

内外交差点

街に溶け込み、寄り添うという選択 デザインという名の冒険②

成川 史華氏 (扇交通社長) 第10/12回

阪神・淡路大震災から、今年で31年になった。当時、私は小学1年生だった。正直に言えば、震災そのものの記憶は、ほとんど残っていない。父が倒れてきた棚から体を張って守ってくれたこと、24階の自宅から停電の中を家族で延々と階段で降りたこと、水を運ぶためにまた登ったこと——記憶に残っているのは、それくらいだ。

生活がどれほど不便だったのか、交通がどれほど混乱していたのか。当時の私は、そんなことを理解できる年齢ではなかった。震災を「出来事」として意識するようになったのは、学校が再開してからだった。クラスで「震災の時、どうしてた？」という話をする時間があり、仮設住宅から通ってくる友達もいた。記憶にはほとんどないのに、周囲には確かな現実があった。

大学進学を機に神戸を離れ、東京で暮らすようになってから、私は別のかたちで震災と向き合うことになる。神戸では父は毎年、東遊園地に黙とうを捧げに行っているし、私も行ける限り足を運んできた。しかし、東京では驚くほど静かに過ぎていく。テレビをつけても報道が流れない。

「もう1月17日が過ぎている」と気づいた時、自分が何か大切なものを忘れてしまったような気がして、妙に落ち込んだことがあった。忘れていたわけではない。ただ、語られない場所にいと、記憶は日常の外へ押し出されてしまう。その違和感は、今もどこかで私の中に残っている。

そんな大学時代、思いかけずタクシーの車両デザインの話が舞い込んできた。依頼主はもちろん当時の社長、父である。「プリウスPHVを導入するから、デザインしてよ！」という気軽な口調だったが、私の専攻は油画でキャンバスに絵の具を塗ることが専門で、車の外装などやったことがない。それでも学内のデザイン学科の人たちに話を聞きながら取り組んだこの仕事は新鮮で楽しくてしかたなかった。テーマとして求められたのは、PHVの特性が一目で伝わること。災害時には電源としても使える車。その



機能を、どう表現するか。そこで思いついたのが、「コンセント」と「リボン」だった。電気を届ける車なら、

プレゼントのように見えたなら良いな。機能を説明するだけではなく、「何かを届ける存在」として、やさしく伝えたいと思った。

出来上がった車は、想像以上に人の記憶に残る車両になった。当時グループで3両導入したプリウスPHVは、すでに導入から12年が経ち代替えを控えているが、「可愛い車ね。すぐわかったわ！」という言葉をお客様からかけてもらったと乗務員から聞いた時はとても嬉しかった。この車両が良いと選んで乗ってくれる乗務員もいるという。サービス業にとって、「覚えてもらえる」ことは大きな意味を持っている。乗り心地や効率だけではなく、存在そのものが記憶に残る。デザインにはそんな力があると実感した瞬間だった。

その後、バスのデザインにも関わった。イメージカラーはエメラルドグリーン。神戸の海と当グループを表す扇をモチーフにしている。走るからこそ、横に流れていく時に分かりやすいこと。

地域の風景の中で、「あ、あの会社のバスだ」とすぐに気づいてもらえること。「可愛いですね」そう言って

くださるのは、特に高齢の方やお子さんが多い。一方で、乗務員からは「可愛いけど、かっこよくはないね」と言われたこともある。バスは走っている姿のかっこよさが大事だ、という意見ももつともだと思ふ。

それでも私は、海外でも通じる日本の「可愛い(Kawaii)」を大切にしたいと思っている。連載第8回で触れたように、言葉や文化が違っても、親しみやすさや安心感は直感的に伝わるもの。街を走る車両が、少しでも人の気持ちを和らげ、地域の風景に溶け込む存在になれば、それは十分に価値のあることだと思う。

タクシーやバスは、単なる移動手段ではない。地域の中を毎日走り、人の暮らしのそばにある存在だ。だからこそ、機能や効率だけでなく、「親しみ」や「安心感」を感じてもらえることが大切ではないか。これからも、デザインの力を通じて、「可愛い」を地域交通に落とし込み、愛されるタクシーを目指していきたい。派手である必要はない。でも、見ただけで分かり、覚えてもらえる存在であること。その積み重ねが、地域との信頼につながると私は信じている。

