TOSHIBA

Leading Innovation

FUTURE DESIGN

vol. 51

2017

安全で快適なエレベーターの
未来をデザインする

祝 開業 5 周年

進化し続ける 東京スカイツリー®

東芝エレベータ株式会社

TOSHIBA ELEVATOR AND BUILDING SYSTEMS CORPORATION

FUTURE DESIGN

安全で快適なエレベーターの
未来をデザインする

2017 vol.51

CONTENTS

特集❶ 祝 開業5周年
進化し続ける東京スカイツリー® 03

特集❷
一人の時間を楽しめる快適空間を極める！ 07

ユーザー訪問●乗り心地、いかがですか？ 第15回
ホテルサンルート彦根 14

連載●お江戸の楽しい歩き方 第7回
田町・品川周辺 18

連載●異国の目から見たニッポン 第4回
フランス共和国編
エマニュエル・ムホーさん 20

連載●がんばる地方都市 第14回
滋賀県長浜市 22

連載●コラボで生まれ変わる伝統工芸 第2回
丸和商業×アンキデザイナーズ
今回の逸品◉バッグ「TSUNAGU Bag」 24

◉今号の表紙

世界一高い自立式電波塔「東京スカイツリー」が、今年5月、開業5周年を迎えました。今回はそれを記念し、東武タワースカイツリー株式会社の酒見重範取締役社長と、弊社代表取締役社長の松原和則による対談を掲載しました。ナビゲーターは、昨年の未来エレベーターコンテストの審査員、モデルのKIKIさんです。東京スカイツリーはこの5年間でどのように変化し、今後どう進化していくのか——対談をご一読いただければ、新しい東京スカイツリーの姿が見えてきます。

アンケートにご協力ください

『FUTURE DESIGN』51号に対するご感想をお寄せください。今回は、東京スカイツリー開業5周年を記念して、プレゼントを2品ご用意しました。ご意見をお寄せいただいた方のなかから、抽選で各5名様にお送りします。

■応募方法
同封のはがきまたはFAX用紙、E-mailでご意見をお送りください。その際、ご希望の商品の番号を必ずご記入ください。

■締め切り
2017年11月30日到着分まで有効。

❶江戸切子グラス
ぐいのみ「粋」

東京都墨田区にある、江戸切子を紹介する専門店「すみだ江戸切子館」で販売している製品です。「粋」の表面には、東京スカイツリーの美しい鉄骨フレームのデザインが表現されています。

サイズ：64×90㎜／容量：100㎖
©TOKYO-SKYTREE

❷バッグ
「TSUNAGU Bag」

24ページでご紹介した丸和商業㈱の製品です（模様は「Roots」で、色は緑がかった青色）。本製品の素材は綿100％で、素材と染料を反応させることで、裏まできれいに染め上げられています。

風呂敷のサイズ：約100×100㎝
革ハンドルのサイズ：5×32㎝

東芝エレベータ株式会社

2017年8月31日発行　発行 東芝エレベータ株式会社 広報室
〒212-8585 神奈川県川崎市幸区堀川町72番地34
電話　(044)331-7001
URL　http://www.toshiba-elevator.co.jp
E-mail　elevator@po.toshiba.co.jp

制作　有限会社イー・クラフト
デザイン　手塚みゆき
印刷会社　株式会社メディア グラフィックス

VEGETABLE OIL INK 地球環境に配慮した植物油インキを使用しています。

特集❶

祝 開業5周年

進化し続ける東京スカイツリー®

東武タワースカイツリー株式会社
取締役社長
営業本部長
さけみ・しげのり
酒見 重範氏

開業5周年を記念して、さまざまなイベントを展開

KIKI 東京スカイツリー®にはこれまで何回も訪れていますが、開業からもう5年もたつんですね！ 記念イベントも話題だったとお聞きしました。

酒見 東京スカイツリーのコンセプトは「日本の伝統文化と最新技術の融合」です。5周年では、お祝いごとで演じられることの多い「小鍛冶」を能の名門「宝生流」の二十世宗家に、ご披露いただきました。LEDパネルに炎のモチーフを映した演出も大好評で、2日間で4000人を超えるお客様にお越しいただきました。

KIKI 飛行機の窓から東京スカイツリーが見えると、今やすっかり東京のランドマークとして街に溶け込んでいると感じます。

酒見 うれしいですね。5周年で実は新しいライティングをデザインしたんです。これまでの寒色系の「粋」と「雅」だけでなく、江戸の賑わいをイメージした初の暖色系の「幟」が加わり、日替わりで3つの色彩を楽しんでいただけるようになりました。

5年間で日本を代表する観光スポットに

KIKI 5年間で本当に日本を代表する観光スポットになったと感じています。天望デッキから見る東京の景観や、東京スカイツリータウン®全体の魅力も素晴らしいですね。

酒見 この5年で、東京スカイツリーに上られた方は2700万人です。東京スカイツリータウン全体では1億8800万人の方にお越しいただきました。タワーだけでなく、商業施設「東京ソラマチ®」も楽しんでいただけるようにと考えてきた結果だと喜んでいます。もちろん、タワーからの眺望は大きな魅力です。私が大好きな東芝エレベータさんのCMにあった、エレベータのドアが開いた瞬間のワクワク感を、皆さんも感じられるのでしょう。大人から子どもまで、エレベーターから降りてこられた時の顔がいいんですよね。

松原 天望シャトルは当社を代表するエレベーターのひとつです。乗り込んでたった50秒、次にドアが開くと目の前は350mの眺望——急速に期待が膨らむ感覚をCMでうまく表現できました。エレベーター自体も、皆さんの概念を超える技術と性能を実現できたと思います。

性能と意匠から見た天望シャトルの魅力

KIKI 天望シャトルは、東芝エレ

世界で一番
愛され、
訪れたい
タワーに！

祝 開業 5 周年
進化し続ける
東京スカイツリー®

ベータさんにとっても特別なエレベーターなのですか。

松原　私たちはこの50年間、高速エレベーターの領域を得意とし、技術を磨き続けてきましたが、天望シャトルは、間違いなくこの50年の高速大容量技術の集大成です。最大40人ものお客様をわずか50秒で地上350mまでご案内する際の最高速度は、毎分600mにもなります。もっとも、きめ細かく加速・減速の調整を行っているため、スピードはほとんど感じられないはずです。実はそこも自信のあるポイントなのです。

酒見　性能に加えて、天望シャトルの四季をモチーフにした内装も素晴らしいですよ。

松原　伝統文化を活かすというコンセプトにも応えられるよう工夫しました。

酒見　当初は、タワーの高さが原因で風の影響を受け、安全のためにあえて止めなければいけないこともありましたが、それも見事に解決してくださいました。

松原　新たな部材の開発やタワーの揺れによる共振の抑制など、私たちの技術力を充分発揮することで、ご期待に応えられたと思っています。

「面」での連携を強化し、集客力を向上

KIKI　2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催され、その先に開業10周年があります。今後さらにお客様が増えると予想されますが、どのような展開を考えていらっしゃいますか。

酒見　東京オリンピック・パラリンピックは東京スカイツリーを世界に知っていただく大きなチャンスです。それを積極的に活かすために外へ向けた情報発信を準備していますし、同時に受け入れ体制の拡充にも注力しています。私たちは当初から、タワーだけでなく、東京ソラマチを加えた「タウン＝街」としての魅力が重要と考えてきました。今後はさらに墨田や浅草まで広げた「面」での連携と楽しさを強化して集客力を高め、観光立国の一翼を担えるスポットへと育てていくつもりです。「世界一愛されるタワー」、「訪れたいタワー」を目指して頑張っていこうという気持ちです。

松原　それにお応えするためにも、私たちは天望シャトルの安全・安心・快適を維持する必要があり、絶え間ない日々の保守業務によって、これに対して真摯に取り組んでいます。

　一方、特別で高度な技術を必要とする、こうしたエレベーターに挑戦し、ご納入することは、私たちが成長するきっかけにもなりますので、今後もお客様に支えられながら挑戦を続けていきたいと思います。

東芝インフラシステムズ株式会社
取締役常務
東芝エレベータ株式会社
代表取締役社長
まつばら・かずのり
松原 和則

◉ナビゲーター
モデル
KIKIさん

©TOKYO-SKYTREE

［左］開業5周年を記念して、新たに登場したライティング「幟」。従来の「粋」と「雅」がそれぞれ江戸の粋と華やかさを表現しているのに対して、江戸の賑わいがモチーフになっている。

