

第2回電気自動車等を活用した伊勢市低炭素社会創造協議会 デザインWG第1回報告

観光地伊勢に調和したデザインづくり検討WG

本WGでの検討内容について、下記のとおり報告いたします。

記

1. 開催日時・場所

観光地伊勢に調和したデザインづくり検討WG（略称：デザインWG）

①第1回WG 平成24年10月11日（木）9：30～11：30

伊勢市役所東庁舎4階4-3会議室

②第2回WG 平成24年11月20日（火）9：30～11：30

伊勢市役所東庁舎4階4-3会議室

2. WGのプロセス・議論概要

①第1回デザインWG

1) 合意事項

(1) WGの目的・ゴールについて

- 最終的には行動計画案を作成することをゴールとする。

(2) WGの代表者について

- 代表者は、皇學館大学学生支援部堀井史仁部長とする。

(3) WGの略称について

- WGの略称は、「デザインWG」とする。

2) 主な論点

(1) デザイン検討のためには伊勢全体の理念が必要

- 伊勢の環境に対する理念や言葉があると、それを踏まえたデザインのテーマも決まってくる。
- 伊勢市で観光と絡めた環境都市を目指していると感じたが、いきなりEVに絞り込まれているのに唐突感を感じた。理念からの経過を踏まえて、デザインを考えていく必要があると思う。
- まち全体が、低炭素社会の中で、EV車を導入していこうという理念の提示が大事。地域が環境に配慮してきた中の新たな取組として、全体的な視点で捉える必要がある。
- 一端だけでなく、俯瞰した視点で、伊勢市全体としてのデザインをしていく必要がある。
- これまでの取組を整理して、新たな取組としてのEVにつながる伊勢市のデザインを考えていくことが大切である。
- 伊勢市として、EVでどんな未来をめざすのかという宣言があると、テーマも決まってくる。
- 目に入ってきたものが、自然に調和するといった視点から伊勢のまちを表現できればと考

えている。そのための理念をWGで検討できればと考えている。

- 伊勢市の都市マスタープランの中で「生成り」という考え方がある。自然のものをそのまま活かす取組をしており、このような景観の考え方はHPでも情報発信している。

(2) 伊勢らしいデザインとは

- 伊勢市全体のデザインとEVのデザインとの調和を考える必要がある。伊勢市は、神宮があって、国内でも有数の環境の聖地。その中でデザインを考える必要がある。
- 伝統的なイメージ、神宮のイメージを中心軸に据えるのが良いと思う。
- 伊勢のイメージを表わす言葉として「清浄」がある。また「生成り」は物の本質を生かすという言葉。伊勢を表わす言葉からイメージを膨らませていくことが必要。
- 形で言えば「シンプル」が基本。「掃き清める」という言葉も伊勢らしい。地域古来の言葉を拾い出し、デザインするためのコンセプトにつなげていけば良い。
- きれい、美しい、清浄という感覚のなかで、伊勢をイメージし、形に表すことにつなげていくことだと思う。また、色彩もかなり重要で、何色が伊勢に合うのかも検討する必要がある。
- 伊勢らしいものということでは、神宮の存在があり、神宮との調和を考える必要がある。
- 伊勢神宮は持続可能、サステナブルな世界。天照大神が稲作を教えた。天照大神は太陽神であり、ソーラーから電気を得て電気自動車などのイメージの転換を図るようなデザインも面白いと思う。
- 県外から伊勢市を見ると、伊勢神宮のイメージが強く、神聖な場所というイメージが強い。「エネルギーは神様からいただいた光」などのコンセプト設定が必要。
- 伊勢は心の循環、おかげさまというのが観光のコンセプトになると思う。おかげのサイクルで「地球にありがとう」ということがコンセプトにつながっていくと思う。このことで、「参加型の観光」というコンセプトにもつながってくる。
- 観光客が来て、デザインを見て、また来ていただけるようなデザインになればいいと思っている。伊勢らしい特徴を出していく必要がある。

