法政大学学術機関リポジトリ
HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

PDF issue: 2025-07-04

わかりにくいまち : 新たな再開発手法による南麻布地区の提案

金子, 雄一 / KANEKO, Yuichi

(発行年 / Year)
2008-03-24
(学位授与年月日 / Date of Granted)
2008-03-24
(学位名 / Degree Name)
修士(工学)
(学位授与機関 / Degree Grantor)
法政大学 (Hosei University)

P3775
M35-2
2007-19

2007 年度　修士設計

わかりにくいまち

- 新たな再開発手法による南麻布地区の提案 -

主査　渡邊真理　教授
副査　大江　新　教授
副査　陣内秀信　教授

法政大学大学院
工学研究科建設工学専攻　修士課程
06R5316 金子　雄一

Outline 英文概要

2007 Master Thesis

UNLEGIBILITY CITY

-The proposal of the South Azabu area by the new development technique-

No. 06R5316

Yuichi Kaneko

Professor / Makoto Shin Watanabe

Graduate School of Engineering, Civil Engineering and Architecture at Hosei University

01.ABSTRACT

Recently, it performs at many places to reform a part of the city "TOKYO"? However why is it the same style? The set of the maximum capacity and open space is carried out in the same way anywhere in spite of big or small building sites and difference cultures.

Cities got ready neatly are easy to understand and also convenience, but this is why we learn sense of incongruity in comparison with the chaotic thing in some way. And the most of such a business attract small parts and begin from the place making a site brand-new and change the figure at a stretch. It can be said that it is complete reform of the parts as it shakes an outline of the whole city.

It is so if I say that it is the mainstream, but I think that the way that does not reset a site may come out a little more. It will not change or replace the mainstream. Because I think that what is performed only in this way is that the complete reform of the part is intent, and cities become the false setting, makes the situation of the whole city confuse. And I thought that such situation is related to the consciousness about the cities and buildings of the people who assume it demand.

This thesis shows the reform method of the city which is different from the current one after having compiled the logic. It is not swung around the change of the times mainly on the macro economy with strong rationality but suggest the possibility of the town to update which can be equivalent to an area original demand and conjugation.

02.INTRODUCTION

It is redeveloped with Large-scale in various places of Tokyo as a start Roppongi Hills, and become the talk by the prior advertisement and opening with entertainments. This is the reform of the redeveloped city spread of general people by various media, what will the people go as expected there to look?

It will be not space and a building but a function in there for many people. I think that it is important that what kind of shop there is in the town and whether I can spend functional time and the quality of the space itself may become second. This case becomes familiar situation and thinks. In the case of a house which is one building, the interests of people are “How many rooms?”, ”What kind of the kitchen?”, “What kind of the wallpaper?”, “What color of tiles” . The contents to ask essence of the space too much are thin in the story developed there. The people will be easy to concentrate on it towards a function to accompany rather than a essence of the space itself. Therefore I think that I can sell it while I think so that who buys it even if a totally similar house is built on one land in limits final stage between the neighbors. What will the building and city which is good for many people?

I am very familiar to a fashion and interior for general people, and there are many people with feelings. The interest for the appetite is sensitive so as to be abnormal, but thinks that interest is thin in "a building" and "city" itself adhering to life recently. On the other hand, the consciousness for the Japanese "house" is terrible.The number of house in a development project maker in Japan is more than 10 companies and 20 companies.

It is problem that where this consciousness faces. It will be not building itself but a thing accompanying. What kind of suggestion should I have done to be able to have it pointed at the consciousness toward "quality of the space itself", and it depended, and understanding for the buildings deepen?The world became maturity society in said the 21st century while suffering hardship in an environmental problem and momentary economy. Now when people were quite an expert, as the person who learned construction and one consumer of the society, I want to think about this problem from the both sides.

03.THE PURPOSE OF RESEARCH

Here, I am by no means trying to show the counterproposal which opposed to the method of the "maximum capacity + open space ". I am regarding that the situation where the diagram is easily imitated from some viewpoints of profits is spreading at various places as questionable. Therefore, I want to make the proposal that there is how to build the town which is not so.The purpose for the proposal is mentioned two of the followings.

1,Searching for the space which can get interested in the space ,not an addition function which deepens the concern about the "town" and "construction" of people.

2, Unlike the main method performed now, the plan unites with a place, and cooperates and collaborates with the circumference, and the plan which can respond to change of the whole town which happens with progress of time is proposed.

04 The method of research

I think that there is the necessity of roughly dividing and arranging two views when arriving at a final target in this research. One is the consciousness to the town and the building of people and another is how to build the town and the building. More than the ones who are studying architecture consider, it has not permeated the general public.

They may not have the image "architecture". On the other hand, the side concerned with architecture has also taken a fixed distance with the end user side. And the present when the society which continues a remarkable change with the distance taken has ripened, I think that the slot among both will be the maximum slack problem. The problem by the side of people using construction and the problem of the side which builds construction, In a main subject , I consider the circumstances which result in the present condition and perform the construction definition about "the legibility and the unlegibility" used as a keyword. And I analyze about the town developed on a grand scale by the existing method, and about the town which has always obtained people what kind of work being carried out and refer to the technique or a result from historical town planning etc, and connect to a proposal.

1, I clarify Intention and Problem over Peoples Construction and Consider the Method of the Conversion.

2. I Perform Construction Definition about ” the unlegibility”.

3, About the town built by the technique of large-scale redevelopment or others, and the town out of which the result that people want to live based on questionnaires depended on media came, I analyze and consideration it and hold the point and tendency of demand by giving each example.

Introduction 序文

□はじめに

昨今の東京では都市における部分の刷新があちこちで行われているがなぜどこも同じような方法で変わっていくのだろうか。最大容積＋公開空地のセットは敷地の大小や土地の文化の違いにかかわらずどこでも同じように実施されている。
とてもきれいに整備された街は使い勝手もよく分かりやすい。しかし、その自己完結した街は周囲の雑然とした場所に比べどことなく違和感を覚えるところが多い。そしてこのような事業の多くは小さな部分を集め、敷地を更地にするところから始まり、一気にその姿を変える。周辺環境に与える影響は建築的にも社会的にも大きい。

それが普通だから、といってしまえばそうであるが本当は全てにおいて成立しているわけではなく、供給側の都合で無理やり成立させているところが多いのも事実であろう。それは都市レベルのマクロな視点から見れば都市の輪郭を揺るがすような部分の刷新なのである。もっとそれぞれの敷地の背景にあったやり方があっても良いのではないだろうか。なぜならこの“普通”のやり方ばかりで行われることは部分の刷新が激しいということであり、街全体の整合がなくなり、それらが多発的に行われることで都市全体の混沌とした状況を加速させていると考えるからである。
この問題はもはや都市・建築だけの問題ではないだろう。このような状況はそれを需要とする人々の街や建築に対する意識も深く関係しているのではないかと考えている。

よってここでは現在の方法が主流となった原因を根本から考え、それとは異なる街の更新の方法を示したい。強い合理性を持ったマクロ経済を中心とする時代の変化に振り回されるのではなく、地域独自の要求や変化に対応できる街の可能性を提案したい。

写真出典 http://bluestyle.livedoor.biz/archives/cat_50005435.html

Table of contents 目次

□序章 研究にあたって

□第一章 研究の背景について
1.1 研究目的
1.2 研究方法

□第二章 人々の建築に対する意識
2.1 住空間に対する美意識の問題点
2.2 分かりやすさの蔓延する現代
2.3 意識の方向転換にむけて

□第三章 分かりやすさとわかりにくさ
3.1 「わかりやすさ」「分かりにくさ」の定義づけ
3.2 「分かりやすさ」「分かりにくさ」の危険性と必要性

□第四章 街の現状
4.1 街の事例
4.1.1 東京という街
4.1.2 大規模再開発によって刷新された街
4.1.3 人々の住みたい街ランキング
4.2 人々がどこに着目しているか
4.3 同じ手法の蔓延

□第五章 周囲と協働する社会システムにむけて
5.1 街づくりの現状に関して
5.2 街のスケール
5.3 コミュニティの再開発
5.4 建物と敷地、環境の関係性

□第六章 提案／ - 修士設計 -
6.1 敷地概要
6.2 敷地分析
6.3 わかりにくいまち

Prologue 序章

■研究にあたって

人々はどこを見ているか

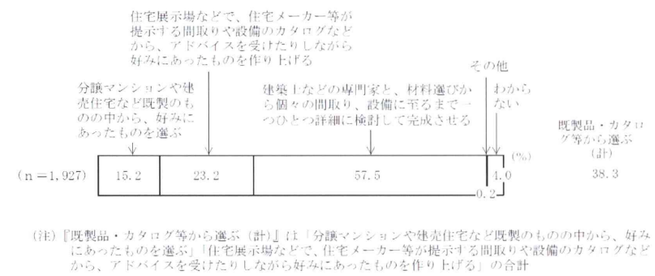
六本木ヒルズを皮切りに大規模再開発が東京の様々な場所で行われ、事前広告とエンターテイメント的なオープンによって多くの人々を呼び話題を集めている。様々なメディアによって一般の人々にまで浸透したこのような再開発という名の都市の刷新であるが、果たして人々は何を見にそこに行くのだろうか。

多くの人にとってそれは空間や建築ではなくそこにある機能ではないだろうか。新しくできた街にどんな店があるのか、そこでどんな機能的な時間を過ごせるかが重要なのであって空間そのものの質は二の次になっているのではないかと思う。

この話をさらに小さくして考えてみる。1つの建築である住宅にしてみると人々の関心は部屋はいくつなのか、どんなキッチンがあるか、どんな壁紙なのか、タイルは何色か、といったことである。そこにはあまり空間の本質を問う内容は無いのだろう。人々の間では空間そのものの質というよりも付帯する機能のほうに集中しやすい。対価に対しては価値というものが目に見える形で存在する方が分かりやすく、「空間そのものの質」と言われても判断基準が見えにくい。だから1つの土地に隣どうしでまったく同じような家がギリギリ詰めで建てられても誰が買うのだろうと思っているうちに売れてしまうのだと思う。多くの人にとってよい建築、よい街とはいったい何なのだろうか。

意識の方向転換をめざして

一般の人々にとってファッションやインテリアにはとても身近でこだわりを持つ人も多い。最近では食に対する興味は異常なまでに敏感であるが、同様に生活に密着している『建築』や『街』そのものには興味が薄いように思う。その一方で、日本人の『住宅』に対する意識はすさまじい。日本にある分譲住宅供給業社数は数十社どころではない。
しかし問題は、この『意識』がどこに向いているのか？ということである。『建築』そのものではなくそこに付随するものなのではないだろうか。そうだとしたらその意識を『空間そのものの質』に向けさせ建築に対する理解をより深めてもらうためにはどのような提案をしたらよいのだろうか。すでにパッケージ化された住宅に対して、人々は満足していない (fig0.0-1) しかしそれでも安心や品質という観点から、目に見えて分かる“わかりやすい住宅”の方を向いてしまうのである。そして、供給する側もしっかりとその状況をつかみ人々の満足をしていない部分を付加価値という武器で攻めているのである。



