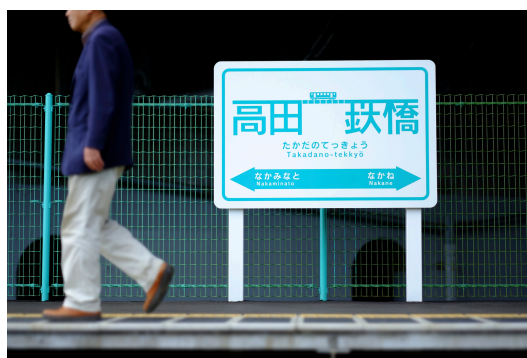


ひたちなか海浜鉄道湊線駅名標が「2015 年度 グッドデザイン賞」を受賞

ひたちなか海浜鉄道株式会社の湊線駅名標が、このたび 2015 年度グッドデザイン賞(主催：公益財団法人日本デザイン振興会)を受賞しました。約 60 年のグッドデザイン賞の歴史の中で、駅名標の受賞は初となります。当社では今回の受賞を契機に更なる鉄道と沿線地域の活性化と図るとともに、ものづくりにおけるデザインの活用を積極的に推進し、ブランドイメージの向上に務めてまいります(以上趣旨)。

- 製品名称：ひたちなか海浜鉄道湊線駅名標
- 製品概要：この駅名標は、乗客や市民の「地域を見る目」を育む新しいコミュニケーションデザインです。湊線各駅周辺の史跡や特産品を取り入れた独特なデザインが人の興味を喚起します。それによりこの駅名標は、従来の役割を超え、鉄道の利用者数の増加、沿線地域の活性化、そして地域アイデンティティの創出をもたらしました。
- 受賞企業：ひたちなか海浜鉄道株式会社
- デザイナー：小佐原孝幸
- グッドデザイン賞ウェブサイトでの紹介ページ
<http://www.g-mark.org/award/describe/43275>



グッドデザイン賞受賞展「グッドデザインエキシビション 2015 (G 展)」に出展

本年 10 月 30 日(金)から東京ミッドタウンで開催される、最新のグッドデザイン全件が集まる受賞展「グッドデザインエキシビション 2015 (G 展)」会場で湊線駅名標が本年度受賞デザインとして紹介されます。

[グッドデザインエキシビション 2015 (G 展)]

会期：10 月 30 日(金)～11 月 4 日(火)

会場：東京ミッドタウンホール(東京都港区六本木)

<http://www.g-mark.org/meeting>

グッドデザイン賞とは

グッドデザイン賞は、1957 年創設のグッドデザイン商品選定制度を発端とする、日本唯一の総合的なデザイン評価・推奨の運動です。これまで 59 年にわたり、デザインを通じて日本の産業や生活文化を向上させる運動として展開され、のべ受賞件数は 40,000 件以上にのぼります。今日では国内外の多くの企業や団体などが参加する世界的なデザイン賞で、グッドデザイン賞受賞のシンボルである「G マーク」は、すぐれたデザインを示すシンボルとして広く親しまれています。

<http://www.g-mark.org/>



このプレスリリースに関するお問い合わせ先

※湊線駅名標の写真データを用意しています。下記お問い合わせ先までご請求ください。

ひたちなか海浜鉄道株式会社 担当：大和田征宏

TEL：029-262-2361 E-mail：ohwada@hitachinaka-rail.co.jp

駅名標詳細情報

■制作の背景

2005 年、利用者数の減少と経営状況の悪化により、茨城交通はひたちなか市に対して湊線を廃線する意向を示しました。しかし地域の生活者にとって、湊線はなくてはならない存在です。地域住民は存続を熱望、市がリーダーシップをとり、2008 年 4 月に第 3 セクター「ひたちなか海浜鉄道株式会社」が誕生しました。この新生湊線を活性化させるために駅名標のリデザインを提案しました。

■デザインコンセプト

新生湊線のヴィジョンを具現化し、鉄道のみならず沿線地域まで活性化するデザイン

■企画・開発の意義

ひたちなか海浜鉄道のヴィジョン「市民と一体となった鉄道づくり」の実現と、赤字路線からの脱却という 2 つの目標を達成するために、まず沿線地域で綿密なリサーチをおこない情報を蒐集しました。この土地の風土や住民と触れ合いながら、各駅の駅名標のデザインを選定していくことで、それが地域に根付き、市民に土地への愛着や誇りを与えられればいいと考えました。

■創意工夫

鉄道を利用する乗客の目は、「今、自分は何駅にいるのか」を確認するために、必然的に駅名標に向けられます。鉄道は中吊りやトレインチャンネルなどさまざまな広告媒体を保有していますが、それ以上に人の目に触れる存在が駅名標です。この特質を活用して、沿線地域へ乗客の意識を飛ばす装置として駅名標を機能させることを試みました。情報量を制御したやや不親切なロゴタイプは、従来の鉄道にはない新しいコミュニケーションを成立させるために考案しました。種々の駅名は一体何を表しているのでしょうか？乗客は自ずとその図案の意味するところを推理し、読み解くことになります。そして、そこから生まれる能動的な思考は「話す」「撮る」「SNS でつぶやく」「足を運ぶ」といった行為に結びつき、地域の広告となって回り始めるのです。

■デザイナーの想い

全国に 74 社ある民営鉄道は、その 4 分の 3 が赤字路線です。廃線を余儀なくされる地域鉄道が増加する昨今、湊線もまた同じように廃線宣告を受けた鉄道でした。その湊線が、懸命な努力によって、未曾有の震災を乗り越え、52 年ぶりの新駅を開業させ、いよいよ黒字化目前にまで辿り着きました。これは全国でも類を見ない再生事例です。その成功に、デザインの力が大きく貢献したという点を見ていただければ幸いです。

■審査員の評価コメント

ローカル鉄道が全国的に存続の危機に直面しているなか、ひたちなか海浜鉄道湊線では、駅に到着するとまず必ずといっていいほど最初に目にする駅名標に着目する。そこには地域らしさを伝えるため史跡や特産品を丹念に表現したロゴタイプをデザインした。それはどちらかというと解りづらく、乗客は簡単に理解できない。しかし逆にそれを理解しようとするこだわりに近い反応が話題となり、徐々に乗客が増え、現在赤字の危機を乗り越え黒字になる直前まできた。ローカル線の危機回避に常道はない。デザイナーと地域住民の何とかしたいとの必死の思いがそのきっかけをつくったのだ。

