

# 2020年に向けて 東京のパブリックサインが 歩むべき道とは

2015年コトブキ販売店総会レポート



2012年、ロンドンで開催されたオリンピックでは、海外から訪れる人に備え、「レジブルロンドン」と呼ばれる大規模なサインデザインの統一が実施されました。これは同時にロンドンに暮らす市民にとっても、徒歩移動の魅力に気付かせる成功例となりました。

さて、2020年に向けて、今、東京が始めるべきことは何か。

さらには東京のみならず、全国の都市で活かせることは何か。

プロジェクトに携わったサム・グラム氏の講演を通して、これからのサインのあり方を考えました。

現在地と目的地をつなぐだけのサインではなく、  
街を“あるきたくなる”サインづくりを。



2015年7月17日(金) コトブキ販売店総会 ロイヤルパークホテル



サム・グラム氏 Sam Gullam

ラコック・グラム・スタジオ創設者  
兼クリエイティブディレクター  
レジブルロンドン計画デザインディレクター

レジブルロンドンとは

2012年のロンドン五輪を前に、市内全域における歩行移動の質を高めるためのサインシステム統一プロジェクト。旅行やビジネスでロンドンを訪れる人だけでなく、ロンドン市民にとってもスムーズな移動ができることを目指して実施された。



photo: Philip Vile (www.lacockgullam.co.uk 参照)

## 人はどうすれば徒歩での移動をしたくなるのか。

レジブルロンドンプロジェクトにおいて、私はプロダクトデザインならびに複数のディレクターの一人としてプロジェクトディレクションに携わりました。そもそも徒歩の移動には、どのようなメリットがあるのでしょうか。ひとつは健康面であり、歩くことは長期的な健康増進にもなります。そして安全面。人通りが多くなると、安全性は高まります。そして環境面。CO2削減につながり、渋滞や混雑に起因する予算増加を緩和します。経済的効果を示す面白いデータがあります。それは、徒歩で移動している人がもっとも地域にお金を落としているというものです。これはリサーチの結果です。では次に、どうしたら私たちは徒歩で移動しようという気持ちになるのでしょうか。移動ルートや歩行者専用道路、街路、横断歩道、歩道橋など、さまざまなインフラが重要なのはもちろんですが、徒歩移動に必要な情報がきちんと用意されているかという点もあります。「歩いた方が早い」「1kmは12.5分で移動できる」という情報は、ほとんど知られていません。別のリサーチでは、歩くことに前向きになるような情報があれば、57%の市民が「歩いて移動したい」と考えているという結果がでました。東京とロンドンと比較してみると、都市部の地下鉄の駅密度は同じくらいではないのでしょうか。私たちは、今いる場所から目的地に移動したいのであって、駅を経由したいわけではありません。現在地から目的地へ直線に向かっていけば、移動時間は短縮されることにはなりますが、必要な情報がなければそのような行動はできません。このことから、情報が駅前にあるだけでは不十分なことがわかります。



# すべてはユーザー視点で考えられるべき。

## — フィジカルサインの必要性

では、みんながスマートフォンを持っている時代に、なぜ実際に形ある公共サインの整備が必要なのでしょう。街にサインがあれば必要な情報が即座に取れて、いくつかの目的地に行きたいときは、頭の中でプランをつくれます。道に迷うことを恐れずに散策してみようという気持ちになります。ここが非常に重要で、街をもっと知ってみようと思うのです。スマートフォンのナビゲーションは、A地点からB地点へ移動するときは非常に便利ですが、街を散策してみようという気になるかという疑問が残ります。

## — デジタルサインの可能性

では次に、公共のデジタルサインの可能性について考えてみたいと思います。まず、デジタルサインの設置や運営、マネジメントには高いコストがかかります。また、屋外で使うときの信頼性、耐久性も課題です。なかでも一番大きな課題と言われていることが、個別に情報が提供できるデジタルスクリーンゆえに複数人で利用できないという点です。レジブルロンドンの初期調査では、1時間に最高300人が公共サインを利用するというデータがあります。そのことを考えると、デジタルサインの公共化にはまだまだ課題が残りますが、高い技術力を誇る日本ですから、チャレンジしていくべき課題ではないでしょうか。

## — シングルシステムの重要性

次にシングルシステムについてお話しします。レジブルロンドンを始めた頃、ロンドンには32の多様なサインがありました。これは私が自転車や徒歩でロンドン中を走り回って集めた数字ですので、正確とは言い難いところがありますが、地方自治体、交通機関、民間などが個々に作成したもので、まったくコーディネートされていませんでした。プロジェクト開始当初、繰り返し議論されていたのが、ユーザーのベネフィットになる一貫性のことよりも、各地域の特色をどのように活かすかでした。この議論に対して私たちは論理的なデータを集めることで、サインを一貫させようとしてきました。ユーザーにとっての価値はもちろんですが、事業者、交通機関、行政にとっての経済的メリット、さらには都市にとってどのようなメリットがあるかを明確に提示したのです。

ビジターが都市を訪れた際、都市内でのスムーズな移動やビジネスのしやすさについて、さまざまな要素を総合して、その都市を評価しているという点を発見しました。都市の機能性を突きつめることで生まれる体験価値が、その人にとっての都市の印象となり、ひいては都市ブランド力の向上にも貢献するのです。