住宅展示場などで、住宅メーカー等が提示する間取りや設備のカタログなどから、アドバイスを受けたりしながら好みにあったものを作り上げる

(注)『既製品・カタログ等から選ぶ(計)』は「分譲マンションや建売住宅など既製のものの中から、好みにあったものを選ぶ」「住宅展示場などで、住宅メーカー等が提示する間取りや設備のカタログなどから、アドバイスを受けたりしながら好みにあったものを作り上げる」の合計

fig0.0-1 望ましい持ち家取得の方法について

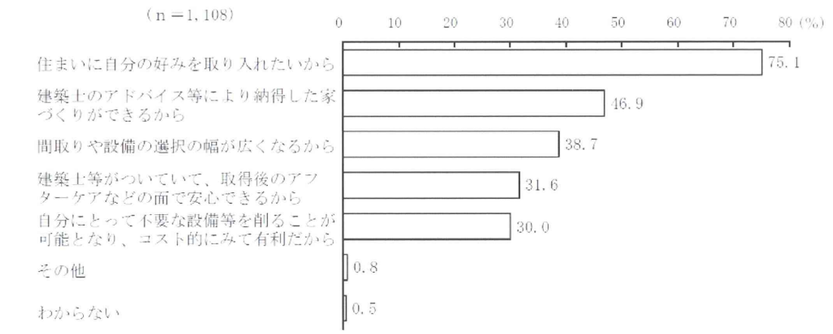


fig0.0-2 専門家と家をつくりたい理由

■ 1.2　研究方法

この研究において最終的な目標にたどり着く上で大きく分けて２つの考え方を整理する必要性があると考えている。一つは人々の街や建築に対する意識について、そしてもう一つは街、建築のつくられかたである。建築は学んでいる自分たちが思っている以上に一般の人々に浸透していない。もしかしたら建築というイメージがないかもしれないくらいである。一方で建築に関わる側もエンドユーザー側とは一定の距離をとってきたように思う。そしてその距離をとったままに著しい変化を続ける社会が成熟してきた現在、両者の間にある溝が最たる問題点になっているのではないかと考えているからである。
建築を使う人々側の問題点は何なのか、建築をつくる側の問題は何なのか、本論では現状に至る経緯を考察し、キーワードとなる「分かりやすさ・分かりにくさ」についての建築的定義付けを行う。そして既存の方法によって大々的に開発された街と人々の居住意欲を常に得ている街についてどのような工夫がされているのかについて分析し歴史上の街づくりなどからもその手法や結果を参考にして提案に結びつける。主な順は以下のようにする。

1.　人々の建築に対する志向と問題点を明らかにしその転換の方法を考える

2.　キーワードとなる「分かりにくさ」についての建築的定義づけを行う

3.　大規模再開発やその他の手法でつくられた街とメディアによる複数のアンケート調査を基に人々が住みたいとの結果の出た街について、それぞれ例を挙げて分析・考察し需要のポイントと傾向をつかむ

□既存の開発によってできた街の主な事例
・六本木ヒルズ
・東京ミッドタウン
・赤坂アークヒルズ
・表参道ヒルズ
・恵比寿ガーデンプレイス

□人々の居住意欲の多い街の事例
・吉祥寺
・自由が丘
・恵比寿
・鎌倉
・横浜

Chapter-1 研究背景

■ 1.2 研究方法

この研究において最終的な目標にたどり着く上で大きく分けて２つの考え方を整理する必要性があると考えている。一つは人々の街や建築に対する意識について、そしてもう一つは街、建築のつくられかたである。建築は学んでいる自分たちが思っている以上に一般の人々に浸透していない。もしかしたら建築というイメージがないかもしれないくらいである。一方で建築に関わる側もエンドユーザー側とは一定の距離をとってきたように思う。そしてその距離をとったままに著しい変化を続ける社会が成熟してきた現在、両者の間にある溝が最たる問題点になっているのではないかと考えているからである。
建築を使う人々側の問題点は何なのか、建築をつくる側の問題は何なのか、本論では現状に至る経緯を考察し、キーワードとなる「分かりやすさ・分かりにくさ」についての建築的定義付けを行う。そして既存の方法によって大々的に開発された街と人々の居住意欲を常に得ている街についてどのような工夫がされているのかについて分析し歴史上の街づくりなどからもその手法や結果を参考にして提案に結びつける。主な順は以下のようにする。

1. 人々の建築に対する志向と問題点を明らかにしその転換の方法を考える

2. キーワードとなる「分かりにくさ」についての建築的定義づけを行う

3. 大規模再開発やその他の手法でつくられた街とメディアによる複数のアンケート調査を基に人々が住みたいとの結果の出た街について、それぞれ例を挙げて分析・考察し需要のポイントと傾向をつかむ

□既存の開発によってできた街の主な事例
・六本木ヒルズ
・東京ミッドタウン
・赤坂アークヒルズ
・表参道ヒルズ
・恵比寿ガーデンプレイス

□人々の居住意欲の多い街の事例
・吉祥寺
・自由が丘
・恵比寿
・鎌倉
・横浜

Chapter-2 人々の建築に対する意識

■ 2.1 住空間に対する美意識の問題点

急速な時代の変化と住居

「日本人の美意識」「品格」などというフレーズを様々な本や雑誌でよく見かけるがそれはなぜなのかと考えてみた。こういったフレーズがメディアを通して出てきているということは社会からそれが欠け始めているからだろう。昨今の日本社会においてこれらの価値観が崩壊したことで起こっている様々な現象に対し、改めてその大切さを感じている人々がたくさんいる。

建築においても古い時代の日本建築はその土地の風土や文化、人々の意識などに強い影響を受けながら自然に沿った形で成り立ってきた経緯がある。「衣」「食」「住」の全てが互いに密接した関係を持っていた。こうした自然の流れは江戸末期まで続いたが、明治維新を境に日本はいろいろな面で西洋を意識し、西洋文化を取り入れ列強諸国と肩を並べることに必死になった。
第二次大戦後の日本では対外関係も複雑かつ活発になり様々な文化が流れ込み刺激を受けてきた。戦後の長い住宅難の時代の中で日本人は住居に関して理想的なモデルを与えられる余裕など無いままに暮らしてきた。どちらかといえば日本の住宅は生活を楽しむためというよりは寝食をこなせる最低限をどう供給するかという解決的な方法を発端として住居が供給されてきた時代がある。

このような背景から潜在的にそういった意識が引き継がれ現在にまで及んでいる部分があるのではないだろうか。住宅に対する価値観も現在は大きく変わりつつあるが様々な妥協の原点がここに見られるように思う。場所によっては住宅事情の悪さを地価の問題とする傾向にあるがそれはまた別の話である。

Chapter-2 人々の建築に対する意識

住宅に対する意識

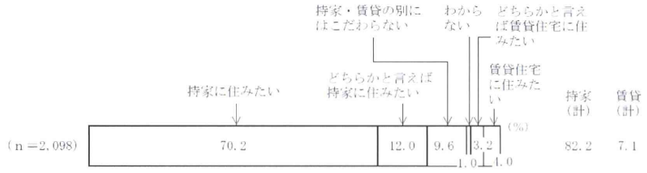
一般の人々にとってファッションやインテリアにはとても身近でこだわりを持つ人も多い。最近では食に対する関心は異常なまでに敏感であるが、同様に生活に密着している『建築』や『街』そのものにどれほどの関心があるのか。街や建築についての意見を持ち、人と議論をするといったことは聞いたことが無い。ファッションやインテリアのように誰かと話す中で話題に挙がることはほとんどないだろう。
しかし、日本人の『住宅』に対する意識は決して軽いものではない。家を買うために必死に働き、多大なローンを組み、数十年かけて購入するのである。生活の中では最も高額な買い物である。

日本にある分譲住宅を扱う会社の数は 10 社や 20 社どころではない。様々なタイプの住宅を扱う業者がある。それほどの会社があるのにもかかわらず数年前から「デザイナーズ」という新たなフレーズが使われるようになってきたのはなぜなのだろうか。デザイナーにより手がけられた一般の人々にとっては“あまり見かけないタイプ”の小規模の集合住宅や戸建住宅地などがとても人気になっているようである。普通の住宅に比べ“高額”なものが多いにもかかわらず需要は増えている傾向にある。最近ではハウスメーカーの中でもデザイナーズとしてシリーズをつくっているメーカーも見受けられる。
対する“既存のタイプの”住宅は「駐車場 2 台分付き」とか「３ＬＤＫ（全室エアコン照明装備）＋ガーデニングのできる庭」といった便利な機能が満載であることをうたったり分譲マンションは「駅徒歩 5 分圏内初！平均面積〇〇以上」などと環境条件と広さをセットにして新たな敵と熾烈な競争を繰り広げている。

両者を比較して分かることは前者の中には必要最小限の機能だけを用意し、「無」ということをプラスに捉えて空間をつくっているものがあるのに対し後者はどこもいわゆる「便利機能」を一つでも多く取り入れることに専念している点である。一般に消費者の支持が「便利機能」にあるという市場の要求を素直に受け止めている。そのため見た目のきれいさや使いやすさに重点を置いている。だから掃除のしやすい木目調のフローリング、珪藻土風の壁紙、機密性の高いデコラティブなアルミドアが多用されるのであり多少ゆがみのある無垢材やデリケートな自然素材の壁や多少色の悪い木目のドアは敬遠されてしまうということのようである。

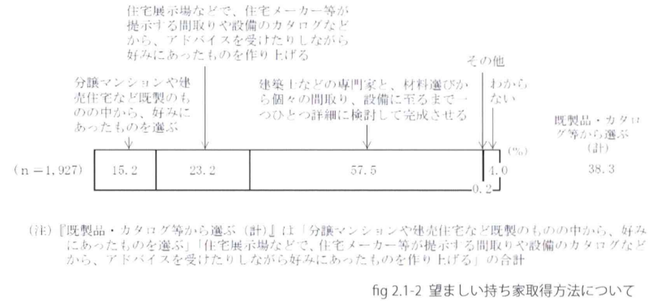
最近になってこういった既存のタイプの住居に物足りなさや疑問を感じる人が増えてきたのだろう。住宅メーカーの中にも“既存のタイプ”から脱皮した住宅を供給している業者が増えている。そして家を買う側もなるべく自分の好みで納得のいく住まいを作りたいと考えている人が多いという事実もある。そして既にデザイナーズという言葉だけが独り歩きしている気配を見せている。

誰が使っても「便利な機能」が満載の住宅は誰が使っても満足のいく便利が得られないということに気付き始めた人々が多くいるということではないだろうか。住みたい家に求めるものは何なのか真剣に考える人がかなり増えてきている証拠だろう。



