

デザイン目線で案内する観光ガイドブック・初の台湾特集号『d design travel HSINCHU』11月全国発売

東京・渋谷ヒカリエにて、“新竹らしさ”を体験できる出版記念イベントを12月6日(土)開催！

D&DEPARTMENT PROJECT（商号:ディアンドデパートメント株式会社）が制作する「ロングライフデザイン(その土地に長く続く個性)」を編集テーマに据えた、47都道府県の観光を都道府県ごとに特集するトラベルガイドブックシリーズ『d design travel (ディデザイントラベル)』の、初の台湾特集号となる「新竹号」が、2025年11月21日(金) 全国発売となります。

出版を記念して、渋谷ヒカリエ・d47では、オリジナルメニュー「新竹定食」を提供するほか、12月6日(土)には、編集部が現地の魅力を語り尽くすトークショーや新竹の郷土食を味わうイベントを開催し、様々な体験を通して台湾・新竹の個性を伝えます。



『d design travel HSINCHU』のつくり方、たのしみ方

1、地元住民や、旅・デザイン好きの一般参加型による編集スタイル

2025年4月台湾新竹で、公募で集まった50名を超える参加者の皆さんと「新竹らしさ」をディスカッションしながら取材候補地を挙げる公開編集会議型のワークショップを開催。その後もSNSで制作過程をシェアしながら、台湾内外からリアルタイムで情報を寄せていただきました。

2、まずはいち旅人として体験する、覆面取材

2025年4月から7月の間、編集長が新竹と日本とを行き来し約1ヶ月間滞在。200箇所以上を訪れ、新竹中を隅々まで暮らすように巡り、実際に体験し感動したものだけを選定しました。

3、“体験してこそ”の新竹号

渋谷ヒカリエ・d47でトークイベントやオリジナルメニューの提供など、本書だけに留まらない企画を展開します。



描かれなかった“文化都市” これから

「2ナノメートルの半導体はつくれても、2メートルの歩道はつくれない」——新竹で聞いたこの言葉が、今でも強く印象に残っている。急速な発展の中でも、古くからの習慣や信仰が息づき、人工物と自然が混ざり合う“ハイブリッドな土地”・新竹。点在する固有の資源を丁寧に拾い集め、具体化していくことで、きっと他に負けないくらいの文化都市になれるはずだ。

表紙：「東徳成米粉工廠」の手提げ袋

新竹と聞いてどこかわからない人でも、ビーフンを知らない日本人はほとんどいないでしょう。実際に旅した僕からしてみれば、街中どこに行ってもビーフンの手提げ袋が並ぶ様子は、もはや新竹ならではの風景。風の強い地域だからこそ生まれた郷土食は、新竹の人にとってもかけがえのないソウルフードでもあります。中でもひと際目立つピンク色のパッケージは、今も伝統的な手作り製法を守る老舗ビーフンメーカー「東徳成米粉工廠」のもの。その昔、新竹がまだ「竹塹城」と呼ばれていた時代にタイムスリップしてしまうかのようなノスタルジックなデザインにロマンを感じます。

『d design travel』編集長 神藤秀人

『d design travel HSINCHU』概要

- 定価 2,900円+税 / ● 出版元 D&DEPARTMENT PROJECT
- 全国発売日 2025年11月21日（金）
D&DEPARTMENT webサイトにて送料無料の先行予約を受付中、d47及びD&DEPARTMENT各店ほかにて先行発売中。
- 様式 B5変形判、192ページ、フルカラー、日英併記
- 販売場所 全国の書店・ライフスタイルショップ・ミュージアムショップ・Amazon・D&DEPARTMENT各店
- 表紙 「東徳成米粉工廠」の手提げ袋

新竹号特集webサイト：https://www.d-department.com/item/D_DESIGN_TRAVEL_HSINCHU.html



—本件に関するお問い合わせ—

D&DEPARTMENT PROJECT 広報 清水 03-6427-2301 / pr@d-department.jp / www.d-department.com

● d design travel 編集、7つの考え方

- 1. 必ず自費でまず利用すること。実際に泊まり、食事し、買って、確かめること。
- 2. 感動しないものは取り上げないこと。本音で、自分の言葉で書くこと。
- 3. 問題があっても、素晴らしければ、問題を指摘しながら薦めること。
- 4. 取材相手の原稿チェックは、事実確認だけにとどめること。
- 5. ロングライフデザインの視点で、長く続くものだけを取り上げること。
- 6. 写真撮影は特殊レンズを使って誇張しない。ありのままを撮ること。
- 7. 取り上げた場所や人とは、発刊後も継続的に交流を持つこと。

● 取材対象選定、5つの考え方

- 1. その土地らしいこと。 2. その土地の大切なメッセージを伝えていること。
- 3. その土地の人がやっていること。 4. 価格が手頃であること。 5. デザインの工夫があること。