# 東京が成功するために必要なこと。

最後にレジブルロンドンの事例を踏まえ、東京が成功に近づくための方法についてお話しします。まずは、**説得力のあるデータを収集することが挙げられます**。小規模でもかまわないので、東京で積極的に調査をはじめることをお勧めします。自分たちで描いたあるべき姿を実現するための十分な説得材料を集めることが必要です。また、今だからこそひとつの目的に向かって力を合わせる必要があります。世界中から注目される機会が2020年に日本にやってきます。時間的猶予は多くありませんが、大きなチャレンジが目の前に迫っているこの素晴らしい機会を、東京と日本のために生かしてください。個々の努力がばらばらに存在するのではなく、**相乗効果となるような体制をつくってください**。パブリックデザインの一歩のやりがいは、都市のレガシーを生み出せることです。都市の機能性を向上させるという非常に難しくも価値のある目標に対して、真っ向から向き合っていただきたいと思います。正しいサインによって、人々の移動の質が高まるということは、ユーザーにとってはもちろんですが、経済にとっても、またアジアのハブとなり得る東京においても、素晴らしい効果をもたらすことができます。東京はそれができると信じています。ぜひ力を合わせてがんばってください。

# TOKYO WALK REPORT

## 東京ウォークレポート

## サム・グラム、東京を歩く。

講演に先がけ、サム氏はコトブキ社員とともに丸1日をかけて猛暑の東京を歩きました。エリアは、西新宿・丸の内・豊洲の3か所。街を歩きながら交わしたサム氏とのディスカッションを通して見えてきた課題や解決策についてまとめました。

1

人を困惑させないために、一度に与える情報量について考慮しよう。



ロンドンにあるサイネージと比較して、今回の観察したサイネージは「段階的に情報を正しく見せる」という考え方が欠けていたように思われました。利用者の使用シーンを想像すると、適切な情報量が見えてくるのではないのでしょうか。

2

限られたスペースに皆が見やすい情報レイアウトを。



たとえばビクトグラムの活用においてです。TAXIというテキストが含まれるタクシーのアイコンの横に、もう一度TAXIという英表記がある。些細な例ですが、スペースを有効に使うためには、こういった情報の整理が必要だと感じました。

3

デジタルネイションとして名高い日本だからこそ、世界の期待に応えるデジタルサイネージが求められる。



東京の街で見かけたデジタルサイネージは、ユーザーの使用シーンを想定されるものではありませんでした。高い技術力を誇る日本だからこそ、技術の正しい応用方法を理解する必要があります。そのためには有識者を巻き込むことが必要です。

私はあくまでロンドンと東京の比較しかできません。通り名が少ないことや地下道が多いことなど、日本人にとっては当たり前のことが、国外では不思議に捉えられることも多くあると思います。欧米人はもちろんですが、外国人観光客の大きな割合を占めるアジア人にとって、何が当たり前で、何に対して違和感や不便を持つのかなど、インタビューや行動観察などによって詳しく理解する必要があります。そもそも電車に乗る時に並ぶ習慣がない人たちにとって、英語表記のない「こちらにお並びください」というサインは、不安材料にさえなりかねません。こうしたことは、単純に日本滞在経験のない外国人と東京をいっしょに見て回るだけでも多く発見できます。

## サム・グラム氏の来日を振り返る

2015年7月、ラコック・グラム社代表サム・グラム氏が東京を訪れた。2020年に向けて、ロンドンでの成功体験、さらには東京の“今”を歩き気付いたことなど、意見をいただく貴重な機会となった。

7月14日(火)

東京デザイン会議参加 AXIS Gallery  
2020年オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、東京のパブリックデザインのあるべき姿を考える機会とするべく開催された。



7月15日(水)

東京WALK 丸の内・西新宿・豊洲地区  
コトブキ主催の街歩きイベント。コトブキ社員とともに東京のいくつかの街を歩いていただき、サム氏が肌で感じたことや率直な意見を伺った。



7月17日(金)

コトブキ販売店総会 ロイヤルパークホテル  
コトブキの販売店総会で、ロンドンでの成功体験を語っていただき、これからの日本に必要なサインづくりについて、生の声を聞いていただいた。



今回コトブキは、ロンドンでの成功体験とそのノウハウを学ぶためにサム氏を招へいし、数日間の交流機会を得ることができました。これは、東京に限った話ではありません。日本の地方都市においても、今や海外からの観光客が訪れる機会は増えています。そのときにもう一度来たいと思える街か、誰かに訪問をすすめたくなる街であるか。そういった視点で街づくりを考える必要があるのではないのでしょうか。それらの想いを実現するために、みなさまも一緒に考えていきましょう。

ご計画・ご要望にあわせて  
さまざまなご提案が可能です。  
お気軽にお問合せください。

〈お問合せは、お近くの支店・営業所までどうぞ。〉

札幌支店	011-221-3496	長野営業所	026-238-8321
青森営業所	017-761-1371	金沢営業所	076-247-7422
岩手事務所	019-629-2087	静岡営業所	054-205-7161
東北支店	022-742-0731	名古屋支店	052-386-5067
水戸営業所	029-225-8222	京都営業所	075-582-8335
北関東営業所	0287-45-1415	関西支店	06-4801-8265
埼玉営業所	048-871-1030	神戸営業所	078-252-0376
千葉営業所	043-204-3211	中国支店	082-297-4546
東京支店	03-5733-6676	高松営業所	087-869-8770
教育環境営業室	03-5733-6680	九州支店	092-441-0763
横浜支店	045-277-5111	鹿児島営業所	099-258-2361
新潟営業所	025-248-6200	沖縄営業所	098-863-7803