

特集

変わる成田空港アクセス
[成田スカイアクセスと新型スカイライナー]

SPECIAL INTERVIEW

KANSAI YAMAMOTO, IN



アクセス
開業。
成田空港へ
新路線、ついに開業。
ルで、乗り換えもスムーズに！
AN
ED
世界クラスへ



特集

変わる成田空港アクセス
[成田スカイアクセスと新型スカイライナー]

「風」と「凜」

スピード感と日本的な美意識を体现した
新型スカイライナー

デザイナー／プロデューサー

山本寛斎

Kansai YAMAMOTO

外国人観光客を「おもてなし」する

ファッションデザインを中心に、近年はプロデューサーとして平成5年のモスクワに始まり、ベトナム、インドなど国内外で大型イベントを開催。独自の視点とエネルギーな活動で「日本の美学と情熱」を世界に発信する山本寛斎氏。伝統分野における関わりも深く、昨年には、金龍山浅草寺の本堂大宮繕において、工事期間中の覆い幕に迫力ある金龍を一面に出現させ、話題を呼んだ。

観光についても、平成15年に政府諮問機関の観光立国懇談会（V I S I T J A P A N）の委員に就任。日本に外国人観光客を迎えるためのさまざまなプロジェクトに携わった。

「さまざまな国で大型イベントを開催

在来線国内最速の最高時速160 kmで走行。都心と成田空港を最速36分で結ぶ新型スカイライナー。そのデザインを、京成電鉄は「世界の寛斎」に託した。ファッションデザイナー・プロデューサーの山本寛斎氏にとっても、鉄道車両デザインは初めてのチャレンジであったが、新型スカイライナーを「成田空港への最速の運び手」であり、「外国人観光客が最初に接する日本の乗り物」として追求、既存のイメージを払拭する先進的な車両デザインを誕生させた。新型スカイライナーは、その「スピード感あるシャープな外観と高品質で快適な車内空間」が評価され、平成22年度グッドデザイン賞を受賞した。

文●茶木 環／撮影●織本知之／資料提供●京成電鉄株式会社

し、私が目指してきたのは、外国の人たちに日本の美学や情熱を見てもらう、知ってもらおうということ。観光立国のプロジェクトに関しても、考え方は同じです。観光というと、どこか特別な場所に行って何かを見学するというイメージがありますが、本来はその地の『光』を『観る』ということ。観光立国として外国人観光客をお迎えするには、日本の美しさ、日本の素晴らしさを伝えたいという思いが強くありました。その思いは今回デザインしたスカイライナーにも通じています」

外国からの観光客が日本に到着し、最初に乗車するのが、成田空港から都心へ向かう新型スカイライナーだ。

「これは私たち日本人も同様で、訪れた国で最初に出会う人や乗り物で、その国

の第一印象が決まったりするものです。スカイライナーは、日本の第一印象を決める重要な役割を担っている。諸外国の方々に対する日本人ならではの気配りやおもてなしを考えると、そこから、スカイライナーのデザインはスタートしています」

車やバイクなどの工業製品の実績も持っているが、鉄道車両デザインは寛斎氏にとって未経験の分野。新型スカイライナーをデザインするにあたって、寛斎氏は初期のコンセプトづくりから、プロジェクトに参画した。

「デザインは、そこに託す美学や哲学、世界観から生み出されていくものです。絵を描けばそれでもいいというものではない。一つの大きなプロジェクトも、その世界観を象徴するキーワードから細部が構

築されていく。コンセプトワークが非常に重要なのです」

寛斎氏は京成電鉄とともにコンセプトワークを徹底して行なった。そうしたプロセスを経て決定したのが、「風」と「凜」、二つのキーワードだ。

利用客がいて完成する
「引き算」のデザイン

新型スカイライナーの外観デザインのコンセプトは「風」。日暮里駅から空港第2ビル駅まで36分という、最速の運び手のスピード感を表現している。カラーリングは、藍色をメタリックにアレンジした「ウインドブルー」と「ストリームホワイト」の2色使い。車体先端からのシャープなエッジと窓下の2本のブルーの線が



スピード感を強調している。

「日本を訪れる外国人観光客に日本のデザイン美を伝えたい。そこで、日本古来の伝統色である藍染めの藍の色を使うことにしました。しかし、藍色は明るさの加減で青くも黒くも見えます。太陽光の下や地下駅構内、どんなシーンでも藍色をはっきり見せたい。これだと得心するまで、車両に実際に色を乗せる塗装試験を7回繰り返しもらいました。その藍色を引き立たせる白も、日本に現在あるなかで最も白い塗料を使っています。京成電鉄の方々も相当苦労されたと思いますよ」

ロゴマークも「風」を表現している。車両側面に配したロゴマークは、SKYLINERの頭文字のSを、疾風をイメージして毛筆タッチでデザイン化し、iの文字に日の丸をアイコンとして組み込み、日本を代表する空港特急を世界に向けて発信している。

「もうひとつ、外観デザインで個人的に気に入っているのが、前照灯が中央に4つあるフロントマスク。なかなか個性的な

顔に仕上がりました」

一方、車内デザインのコンセプトは「凜」。一切の無駄をそぎ落として本質のみを残す、きめ細やかにきちんとする——日本的な美意識を生かし、清涼な美しさと利用客への細やかな心配りを随所に込めた。

床は日本伝統の柄である市松模様をアレンジし、配色によって波を表現。座席も、濃淡の糸で織り上げた藍色のシートを使用している。

「座席は、私どもとお付き合いのある岡村製作所にお願いました。バネックス®というクッション素材を使った座席シートで、底つき感がなく快適な座り心地です」
天井は、できる限り室内を広く見せるためアーチ状にし、空調の吸気口を隠して間接照明だけですっきり見せた。客席とデッキ部を仕切る壁や扉には、フロストフィルムを張った大型ガラスを採用し、明るく広い空間に仕上げています。