［右］能の名門「宝生流」の二十世宗家・宝生和英（かずふさ）氏による「小鍛冶」の舞台。炎をモチーフとした迫力のあるVJ映像が、背景にあるLEDパネルの屏風に映し出され、能舞の臨場感を盛り上げた。

※VJ：ビジュアルジョッキーまたはビデオジョッキーの略。音楽やパフォーマンスに合わせて、スクリーンに映像を流す人や手法のこと。

COLUMN

1人でも多くのお客様を天望デッキへご案内するために

　東京スカイツリーは自立電波塔として世界一高い。その地上350mの天望デッキへお客様を運ぶ天望シャトルは、開業後、さまざまな課題と直面することになった。その1つが強風によるタワー本体の揺れとエレベーターのロープとの共振。お客様の安全のため、計画に基づいてエレベーターを止めざるをえない状況も発生した。東京支社 整備部 整備グループの小川英樹と斉藤智昭は言う。

「強風時でも充分な安全を確保できるエレベーターにすること――それが私たちの使命でした」

　小川と斉藤は、ほぼ2年間にわたって4台のエレベーターの高性能化工事の現場を担当。綿密な作業計画を立案し、1台あたり126～187日のスケジュールで作業を実施した。現場を指揮した小川がその際の思いを語る。

「4カ月から半年も改修機を停止させての工事でした。お客様に少しでもご不便をおかけしたくないので、結果的にすべて予定よりも早いお引き渡しに成功しました」

　改修内容は、乗り心地等の基本性能は維持しつつ、新開発の部材を使用したロープの採用、かご室の軽量化、新制御システムなど、多岐にわたった。その結果、強風によるエレベーターの揺れは大幅に改善され、強風時でも安心してお客様を天望デッキにご案内できるようになった。

　小川と斉藤は口々に言う。「保守作業と同様、作業は営業時間外が基本。しかも長期間に及びました。苦労もありましたが、強風の日でもお客様が天望デッキに上がる様子を見た時、辛かった思いはすべて消え去っていました」

東京支社
整備部 整備グループ
チーフフィールドエンジニア
おがわ・ひでき
小川 英樹

東京支社
整備部 整備グループ
チーフフィールドエンジニア
さいとう・ともあき
斉藤 智昭

東京スカイツリー天望シャトルを最前線で支えるのは、隣接する東京スカイツリーイーストタワー®に入居する
東京支社 東京東支店 墨田営業所と、東京東支店 品質管理グループのメンバー（背景は天望シャトル「春・桜の空」）

進化し続ける 東京スカイツリー®
祝 開業 5 周年

天望シャトルの安全・安心・快適を支える日々の保守業務

何もないことが一番の喜び

天望デッキと地上を日々〝当たり前〟に往復するのが天望シャトルの役割だ。そして、その〝当たり前〟を支えるものこそ、東芝エレベータが担う絶え間ない保守の業務である。

5年にわたって現場を担当し、何もないことを何よりも願っている墨田営業所の山崎勉は言う。

「4月の法定点検に加え、毎月6台※のエレベーターをそれぞれ2日間にわたって点検しています。お客様から営業時間内に気づいたことの申し送りを受け、最初はエレベーターに乗り込んで各可動部の確認、次に機械室やピット内機器の点検、それから年間整備計画に基づいた重点項目の点検を行います」

同僚の玉城智が続ける。

「点検作業は通常、山崎または私を含む3人1組の2チームが担当し、作業は23時から翌朝の6時までに行います。天望シャトルが通常運行できる背景には、私たちの点検作業に加えて、営業所や品質部門、さらに全社からの支援があると感じています」

山崎や玉城を最も近くでサポートしているのは、東京東支店品質管理グループの杉山尚重だ。

「私たちの部門には保守チームから点検作業の日報が届きます。そこから不具合となりうる芽を早期に抽出し、開発部門や設計部門とも情報共有して、天望シャトルの運行を支えるのが我々の役目です」

〝当たり前〟の提供が誇り

「東京スカイツリー®は、〝規格外〟のことが多いので、保守業務には、通常の技術に加え、機械の状態に対する〝感性〟の高さが必要です。どんな細かいことも見逃してはならないからです」と山崎。その言葉を杉山が引き取る。

「特別な機械なので、現場の能力や経験などに頼る部分は、まだ多くあります。しかし、そういった作業負荷を軽減するのも我々の役割と言えます」

「タワーに来られた方に天望デッキからの眺望を〝当たり前〟に経験していただくこと。それが私たちに共通した、最大の誇りだと思っています」

保守を担当する全員の「何もないことが一番」という思いを山崎が最後にまとめた。

東京支社
東京東支店 墨田営業所
シニアフィールドエンジニア
やまざき・つとむ
山崎 勉

東京支社
東京東支店 墨田営業所
フィールドエンジニア
たまき・さとし
玉城 智

東京支社
東京東支店
品質管理グループ 主任
すぎやま・なおしげ
杉山 尚重

※6台のうち4台は天望シャトルで、残り2台はスタッフの業務をサポートするエレベーター。

今回の水先案内人

おすすめスポット編

◉ライター

朝井 麻由美さん

都市空間編

◉建築家

㈱ヌーブ 代表取締役
太田 浩史氏

◉人類学者

関西学院大学 先端社会研究所 所長
奥野 卓司氏

移動空間編

関東バス㈱　経営管理室 主任
大田 勝昭氏

特別インタビュー

◉建築家

㈱槇総合計画事務所　代表取締役
槇 文彦氏

特集❷

1人の時間を楽しめる快適空間を極める！

シェアハウスやSNSなどが広がる一方で、
1人になれる時間を持ちたい人が増えてきている。
1人で快適に過ごせる空間とは、
どのようなものなのか。
今回の特集では、都市や交通という切り口から
1人の豊かな時間と空間を楽しむ秘訣を探ってみよう。

1人の時間と空間を楽しめるスポット、教えます！

1人の時間と空間の楽しみ方を自分なりに工夫し、
実践しているライターの朝井麻由美さんに、
レインボーブリッジから台場公園までの“都会で1人ピクニック”を体験していただいた。

ライター 朝井 麻由美さん

あさい・まゆみ●東京都出身。コラムニスト・泉麻人氏の一人娘。『SPA!』『DIME』『ダ・ヴィンチ』など、数多くの雑誌に寄稿。著書に『「ぼっち」の歩き方』など。

1人のいいところはココ！

最近はシェアハウスやSNS※1などが普及し、人と人とのつながりが重視されている。一方で、〝SNS疲れ〟が話題となり、1人の時間や空間を大切にしようという動きもある。そこで、1人の時間や空間を実際に体験し、そのエッセーを著書『「ぼっち」の歩き方』にまとめている朝井麻由美さんに〝都会で1人ピクニック〟を体験していただき、1人で過ごす魅力などをお聞きしてみた。

朝井さんは、「他人と一緒だと、その相手に気を遣わなければなりませんが、1人だと、ピクニックに100％気持ちを注ぎ、楽しむことができるんです」と語る。つまり、1人だと気持ちが分散しないで、目的に集中できるという。

さらに朝井さんは、「他人と一緒だと、相手の要望になんとなく付き合ってしまう場合がありますが、それを1人でやってみると、自分が本当に好きなことなのか、嫌いなことなのかが、はっきりわかるんです」と語る。知らなかった自分を発見できるのだ。

そして、もう1つ「1人で何かをすることに抵抗のある人、恥ずかしいと思っている人がいるかもしれませんが、自分が思っているほど他人は見ていませんよ」と朝井さんはご自身の体験を通して感じたことを教えてくれた。