● 主な内容：dマークレビュー

『d design travel』最大の見どころ。観光、レストラン、買い物、カフェ、宿、人、の6つのカテゴリごとに最大4箇所ずつ厳選し、その土地を代表する、ロングライフなスポットや取り組みを掲載しています。



※中面ページ例：dマークレビュー



観光

その土地らしさを感じる観光スポットで、メッセージ性があり、長く続いている場所。

- ・新竹都城隍廟（新竹市北区）
- ・新竹市鐵道藝術村（新竹市東區）
- ・大煙囪下的家（新竹市東區）
- ・新竹市立動物園（新竹市東區）



カフェ

伝えたいメッセージを持つオーナーによる、その土地らしいカフェやバー。

- ・晌午板食（新竹縣横山鄉）
- ・無西無慮（新竹市東區）
- ・Frontier（新竹市東區）
- ・大山北月（新竹縣横山鄉）



レストラン

地域の食材を使い、地元の人がやっていて、美味しいだけでなく、デザインを感じる食事処。

- ・半畝院子 山民食堂（新竹縣竹北市）
- ・Monsoon（新竹縣竹北市）
- ・Fancy Tofu（新竹市北区）



宿

その土地らしさを体験できる建築やサービスによる宿泊施設で、価格も適正であるホテルや旅館。

- ・The One 南園人文客棧（新竹縣新埔鎮）
- ・或者山旅（新竹縣北埔鄉）
- ・羅屋書院（新竹縣關西鎮）
- ・雷沙達岬斯（新竹縣尖石鄉）



買い物

地域の特性を活かしたお土産を購入できる店。

- ・或者工藝櫥窗（新竹市北区）
- ・徐耀良茶園（新竹縣峨眉鄉）
- ・江山藝改所（新竹市東區）
- ・國達民俗偶戲文物館（新竹市北区）



人

地域のキーパーソンで、文化創造や地域活性に繋がる活動を積極的に行っている人物。

- ・吳君薇（見域工作室／城市透鏡文化有限公司）
- ・彭峻陽（新竹北埔八音團）
- ・吳庭安（春池玻璃實業）
- ・陳添順（鴻梅文創志業股份有限公司）

● 特集例

・新竹の“らしさ”を育む学校 ― サイエンスパークの耕し方

今や、台湾で最も新しく、最も裕福な街として注目を集めている「サイエンスパーク」。都市機能がコンパクトに整い、快適な暮らしが広がっている。新幹線も通り、学校や商業施設、病院などのインフラも充実し、ここで働く人々の多くは、子どもを持つ家庭の一員であり、台湾の少子化問題の解決にも繋がっている。しかし、その子どもたちの「居場所」は、いったいどれほどあるのか……新竹の代表的な暮らしを、デザインとよそ者視点で探ります。

・新竹のものづくりの産地を巡る ― ガラスのDNA

新竹を代表する産業といえば、何を思い浮かべますか？そう、ガラス製品です。日本のプロダクトデザイナー・深澤直人氏のディレクションで知られる「TG」シリーズは、D&DEPARTMENT各店でも取り扱う優れたプロダクトです。しかし実は、そうしたガラス製品を生み出すこと以上に、新竹が世界に誇るのは、“ガラス再生事業”。日本統治時代に端を発する“ものづくりのDNA”が、今も息づいています。

・新竹の道すがら ― 浪漫台三線藝術季

全長約150kmの台三線（台湾省道3号線やその沿線の文化路線）を軸に、台北・桃園・新竹・苗栗・台中の5つの県市を繋ぎ展開する地域横断型のアート・文化イベント「浪漫台三線藝術季」。客家文化を切り口に、「芸術・デザイン・食文化」などを融合しながら地方を再編集・再発見するのも面白く、2019年と2023年とこれまで2回開催。特に新竹に焦点をおきつつ、いったいどんなイベントなのか、その痕跡を訪ねてきました。

● 連載

- ・深澤直人（プロダクトデザイナー）／デザイナーのゆっくりを聞きたい 第55回「ガラスのコップ」
- ・高木崇雄（工藝風向 店主）／各地域の“民藝”と“ロングライフデザイン”を繋ぐ 第26回 新竹「茶」
- ・坂本大三郎（山伏）／各地域に深く根づいたロングライフな祭り 第27回 新竹「二重映しの都市」

その他、編集部が見つけたその土地では当たり前となっている独特な習慣を紹介する「新竹のふつう」や、「新竹定食」 開発から感じた独自の食文化、滞在取材を経て見聞きし体験したその土地らしさを綴る「編集部日記」など、掲載地はおよそ80箇所。多角的に“新竹らしさ”を伝えます。