(3) 楽しく目立つデザインか、まちに溶け込んだ目立たないデザインか

- 観光客から見て、楽しい、情報として得た上で行きたいと思わずことが重要。
- 発見できる楽しさ、ひとつの名所として面白く感じていただけるデザインが必要。
- エコ+神様のエネルギー、EVのデザインも神様を連想させるものだと一体感があり楽しいと思う。
- 観光客に伝わるものをデザインする必要がある。
- 名古屋では金色のタクシーがあり、それに乗ればラッキーというのが定着している。このように尾ひれが付いて情報が広がっていくこともある。統一的なデザインの中、例えば1号車は別のおもしろいデザインを入れていくなども面白く、副次的な効果が期待できる。
- 目立つことが良いのかということも考える必要がある。静かな色であっても伊勢らしいという面もある。目立つだけに走ると混沌としたまちになる。従来のに調和させながらデザインする必要もある。
- 来訪者の本質として、伊勢の何かに触れたいという思いに応える必要がある。EVに触れたい訳ではなく、神秘的なものに触れる中で、EV等を活用できるようなデザインが必要。

(4) デザインを行う対象をどこまで広げるか

- デザインについては、公用車も含めて考えるべきではないか。
- 観光客が来訪した後にデザインに気づく場合もあるが、来訪前の情報、例えば各種媒体、HP、チラシなどもデザインの対象になるとおもう。新たな伊勢のイメージのデザインを掲載することで観光利用が促進されると思う。そこまで含めたデザインなのか、あくまでEVに限定したロゴ的なものなのかを整理する必要がある。

- ピクトグラムなどの案内も必要。施設、車、広報にも使用していけばどうか。
- (5) デザインの募集は公募で
- デザインの案は公募すればよい。
 - 公募という手法は公募ガイドなどを参考にすれば簡単である。審査員に専門家を入れれば外からの見た意見も伺えてよいと思う。

3) 今後の検討課題

(1) 第2回WGについて

- まちの理念やEVの位置づけ、デザインのコンセプトや対象などをさらに議論を深める。
- ファシリテータにおいては、理念をデザインとして表現するための「デザイン」そのものの考え方や方法を示す資料を用意するとともに、海外事例（フライブルグの環境都市の理念・経緯や、ツェルマットやニースなどのEV導入事例）を整理する。
- 伊勢市役所においては、環境や景観、観光などのまちづくりや、その中でのEVの位置づけなど、まちの理念について整理いただく。
- その他の主体については、各種アイデアを検討いただく（改めて連絡）。

(2) 第3回WG以降について

- 公募の方法や、主体、スケジュールなどを検討し、行動計画を策定する。

②第2回デザインWG

1) 合意事項

(1) WGの目的・ゴールについて

- 本日、デザインのコンセプト、対象範囲などの方向性を固め、第3回以降で実施主体、スケジュール、公募要領案などを議論し、最終的には行動計画案を作成することをゴールとする。

2) 主な論点

(1) 伊勢市全体の理念についてメンバー合意

- 伊勢市都市計画課、伊勢市観光企画課、伊勢市環境課から、それぞれ資料（「都市マスタープラン」、「観光振興計画」における理念について、「環境基本条例」における理念、「地球温暖化防止実行計画」における将来像について）により報告。
- （伊勢市都市計画課） 「伊勢独特の歴史・文化、自然風土を守り伝える」というのが、今回デザインを考える一つの考え方と思う。伊勢市全体の理念については、本資料に集約されている。
- （伊勢市観光企画課） 「日本人の心のふるさと」については、来ていただいた方に癒しと元気を持って帰ってもらおうということで、人もまちも両方含まれる概念である。
- （伊勢市環境課） 都市マスタープランや観光振興計画を踏まえた環境政策を検討しており、めざす将来像として「クリーン自動車の普及」も掲げている。
- 市において、既にきちんとした理念が掲げられていると思った。市民であるが、これまであまり気にしたことがなかった。良く出来ていると思う。
- この理念を元に、デザインについて検討していけば良いと思う。