まずは人の目を気にせず、自分が行きたい場所で、したいと思うことをしてみる――それが1人の時間、空間を楽しむ秘訣のようである。

本当の1人は難しいが……

とは言っても、家から一歩外に出れば、至るところに監視カメラが設置され、携帯電話等に搭載されたGPS機能で個人の位置情報は追跡されているという現状もある。これら

ほかにもこんなスポットが！

1人の時間と空間を楽しめるスポットは、ほかにもたくさんある。朝井さんがこれまで体験したなかでは、フレンチフルコースや気球、ボートが興味深かったそうだ。朝井さんによると、「つまらないだろうな」と思っていたことを実際にやってみると面白かったり、逆に期待倒れだったりするパターンもあるそう。やってみて気づくことも多いので、興味のあることから、チャレンジしてみてはいかがだろうか。

adventure

◉気球

地上の煩わしさから解放され、
気持ちがリフレッシュされるとか。

dinner

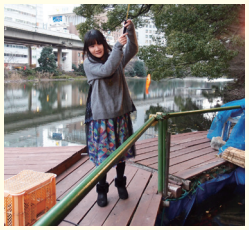
◉フレンチフルコース

個室でのフルコースは、自分のペースで
料理の味に集中できるのが魅力。

outdoor

◉ボート

漕げば漕ぐほど前に進むという目に見えた
成果が出るのが面白さのようだ。



❶東京スカイツリー®を見ながらレインボーブリッジを歩く。山登りをするのではなく、レインボーブリッジを渡って公園へ歩いて向かうのが、都会のピクニックだ！　❷大型トラックも多くて、排気ガスまみれに。　❸橋を渡りきると、道幅が広がり開放的な気分に！　❹歩いて疲れた体にお弁当が染みる。

は、プライバシーの侵害という面もあるが、同時に個人を守るという面もある。都市で本当の1人の空間を確保するのは難しいが、それらをポジティブにとらえ、自分なりの楽しめる空間を見つけてみてはいかがだろうか。

※1：社会的なネットワークをインターネット上で構築するサービスの総称。代表的なサービスとしてFacebook、Twitter、LINEなどがある。

都　市　空　間　編

1人の時間を楽しめる快適空間はこれだ！

“おひとり様”は今後どう進化するだろうか。
今まで以上に豊かな“おひとり様”の空間を
3つのタイプとシチュエーションに分類し、
建築家の太田浩史氏に提案していただいた。

建築家　株式会社ヌーブ 代表取締役
太田 浩史氏

おおた・ひろし●1968年東京生まれ。博士（工学）。東京大学大学院工学系研究科修士課程修了。東京大学助手、特任研究員、専任講師を経て、現在株式会社ヌーブ代表取締役。主な著書に『建築設計資料集成［都市再生］』、建築作品に「矢吹町第一区自治会館」など。

“おひとり様”を巡る現状

SNSやシェアリングエコノミー※2が全盛を迎えている現在、他者と“つながる”ことが注目を集めている。しかし、四六時中“つながる”状態には息苦しさもあり、1人の時間を大切にしたい人も増えている。単身世帯が全世帯の3分の1を超えている現在※3、1人でいる時間は今まで以上に豊かであってほしい。建築家の太田浩史氏とともに、1人の時間を楽しめる空間を考えてみよう。

“おひとり様”の3タイプ

太田氏は、現代の“おひとり様”の空間について3つの提案があると述べる。

1つ目は、見た目は1人だが、実は他者と深くつながっている“つながりへの没入空間”。カフェでパソコンを開いて仕事をする人用に、「より没入できる設備を提供するサービスが増えるのではないでしょうか」と太田氏は語る。

2つ目は、1人暮らしに必要なサービスを届けてくれる“サービスプロバイダー用の空間”。「旅客機や病院では、ボタンを押すとキャビンアテンダントや看護師さんが細やかなサービスを届けてくれます。よく考えて見ると、“おひとり様”用のレストランも、欲しいものを家に届けてくれるネットショッピングや食配サービスもこのタイプで、その需要は増え続けているように思います。最近では、手伝ってほしいことを知らせ合う地域のネット掲示板も盛んですから、そういうサービスに対応した居住の仕組みもありえるでしょう」と太田氏は分析する。

最後は、1人の時間を確保したい人が“独り占めできる都市空間”。早朝の散歩など、1人になれる時間を大切にするタイプの人々だ。太田氏は「人間である以上、誰ともつながらない時間と空間は必要です。1人になれる場所が少ない都市では、人が集まらない場所、空いている店を教えてくれるネットサービスとかも生まれるのではないでしょうか」と語る。

これら3つのタイプの空間について、太田氏にイメージを描いていただいた。

※2：個人や企業との間で、余剰になったモノやサービスを交換・共有することで成り立つ経済。
※3：2015年の国勢調査による。

あなたはどのタイプ？

type 1 つながりへの没入空間

カフェやシェアオフィスでの仕事環境を、さらに快適に、さらに集中できる環境へ進化させたタイプ。『機動戦士ガンダム』（1985年）の全天周囲モニターのように、シリンダー状のモニターがユーザーを包み込む。1つのモニターと向き合う現在の環境と違うのは、複数の画面が〝おひとり様〟空間の気配をつくっていること。視界のはしには友だちや仕事仲間が、ちょっと振り向いた場所には遠隔地の心和らぐライブ映像が映し出されている。1人だけど1人ではない、自分と関係する他者・場所とつながっていられる空間に、邪魔されることなく没入できる空間である。

type 2 サービスプロバイダー用の空間

1人暮らし用でありながらも、時おり他者が訪ねてくることを想定して設計された住空間。プライベート空間に入ってこられるのは嫌だから、必要なサービスを受けるセミパブリックな空間を設けておく。考えて見ると、かつての土間や広めの玄関はそれを目的とした空間で、物を受け取ったり簡単な会話をしたりするインターフェースのような場所だった。高齢者の単身世帯が増えた現在、こうした空間で介護サービスを受けることも増えるのではないだろうか。例えば大きな土間があれば、移動入浴車での入浴ももっと広々としたものになる。食配サービスの形も変わるだろう。

type 3 独り占めできる都市空間

誰ともつながらない、1人きりの時間こそ、現代では最も手に入りにくいものかもしれない。人が多い都市部では、ビルの屋上、塔屋などが1人になれるスペシャルな場所である。それだけでスペシャルなのだから、つくり込みはあまりいらない。お気に入りのいす、ちょっと物を置ける台があれば、それでいい。むしろポイントとなるのは時間帯。厳かな朝日や夕日を眺めることができたなら、自分の内面を大切に豊かに感じられる。ふとあたりを見回すと、同じように屋上で過ごしている人の姿。1人でいることを選択した自分に、何かエールを送られた気持ちになる。

ペットと生活して、1人暮らしを豊かに

関西学院大学 先端社会研究所 所長
公益財団法人山階鳥類研究所 所長
奥野 卓司氏

おくの・たくじ ●1950年京都市生まれ。1997年、関西学院大学大学院社会学研究科教授、2016年に同大学先端社会研究所長。公益財団法人山階鳥類研究所の所長も兼務。

高齢化社会となった現代では、ペットと暮らす“おひとり様”の高齢者がとても増えてきました。

“おひとり様”の高齢者がペットと暮らすメリットとしては、まず意識して外に出るきっかけになることが挙げられます。高齢者は足腰が弱くなり、外出が億劫（おっくう）になりがちです。しかし、犬を飼っていれば、散歩に出るというモチベーションが生まれます。また、ペットの飼い主同士は話しやすく、コミュニティをつくることが多い。それに参加することで社会性が芽生えます。また、ペットが“話し相手”になってくれますので、心が癒されるという効果も期待できます。

もちろん、ペットを失った時にかかるペットロス症候群は若年層より深刻です。身体的、あるいは経済的な理由でペットの世話ができなくなるケースや、高齢者と年老いたペットとの“老々介護”ならぬ“老々飼育”のケースも増えています。しかし、最近では、ペットを飼えなくなった時に飼育を引き継ぐ若い人たちのネットワークも生まれていますから、その仕組みを活用できればよいのではないでしょうか。

ペットと暮らすための最新の住まいに目を向けると、臭いがつきにくい壁、滑りにくく汚れにくい床、スロープ、キャットウォークなど、ペットのための設備や仕様が充実してきました。ペット連れ専用エレベーターや、かご内に「ペット専用ボタン」があるエレベーターを備えたマンションも出てきました。“おひとり様”の高齢者が楽しく暮らせて、ペットもストレスフリーの住宅──そういう理想的な共存空間が今後もっと増えていくといいですね。

東芝エレベータでは、かご内に「ペット専用ボタン」があるエレベーターをオプションで提供している。ボタンを押すと、各階の乗り場のインジケーターに「ペット乗車中」と表示される。

