

# プロダクト製品と景観

## ——モノが景観に果たす役割

京都市立芸術大学 美術学部 デザイン科 教授 藤本英子

### 1 都市部の景観の多くが製品景観

#### 1) 景観の質はプロダクト製品がつくるディテールに宿る

都市部での景観を構成している要素のほとんどが、プロダクト製品であると言っても過言ではないでしょう。道路では路面以外の照明柱や信号柱などのポール類、外構に立つフェンスや塀類、道路の上物はほぼプロダクト製品です。高層建築などのビルも、最近は早く建つようになったと思いますが、その部品の多くが製品として工場で作られて、現場でアッセンブリされるからとも言えるでしょう。プレハブはもちろんのこと、外壁のサイディング\*<sup>1</sup>、サッシなどもプロダクト製品として製造されたものが景観として現れます。その他機械式の駐車場、駐輪場や、ベンチ、バス停シェルターなど、街に固定されたものにも多くあります。

また、都市部は移動するプロダクト製品があふれています。自動車、バイク、自転車、バス、トラック、各種作業車など、それらは全て瞬間的な景観の一部になるのです。

街の顔である駅前景観では、公共交通のデザインがその地域の個性を出しています。もちろん駅前広場のデザインや、周辺ビル外壁は重要ですが、市バスや、主要事業者のバスデザイン、そしてタクシーの色などがその役割を果たします。市バスの全面ラッピング広告導入で、それまで顔となっていた市バスの色がなくなることは、街のアイデンティティの一つの喪失だと考えています。その思いを新たにしたいのが、数年前訪問したフランスのメッス、スウェーデンのマルメ [写真1] でした。このどちら

#### ●写真1 景観の質を向上する交通のデザイン



フランス  
メッスの公共交通



スウェーデン  
マルメの公共交通

の街も、公共交通である路線バスと路面電車などは路線毎の色、低床型の美しいデザインで一切の広告を外部に付けていないのです。このような公共交通を持つ街は、街全体の景観が質の高いものでした。まさにこれは地域の文化度や住民のセンスによるものであり、また住民の生活の質やセンスも高めていくことを実感しました。

#### 2) モノ選びから始まる景観づくり

街全体の景観の個性は、全体のイメージの統一により、さらに強いものとなっていきます。そのイメージのコントロールにも、プロダクト製品のいわばモノ選びが大変重要です。古い町並み保存地区や、都