(注)『持家（計）』は「持家に住みたい」「どちらかと言えば持家に住みたい」の合計
『賃貸（計）』は「賃貸住宅に住みたい」「どちらかと言えば賃貸住宅に住みたい」の合計

fig 2.1-1 持ち家と賃貸の指向性について



(注)『既製品・カタログ等から選ぶ（計）』は「分譲マンションや建売住宅など既製のものの中から、好みにあったものを選ぶ」「住宅展示場などで、住宅メーカー等が提示する間取りや設備のカタログなどから、アドバイスを受けたりしながら好みにあったものを作り上げる」の合計

fig 2.1-2 望ましい持ち家取得方法について

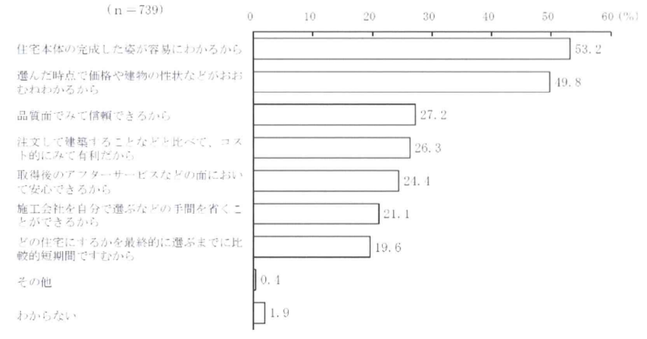


fig2.1-3 既製品やカタログから家を選ぶ理由

完全なオーダーメイドである建築家との家づくりを希望する人が６割近くいるにもかかわらず実物を見れるという理由で大半の人が既製品やカタログから家を選んでいる

住宅に関する世論調査 http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2003/03/60d3c100.htm ／東京都生活文化スポーツ局／ 2004

Chapter-2 人々の建築に対する意識

■ 2.2 分かりやすさの蔓延する時代

「わかりやすさ」は国家レベルの需要時代

分かりやすいことはいいことか？この問いに対する疑問は尽きない。現代の日本社会においてはこの「分かりやすさ」がそこかしこに蔓延している。それは何も民間に限ったことではない。記憶に新しい 2007 年 7 月の参院選自民党惨敗は「分かりやすさ」への一種の危機感の現れではないだろうか。そのように意識している人がどれほどいるかも興味深いところである。

2005 年 9 月の衆院総選挙において自民党は圧勝した。議席の 3 分の 2 以上という過去にない圧勝である。この時の自民党の戦略は実に分かりやすく有権者の心に響いた。「郵政民営化に賛成か反対か」である。そして、この時の自民党の「改革を止めるな」という分かりやすいキャッチコピーが国民を惹き付けたのだろう。本当に必要なことがわかりやすいことのウラでどこまで正しく判断されていたかは定かではない。

分かりやすさのウラを見ているか

ここで分かることは、人々は「分かりやすい」ことに傾倒しがちであるということ。あれほどの大差の圧勝をしたということはほとんどの人がその趣旨の内容など知らなかったに違いない。詳しく比較する人が大半ならそんなに差のつく結果ではなかったはずである。このような大きな代表例だけではなく、自分の周りにはよく考えると、なぜなのかと考えてしまうような「分かりやすさ」が蔓延している。しかし、実際にはここで「なぜそうなのか？」と考える行為をしている人は少ない。

最近は詳しい解説付きの雑誌も多くあるようだが一般の人々の住居空間に対する学習材料はほとんどが住宅メーカーや不動産業者が配布しているチラシである。そこでは「３ＬＤＫ　89 ㎡　￥3600 万〜」などというように部屋数と間取りを記号化したものがもっとも分かりやすいように表示され続いて面積、最低価格がくる。間取り図を見て部屋の大きさと種類を確認する。たいていのチラシはこの情報に交通の利便性と生活インフラの情報を載せただけである。何千万円もする商品の宣伝がこれだけの情報である程度成立しているのは冷静に考えても驚きである。そしてこれだけの情報で消費者が商品の概要が分かってしまうということも考えさせられる。それ以上の情報はモデルルームで分かるではないかと思われるかもしれないが、モデルルームもチラシの延長にある広告であるはずだからチラシの詳細版であって全くなかった情報が突如出てくることはほとんど考えられない。
業者にとってこのように空間の概要が記号化できることは便利この上ないのだろうが、消費者にとっては「分かりやすさ」の裏に潜んだ分かりにくい重要な部分の理解を低く押しとどめる結果となってしまっているのではないだろうか。

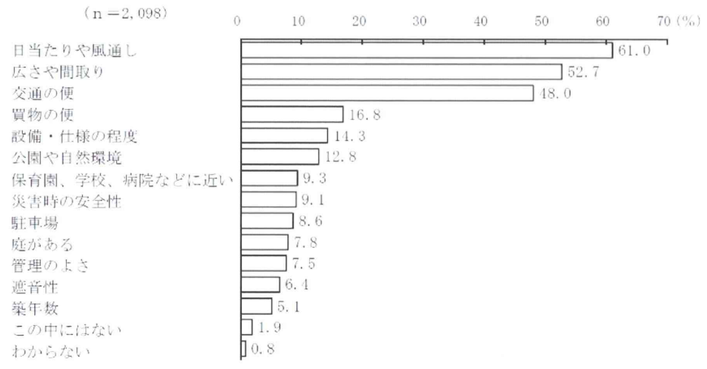


fig2.2-1 住宅を選ぶ際のポイントについて

住宅に関する世論調査 http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2003/03/60d3c100.htm ／東京都生活文化スポーツ局／ 2004

Chapter-2　人々の建築に対する意識

■ 2.3　意識の方向転換に向けて

本質を知ることに努めよう

「分かりやすさ」というものが蔓延しきっている今、その危険性に国民全体が気付き始めている。様々な「なんか変だ」というわずかな事に気付かなければ自分の身が危険かもしれないということをみんながはっきりと認識したからである。住宅にしても、「世帯あたりの平均面積が業界最大」というキャッチコピーに惹かれた姉歯事件の被害者たちはそれが他と大差ない価格でどうして成り立つのか疑う余地もなく購入したに人がほとんどだったのだろう。

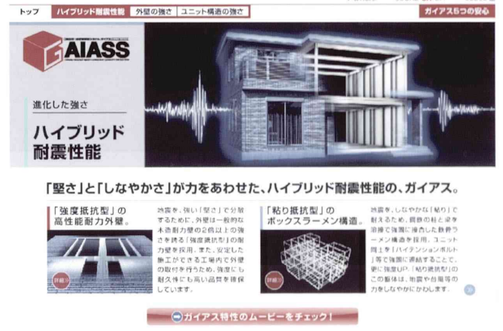
この事件の後、先に述べた不動産の宣伝には「構造は安心」という情報が付け足された。そして消費者に免震、制震、耐震、その他構造に関する用語が広く知れ渡った。最近の住宅メーカーのＣＭなどは地震に強いということをどこのメーカーもアピールしている。しかし、それでもまだ問題なのはＣＭを見て分かるのは地震対策が施してある、そういった装置が装備されているということであり、どうして地震に強いのかのメカニズムなどは示されていない。ホームページやパンフレットにどのようなことなのか詳細が書かれているが一般消費者がどれほどこの部分に注目し、理解しているかは疑問である。

本質的に何が大事なことなのかを理解できていないということは他との比較ができず、正確な判断をしがたい。気がついたら隣人が家を建て、話を聞いてみて自分もこうしておけば良かった、などと思ってしまうのも無理はない。ウチのほうが庭が広いからとか、あの家にはこの機能はないからとか、色々な理由をつけて自分を納得させてしまうのはあまりにも悲しい。高額な買い物だからこそ納得いくまで情報を集め、理解し、比較し、判断したい。サービスを提供する側ももっともっと本質を知ってもらうよう情報を提供するべきだが、消費者も自分の買い物である家だけでなくその周辺のこと、街のことについても本質的に何が大事なのか、自分はどうするべきなのかを知っておく必要がある。
そういう視点を持つ人々が増えていくことが耐震偽装や欠陥住宅を減少させ、住宅同士の問題等をそもそも起こさせない基になるのだと思う。

http://sfc.jp/ie/myforesteye/multibalance/index.html

http://www.sekisuihouse.com/technology/safety/sheqas/index.html

http://www.misawa.co.jp/kodate/tokutyou/pop-up/mgeo/index1.html



http://www.8163.jp/top.html

地震に対する制御機能があることが分かっても原理的な説
明が薄いとどれを選ぶかの判断基準がつくりづらい

pic2.3-1 住宅メーカー各社の耐震性能広告

Chapter-3 分かりやすさと分かりにくさ

■ 3.1 「分かりやすさ」「分かりにくさ」の定義づけ

視点の位置と範囲

わかりやすさ、わかりにくさというものは個人の価値観に左右されやすい。そこで、本研究においては一応の定義を「都市のイメージ」ケビン・リンチ著　を参考に建築的、都市的視点を軸におこなう。これは現代社会に蔓延しているわかりやすさとは多少異なるがその奥にある本質は同じところなのではないか、という推測を基に社会や個人の価値観等も参考にしながら設定した。

ここでは都市、地域、街区、建築という順でその視点の範囲（注視点）が狭くなり、それに伴ってわかりやすさを生み出す視点の位置、そしてイメージを作り出す要素が変わっていると考えている。(fig3.1-1) 例えば、都市のわかりやすさと地域のわかりやすさの違いでいえば都市のそれはパターン性や連鎖性を求めているのに対し地域においてはわかりやすさは個々のイメージに残る要素がいかに多くあるかとなり原因となるものが異なる。しかし、これが街区になるとまたパターンや連鎖性などがわかりやすさの要素になってくるのである。そして建築になると少し変わり、自分と目的機能までの位置関係、自分と建築内外の位置関係が主なわかりやすさの要素となる。都市から地域へとスケールダウンする過程では集合から部分への視点の範囲の変化であるがこのスケールになると自分と建築の関係性が重視されてくる。視点の範囲が狭くなるだけでなく、視点の位置と範囲が最も小さいレベルで関係してくる。

例えばこの写真を見てみる。視点の位置を建築にあわせてつくり、周囲との関係が薄いままに隣近辺で同じような建築が出来上がっていくとする。ある程度建築で埋まっていった段階で注視範囲を地域にあわせてみると結果として分かりにくい街になってしまう。これはそれぞれの建築をつくるときに視点の位置を建築にしたまま範囲を広めなかったことが原因で起こったと考えられる。各々が周囲との協調をもう少しでも考えていたならば状況は違っていたであろう。

視点の位置と範囲について、ここでは独自にそのように呼んでいるがそのイメージを説明しておきたい。一般的な「わかりにくい」について、(fig3.1-2) のように集合住宅とコンビに、公園のある地域の中でとある集合住宅に行きたいとする。しかし、ここではそれぞれの変化は少なく機能の見分けははっきり付いたとしても個々の判断が難しい。この状況は歩行者の視点だと なおさらで、つまりわかりにくい状況であるといえる。それに対し (fig3.1-3) では機能の見分けははっきりせず多種多様があるという認識ができるだけだが、個々の違いが出ているので歩行者の視点から見ると特定の目的地にまでの判断材料が多くなり、わかりやすいと言える。