図版作成：ヌーブ

移動中でもゆとりのある空間を満喫！

個人に快適空間を提供しようという動きは、近年、公共交通の分野でも着実に広がりつつある。飛行機、長距離フェリー、夜行高速乗合バスの3分野で、最近の変化を見てみよう。

快適性、プライバシー性が向上

飛行機を見てみると、近年特に進化が著しいのは、ビジネスクラス向けのサービスだ。航空会社にとって大きな収益を見込めるクラスだけに、長時間快適に過ごせるシートを、各社が相次いで導入している。

例えば、日本の大手航空会社が近年導入したのは、ベッドにした時に十分な広さを確保できるフルフラットシートだ。全席から通路にアクセスできるように座席が配列されているのも特徴で、乗客は隣を気にせず自由に移動できるようになっている。プライバシーを確保できる可動式ディバイダーや、ぐっすり眠りたい人向けに「Do Not Disturb（起こさないでください）」ライトを装備しているシートもある。

長距離フェリーも進化中

長距離フェリーでは、近年、個室の割合を大幅に高めた新造船が相次いで就航している。10名から20名程度が大部屋で雑魚寝する従来の客室も残されているが、その客室が占める割合は以前よりも減少。これより1ランク上の客室として、個の空間を確保できる、テレビ付きカプセル寝台が導入された点も大きな特徴だ。

快適な乗り心地を顧客に提供するために、公共交通は着実に進化している。

今年運航を始めた「NEW さんふらわあ ふらの」「NEW さんふらわあ さっぽろ」の客室「コンフォート」。カプセルホテル並みのプライバシーが確保されている。

写真提供：商船三井フェリー

COLUMN

夜行高速乗合バスでも快適睡眠

関東バス株式会社
経営管理室 主任
大田（おおた） 勝昭（かつあき） 氏

従来、価格が重視されてきた夜行高速乗合バスにも、個人に快適空間を提供しようという動きが出てきた。それが今年1月に登場した「DREAM SLEEPER（ドリームスリーパー）東京・大阪号」であり、関東バスと両備ホールディングスが共同運行している。

「DREAM SLEEPER」は、業界初の扉付き完全個室を※4採用し、1台に11室のみという贅沢なつくりになっている。体圧分散型クッションを採用したシートは、高さと角度を電動で自由に調整でき、長時間の移動中も快適に過ごすことができる。個室には、コンセントやUSB接続端子、イオン発生機、耳栓やアイマスクなどが装備され、無料でWi-Fiに接続することも可能。車内には、温水洗浄機能付きトイレとパウダールームも設けられている。

関東バス経営管理室の大田勝昭氏は、「ゆとりのある快適な移動空間を追求した答えが個室でした」と語る。「安いけど、疲れがたまりやすい」という夜行高速乗合バスに対するイメージは、「DREAM SLEEPER」の登場で大きく変わろうとしている。

「DREAM SLEEPER」の個室。客席シートは、疲れがたまりにくいとされるゼログラビティ（無重力）姿勢もとれる。写真提供：関東バス

※4：国が定めた道路運送車両の保安基準に適合させるために、各個室にはカメラが設置されている。ただし、乗客のプライバシー保護の観点から、座っている時はカメラに映らない。

特別インタビュー

都市で豊かな孤独を楽しむ

建築家
株式会社槇総合計画事務所
代表取締役
槇 文彦 氏

まき・ふみひこ●1928年東京生まれ。東京大学工学部建築学科卒業。ハーバード大学大学院修士課程修了。建築家のノーベル賞と称されるプリツカー賞ほか、受賞歴多数。

独りを楽しめる空間をつくる

私は戦後日本の都市空間をずっと見てきましたが、東京は空間の高密度利用が進み、独りになれる空間が不足しつつあると感じています。独りになれる空間がもう少し増えてくると、我々の都市生活はもっと豊かになると思います。そうなるには、独りを楽しめる空間を我々建築家が積極的に提案・提供していく必要があります。

港区にある複合文化施設「スパイラル」の「エスプラナード（大階段）」は、独りを楽しめる空間として、かなり意図的につくった場所です。この建物ができてから、すでに30年以上たっていますが、ここだけは昔と変わりません。いすに座り、ぼんやりと外を眺めている人もいれば、本を読んでいる人もいます。そこにはずっと同じ光景がある。これは建築家として、いい仕事をしたと思っています。

自分の〝リチュアル〟を営める時間と空間が大切

私自身の独りの楽しみ方は、日曜日の夕方に、自宅でドライマティーニをつくることです。その際、この1週間にあったことを振り返り、次の1週間へ思いを巡らせます。これが、生活するリズムのなかで生まれる一種の〝リチュアル（儀式）〟なんですね。これは私にとって、とても大切な時間です。

渋谷区にある複合施設「ヒルサイドテラス」には、旧山手通りに面して「フォーラム」というカフェがあって、そのカフェの同じ場所にいつも座り、外の風景を眺めている中老の男性がいました。彼は席に着くと必ず赤ワインとサンドイッチを注文し、交互に味わうと、最後にゆっくりとコーヒーを楽しむ。この一連の行動が、彼にとってまさに〝リチュアル〟だったんでしょう。彼はきっとここで、孤独な時間を楽しんでいたんだと思います。

人間は孤独を楽しめる空間を常に探し求める

このように、人間というのは面白いもので、自分が孤独になれる空間を常に自ら探し求めるところがあります。おそらく「エスプラナード」にしても「フォーラム」にしても、そうした人々がたどり着いた空間なんですね。

文芸評論家の奥野健男氏は、「自分が子どもの頃、東京の原風景は原っぱだった」と語っていますが、こうした子どもの頃の原風景と同様に、孤独を楽しめる自分だけの空間は、非常に濃密な記憶を持った場所になっていく。そして、そういう場所を発見したら、それぞれの〝リチュアル〟を心ゆくまで楽しむわけです。よく探せば、東京中に孤独を楽しめる、自分だけの空間はまだ点在していると思いますね。

人間の行動にはさまざまな種類がありますが、この空間ではこの行動、こういう行動をするからこういう空間が必要だというように、行動と空間は密接につながっています。我々建築家は、この仕事を長くやっていると、実績の上に経験がプラスされ、そのなかから「人間とはこういうものだ」とわかる場合があります。そうした観点から言えば、建築を考えることは、一種の〝人間学〟の実践なんですね。だから建築設計は楽しいし、面白いわけです。

（写真上段右）槇氏が設計した「スパイラル」の「エスプラナード」。スイスの建築家のマリオ・ボッタが設計したいすが並べられており、このいすに座って、思い思いの行動を楽しむ人が多い。

（写真上段左）槇氏が設計した「ヒルサイドテラス」内のデッキで昼寝を楽しむ女性。「ヒルサイドテラス」のなかには、こうした孤独を楽しめる空間が随所につくり込まれている。

（写真下段）槇氏の話に出てきた中老の男性。槇氏は彼の姿を何度も目にした時、「孤独は私の故郷（ふるさと）である」というニーチェの言葉がふと浮かんできたという。

写真提供：槇総合計画事務所（3点とも）

vol.15

導入事例

ホテルサンルート彦根

大規模リニューアルによって、エレベーターの印象と乗り心地、社員のやる気まで向上

サンルートホテルチェーンは日本有数のホテルグループで、〝ビジネスホテル御三家〟と称されるほど広く知られた存在である。その一員であるホテルサンルート彦根は、3年前から、施設の大規模リニューアルを実施してきた。今回はその経緯や苦労した点などについて、株式会社ティーアールシーの田井中徹代表取締役に伺った。

interview

株式会社ティーアールシー　代表取締役
田井中 徹氏　たいなか・とおる

リニューアルの総仕上げは2台のエレベーター

日本全国でたった5つしかない国宝指定の天守閣。そのうちの1つが彦根城だ。いつの時代も東西交通の要所だった彦根に、徳川四天王の筆頭・井伊家が置かれ、城が築かれてから410年がたった。

そんな彦根を代表する宿泊施設で、さまざまな会合や宴席の場としても活用されてきたのが、ホテルサンルート彦根である。

JR彦根駅から徒歩で1分の距離にあり、利便性の点からも申し分のない同ホテルを経営する株式会社ティーアールシーの田井中徹代表取締役は、次のように語る。

「このホテルは開業から33年たちました。3年前からは客室、ロビー、フロント周りを中心に大規模なリニューアルを実施し、どなたにも気持ちよくご利用いただき、充分にご満足いただけるような最新の建物に生まれ変わったところです。その最後の仕上げとなったのが、館内に2台あるエレベーターのリニューアルでした」

