

僕たちが考える
都市景観への新しい試み

清須美／屋外広告や景観を地域や時間によってコントロールすることは重要です。今、景観条例などもある程度区分けしているけど、違うルール作りみたいなのもできるのではないかと、思います。以前、私が教えていたゼミの学生に、「僕なら、行政区を廃止して、昔武家と町人で分けていたように、文化的な価値で新しいエリアをつくる。例えば、中洲はブロードウェイにして」とかそういう無責任な話をした。でも、発生的なものとか文化、いまどういいう人がそこにいるのがキーだと思っています。さらに、タイムシェア(時分割)っていう発想があります。例えば、今の天神は左右に壁が立って、非常に圧迫感がある空間ですね。でもそれを利用して、年に4回くらい、ビル街全体に魅力的な広告が映写される。そのかわり、その時間以外は天神で広告しない。僕は、時間軸っていうのは都市では非常に重要で、これに沿って屋外広告を変えることはできないだろうかと思っています。その地域の人たちがどういったもので情報を得て、どういふものが必要としているのかが分か

「天神のおしゃれな一日、ぜひやってみたい」(清須美)

MASAHIRO KIYOSUMI X SHUNSUKE NAKAMURA

「都市の魅力は“物語”があるかどうか」(中村)



れば、新しい屋外広告の方法論がつけられるんじゃないでしょうか。中村／僕がやってみたいのは、「広告しにくい広告の禁止」です。大事な情報が含まれていたりとか、福岡に来た人をすごく楽しませるためのものとか、広告を出すためには必ず公共的に役立つものが含まれてなきゃいけないみたいなルールにしたら、みんな頭をひねって面白いものをつくらなかな。空間演出の方法としては、全部のビルを画面にして、景色を変えてみたいと思います。できればそこにいる人たちの立つ場所だったり人の属性や人数でリアルタイムに景色や情報が変わっていくような。清須美／どこに何が適応するかっていう方法論を作るために、新しいメディアはもちろん、古いメディアを新

しい方法で展開することも含めて、45くらいに次世代モデルを徹底してやってみたい。それでみなさんに意見を聞いてみたい。中村／都市の魅力って、結局、「物語」だった。実は、物語ってつくっちゃったもん勝ちなんですよ。誰もが福岡に行ってみたくなくなるようなキーワードをつくって、それに向けてストーリーを描くことによって、景観やそのためのしくみの形ができてくる。福岡はせっかくなので、それをガッツと上に引き上げる何かが必要なんです。

清須美／まず仮説をたててやってみようという話には賛成です。これまで景観についてみんなが勉強してきたことがありますが、その土台を次の段階で壊していくということは面白いなと思う。そのための社会実験的なことはぜひやりたいですね。中村／僕は、サイネージとスマートフォンを連動させて、街をぐるっと巡りたくなるようなシステムをつくりたい。そこに行っただけには、みんな別々のミッションが与えられて、でも、みんなにコミュニケーションが生まれるしくみにするんです。テーマパークのように街を楽しめたら、話題になってさ

ファシリテーター

垣田 健一郎 KENICHIRO KAKITA | アートディレクター/デザイナー 垣田健一郎デザイン事務所 主宰

「都市景観と屋外広告の新しいしくみ」を考える。そんな大それたテーマを、提案のための一助となればと、引き受けて頂いたお二人。「美しさ」「楽しさ」といった各々のキーワードが絡み合って、過去の振り返りや事例などではなく、他のどこでもない「福岡」という場所のことについて、「提案」の話をお伺いできた事がよかったですと感じています。来年度にはその「したい」ことの始まりができればと期待しています。

経歴 1959年北九州市小倉生まれ。東京・福岡のデザイン事務所にてアートディレクション・デザインに携わる。1996年垣田健一郎デザイン事務所設立。

主な活動 ◎(社)日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)、2002-2006年度九州地域代表幹事/福岡地区代表幹事、2005~2007年度東京本部教育委員、2008~2010年度東京本部国際委員 ◎福岡県産業デザイン協議会、2002-2006年度副会長、2007年度~企画専門委員 ◎FUJUKOKA デザインリーグ ◎デザイン特区 LLP ◎九州アートディレクターズクラブ(KADC) ◎西日本工業大学 情報デザイン学科非常勤講師

らに人が遊びに来る。ちょっといつもと違う景色になりますよね。清須美／僕がぜひやりたいのは、「天神のおしゃれな一日」。その日は天神にみんなドレスアップしてくる。僕は、景観は基本的に意識の問題だと思ってるので、教育というアプローチが重要なんです。その入口として、「〇〇の日」をやってみたいなと思います。



MIRAI DESIGN LAB.

電通と博報堂のコラボレーションプロジェクト



六本木のミッドタウンで行われた子ども教育イベント



issue+design 社会的な課題をデザインで解決するプロジェクト

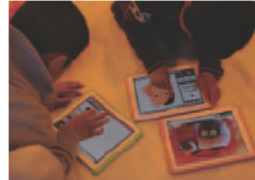
MASAHIRO KIYOSUMI

学生時代以来の福岡に戻って丸7年。主に、九州大学大学院での教育、地元企業のブランド構築、購買行動などを研究するユーザー感性学の仕事をしています。さらに6年前から、社会問題にデザインでアプローチする活動もしています。特に東日本大震災後は今まで隠れていた問題も見えてきて、デザインの果たす役割も大きくなってきました。その中で、昨年グッドデザイン賞をいただいたのが「できますゼッケン」という、災害時などに、個人個人の能力を最大限に生かすためのコミュニケーションツールです。他にも、子どものための「インタラクティブデザイン」、若い人々と社会とデザインについて考える「未来デザインラボ」なども展開しています。



清須美 匡洋

中村 俊介



paintone で遊ぶ子ども達



ナムコ当たり付サイネージ



お笑いライブの映像演出

SHUNSUKE NAKAMURA

大学で建築を学びましたが、大学院でグラフィックに転向。他の人がやっていないことをと、インタラクティブ(双方向)なメディアアートに進みました。そこから広がって、現在、参加型のメディア、デジタルサイネージ、コンサートやライブの映像演出などを手がけています。具体的にどんなことをしているかというと、カメラに映った顔を認識してビジョン上でヒゲを生やして、勝手に刺るといふヒゲ剃りの広告や、画面に映って遊んでいるとアタリが出てきて、それを写真に撮って店に持ち込むとサービスが受けられるというキャンペーンなどが好評でした。また、自社企画制作の子ども向けiPadアプリ「paintone」もキッズデザイン賞を受賞しました。