視点の範囲

都市 ・・・その中の地域、目印、道路がたやすく見分けられ、しかもたやすく全体的なパターンへとまとめられる

▼

地域 ・・・バス停や標識、店舗や公園などの個人のイメージに残る要素が多様にある

▼

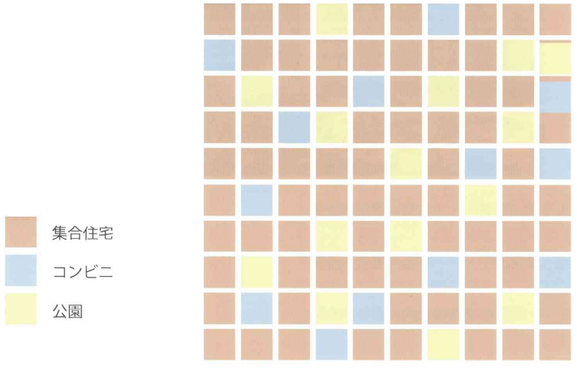
街区 ・・・周囲の環境で得た情報で十分にイメージでき、実際も周囲のそれとさほど変わりない

▼

建築 ・・・自分と内外の位置関係、目的機能までの位置関係がほぼ理解できる

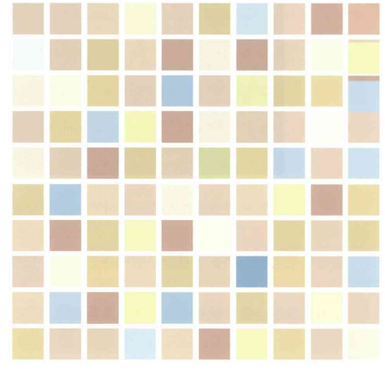
fig3.1-1 分かりやすさの定義づけ

pic3.1-1　注視点を建築にのみ置いている場合の街の状況



分かりやすさを追求した建築が集積した結果、周辺とのかかわりの薄いパターン化されたものが多いので街の分かりやすさを構成する要素が少なくなる

fig3.1-2　一見して分かりやすいが本当は " 分かり難い " 状況のイメージ



街としての外観・空間構成が複雑で様々なイメージを持ち、人々のイメージの要素となりうるモノを豊富に持っている

fig3.1-3　一見して分かりにくいが実は分かりやすい状況のイメージ

Chapter-3　分かりやすさと分かりにくさ

実際の街で

このことをさらに実際の街見てみると (pic3.1-2) のような同じような住宅の並ぶ街では視点の位置を１軒の住宅に当てた場合、一つ一つよく見ると違うが個々の敷地、建物、植栽、色の構成要素、関係が基本的には同じなので一見してその違いを見つけることは難しいということになる。
次に視点の位置を街並みにしてみる。全体としては個々の構成要素が統一されているのでまとまりがあるように見える。このようにどこを見るかによってわかりやすさというものは変わってくる。

さらにもう一つ、六本木ヒルズを例にしてみる。(pic3.1-3) この場合、視点の範囲を都市、地域的に見てみるとこのビルは大きくどこから見てもよく分かるモニュメンタルなものとなっている。つまりこの視点からだととてもわかりやすいと言える。しかし、この視点をビル内部とすると先の定義づけにあるような平面構成や垂直方向の関係性ではなく複雑にできているため空間内部を理解するのに時間がかかる。
そして、さらに視点を絞って一つの店にすると建物の入り口から目的地まで同じ構成要素はほとんどないため経験を重ね、空間内部での相互関係を把握すると目的地までの目印が自然とでき、わかりやすくなる (pic3.1-4)。

視点の位置＝１軒の住宅・・・１つ１つ見ると違うが個々の敷地と建物、植栽、色の構成要素、関係が基本的には同じなので一見してその違いを見つけることは難しい。

視点の位置＝街並み・・・全体としてはここの構成要素が統一されているのでまとまりがあるように見える

pic3.1-2　同じような住宅が並ぶ街

視点の位置＝都市・・・周囲に同じようなものが無く、都市のランドマークとなっていて分かりやすい

視点の位置＝建物・・・平面構成、垂直方向の関係性が複雑にできているため内部を理解するのに時間がかかる

視点の位置＝内部の特定の場所・・・建物入り口から目的地まで同じ構成要素が無いため経験を重ねることで把握しやすくなる

pic3.1-3,4　六本木ヒルズをどう見るか

Chapter-3 分かりやすさと分かりにくさ

■ 3.2 「わかりやすさ」の危険性「わかりにくさ」の必要性

二項対立では収まらない時代

先に書いた国家レベルの分かりやすさの話、国民に対してＹｅｓかＮｏかという二項対立図式を用いていたが昨今の日本においてはいたるところに見られる現象である。
ではなぜこの「分かりやすさ」をつくる二項対立が用いられるのか。その答えはまさに“分かりやすい”。相手が単純なレトリックで人々の目をくらまし、複雑な現実に目を向けさせないようにしているので、自分たちもまず人々に“目を覚まして”もらうために仕方なく、人々が振り向いてくれるような彼らにとって分かりやすい単純明快な言葉を使うから、である。
人々は分かりやすい方がいい、だから相手が人々に伝わりやすいように「分かりやすい」言葉を使ったなら、それに人々が騙されるのを防ごうとさらなる「分かりやすさ」を駆使して人々に伝わりやすいところまで簡単化し、“真実”を伝えようとする。

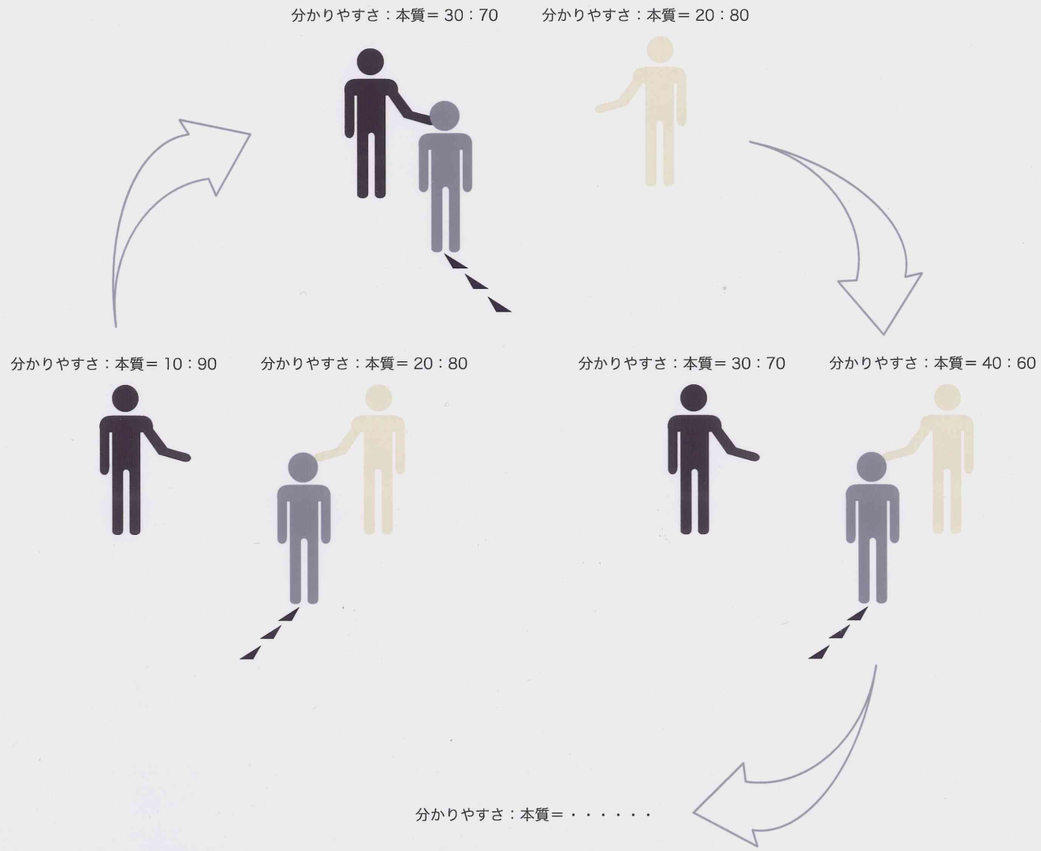
この現象は議論の場以外でも起こる。市場経済の中で顧客獲得競争をしている企業たちは時として相手の企業を「敵」として同じことをしている。顧客から見ればそれは二項対立ではなく選択肢であるはずのものが企業間では敵となってしまっている一部の現実がある。
敵がいないパターンでもこのことは起こりうる。一つの事実に対して顧客には知らせないわけにはいかないが馬鹿正直に知らせて“誤解”を招くとまずい、だから差し支えない範囲でわかりやすく説明しよう、という場合もあるだろう。本来は最大の仲間を敵に回してしまうパターンである。

このように分かりやすさの裏には何らかの二項対立図式が成立することが多く、そこで互いが見せようとしている“真実”とは自分達に都合のよい“真実”なのであって本当の真実であることが少ない。こうして見せかけの“真実”を信じた者は複雑な現実を知らず、そのウラでは事実が進行していくのでる。

そして、これらの図式に持ち込むこと自体への批判は少ない。よく考えてみれば決して二項対立ではなく十分に両立可能であり、異なった次元にあるものを「分かりやすさ」を生み出すために無理やり組み合わせた感じがあるということもかなりあるだろう。しかし、第三者的に二項対立図式を批判することは新たに二項対立に対してＹｅｓかＮｏかという二項対立を引き起こす可能性も十分にある。堂々巡りになり、裏の裏は表という矛盾が発生し、やがて硬直する。本質を見失った対立軸の行くところは泥沼の論争である。

社会がより複雑に絡み合い様々な条件下で多種多様な事象が起こりうる現代社会において、二項対立図式が悪いということではない。単に分かりやすいということの追求のためにこの図式に走ることが問題なのだと考える。
仮にこの図式が発生したとしても第三者的な観点をどんどん歓迎する傾向になることが望ましいのではないか、そのために真のわかりやすさというものを人々は考えるべきであり、現代社会に蔓延している「分かりやすさ」とは人々の思考を停止させる危険なものでもあるということを認識する必要があるのではないだろうか。

真実を知るには多少の「分かりにくさ」が必要であるはずである。「本当の分かりやすさ」はそんな簡単なはずがないという認識がもっともっと広まればきっと変わるはずである。社会は何かと強引に進みたがり生活の中の美意識は市場経済という強い合理性を持ったものに揉まれ、その変化の激しさに耐えかねて悲鳴をあげている。そんな中で失いそうになっている物にこそ目を向けるべきではないだろうか。



分かりやすさによって相手に騙される事を防ごうと仕方なく分かりやすくすることがかえって分かりやすさという思考停止への負のスパイラルとなっている

fig3.2-1 分かりやすさによる負のスパイラル

Chapter-4 街の現状

■ 4.1 街の事例

4.1.1 東京という街

東京の風景はここ５，６年の間に大きな変化を遂げている。自分が大学に入って少したった頃にみんなで丸ビルに行った。次の年に六本木ヒルズがオープンし、丸の内オアゾやら汐留やらテレビＣＭ等につられてよく行った。
昨年には表参道ヒルズ、そして東京ミッドタウン、新丸ビル、他の東京駅周辺地区や品川などイベントを行うかのごとく街が変わった。高層ビルが高さも規模もまちまちに乱立し、芝生が草に埋め尽くされたかのようになっている。群生した超高層たちは東京のスカイラインを空間秩序のないものに変化させてしまった。