観光需要メインのホテルへの転換

ホテルサンルート彦根は日本を代表するビジネスホテルチェーンの一員とはいえ、決してビジネス客だけに利用されているわけではない。彦根市は、歴史や文化、風景など、豊富な観光資源を持つ。その中心的な宿泊施設ともなれば観光需要を見込むことができるため、観光客にも充分にアピールできる設備と屋内意匠は必須要件である。

「まさに、リニューアルの大きな目的の1つは、観光需要をメインとしたホテルに転換することでした」

ビジネス客と観光客を比べれば、客単価は断然後者が上回る。その収益アップ分をサービスや施設の品質の向上という形で顧客に還元し、さらなる顧客の獲得

ホテルサンルート彦根

住所：滋賀県彦根市旭町9-14

施設：客室／シングル47室、ツイン26室
宴会場／6室
館内施設／レストラン、バー、コインランドリー、ベンダーコーナーなど

概要：1984年1月20日創業。JR琵琶湖線彦根駅からは徒歩1分、名神高速道路彦根インターチェンジからは車で5分の距離という好立地を誇る。

につなげるというのが、同ホテルの中長期的戦略となっている。

落ち着いて、いくぶん重厚性を感じられるのが、一般的なホテル空間の特徴である。しかし、リニューアル後のホテルサンルート彦根では、エントランスからロビー、そして客室へと顧客を導くエレベーターまでの動線は、優雅な雰囲気の漂う、上品な明るさが印象的だ。

「3年かけてやっと完成したロビー階の新しい印象には、絶対の自信があります。優しさ、明るさ、清潔感に加えて、お客様の心に、ある種の感動を与えるインパクトの強さまで。そんな雰囲気が、しっかりと伝わってくるような空間になったと非常に満足しています」

なかでも顧客動線が収束する最終地点のエレベーターについては、田井中社長ならではの強い思い入れがあった。

強いこだわりを持って臨んだエレベーターのリニューアル

「ホテルにとって、エレベーターは最重要設備のひとつです。客室や宴会場をご利用いただくお客様のために、なくてはならない〝足〟だからです。とは言え、機能的に優れていることは、必要最低限のポイントで、それだけでは不充分だと考えています」と田井中社長は語る。

ホテルでは、旅の疲れを癒やし、安らぎを感じてもらうだけでなく、家とは異なる〝非日常性〟を満喫してもらうことも重要になる。エレベーターは、ホテルという空間の一部であり、顧客に〝非日常性〟を充分感じてもらえるものでなければならないということだろう。

田井中社長のそうした思いもあり、エレベーターのほとんどの部分をリニューアルした。以前のままなのは、かご室本体だけ。制御盤、巻上機、ロープといった構造の主要部分はもとより、直接顧客の目に触れるドアやかご室内の壁パネル、操作盤、天井や床の意匠までがガラリと変わった。

特に田井中社長がこだわったのは意匠についてだった。

「宿泊されるお客様、会合や宴席にいらっしゃるお客様は、必ずエレベーターに乗り込まれ、移動中はそのなかにたたずまれます。そ

入口を入ると、フロントまでの動線がまっすぐに伸びており、エレベーター乗り場にもアクセスしやすい。

ホテルに足を踏み入れた顧客の気持ちを和ませてくれる、柔らかく明るい空間が魅力的だ。

ホテル1Fのエレベーター乗り場。扉には、黒地のなかに濃淡で浮かび上がる文様が施されている。

黒とシルバーのコントラストがシックな上品さを醸し出す。

の時間、目にされるのはエレベーターの内装なのです。だからこそ、黒というシンプルな色をベースに、柄の濃淡を使うことで何ともいえない深みを出した意匠を採用しました。とてもインパクトがあるのではないかと思います」

ホテル特有の制限は顧客最優先の視点で克服

「実は、エレベーターがフルリニューアルの総仕上げになったのは、ホテルならではの事情もありました」

彦根を代表する宿泊施設だけに、1年365日、ホテルサンルート彦根から客足が絶えることはない。サービス業の使命として、ほんのわずかでも顧客の利便性を損なうようなことがあってはならないという信念もある。

「1年を通じて滞在されるお客様が一番少ない時期は、新年の松が取れてから春の声が聞こえる前までの2カ月ほどです。しかも、その期間と言えどもお客様はいらっしゃいますから、前日のチェックアウトが終わってから当日のチェックインが始まる10~15時の間に工事を集中していただくしかありませんでした」

もちろん、工事期間内でも、2台あるエレベーターの一方を通常どおり稼働させておかなければならない。また、主要機器を入れ替えた日は、ここ数年経験したことのないような大雪に見舞われるというハプニングもあった。それでも工期は遅れることなく、工事は無事完了したという。

「大学受験のためのお客様が宿泊される2月の特定日は、絶対に工事音の発生を避ける必要がありました。充分練り上げた工程スケジュールと現場での臨機応変の対応があったからこそ、短期間での施工が成功したのだと考えています」

彦根城が大いに賑わう桜の季節、ホテルサンルート彦根は新しいエレベーターで顧客を迎えることができた。

ホテルのイメージ向上が社員のやる気にもつながる

リニューアル後のエレベーターは、社員たちの間でも、乗り心地が激変したと評判になったと言う。

「今までは、機械音や、停止時のほんの小さなショックがありました。しかし、リニューアル後はそれらがなくなり、動きは絹のように滑らかになりました。お客様からお褒めの言葉をいただくこともありますし、ホテルそのもののイメージアップ効果は、社員のやる気にもつながっています」

2024年、滋賀県では国体が開催される予定で、彦根市にある県立彦根総合運動場がメイン会場になることが決定している。外国人観光客はもちろん、国内から彦根の地を目指す顧客の増加も確実視される一方で、同市の宿泊施設の客室数は現在、合計で1300にすぎない。新たなビジネスチャンスを狙う大手の動きが目立つようになるなか、競争激化は避けようもない。

こうした競争に勝ち抜くため、エレベーターのリニューアルを完了させたホテルサンルート彦根は、今後も全館のカーペットを変更するなど、魅力度アップを図っていくという。そうした弛まぬ努力が、同ホテル、そして彦根という街の印象を、今以上に素晴らしいものとしてくれることは間違いない。

大胆なチャレンジが印象的な移動空間に結実

建築家
株式会社ティーディーティー
一級建築士事務所
武富 恭美氏（たけとみ・やすみ）

エレベーターは、地上と空中、ロビーと客室など、異なる2つの空間をつなぐ第3の〝非日常空間〟です。

ホテルでは、利用者の「オン」と「オフ」を自然に切り替える役割をエレベーターに求めるようです。「感覚が鋭くなる」、あるいは「なぜか落ち着く」ような意匠がその2つをつないでいるのです。ただし、ホテルサンルート彦根のケースは、そのどちらとも違いました。

コントラストの大きい黒と白を組み合わせると同時に、ロビー階とも共通する隠されたモチーフの和の文様で和みを演出――大胆なデザインにチャレンジした〝特別な空間〟をつくり上げながら、各フロアとの微妙な調和も醸し出しています。その結果、お乗りになる方々に「オン」「オフ」双方の感覚を持っていただけるのが見事です。

メーカーの立場から

kanbara

お客様のご要望に応えるためにホテルを回って研究

今回のエレベーターのリニューアルで最も苦労した点は、かご室内部と1階の扉部分の意匠についてだった。関西支社リニューアル営業部エキスパートの神原幸忠は、その非常に困難な部分を成功に導いた。

「インパクトの強さと印象のよさは一歩も譲れないというのが田井中社長の一貫したお考えでした。それなら私のできることを全部やってみようと闘志がわきました」

リニューアル前のエレベーターの意匠は、ホテル開業時のままだった。

「情報は足で稼ぐものです。ご提案を考えるにあたって、大阪や京都にあるホテルのエレベーターの意匠を観察して回りました。どんな意匠が最先端か、どのような印象を受けるかを調べるためです」