● 主な出版記念企画

1. 『d design travel HSINCHU』を語り、味わう“新竹祭り”渋谷ヒカリエで開催！

＜d design travel show HSINCHUと新竹のつづくをたべる会＞

編集部が感動した新竹らしさをさまざまな切り口から体験していただくことで、新竹を旅するきっかけをつくっていきます。

開催日 | 2025年12月6日(土) 15:30～20:30 / 場所 | 8/COURT、d47食堂 (渋谷ヒカリエ8F)

URL | https://www.d-department.com/item/DD_EVENT_64565.html

問合せ | 03-6427-2301 (d47)

共催 | D&DEPARTMENT PROJECT、鴻梅文創志業股份有限公司 [或者]、財團法人新竹縣文化基金會
プログラム |

第一部：トラベルショー（トークショー）15:30～17:00（15:00開場）

編集部が旅の間で撮影した写真を映しながら、本誌には掲載しきれなかった新竹の魅力や取材エピソードを語り尽くすスライド形式のトークと、郷土料理を一膳の定食に編集した新メニュー「新竹定食」を開発したd47食堂スタッフが、実際に現地で食べ歩き、生産者らに学んだ新竹の食文化を紹介しながら、その個性を紐解くトークの、2本立てでお届けします。

第二部：新竹のつづくをたべる会 18:00～20:30（17:30開場）

取材を通して出会った人々や、郷土の味、新竹定食に収まりきらなかった“新竹らしさ”を、立食形式の交流パーティーでご紹介します。実際に足を運び、食べて、食べて、食べ歩いて出会った新竹ならではの客家の食文化をご堪能いただきます。

2. 郷土の味をぎゅっと詰め込んだオリジナルメニュー「新竹定食」が新登場！

d47食堂の料理人が新竹を旅して、名物や伝統料理を食べ歩き、生産者に取材して開発した定食が、期間限定で登場します。台湾にいる複数の族群の中でも客家人の食文化が根強く浸透している新竹。保存の文化が色濃く残り、香辛料やお茶は漢方としても重宝されています。梅干菜と豚肉とを煮込んだ「梅干扣肉」、米麺「板條」入りの新竹名物「貢丸湯」などが並ぶ、食べて体を整える「新竹定食」は、d47食堂で、実際にご賞味いただけます。

提供期間 | 2025年11月7日(金)～ 12月中旬まで 水曜休 / 場所 | d47食堂 (渋谷ヒカリエ8F)

価格 | 3,100円 (税込) / 問合せ | 03-6427-2303 (d47食堂)

※日毎数量限定。仕入れの状況などにより期間や内容は変更する場合があります。



【新竹号は台湾版も発刊します】

『d design travel HSINCHU』台湾版（繁体字・英語併記）が、2026年1月に発売予定！ 発売を記念して、台湾・新竹にて、本誌を立体的に楽しめる展示や、トークイベントを開催。「新竹定食」の提供も行います。

● 『d design travel』とは

2009年創刊。毎号、地域住民との公開編集会議を皮切りに、約2ヶ月間の現地取材を行います。各号の取材と、東京と特集県とで連動する企画を通して、47都道府県の独自の個性を改めて整理し発信することで、日本各地にあるその土地らしいクリエイションを見つめ直し、その価値を継承する意識を持つきっかけを与える、これまでのトラベルガイドには無い機能をもつ書籍として展開しています。

1.北海道、2.鹿児島、3.大阪、4.長野、5.静岡、6.栃木、7.山梨、8.東京、9.山口、10.沖縄、11.富山、12.佐賀、13.福岡、14.山形、15.大分、16.京都、17.滋賀、18.岐阜、19.愛知、20.奈良、21.埼玉、22.群馬、23.千葉、24.岩手、25.高知、26.香川、27.愛媛、28.岡山、29.茨城、30.福島、31.三重、32.神奈川、33.福井、34.広島、35.島根、新竹
※鹿児島と静岡は増補改定版、東京は改訂版を、初版後に出版。富山はvol.2も出版。
※2024年7月にシリーズ初の海外特集号となる韓国済州号を出版。台湾新竹号は海外2号目。



● D&DEPARTMENT PROJECT(ディアンドデパートメントプロジェクト)とは

2000年にデザイナーのナガオカケンメイによって創設された「ロングライフデザイン」をテーマとするストアスタイルの活動体。現在は国内外に14店舗(北海道、福島、埼玉、東京、東京・渋谷ヒカリエ、富山、愛知、三重、京都、鹿児島、沖縄、韓国・ソウル、韓国・済州、中国・黄山)を展開。47都道府県に1か所ずつ拠点をつくりながら、全国的な規模で「息の長いその土地らしいデザイン」の発掘と紹介をしている。2009年『d design travel』創刊、2012年渋谷ヒカリエ8階に日本初の47都道府県のデザイン物産ミュージアム「d47 MUSEUM」をオープン。併設の「d47 design travel store」「d47食堂」と連動し、立体的に日本を伝える新しいスタイルを創造。物販、飲食、出版、観光を通して47の日本の“らしさ”を見直す活動を展開している。