根本的に何がこのように差し向けているのだろうか。それに比べ、多くの日本人が訪れるパリにおいては 30 m程度で高さが整えられたスカイラインは変わりなく維持されている。高層の建築はオフィスならデファンス地区、住宅はイタリー地区と場所を限定しての立体化が行われている。都市ビジョンの無い都市といわれる東京だが、ここをパリのように美しい景観でかたち造られた都市に再建するのはもはや不可能である。

多くの観光客の目を奪うこの都市空間は 19 世紀半ばのオースマンによるパリ大改造計画によってできた。これを可能にしたのは皇帝の絶対権力を背景とした強制的スクラップ＆ビルドであり、こうして完成した都市空間を今日に至るまで維持しているのは、歴史を自分たちの財産として尊重する市民の意識である。形態的に統制された都市のデザインはこうした絶対的な権力もしくは公を重視する高い市民意識があって初めて可能となる。しかし、残念ながら現在の日本においてはどちらも持ってはいない。評論的な賛同があっても現実の社会の賛同を得ることが難しいからだ。
形態的な統制ができない東京においても独自の魅力を持つ街は多数存在している。大きな都市の中に欧米とは異なる独自の要素と魅力が組み合わさった異質な部分がいくつもある。これら一つ一つ、個々の魅力を生かしながら都市全体を最適化することが東京にとって必要なことなのではないだろうか。

pic4.1-1~5 イベント化した複合商業ビルたち
写真出典 各ホームページより

pic4.1-6 高さの整ったパリの街並み

pic4.1-7 グラン・アルシェからのデファンス地区

pic4.1-8 新宿駅のすぐ北にある飲み屋街

Chapter-4 街の現状

4.1.2 大規模再開発によって刷新された街

現在の日本における最もポピュラーな街の更新方法はおそらく再開発であろう。いわゆるスクラップ＆ビルド型の現在の問題点を一挙に解決できる開発である。都市の中の再開発に至る経緯については様々であろうがその契機となることはおおよそ３つに分かれるのではないだろうか。

１、高度利用による土地の有効活用
２、防災の観点からの環境インフラ整備
３、工場等の退去によるまとまった敷地の出現

近年、湾岸地域において超高層マンションを主とする開発が盛んに行なわれているがほとんどが３に当てはまる。また、駅付近の古い商店街などの再編を機に周辺の木造密集地域を含めて行なわれているものは２に当てはまる。そしてこれらにはそれぞれの理由を機に１を適用させて大規模化させるといったパターンが見受けられる。そこでは湾岸地域の超高層群に触発されたのかと思うほど内陸の色々なところで高層タワーが建っている。もはや「高層タワー」というカタチがある種のステータスであるかのようになって一人歩きしているのではないかと思えるものも多い。元々工場地域だったところや新たに土地が造成された開発以前に人が住んでいなかった地域に新たなものを作り上げるには過去に対する問題はほとんど無いのだろうが今後のビジョンについては未知な部分が多い。

再開発はみんなが協力することでパリの大改造まではいかなくとも街区レベルで風景を一変させることができ、経済的な潤いや生活環境の改善が可能となる。しかし元々多くの住宅があった土地などでは地権者の多さによる意見の違いや彼らの希望がなかなか受け入れられないという問題が発生する。過去には借家地権者が再開発をきっかけとしてほとんど転出したという事例もある。権利が保持されるとか住環境が改善されるといった個人レベルでの話は良いとしても身の回りの環境が大きく変わることで生活そのものに大きな変化を強いられる場合もある。そういった場合にその変化に適応できなかった人たちはコミュニティーから去ることになる。その数が多ければ多いほどもともとのコミュニティーは崩壊する。
大きな変化をもたらす再開発は一方で失うものも多い。残すものと変えるものをどう決めるかが大きなポイントになるのではないだろうか。敷地や街区を変えてもそれらはあくまで時間の積層を持った土地の上にある。その中にどのようにして入っていくのかを考えることが前述のような問題に対しても今後の経済的利益を考えても最も有効であると考える。

再開発事例では各々の成功した点や失敗している点について対外に与えた影響や周辺環境との関わり方、時間を経ての変化、人々の需要のポイントとなる点など人間的視点から注目して考察してみたい。

既存の開発によってできた街の主な事例として以下の例を挙げてみていく

・六本木ヒルズ
・東京ミッドタウン
・赤坂アークヒルズ
・表参道ヒルズ
・恵比寿ガーデンプレイス

その他にも以下のような事例がある。

pic4.1-9 カレッタ汐留

pic4.1-10 品川インターシティ

pic4.1-11 東京駅八重洲口再開発

pic4.1-12 豊洲地域

Chapter-4 街の現状

□再開発事例 01 六本木ヒルズ

東京では言わずと知れた、観光名所のようになっている六本木ヒルズであるが、再開発としても類を見ない地権者数であったにもかかわらず先端的都市空間を実現したものとして象徴的な事例とされている。そして、東京はこの再開発をきっかけとしてあちこちで街が大きく変わりエンターテイメントのように人々を呼び集めている。

ここは、かつて密集市街地であった六本木６丁目に「文化都心」をコンセプトとして職・住・遊・文化が集積する複合都市として 2003 年にオープンした。この地域周辺は大使館も多く立地し、外国人居住者が多い国際色豊かな地域である。その後近隣には東京ミッドタウンや国立新美術館など大規模な施設がオープンし、新たな都心の文化的エリアとなっている。
開発前の当該地区は中心にテレビ朝日が位置し、地区を南北に分断していた。北側にはペンシルビルが建ち並び南側は住宅地であったが木造家屋が密集しており、道路幅も狭く、防災上の問題があった。
開発後の当地区は超高層のオフィス棟、複合棟、ホテル棟、劇場棟、各棟低層部の商業施設、放送センター、住宅棟４棟、地区幹線道路緑地などによって構成されている。

このプロジェクトの最大の特徴は大規模施設跡地利用の再開発ではなく既成市街地における数十年における地権者調整を経た再開発であるということである。

街区は A,B,C の３つで A 街区は地下鉄、道路からのエントランス的役割を果たしている。B 街区は文化施設を含む森タワー、ホテル、シネマコンプレックス、放送センターから構成される。C 街区は主に住宅で構成されている。ここには総数 230 の商業施設があるがそれらは 1 箇所に集中することなく全ての建物の低層部や路面部に分散され、ゾーンごとに特徴を持たせながらの連続性が読み取れる。

基本概要

●住所：東京都港区六本木六丁目
●開発主体：六本木六丁目市街地再開発組合
●完成年：２００３年
●用途：オフィス、商業、文化、住宅、その他
●計画人口：就業人口２万人
居住人口約２千人
平日来街者数１０万人
休日来街者数１５万人

建物延べ床面積

■A街区 ハリウッドビューティープラザ：24,800 ㎡
■B街区 六本木ヒルズ森タワー：379,500 ㎡
グランドハイアット東京：69,000 ㎡
けやき坂コンプレックス：23,700 ㎡
テレビ朝日：73,700 ㎡
■C街区 六本木ヒルズレジデンス：149,800 ㎡
けやき坂テラス：6,900 ㎡
寺院棟：500 ㎡
その他：400 ㎡
■D街区 六本木ヒルズゲートタワー：30,800 ㎡

fig4.1-1 建物概要

pic4.1-13 六本木ヒルズ全景

		行政	地区
1986	11	東京都が当地区を「再開発誘導地区」に指定	
1987		港区「再開発基本計画策定調査」	
1988			09 「街づくり懇親会」(5 地区) 設立
1989		港区「市街地再開発事業推進基本計画策定調査」	02 「街づくり懇親会」(5 地区)
1990			12 「六本木六丁目地区再開発準備組合」設立
1992			07 「6・6plan '94」
1993		港区「市街地再開発事業推進計画策定調査」	環境影響評価手続き開始
			12 モデル権利変換試算
1994			02 「環境影響評価書」公示・縦覧
1995	04	東京都が「再開発地区計画」「六本木六丁目第一種市街地再開発事業」を都市計画決定	
1998	10	東京都が六本木六丁目市街地再開発組合設立認可	12 計画開始
1999			05 計画完了
			12 権利変換計画縦覧認可申請
2000	02	東京都が権利変換計画を認可	04 着工
2001	07	都市計画変更	06 名称を「六本木ヒルズ」に決定
2002			02 プロジェクトファイナンスを組成
2003			04 竣工 グランドオープン

fig4.1-2 開発年表

Chapter-4 街の現状

ここの特徴は動線であると思う。決して明確に分けられているわけではないが一つはビジネス用、そしてもう一つは商業用としてなんとなく歩いている人がその動線を可視化している。ビジネス用の動線はとてもシンプルで分かりやすい。地下鉄を降り、直結出口に向かうとエスカレーターに乗せられ、GL を越してタワーアクセスフロアの 66 プラザに着く。そのまま森タワーの正面に向かえばあとはエレベーターで各階に向かうのみである。
一方の商業用動線は複雑かつ先が予想しにくいつくりになっている。ビジネスマンと違い買い物等で来訪する人々は地下鉄の直結出口の他に街から普通に歩いてくる人もいる。彼らの中にはメトロハットの中から人がどんどん出てくるのが見えるのでその周りで階段はどこかと探してしまう人もいる。タワーからまっすぐに大きく道に開いているわけではないので初めはわかりにくい。アクセス階に着いてからの動線は比較的シンプルであるが印象としては迷路的な部分が多かった。特にタワー下層部の商業施設の中は縦横動線など無く、カーブや Y 字型の分岐、凹凸の激しいファサードライン、階層ごとのプラン構成の違いなど分かりにくさ満載の空間ができている。街路レベルで見ても垂直水平が少ないので街建物のつながりが明確に分けられているという感じも無い。その中の空間がさらに曖昧になっているものだから何度行っても奥に行けば行くほど迷ってしまい、気がついたら同じところに出ていたという経験が何度もある。.