その結果、田井中社長から繰り返し伝えられたイメージを実現できる意匠の傾向が神原には見えてきた。それが、強さと上品さを併せ持つ「黒」をベースにし、モノトーンにこだわって展開させるというアイデアだった。もちろん、そこに加えるプラスαの魅力も考えついた。

「エントランスの照明周りや階段に利用されている文様を合体させれば、よい意匠になると確信できました」

そこで神原は用意した見本シートを田井中社長に提案。ところが、田井中社長からはダメ出しされてしまう。

「方向性はよいが、具体的なイメージがわかりづらく、決められないとおっしゃるのです。確かに、ご納得されてのご決定でなければ、意味はありません」

どうしたら意匠のイメージがひと目でわかるようになるのか。神原はあるアイデアを思いつき、修正した見本シートを携えて彦根に足を運んだ。そこで選ばれたのが、黒地のなかに凹凸の立体的な文様が浮かび上がる現在の意匠である。

「この時の苦労は、こうして素晴らしい完成品に接すると、どこかへ消えてしまいますね」と神原は楽しそうに語った。

東芝エレベータ　関西支社
リニューアル営業部
エキスパート
神原 幸忠（かんばら・ゆきただ）

nagao

お客様の業態を考慮して工事日程を段取り

ホテルの大規模リニューアルの最後を見事な形で飾ることになった2台のエレベーターのリニューアル。その営業を担当したのは、関西支社リニューアル営業部販売主任の長尾賢一である。

「ホテルサンルート彦根様は開業当初からのお客様で、これまで当社の製品を大切にお使いいただいてきました。だからこそ、最善のご提案を最善のタイミング・内容で行うことを心がけました」

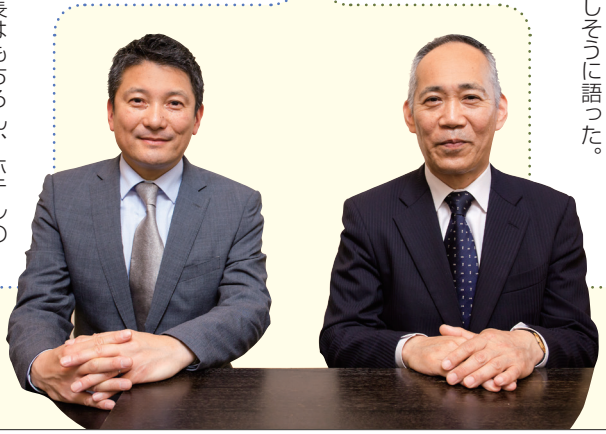
最高の機器を提案するのは当然のこと。経験豊かで使命感に燃えた長尾にとって、それ自体はあまり困難ではなかった。しかし、ホテル特有の制限がリニューアル工事につきまとう。それをどのようにクリアしていくかについては、大いに心を煩わせることになったという。

「ホテルにはどんな時期にも宿泊客がいらっしゃいますので、工事中でも当然、1台は稼働し続けなければなりません。また、宿泊客が増える彦根の観光シーズンに工事しないようにする必要もあります。結果的に、2月から桜の開花前までの期間で、宿泊客の数が比較的少ない午前10時から午後3時までの間に作業を集中させるようにしたのですが、この段取りに苦労しました」

限られたスケジュールで仕上げるために、クレーン車を3台手配し、集中して作業を行った。しかし、機器搬入の当日に大雪に見舞われ、思わず天を仰ぐこともあったという。

長尾の思いが伝わったのだろうか。結果的に工事は予定どおり完了し、田井中社長はもちろん、ホテルの従業員や宿泊客の間でも、リニューアルされたエレベーターの評価は非常に高い。

「足かけ3年の営業成果です。だからこそ、滞りなくご納品できたことに非常に満足しています」と、長尾はうれしそうに微笑んだ。



東芝エレベータ　関西支社
リニューアル営業部
営業第一グループ　販売主任
長尾 賢一（ながお・けんいち）

お江戸の楽しい歩き方

第7回

田町・品川周辺

歴史の宝庫・高輪台地

今回のテーマは江戸の交通。江戸時代には第一京浜沿いに東海道がありましたが、それ以前の街道はすぐ傍らの台地上を通っていたそう。小高い場所にある御田八幡神社の本殿。その横から伸びる長い階段が高低差を示しています。

登り切った先にある亀塚は平安時代の『更級日記』に登場し、室町時代には太田道灌が物見も置いた場所。

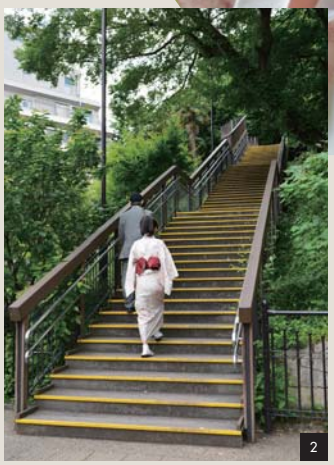
次に向かった三田台公園は縄文時代の遺跡が発見された場所で、竪穴式住居や貝塚の復元展示がありました。東京で2000年以上前からの歴史を感じられるなんて感動です！　師匠曰く「このあたりは台地だったので、縄文時代には温暖化で海面が上昇した時期でも人が住むことができた。室町時代には高輪原の戦いという大きな合戦があったところでもある。江戸時代には、崖上から海を臨む景勝地になり、月がよく見えたので、〝月の岬〟と呼ばれていたんだよ」とのこと。風流だな〜。

1

住友不動産三田ツインビル西館の敷地内の崖上にはキリシタン遺跡が。

3

歴史ある亀塚公園ではたくさんの子どもたちが遊んでいました。


2

御田八幡神社からの階段は1段14㎝×100段！

4

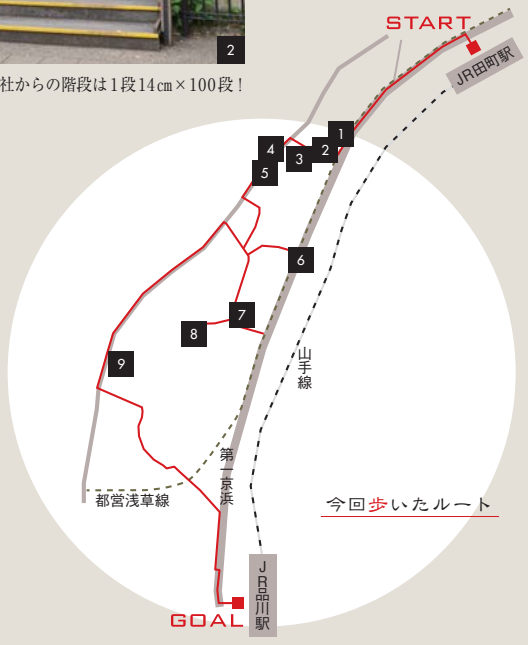
幽霊坂なんて今はイメージがわかないけど……。

東京23区内で名前のついた坂が一番多いのは港区。長い歴史があるから当時の状況を伝える名前の坂が多くて面白いんだよ！（師匠・談）

案内役・お江戸

【門人】＝文
タレント／歴史作家
堀口 茉純さん　（愛称：ほーりー）

ほりぐち・ますみ●1983年生まれ。
2008年に江戸文化歴史検定一級を最年少で取得し、「江戸に詳しすぎるタレント＝お江戸ル（お江戸のアイドル）」として知られる。主な著書に『TOKUGAWA15』（草思社）、『UKIYOE 17』（中経出版）など。



【師匠】＝監修

地図研究家
芳賀 啓さん

はが・ひらく●1949年生まれ。
東京の古地図や地誌の研究者で、東京経済大学客員教授。テレビ朝日『タモリ倶楽部』などのテレビ番組にも出演。主な著書に『江戸の崖 東京の崖』（講談社）、『古地図で読み解く 江戸東京地形の謎』（二見書房）など。

もうひとつのポイントは狛犬が個性的な承教寺。かつては榎の大木が2本植わっていて〝二本榎〟と呼ばれ、東海道を行く旅人の目印になっていました。

高輪周辺は崖の宝庫

高輪～品川間には台地の崖上と崖下をつなぐ坂がいくつもあって、それぞれに個性的な名前がついています。幽霊坂は周囲に寺院が並んでもの寂しい雰囲気だったことからついた名前。伊皿子坂は近所に住む外国人が「エビス」と呼ばれ、これが「インベイス」に訛り、「伊皿子」の字を当てられたことに由来するそう。

坂道を下りて第一京浜沿いに出ると江戸時代の東海道の名残・高輪大木戸跡の石垣が。すぐ近くには忠臣蔵で有名な浅野内匠頭と赤穂浪士たちの墓がある泉岳寺があります。早速お参りをと思ったのですが、師匠おススメスポットがあるというのでちょっと寄り道。細い路地を抜けた先には高低差が目視確認できる崖！　近くには作家・幸田文の『崩れ』で崖崩れの現場として紹介されている場所もありました。このエリアに崖がたくさんあるなんて、知らなかった～。

◉今回の締めの一句

縄文の月や岬に貝の水

芳賀

つわものを照らした月か崖の上

堀口

8

江戸時代につくられた山門が立派～。

泉岳寺境内にある浅野内匠頭のお墓にお参りを。

5

三田台公園には縄文時代の住宅が再現されています。

9

承教寺の二本榎。現在は石碑があるのみです。

高輪はもともとは高縄手道（たかなわてみち）と呼ばれていた。縄手道はまっすぐな道という意味。高台にあるまっすぐな道ということだね！（師匠・談）

件（くだん）という半人半牛の妖怪がモチーフの狛犬。私、似てる!?

