

八幡駅前国際通りのバナーフラッグ

八幡駅に下り立つと50m幅の八幡駅前通りのパースペクティブに街路樹のけやきと皿倉山が一気に飛び込んできます。八幡駅前周辺は1945年8月の八幡大空襲の戦災復興事業に取り組んだ初代公選市長守田道隆さんの思いが形になった街区です。守田さんは東京市で関東大震災後の帝都復興事業に携わった後、第6代官選市長函師兼武氏に招聘され1929年に八幡市土木課長に就き、黒崎駅前区画整理事業などに携わった後、長野県に転出しますが八幡の魅力が忘れられず、製鐵所の技師として戻ってくるほど八幡を愛した人でした。現在八幡駅周辺は製鐵所の縮小・整理と共に人口減少や高齢化が進んでいますが、日本経済を牽引していた時代の匂いを感じる建築物もあり、地方都市には不釣り合いなスケールの街区に大学や国際機関、音楽ホールなどが立地する北九州市でも屈指の垢ぬけた落ち着いた空間になっています。

この八幡駅前通りに街の賑わいや新たなコミュニティーづくりに取り組む地域連携団体のKEYAKI TERRACE YAHATA(以後KTY)があります。今回、KTYと本学建築学科水野貴博研究室の学生とが共同で、八幡駅前のブランディングや街に愛着を持ってもらうためのバナーフラッグづくりに取り組みました。建築史が専門の水野先生の指導の下、学生たちが八幡の歴史や建造物について調査・研究し八幡の近・現代史の画期を彩った当時の街の風景を切り出してデザインし16枚のバナーに仕上げました。そのクオリティの高さに感激、早速界限を歩きに行きました。到るところで歴史の風景を感じられるだけでなく、自然や文化・スポーツ施設、ビストロなども身近にあり、多様なライフスタイルを実現できる街としての魅力を再発見しました。また、ポストコロナのテレワーク時代の受け皿に最適な街だと確信し、工学とデザインとを融合させて地域の活性化に貢献することを標榜する本学で、今後どの様なお手伝いが出るのかワクワクさせるプロジェクトでした。

製造業のサービス産業化

グローバル化の進展で多くのモノが汎用品化し価値を創造する主体が製造業からデジタル産業へ移行しています。製造業に比較優位があった日本はモノづくりにこだわり経済が低迷しています。一方、知的財産やソフトウェア、データベースなどの無形資産に投資を続けてきた米国はコロナ禍にあってもGAFAなどの巨大IT企業がいずれも過去最高の利益を上げています。モノづくり技術者を育成してきた工業系大学としては、昨今、地球環境や資源の限界を意識してSDGs的視点で自然エネルギーの導入や長持ちさせることを具現化する設備保全技術などの視点を第一に考えてきました。これからは製造業の収益性を製品の機能的な価値ではなく、製品を使用する際に生じる体験価値や使用価値を提供して価値や収益性を高める、「製造業のサービス産業化」という工学では意識しなかった視点も必要と考えています。

セオドア・レビット博士は、顧客はモノに価値があるから買うのではなく、モノを消費して価値が生まれるとして「ドリルを買う客が欲しいのはドリルではなく穴である」と言っています。

このような文脈でトヨタはモビリティ・サービスを掲げています。車が通信機械になり、調子が悪くなったり故障したりしてもトヨタスマートセンターが遠隔診断してくれますし、カーナビの更新も自動です。将来は契約者が乗りたい時に店の人が自宅に運んでくれるサブスクリプションの車が主流になるでしょう。車は常に販売店にあり、駐車場料金もかからないし整備も済ませてくれます。サービス料が駐車場料金等より安くなれば成り立ちます。

いま日本の製造業が直面しているのは、新しい技術に立脚したサービスの価値観の転換と、その技術に対する知識の習得です。トヨタの実験都市「ウーブン・シティ(編まれた都市)」もその流れにあります。工学系大学でもデジタル時代に対応したマーケティングやデータサイエンス等これからのビジネスに必要な知識が必須と考えています。

*GAFA：IT企業4社、グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾンのこと

*サブスクリプション：所定の料金を支払うことで商品やサービスを一定期間自由に利用する権利を得られる仕組み