特定の目的だけで訪れるときは目的地までの経路が複雑であるが故、面倒くささを感じてしまう。しかし、散歩気分で買い物などを楽しむ分には迷う楽しさも見出せる。行こうと思ったお店に辿り着かず途中にたまたま面白い店があって思わず入ってしまった、などということは決して嫌にはならないし、むしろ歩くのが楽しくなる。そして行く度ごとに少しずつ自分の地図ができつつも同じような経験すると、その場所には何度も訪れたくなるものではないだろうか。

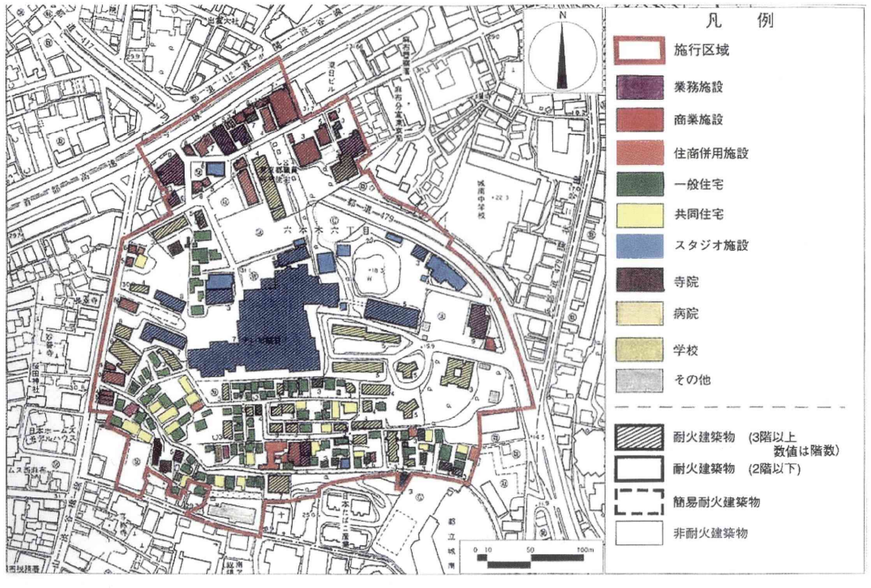
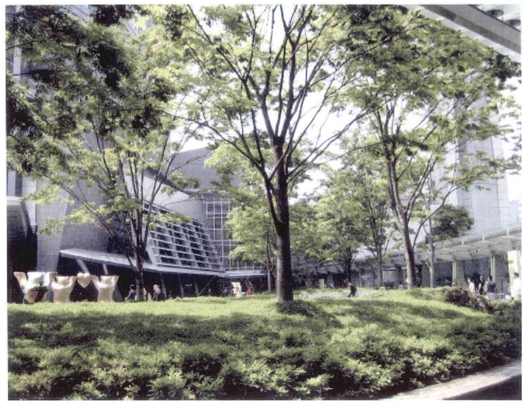


fig4.1-3 従前の建物配置

Case Study -01 六本木ヒルズ

pic4.1-14 毛利庭園

fig4.1-4 オープンスペースと緑地



pic4.1-15 66 プラザ

pic4.1-16 商業施設内部

Chapter-4 街の現状

□再開発事例 02 東京ミッドタウン

マスターデザインを S.O.M が手がけたことでも知られる東京ミッドタウン。同じ地域に 2 つ目の大規模再開発の登場で何かと六本木ヒルズと比較されながらも周囲との調和と伝統の重視をコンセプトに掲げ、2007 年大々的にオープンした。開発のコンセプトは「職・住・遊・憩が高度に融合した 24 時間 365 日都市として世界中から様々な人や企業が集まり、活発に活動・交流する街づくり」となっている。

一般の人々の目にはどう映っているのか気になるところで、森美術館や国立新美術館などを意識しているためかアートの色を全面的に打ち出している印象が強い。敷地内部にはサントリー美術館や 21-21 DESIGN SIGHT、デザイン HUB などがあり、複数のアーティストの作品が屋外内に設置されている。敷地内全体をアート的な空間にしようという意志が感じられる。周囲のアート施設との連携やミッドタウン内での多くのイベント、そして周囲のコミュニティーにも積極的に参加し地域との連携にも積極的な姿勢を見せている。

街区の中の建物配置も六本木ヒルズと比べると対照的な構成をしている。六本木ヒルズは不定形な三角敷地の中に分散しているイメージが強いが、ここはほぼ正方形の敷地に対し南側に集約させている。そして六本木ヒルズは曲線を多用しているが東京ミッドタウンは幾何学形態を多用している。
マスターアーキテクトである S.O.M は都内でも有数の国際的な地区である六本木において日本的な空間の創出を試み、ビルを岩に見立てて日本庭園の象徴的な配置の概念を取り入れている。

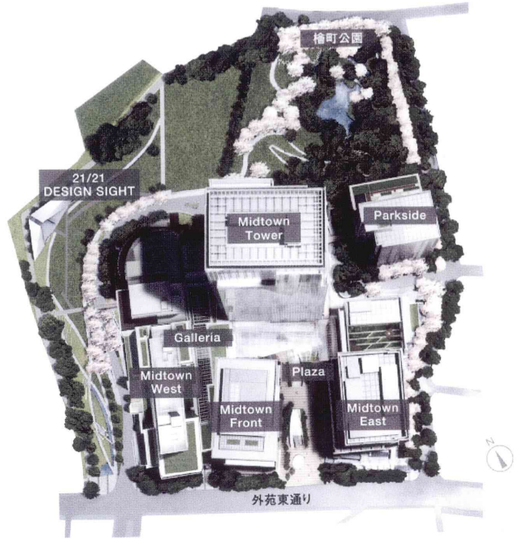
pic4.1-17 東京ミッドタウン全景

基本概要

●住所：東京都港区赤坂九丁目
●開発主体：三井不動産、全国共済農業協同組合連合会、
明治安田生命保険、積水ハウス、富国生命保険、
大同生命保険
●完成年：２００７年
●用途：オフィス、商業、ホテル、住宅、その他
●計画人口：就業人口 3.1 万人
居住人口約 1.5 千人

建物延べ床面積
■A棟（ミッドタウンタワー）：247,000 ㎡
■B棟（ミッドタウンイースト）：117,000 ㎡
■C棟（パークサイド）：57,000 ㎡
■D棟（ミッドタウンウエスト）：89,000 ㎡
■E棟（ミッドタウンフロント）：56,000 ㎡
■ 21/21 DESIGH SIGHT：1,930 ㎡
用途別床面積
オフィス：330,000 ㎡
住宅：111,000 ㎡
商業：57,000 ㎡
ホテル：48,000 ㎡
その他：23,000 ㎡

fig4.1-4 建物概要



pic4.1-18 建物配置

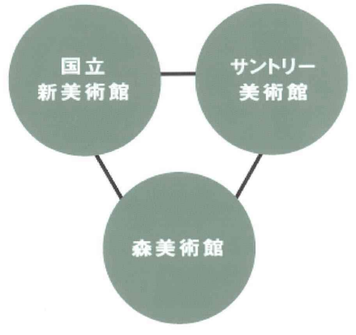


fig4.1-5 六本木アートトライアングル

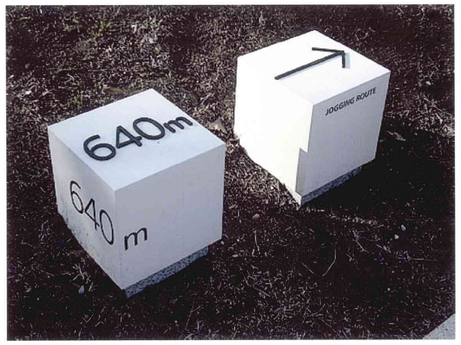
Chapter-4　街の現状

Case Study -02　東京ミッドタウン

また、伝統の尊重としてコンセプトに「おもてなしの街」を掲げている。ビルを案内するサービスがある他、随時細やかな案内が可能なように建物内に係を多数配置している。サインとしての案内も多くどこに居ても迷うことが無く目的の場所まではスムーズに行ける。商業的な意味合いからすれば丁寧かつ細やかなサービスをという意図があるのだろう。しかし、サクサクと行けてしまうことで失う面白さもあるのではないだろうか。
建物内部も建物同士も幾何学的な構成をしているので何度か足を運んでいればおおよその平面構成は分かってしまう。さらには細やかな案内サインがあることである場所の雰囲気がつかめてしまう。そしてどこの場所に移動しても同じだと、空間経験を積むことで人は自動的にその先にある空間はこんな風であるはずだと予測してしまう。それゆえ、意外な発見や道に迷う面白さという部分では魅力が減ってしまうのではと思うのである。

逆に言えば、それだけ人を迷わせまいとする細やかなおもてなしの心が空間としても示されているということであろう。ここでの空間的特長は本論での分かりやすさ、分かりにくさの視点で語るととても微妙な位置づけになる。街区、建物レベルで見るととても分かりやすい構成をしている。この視点でいくと本来は目的のものが他と区別しにくくなるために分かりにくくなってしまうのだが、ここは細かく構成を分けて、雰囲気としての色をいくつも持たせているので幾何学的構成でもそこまで分かりにくくはなっていない。かといって、個々の店舗が強烈な表現を出して分かりやすくしているわけでもない。それぞれの店舗の“上質”と“共鳴”というコンセプトに基づいた個性がそれを助けているのかもしれない。

pic4.1-20　日本庭園を模した配置

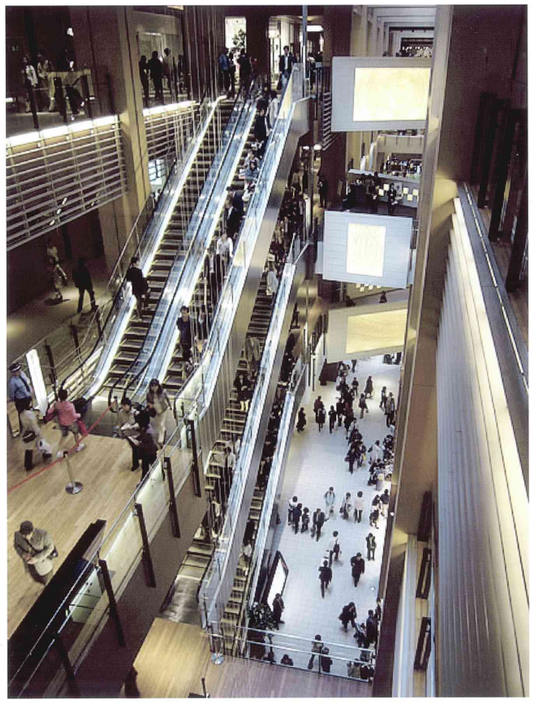


pic4.1-19　サイン計画

ミッドタウンのシンボル的アート「意心帰」

「おもてなしの街」の一環としての細やかなサイン計画

その他にも随時行われるミッドタウンツアーやどこにいても
質問が出来るように多数のコンシェルジュを配置している



pic4.1-21　ガレリア内部

Chapter-4 街の現状

□再開発事例 03 表参道ヒルズ

2006 年 2 月にオープンした表参道ヒルズは再開発でありながらメジャーな高層タワーを置いていない。敷地形態や土地の歴史、現状なども他の再開発地域とは異なっている。何より全体を低層で抑えているという点が特徴的。
計画地を含む神宮前地区は「住宅と商業が一体的に配置された複合空間を目指し、先端的な都市産業や賑わいのある商業施設を積極的に誘導し、新たな都市文化の発信地となると共に、後背地の業務機能の侵食を防止し、居住人口の確保地区」と位置づけられている。竣工区域は 1.2ha と小規模であるが、日本を代表する表参道ののケヤキ並木沿いに約 270 mの開口を持ち、周辺地域に与える影響は大きい。

このような都の計画の位置づけの他、旧同潤会青山アパート周辺は表参道の主要な景観要素として広く知られている。そのこともあって建て替えに対しては、周辺の景観に配慮すると共に青山アパートに変わる新たな景観要素となることが求められていた。設計者に選定された安藤忠雄は施設の計画で、可能な限りの地下空間を活用することで地上の建築ヴォリュームを押さえ、建物の最高高さをケヤキと同程度（23.3m）にすることで並木景観を損なわないようにした。
住宅は日当たりのよい上層 2 層に配置され、全戸南向きとなっている。南側のバルコニーからはケヤキ並木を望むことができ、下層部の賑わいを眺めつつも緑のある落ち着いた領域ができている。