7

泉岳寺の近くにこんな崖があったなんて！

6

大木戸の石垣が見られるのは都内でここだけ！

江戸の交通の基本は5（五街道）・4（江戸四宿）・3（大木戸の数）。大木戸は四宿への出入り口となる簡易関所で、千住宿は千住大橋がその代わりになっていたんだ。（師匠・談）

異国の目から見たニッポン 4 フランス共和国編

カラフルな色彩でポジティブな空間を演出

person file 4 : emmanuelle moureaux

エマニュエル・ムホーさん

◉建築家／デザイナー

emmanuelle moureaux

フランス生まれ。1996年より東京在住。emmanuelle moureaux architecture + design 主宰。色を大胆に取り入れた建築（巣鴨信用金庫 ほか）、空間デザイン（ABCクッキングスタジオ ほか）、アート（UNIQLO、ISSEY MIYAKE ほか）などの多数のプロジェクトを手がける。東北芸術工科大学准教授。彼女のWebページ（www.emmanuelle.jp）では、これまでの作品を見ることができる。

池袋で浴びた色の洗礼

きっかけは日本文学だった。高校の頃に読んだ夏目漱石、三島由紀夫、安部公房……。日本とはどんな国なのか興味が湧いた。小津安二郎の映画もよく観た。そこには過去の日本の姿が映像として遺されていた。大学で建築を専攻した時も、日本への興味は薄れなかった。卒業プロジェクトに日本を選んだ理由は、現代の日本を見てみたかったから。1995年にムホーさんは日本を訪れた。宿泊先の池袋に降り立って街を見渡した彼女は、強い衝撃を受けた。

「眼に飛び込んできたさまざまな色をまとった看板や建物が幾層にも重なり合って、あたかも無数の色が宙に浮いているかのようでした。古くからの街並みを保存し遺してきたヨーロッパの都市しか知らなかった私には、とても新鮮な驚きでした」

池袋に着いて1時間半もすると、ムホーさんの心はもう決まっていた。東京に住もうと。1週間の滞在を終えて帰国した彼女は大学卒業後、いずれは日本で建築の仕事をすることを夢見て、再び日本に戻ってきた。日本語学校で日本語を学び、貯金が尽きると語学学校でフランス語の教師をしつつ、彼女は東京中を見て歩いた。著名な建築家の建物には興味はなかった。日本の一般的な暮らしとはどういったものかをつかむために、一般的なハウスメーカーの建物をいろいろと調べた。

コンセプトは〝色切／shikiri〟

そうこうするうちに、語学学校の生徒から美容サロンのインテリアデザインの話が舞い込んだ。

「この時に色で空間を仕切るデザインを考えました。これがのちに私が〝色切／shikiri〟と名づけることになるコンセプトの最初の試みでした」

これを機に、日本で一級建築士の資格を取った彼女は事務所を設立。幸いなことに、その後も、彼女の建築の代表作の1つとなった巣鴨信用金庫の店舗をはじめ、次々と依頼が来た。今ではアート作品や海外からのオファーなど、さまざまな仕事に携わる日々だ。

ムホーさんの〝色切／shikiri〟の根幹を支えているのは、日本に来て気づかされた色彩だ。しかもヒントになったのは空間を自由に仕切ることができる、昔の日本で使われた「壁代（かべしろ）」だという。壁代とは今も神社などに遺る、壁の代わりに使われる可動式の布のこと。ムホーさんは壁代に限らず、日本の伝統建築にあった障子や襖（ふすま）などが次第に失われていくことを嘆く。例えば、昔の日本には色を表す数多くの単語があった。赤一つとっても紅、緋、茜（あかね）……などなど、そこに微妙な違いを感じ取り、使い分ける多彩な表現があったはずなのだ。

「私のデザインを通して、たくさんの人に色の持つ力に気づいていただけたら嬉しいです」

機会があれば、ムホーさんの設計・デザインした建物を訪ねてほしい。日本の文化に学んだ彼女のデザインはハッとするほど美しく、それでいて自然に街なかに溶け込んで、私たちに憩いの場を提供してくれる。

France/data

首都・パリの街並み

フランス共和国
◉面積：約54万4000㎢

◉地理：ヨーロッパの西部に位置する。気候は海洋性、大陸性、山岳性、地中海性の４つに分かれるが、概して温暖である。

◉言語：公用語はフランス語

◉歴史：パリは、19世紀のナポレオン三世統治下、セーヌ県知事ジョルジュ・オスマンにより、それまでの入り組んだ街並みに大鉈が振るわれ、大改造された。結果、エトワール凱旋門を中心に12本の広い通りが放射線状に走る、整然とした近代都市へと変貌を遂げた。

ムホーさんの代表作▶
「巣鴨信用金庫 志村支店」。
International Architecture Awards
（米国）など、海外の賞を数多く受賞した。

フランスと日本の都市はここが違う！

ヨーロッパでは景観規制が厳しいため、建物は昔のままに保存しておかなくてはなりません。そのため、パリでも店舗などは１階のみに限られ、２階以上のプライベート空間は古い石造りのままで、くすんだ色しかありません。その点、日本、特に東京などは街なかに色が溢れています。また、店舗も２階や３階にあったり、地下にショッピングモールがあったりと立体的になっていて、３次元の散歩を楽しめるので、移動にエレベーター、エスカレーターは不可欠です。一方、パリの場合、基本は横の移動だけなので、ホテルなどは別にして、エレベーターのある建物はそう多くありません。今もパリでは階段を使って上り下りをするのが、ごく普通の日常の風景です。

パリ・モンマルトルの景観。ムホーさんが語る、パリの典型的な街並みの1つだ。

がんばる地方都市

第14回

滋賀県長浜市

地域の人々をつなぎ、新しい活動を次々と展開

1 旧商家・土田金物店を拠点として活動する、まちづくり役場。多くの団体と連携して街を盛り上げていくとともに、各地からの視察や講演会のコーディネートにも携わっている。

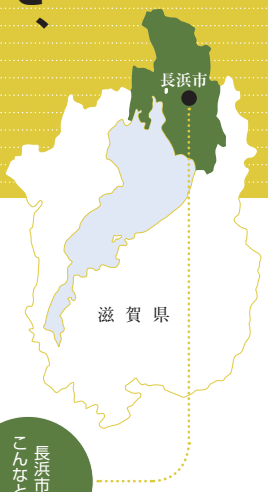
2 まちづくり役場のサポーターはいろいろ。写真上は一休会のおじさんたち。写真下は現場スタッフの原田桂さん。

3 シルバーは錆びるけれどプラチナは錆びない。生涯現役を目指して起業した熟年世代のお店は「野菜工房」「おかず工房」「リサイクル工房」「井戸端道場（カフェ）」の4つ。プラチナプラザと命名された。

