委員会が進めています。

内容は、生活とともにあるデザインの楽しさと考えるべきことを、ユーモアと批判精神を込めて伝えようというもの。子供から大人までを対象に、平易な文章とビジュアルで構成。「世代を渡って読み継がれるような本にしたい」とは佐野邦雄担当理事からです。

この本はシリーズ化を予定しています。アイデアや編集参加ご希望の方、引き続き募集をしています。事務局までご一報下さい。(南條あゆみ)

編集後記

「消費社会の変貌とクルマ」なぞという、よくもまあ大それたことを言ってしまうのが日本デザイン機構の良さであります。人によっては怖いもの知らず、はたまた誇大妄想と断ずるやも知れん。かまうものか、言いたいことはじゃんじゃん言いましょう。恥ずかしげもなく周知のことを改めて口に出し、確認することから議論は始まるのだと、第一回フォーラムコーディネーターの佐野寛さんには言っています。この念押しの議論から、クルマ社会の現状と問題点、具体的な数字とともに、すぐに浮かび上がりました。20世紀を象徴するクルマはエコノミーを支え、エコロジーの足を引っ張って地球をいじめ、21世紀に突進したのです。持続可能なクルマ社会あるいはポストクルマ社会にむけデザインの果たしうる役割について、連続フォーラムで様々な議論が始まりました。他では味わえない高い密度のこの議論に、多くの皆様の参加をおすすめします。(迫田幸雄)

VOICE OF DESIGN VOL.7-1

2001年7月27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、山口秀明、南條あゆみ(事務局)

翻訳／林 千根

発行所／日本デザイン機構事務局 〒171-0033

東京都豊島区高田3-30-14山愛ビル2F

印刷／株式会社高山

VOICE OF DESIGN Vol.7-1

Issued: July.27.2001

Published by Japan Institute of Design

3-30-14 Takada, Toshima-ku, Tokyo 171-0033 Japan

Phone: 81-3-5958-2155 Fax: 81-3-5958-2156

Publisher: Kenji Ekuan / Executive Editor: Kunio Sano

Chief Editor: Yukio Sakoda / Translator: Chine Hayashi

Printed by Takayama inc.

JD Annual Assembly for 2001

JD held its annual assembly on June 1, 2001 in Tokyo. JD Chairperson Ekuan said that having a variety of projects is a special feature of JD. He then asked the members their thoughts on how JD should take action for the new project "Design in a Motorized Society," and how we could make action plans for our continuous projects.

Members proposed that:

-JD should enhance its organizational strength and capabilities to put ideas into actual action.

-JD should publicize its activities, through the Internet, and by showing the social design products for the public, and new experimental products that JD members have created.

-JD should promote a new design concept as a new design movement. Ekuan emphasized the need for designers to present utopianism to people.

(Ayumi Nanjo)

"Easy Design Book" project resumed.

The project of publishing "Easy Design Book" was resumed. The book will convey the pleasure of designing things in our daily life, with a sense of humor and a critical mind. It targets children through adults, and is compiled with easy wording and illustrations. (Ayumi Nanjo)

Motorized Society and Change in Consumption Society

A series of fora was begun to discuss the roles of designers to build a sustainable motorized society or to draw pictures of a post-motorized society in connection with the change in consumption society.

It is a daring theme which, however, suggests what JD is for. As the coordinator of the 1st Forum, Hiroshi Sano said that discussion should start by reconfirming what is thought to be common knowledge.

We invite you to take part in the following discussions. We are certain you will enjoy a stimulating and enlightening experience.

(Yukio Sakoda)