(2) デザインのコンセプトについて具体化

- メンバーから2つの提案があった。
- それぞれ資料等を元に、以下のとおり説明があった。
- ①デザインと合わせて、伊勢を表す言葉としての「神都」という言葉について、以前から使われているが、今回これを機会にはっきりと登録商標化してしまっ、常に「神都 伊勢」の言葉を使うことで、遷宮の好機でもあり、デザインと言葉の相乗効果で、伊勢の環

境に対する取り組みのよいイメージが日本全国、世界に広まるようにしたい。イメージとしては、「環境の聖地である『神都』伊勢」で、神様からいただいた力（太陽エネルギー→電気エネルギー）で走るEVに乗って、「125社をめぐろう」というものである。

- ②デザインは概念的であるが、共感、らしさが大事。その上で伊勢神宮は欠かせない。観光地には多種多様あるが、伊勢は、自然がまちの中にあり、その自然を守る豊かな生活が特徴。「当たり前身近なことをコツコツと実施している生活」は環境の実践地として相応しいと思う。このような日々の積み重ねが日本人のココロであり、地球へのココロになる。他WGでの施策を「おかげさま Action」と位置づけ、住む人も来た人もアクションに参加できることが望ましい。神宮に来て気持ちを持ち帰るのであり、デザインという曖昧なものを、このような施策で表現することも重要。
 - 「心のふるさと」という言葉は他の都市でも言っているが、伊勢市の心のふるさとは、1300年前から、周りの環境が変わっても、正殿（古殿地）付近は変わらずに守られており、1300年前と同じことが今でも行われていることが、「心のふるさと」の意味と言われることもあり、他の都市とは違う。神都という言葉は時代の風景を表わし、くらしの姿も表わしている。
 - デザイナーは直感やひらめきを持って、本質的な部分を咀嚼し、目に見えるデザインにする。我々の思いやキーワードをきちんとデザイナーに伝えるような形で公募に出すことが重要。
 - 伊勢として見せたいものを示すのが第一歩。神都というのは心都としても良いのではないか。
 - 「古くて新しい」というキーワードも相応しい。
 - 「古くて新しい」「おかげさま」「もったいない」というキーワードもあるが、伊勢は心の変化をもたらすまちでもある。「心の変化をもたらす神都 伊勢」というキーワードも浮かび上がる。
 - 前回WGでは言葉が抽象的であると感じていたが、「神都伊勢」「おかげさま」など具体化されることにより、イメージが沸いてきた。伊勢市らしいイメージが固まってきたと思うので、会議の場に出てきている言葉をキーワードにしていけば良いと思う。
 - 神都は古くからの言葉であるが、今も息づいている。昔からの様式を守っていると同時に、「聖地」とは異なる、いろんな文化も素直に受け入れる土壌もあり、「神都」は良い言葉だと思う。
 - 「古くて新しい」という概念としても神都は使えるのではないか。東京は首都、京都は古都、伊勢は神都という区別になれば良い。
 - 伊勢市役所内で、「神都」というキーワードを用いても差し支えないか確認いただく。
 - あと「おかげさまアクション」という言葉で他WGの施策を位置づけ、それらを包含するデザインを検討するということが適当ではないかと思う。
- (3) デザインの対象範囲については段階的に決めていく
- 車両のデザインと、対外的にPRするもののデザインでは、形が違ってくるのではない。使うもののデザインと発信するためのデザインとを分けて公募することも方法の1つである。
 - 公募することのメリットとして、デザインを公募する行為そのものが対外的なPRになるということや、一般の方の目に触れ厳正に審査するということが公平性が保たれることなどがある。
 - デザインする際、神都をPRするのか、低炭素社会をPRするのかといった軸足が大事。
 - 軸足が決まれば、いろんな用途への汎用性が広がる。用途に応じてデザインを再度マイナーチェンジすることもあり得る話である。
 - 車両を全面的にデザインするラッピング形式にするか、ロゴ的なステッカー形式にするか