「自分で乗車したときに、予想以上にうまくいったと感じたのは、車両の入口に設けた手すりですね。グラデーション塗

装にして上下にLEDを設置してあるので、何かわくわくするような気分にしてくれる計算外の効果が生まれました」

さらにもうひとつ、さすが寛斎デザインともいえるべき空間にトイレがある。今までの鉄道車両にはない、白・黒・シルバーを基調にした、機能的でスタイリッシュな空間だ。洗面ボウルは人工大理石を使用、男子トイレにはフランスの陶器メーカーの便器を採用した。車椅子でも利用できる広々とした多機能トイレには、ベビーカーとベビーベッド双方を設置している。

「私の娘も子どもを持つ年代になって、いかにそうしたものが必要かをよく聞いていますからね。すべての年代のお客さまにとって、使い勝手のいいものになったと思います」

「風」と「凜」をキーワードに、快適性と機能性を十二分に満たしつつ仕上げられた、端正で研ぎ澄まされた車両デザイン。それが山本寛斎氏の手によるものだとすると、意外に思う向きもあるかもしれない。

「スカイライナーのデザインでは、色数や装飾を減らすことを意識しました。つくり手は、自分が手がけたというサインのようなものを作品に残しがちです。でも、それが利用者にとっては、実は、非常に使い勝手が悪かったりする。鉄道はお客さまが乗って完成するものです。車内に





特集

変わる成田空港アクセス [成田スカイアクセスと新型スカイライナー]

お客さまの衣服やトランクの色が入るから、色は控えた方がいい。乗り心地や使い勝手にもこだわった、お客さまが主役の「引き算」のデザインをしています」

新型スカイライナーは平成22年度グッドデザイン賞を受賞した。

「完成した車両は、私が思った以上に素晴らしいものになりました。ドイツ車にはとてもいいデザインの車がたくさんありますが、今回のスカイライナーはそれに匹敵するレベルだと思います。海外からオファーがあればノウハウを輸出しているほどです。こうした車両を生み出したことは、いい意味で他社にも刺激になると思いますね。お互いに競い合えば、日本の鉄道全体の車両がグレードアップしていくと思います」

迷ったら新しい方を選択する

寛斎氏にとっては、新型スカイライナーが初めての鉄道車両デザインとなったが、どのような思いで取り組んだのだろうか。

「通常、モノのデザインというと、形から入るように捉えられがちですが、モノには人との関係性のなかでそれが存在する理由や背景、つくり手として関わる人々やそれを利用する人々の意思など、さまざまなストーリーがあります。私はそこから具体的なデザインを引き出す「人間ありき」の発想をします。人間の心を、モノの形に反映することができれば素晴らしい。今回は車両でしたが、そう

した志で前例のないモノをつくらうと取り組みました。ニューヨークでは、ファッション系のデザイナーやプロデューサーがホテルをデザインするケースも多い。従来の建築家とは全く違う発想で面白いものがどんどんできていくんですね。私は鉄道のデザイナーではありませんが、専門家とは視点が異なるがゆえに、独自の提案ができるだろうと思いました」

確かに、カラーリングやフロントマスクの中央に配した前照灯、座席からトイレの便器まで、寛斎氏のこだわりは、鉄道会社や車両メーカーにはない発想から生まれている。

「コンセプトワークの最初の段階で、プロジェクトに関わる皆さんに私の美学や哲学をお話しし、従来の概念や意識を揺さぶろうとしました。自分が普段考える振り幅とは異なる人々と交流すると、そこに新しいものが生まれますから。そう

は言っても、さまざまな提案を京成電鉄サイドが受け入れてくださったことには感銘しました。デザインの実現には難しい点多々ありましたが、いろいろ葛藤もあったのではないかと思います。私はどのプロジェクトに対しても、「勝った」「負けた」の判定をします。そして、やるからにはそこそこではなく、圧倒的な勝利を目指す。今回のスカイライナーはスピード、デザインも含めて圧勝というのが結論ですね」

その勝利をもたらしたものは、何だったのだろう。

「それはやはり京成電鉄、京成グループ

の方々、関係者の熱意と積極性でしょうね。ただ、頑張ろうではない。勝つべき理由、志を最初から持たれていたと思います。だからこそ、京成電鉄の方々にはウィナーになれたのです。それと、私は迷ったら新しい方をぜひ採用してほしい」と常に言い続けて、冗談で「もし失敗したら寛斎が悪かったことにしてくれ」とも言っていたのですが、最終決定をされる京成電鉄のトップ、花田力社長が実際に新しいものをどんどん採用された。そういうことも非常に大きかったですね」

そして、世の中はとてつもないスピードで変貌を遂げているからこそ、チャレンジを続けなければならないと、寛斎氏は力説する。

デザイナー／プロデューサー

山本寛斎

やまもと かんさい

昭和49年から平成4年まで、パリ、ニューヨーク、東京コレクションに参加。近年はプロデューサーとしてモスクワ（5年）、ベトナム（7年）、インド（9年）などでスーパー・イベントを開催。平成12年からは国内でも岐阜（12年）、山口きらら博（13年）、日本武道館「アボルダージュ」（16年）、「愛・地球博」開幕イベント（17年）、東京ドーム「KANSAI SUPER SHOW 太陽の船」（19年）、有明コロシアム「KANSAI SUPER SHOW 七人の侍」（22年）を開催。