今回のキーパーソン

特定非営利活動法人
まちづくり役場
理事長
山崎 弘子（やまざき・ひろこ）さん

町おこし活動は、
いい時ばかりじゃないけど、
地道にやり続けていくことが
大事なんだと思います。



長浜市ってこんなところ

- 人口：約12万人
- 面積：680・79㎢
- 概要：滋賀県の北東部に位置し、西南部で琵琶湖と隣接する。2010年の合併で、琵琶湖を除いた面積は県内一となった
- 特徴：羽柴秀吉が築いた長浜城の城下町。着物関連の産業で栄えたが、昭和の終わり頃衰退。さまざまな仕掛けの1つが黒壁の保存運動だった。ガラスという異なる文化で思いがけず商店街が観光地に。年間200万人が訪れている。
- 特産品：鮒寿司、湖魚加工品、高級絹織物・浜ちりめんなど

道は自分で切り開く！

長浜市の商店街全体を盛り上げているNPO法人まちづくり役場の山崎弘子さんが、東京から長浜にUターンしてきたのは1981（昭和56）年のこと。衰退の一途をたどる長浜の町をなんとかしようと、長浜城再建や黒壁の保存運動といった町おこしの火種が出始めた頃だった。

Uターンしたばかりの山崎さんは、新聞記者になりたいと、当時3歳の娘さんを連れて応募もしていない地方紙を訪ねた。

「自分で切り開いていかないと絶対に道はない、と思っていますので、断られても何度も訪ねて、採用してもらいました」

最初は、受け取った資料だけで記事を書いていた山崎さんだったが、持ち前のバイタリティで次第に活動の場を広げ、事件、事故、火事現場、議会の傍聴、どこへでも自転車で駆けつけ、やがて4段記事も書くようになった。

博覧会開催が大きな転機に

記者になって15年目、さらなるステップアップを目指していた山崎さんに、大きな転機が訪れた。NHK大河ドラマ「秀吉」にちなみ、1996（平成8）年4月7日から11月30日まで開催された「北近江秀吉博覧会」である。開催決定は同年2月。準備期間はわずか2カ月。秀吉の一夜城のごとく、住民の団結力とスピード感で無事オープンを迎え、大盛況を収めた。

山崎さんも新聞社を退社し、市役所の臨時職員として、博覧会事務局本部の一員となった。

「面白そうと思って参加しましたが、金沢から来たコーディネーターに『新聞記者だっ

4 贅を尽くした12台の山車の上で男の子が歌舞伎を演じる曳山まつりは必見。

5 長浜市が観光地として飛躍する原点となった「黒壁1號館（黒壁ガラス館）」。現在は30號館まであり、「黒壁スクエア」と総称される。

6 黒壁が運営している「吹きガラス体験教室」。ほかにも、さまざまな体験教室が開設されている。

7 商店街4めぐりイベントの1つ、引き札めぐりで展示される逸品。引き札とは江戸から大正期にかけてつくられた宣伝用チラシのことで、今見ても斬新なデザインばかり！

8 大学や市民と連携して、長浜市内にある古い庭園を紹介する冊子をまちづくり役場で発行中。長浜市の奥深さを感じる1冊。

6

4

8

7

5

TOPIC

長浜市は明治の初期、鉄道の拠点として栄え、1882年に建てられた日本最古の駅舎が現存している。また、1991年には直流電化が実現し、それまで米原止まりだった新快速が長浜まで延伸された。これにより京都・大阪方面と長浜が乗り換えなしで結ばれるようになり、観光客の増加に寄与したとされている。

藻谷浩介のここがポイント！

一時のブームで終わる例の多いなか、長浜のように無数の取り組みを織りなし、息長く集客を続けているところは、ほかのどこにもありません。原動力は、地元を愛し絶対に動きを止めない住民有志の皆さん。その中心にあるまちづくり役場の山崎さんは、私の心の師匠です。

もたに・こうすけ◉日本総合研究所 主席研究員。日本の全市町村を訪問し、地域特性を多面的に把握。登壇・出演・寄稿等は年間1300件を超える。著書に『里山資本主義』『しなやかな日本列島のつくりかた』など。

たのに……』と何度も怒られ、これがきっかけになって発奮しました。当時の私は、当事者になっておらず、外から眺めていたんですね」と語る。

この時の悔しさが現在に至る原動力になっているという。

フィナーレからプロローグへ

博覧会終了直後、新たな動きが生まれた。博覧会のコンパニオンとして活躍した地元熟年世代の人たちが、自分たちでお金を出し合い、空き店舗で商売を始めた。プラチナプラザと称する八百屋にお惣菜屋にリサイクルショップ、そして地元民の憩いの場となっているカフェだ。

この動きに山崎さんは「私も何かを始めよう」と決意。博覧会の事務局本部に使われた土田金物店を新たに借りて活動を開始。運営費を行政に依存しない組織「まちづくり役場」が誕生した。

5年後には、NPO法人にも登録されて、さまざまな事業を行っている。商店街のマップ作成、商店主と行うお雛さまめぐりなど……。学生たちとの共同研究では、庭や水路を発見し、新たなめぐり事業となった。黒壁設立以来、商店街の空き店舗は激減し、長浜はまちづくりのお手本として全国の話題を集めた。

「ここまで続けてこられたのは、皆さんの応援があったからです。『まちづくり役場』は、駅のプラットホームみたいなものです。人と人が出会い、つながる場です。これからは、若い世代に引き継いでいただける組織になるよう頑張ります」と笑いながら語る山崎さん。この取材中も、多くの人が集まり、多くの人の笑顔が溢れていた。

コラボで生まれ変わる
伝統工芸

第2回

丸和商業（まるわしょうぎょう） × アンキデザイナーズ UNQUI DESIGNERS

今回の逸品

バッグ
「TSUNAGU Bag」
京都府京都市

代表取締役 林利治さん

丸和商業株式会社
1957年に設立された風呂敷専業の製造・卸会社。もともと顧客の要望に応える風呂敷を製造していたが、市場の縮小に危機感を覚えた林利治社長が、2010年、自社ブランド「コトノワ」を立ち上げた。現在、アンキデザイナーズをはじめとする外国人デザイナーとのコラボから生まれてきた商品がラインアップされている。

www.furoshiki-kyoto.com

アンキデザイナーズ
2011年、4人のデザイナーによってフランス・パリに設立された工業デザイン事務所。ユーザーが実際に使った時の感覚や商品のエコシステムの分析に基づいてデザインするのが特徴。エミル・エルメス賞、ジャン・プルヴェ賞を受賞している。

アルノー・ル・カさん（右）
エステー・バコーさん（左）

www.unquidesigners.com

革の取っ手（革ハンドル）に風呂敷をつなぐとスタイリッシュなバッグに大変身。それが、丸和商業とアンキデザイナーズのコラボで誕生した「TSUNAGU Bag」だ。

「結ぶのが苦手な人にも、風呂敷を気軽に使ってもらえるようにしたい」と日頃から思っていた林利治社長は、プロジェクトを進める過程で、革ハンドルと風呂敷を組み合わせた製品の開発をアンキデザイナーズに打診してみた。するとデザイナーは「1回バッグとして使った人は、ずっとバッグとして使うと思うよ」とバッグに特化したデザインを多数提案。そのなかから林社長は、バッグにした時に模様が扇状に広がる「Roots」と、雲がたなびいて見える「Clouds」を選んだ。どちらも持って歩くと、模様が風に揺れているように感じるデザインである。「どれに決めるかは、女性社員の意見が大きな力になっています」と林社長は優しい微笑みを見せる。

商品化する際、デザイナーがこだわった点は、布地の裏もきちんと染め上げることだった。林社長は、このこだわりに応えるために、綿繊維と染料を反応させる技法を採用。裏まできれいに染め上げた。

今回、「革を扱う会社と互いに刺激し合うなかから、伝統を超える広がりが生まれてくることを実感しました」と言う林社長の次の目標は、「金属加工など、これまで縁のなかった業種と組んで、新商品を開発すること」だという。どんな相手と組み、風呂敷の世界をどう広げていくのか、今から楽しみだ。

point
柏木 博氏
デザイン評論家

デザインには、いくつかの方法があります。その1つに、もともとあるもののなかの潜在的な機能を発見し、それを引き出すというデザインがあります。風呂敷という1枚の布には、ショルダーバッグやトートバッグになるという潜在的機能があります。この皮革でつくったハンドルは、その機能を引き出すデザインです。

かしわぎ・ひろし●武蔵野美術大学名誉教授で、デザイン評論の分野の第一人者。各種展示の監修、デザイン関連コンペの審査員などを数多く歴任。