商業施設は地下 3 階から地上 3 階までの大きな 6 層吹き抜け空間を中心に囲むスパイラルスロープが大きな特徴で、表参道と同じ勾配のスロープで上下階をつなぎ、回遊性を創出するとともに、建物内部においても街歩きの楽しさを感じさせる狙いを持ってつくられている。

基本概要

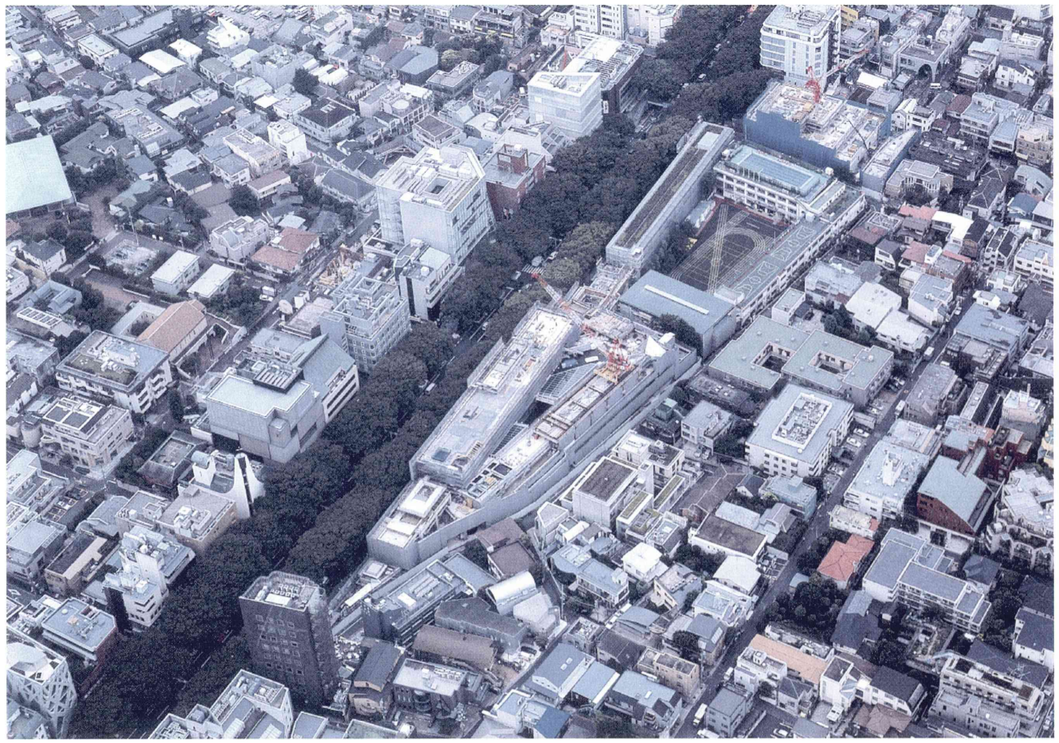
●住所：東京都渋谷区神宮前 4-12
●開発主体：神宮前 4 丁目地区市街地再開発組合
●完成年：２００6 年
●用途：商業、住宅
●面積：1.2ha

建物面積概要

■敷地面積：6,051 ㎡
■建築面積：5,031 ㎡
■延床面積：33,991 ㎡
　物販店：10,595 ㎡
　飲食店：922 ㎡
　その他：22,474 ㎡

階数：地上 6 階、地下 6 階
主要構造：鉄骨鉄筋コンクリート造
駐車場：216 台
　住宅用：20 台
　商業用：196 台

fig4.1-6 建物概要



pic4.1-22 表参道ヒルズ全景

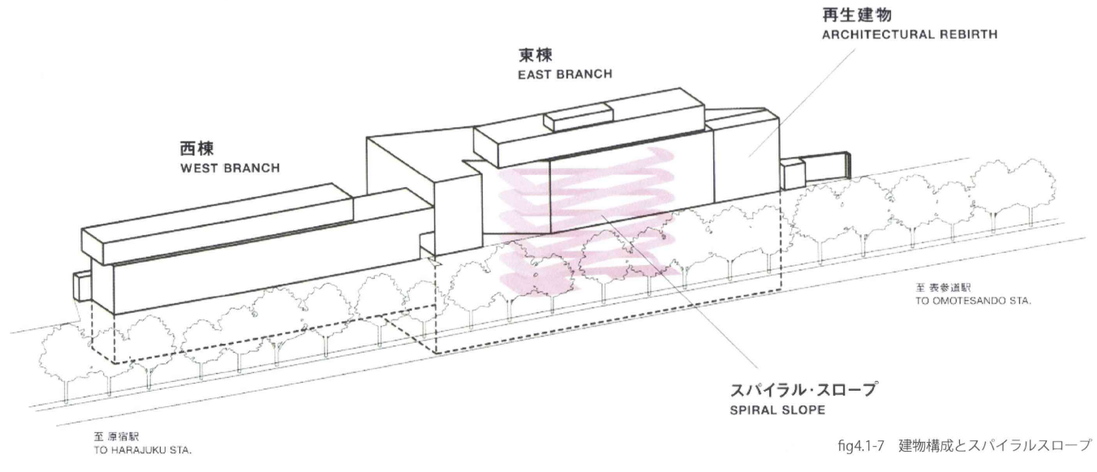


fig4.1-7 建物構成とスパイラルスロープ

pic4.1-23 工事中の仮囲いアート

Chapter-4 街の現状

Case Study -03 表参道ヒルズ

建物の中は街路のような雰囲気を出している。外からエントランスを通って吹き抜けに着くと異様な感じがする。なぜならガラスの手すりに近づくとそこが３階だからである。もちろん本当は１階である。しかしその下の空間が地下であるとは分からないくらい自然な６層空間になっている。店舗空間のヴォリューム感も過去のそれと同程度の自然に歩ける街路空間ができている。この面白いところは全体規模がそれほど大きくない中に細かい店舗がたくさんあること、それが同じ幾何学の羅列なのにも関わらずプラン上で変形四角かつ立体的なつながりを見せ垂直方向の変化があることで場所によって見える風景が変わるという点である。

空間の構成は一見で全体を把握できるよくないはずの分かりやすさであるが、立体的変化をもったことでそれを解消し適度な分かりにくさを持つことができたのだろう。そして、このスロープを中心とした、ヒューマンスケールでつくられた空間となっていることで街とのつながりがスムーズになり、他の開発には無い魅力となっているようにみえる。

このアパートは東京で知らない人はいないと言われるぐらい一般の人々に親しまれてきた存在であった。それはもはや法的解釈を除けば所有者だけのモノなどではなく、長い年月の間に大勢の人々とかかわり続けた結果、その集合がつくり出す景観は社会の共有財産となっていたに違いない。そして、物理的にも経済的にも立替が不可欠という状況において人々の中にある風景の記憶までは壊さずに未来に繋げていきたいという設計者の考えがカタチになって出来たことが何よりの魅力に思える。実際にカタチにする上で既存の建物や風景から何を取り出し、どのような形で再生させていくのか、経済性や権利などの複雑な問題を含めてぶつかり合いがあったことは容易に想像できる。そのような中で本当に良いものをつくろうという関係者の意識の強さが結果に現れている。

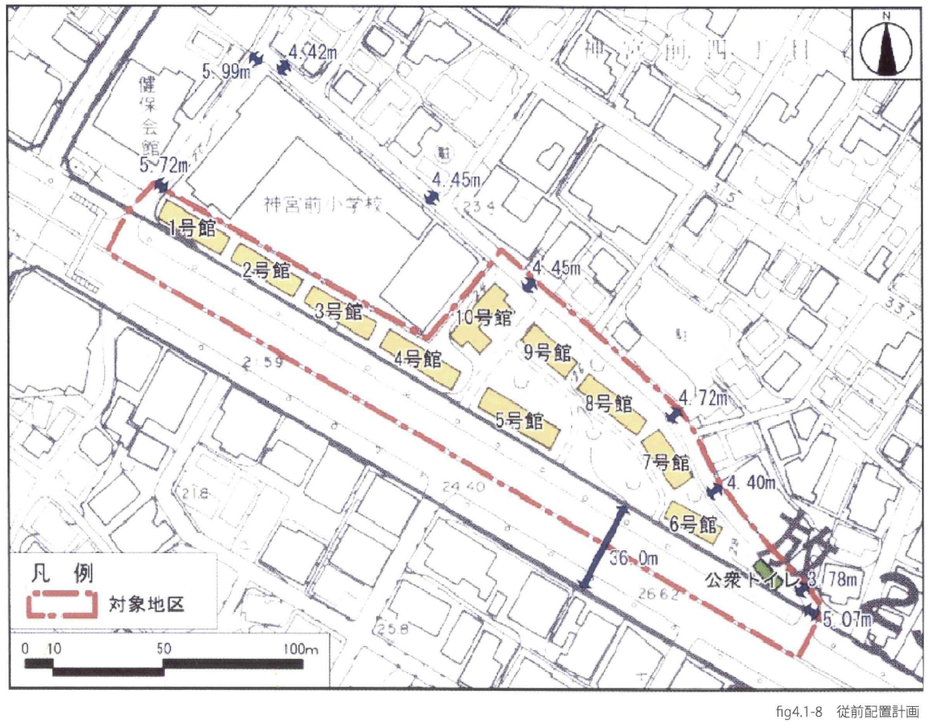


fig4.1-8 従前配置計画

pic4.1-24 緑の外観、立体的交わりのある内部

pic4.1-25 旧同潤会アパート

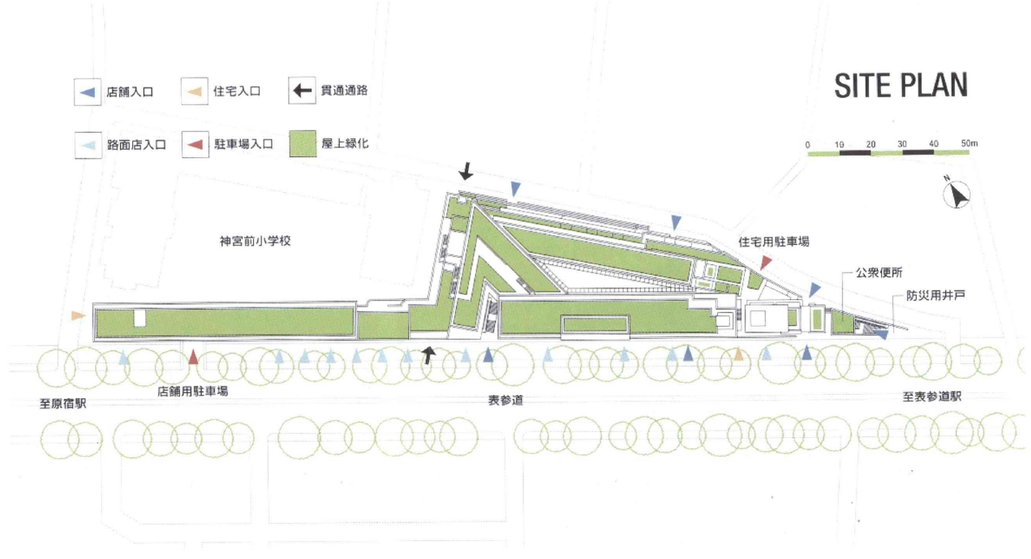


fig4.1-9 建物配置と屋上緑化計画

表参道のケヤキ並木は周辺の明治神宮や青山霊園といったまとまった緑地を結ぶネットワークを形成しているため、ここでは屋上緑化が積極的に導入され表参道沿道の緑の充実に貢献している