で変わる。ステッカー形式にするのであれば、車両、充電器、案内板、発信ロゴいずれの用途でも統一することは可能である。

- 今年度は行動計画の作成なので、車両とそれ以外に分けてデザインするか、統一的なデザインにするかは段階的に決めていけば良い。
- 化石燃料を使わない低炭素な生活に結びつく活動が大切であり、個々のテーマの中に『環境』、『エコ』などの言葉が含まれなくて良いと思う。また、必要なら入れていただいても良く、参画者の方々の意向により判断いただくことと考えている。

3) 今後の検討課題

(1) 第3回WG以降について

- 主体やスケジュール、公募の方法などを検討し、行動計画を策定する。
- 本日もいただいたキーワードを事務局でまとめ、公募要領の中でデザイナーに伝える事項にしたいと思う。それについても、メンバーで確認をいただくようにする。

3. WGでの決定事項

(1) デザインのコンセプトの基本となる理念について

→ 伊勢市で作成のマスタープランや基本計画における理念を踏まえて、キーワードとなるものを活用する。

(2) デザインのコンセプトについて

→ デザインの基本とするコンセプトとして、「神都 伊勢」あるいは「心都 伊勢」の言葉の活用について検討する。

→ 「おかげさま Action!」を中心に種々のキーワードを活用し、公募要領の中でコンセプトとして提示する。

(3) デザインの対象範囲について

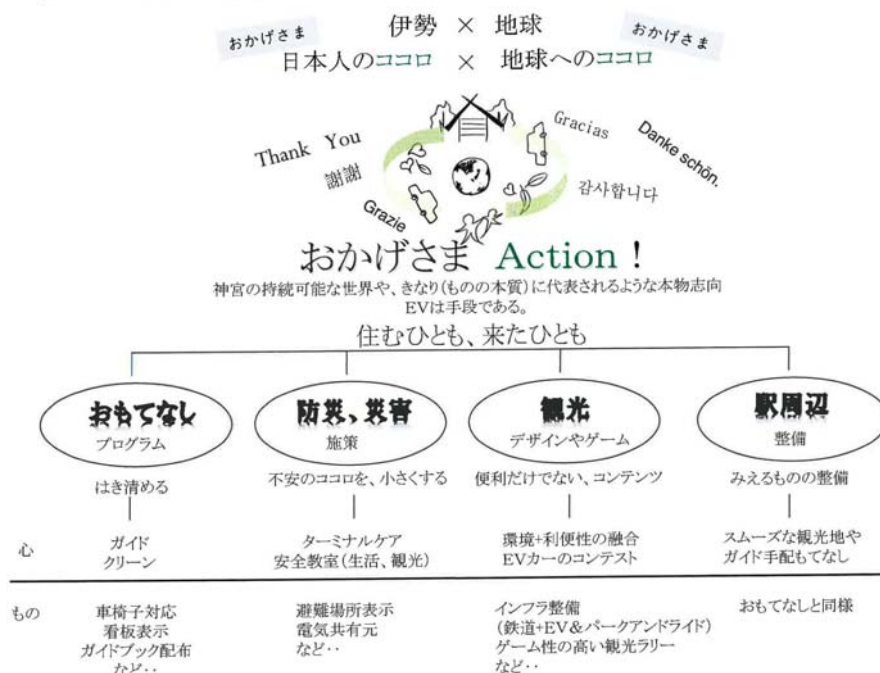
→ 今年度は行動計画の作成なので、車両とそれ以外に分けてデザインするか、統一的なデザインにするかは段階的に決めていく。

(4) デザインの募集について

→ デザインの案は公募することとする。

<JTB 中部からの資料>

シティプロモーション宣言！



4. WGでの課題

特になし

5. 今後の予定