Chapter-4 街の現状

□再開発事例 04 恵比寿ガーデンプレイス

開業後 13 年目を迎えている恵比寿ガーデンプレイスは超高層のオフィス棟を中心に業務、商業、住宅、文化などの機能を持った「複合都市」の先駆けである。デザイン上のテーマは「豊かな空間、豊かな時間、」「複合施設」「ヨーロピアンスタイル」の 3 つである。ここの特徴はセンター広場をはじめとして敷地の約 6 割がオープンスペースで占められていることである。「豊かな時間、豊かな空間」のコンセプトをかなり具体的にしたものとなっている。

また、ここは近年の開発物件に比べ立地条件には恵まれていない。駅からの距離が 500 mもあるため敷地までの動く歩道「スカイウォーク」を開発主のサッポロビールが 20 億円を投じて整備している。さらには恵比寿駅の 2 階から下の部分も資金を負担し、改良している。開発初期のこの街の雰囲気は知らないが自分の見る限りでは恵比寿駅ビル及び周辺とガーデンプレイスは感覚的に受けるイメージが類似している。元々あった恵比寿の街の雰囲気にガーデンプレイスという新たな場所を加えるにあたって駅という巨大な集客施設をサテライト的に使うことによって異質な物の投入にならないようにバランスをとっているかのようにも思える。また、逆にガーデンプレイスの雰囲気を引き込む駅空間が周辺に新たな影響を及ぼし、街並み、イメージが相互に歩み寄って現在の街の雰囲気をつくったのではないだろうか。

ガーデンプレイスにおいてはホテルやレストラン、住居等の各用途においてグレードの高い施設を整備している。このことが開発前に比較して恵比寿地区を訪れる客層が変化し結果として恵比寿という街全体のイメージを高級なものに変化させることにつながったという。サテライトによる相互関係はあくまで仮説であるが実際にこのような状況になったということはその可能性も否定できない。

基本概要

●住所：東京都渋谷区恵比寿 4-20、目黒区三田 1-4-13
●開発主体：サッポロビール
●完成年：1994 年
●用途：商業、住宅、事務所、ホテル、文化施設
●面積：8.3ha
●計画人口：約 25,000 人

fig4.1-10 建物概要

pic4.1-26 恵比寿ガーデンプレイス全景

pic4.1-27 恵比寿駅からの距離、500m

pic4.1-28 駅とを結ぶスカイウォーク

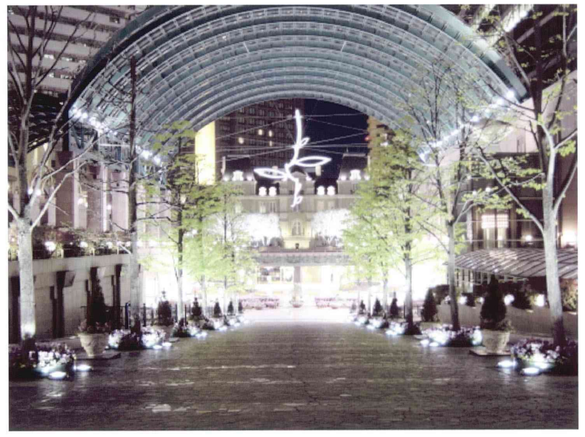
Chapter-4 街の現状

恵比寿ガーデンプレイスという単体の敷地のみならず街全体のイメージを変化させたことによって開業 10 年を過ぎた今でも来場者数は安定した推移を示している。運営状況についてもオフィスは開業 2 年目頃から稼働率 100%で運営していたが開業後１０年で約 4 割が入れ替わり 2004 年の段階で 90%以上の稼働率で運営している。商業施設には利用者の 3 分の 2 が周辺 3 区地域からのリピーターが多いことも特徴であるといえる。商業施設のテナントも開業以来ほぼ変わることなく稼動している。そして数多くのイベントが開催されている。季節ごとなど常にイベントが開催されている、何かやっているという雰囲気をつくっていることが敷地の約６０%を占める広大な広場に人々を呼び寄せ、人々も使う場所として認識してくれたのではないだろうか。

次項でも触れるが吉祥寺や自由ヶ丘などの活発な街は利用者の中でリピーターの割合が多く、そのほとんどが近隣や周辺地区からの来訪者である。この傾向はどちらかというと再開発などの歴史の浅い街よりも長く人々に親しまれている街に多い傾向である。このことからも恵比寿ガーデンプレイスが再開発としてできた新しい場所でありながらすでに街の人々によく利用されている場所であることが分かる。

駅からの距離が離れているにもかかわらずこのような大規模な街が突如出現しそれが 13 年という時間を経て、街に溶け込み街を変え、街のイメージを先導する立場になったのは開発主体が敷地を越えた投資を行い周辺地域とのかかわり方を考えたからではないだろうか。これは歴史という時間軸をもつ街に対し、新しい大きな場所を挿入する際にどのように溶け込ませバランスをとっていくかを示したいい例ではないだろうか。

pic4.1-29 シャトーレストラン



pic4.1-30 地下と地上を緩やかに結ぶ広場

1998.4.25 ～ 5.5	YGP パフォーマー大賞コンテスト'98
1998.11.21 ～ 12.27	クリスマスイベント「光のガーデンクリスマス」
1999.4.24 ～ 5.5	YGP パフォーマンスフェスティバル99
1999.7.24 ～ 9.19	オリヴィエ・ジュルヴァル彫刻展
1999.10.30/31	YGP ハロウィン仮装 コンテスト
1999.9.25 ～ 10.17/30/31	5th Anniversary「Harvest Festa」
1999.10.23 ～ 2000.1.16	H.GEN KOZURU 高鶴元 展
1999.11.27 ～ 2000.1.31	クリスマス・ミレニアム BOCCARAT 2000年への光
2000.3.21 ～ 5.7	春～ゴールデンウィーク
2000.2. ～ 8	路ドメイン企画「ロッタちゃん特集」
2000.7.20 ～ 9.3	STAR LIGHT CINEMA FESTIVAL
2000.9.23 ～ 10.15	YEBISU GARDEN PLACE Anniversary 2000
2000.10.29	YGP ハロウィン仮装 コンテスト
2000.12.9 ～ 12.25	クリスマスイベント
2000.11.9 ～ 2001.3.4	New Century with Baccarat
2001.3.24/25/30/4.1	Spring Performance & Acoustic Live
2001.3.24	読者レポーターによるYGP1日体験レポート vol1
2001.4.28 ～ 5.6	7th Anniversary Garden March
2001.5.4	読者レポーターによるYGP1日体験レポート vol2
2001.8.12 ～ 8.15	YGP 夏祭りイベント
2001.7.20 ～ 9.2	7th Anniversary STAR LIGHT CINEMA FESTIVAL
2001.8.12	読者レポーターによるYGP1日体験レポート vol3
2001.9.21 ～ 10.14	YEBISU GARDEN PLACE 7th Anniversary
2001.11.3 ～ 2.17	Baccarat ETERNAL LIGHTS（クリスマスイベント）
2001.12.16	読者レポーターによるYGP1日体験レポート vol4
2002.1.2	2002年 お正月イベント
2002.3.21 ～ 4.7	春のお花の装飾
2002.4.26 ～ 4.29/5.3 ～5.6	Garden March
2002.7.19 ～ 9.1	STAR LIGHT CINEMA
2003.1.2	新春お正月イベント
2002.11.1 ～ 2003.1.13	Baccarat ETERNAL LIGHTS（クリスマスイベント）
2003.4.26 ～ 2003.5.5	ARTS OF TOY CAMERA 2003
2003.8.7,14,21,28	GLASS SQUARE Summer Night Wave
2003.7.19 ～ 2003.8.31	夏の夕涼みは、恵比寿でオープンシネマ
2003.9.27 ～ 2003.10.13	朝倉摂の劇空間「華と光の空間」古典は今生きる
2003.11.1 ～ 2004.1.12	Baccarat ETERNAL LIGHTS（クリスマスイベント）
2004.4.29 ～	GLASS SQUARE LIVE
2004.4.29 ～ 5.9	YEBISU PHOTOGRAPHIC WEEK 2004
2004.3.31 ～ 7.1	ボテロ野外彫刻展
2004.7.30 ～ 8.29	STAR LIGHT CINEMA
2004.9.18 ～ 10.11	TOKYO BOSSA NOVA 2004
2004.12.1 ～ 12.25	2004 CHIRISTMAS EVENT

fig4.1-11 イベントレポート（98' ～ 04'）

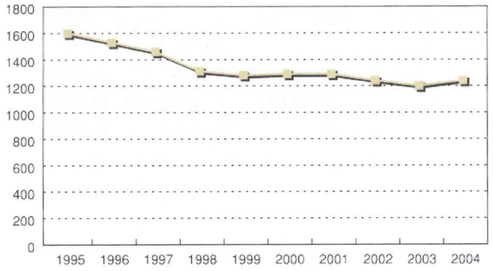


fig4.1-12 来場者数推移

pic4.1-31 イルミネーションイベント

Chapter-4 街の現状

□再開発事例 05 アークヒルズ

丸の内、霞ヶ関などの中枢管理機能・業務中心地区と赤坂、六本木、麻布などの先端的商業、文化、居住地区の両方に隣接した地域にあるアークヒルズは 1960 年代後半に始まった国内初の民間主導による大規模複合再開発プロジェクトである。開発前の当該地区は事業前に区画整理が行われていなかったために道路基盤が脆弱で、住宅が密集しているために街路は細く曲折しており、災害時の大きな被害が予想されていた。また、首都高速道路の建設に伴い日射条件や排気ガス問題など生活環境の面でも悩まされていた地域であった。

計画の概要はオフィス、ホテル、住宅、スタジオ、ホール等である。オフィス棟には数多くの外資系企業が入居していて、国際化・情報化のニーズに対する最先端の技術を用いてつくられた。3棟ある住宅棟はアークヒルズでの快適な都心生活を提案した住宅で、森ビルは「国際都市・東京にふさわしく、外国人にも満足してもらえる住宅」としている。また、コンサートホール棟にあるサントリーホールは特に音響設備の充実に力が注がれたホールである。
この民間主導初の開発において当時の再開発事業と比較したアークヒルズの大きな特徴は「複合都市」をコンセプトに「街づくり」を行った点にある。計画をみると、オフィスや住宅、商業施設等の他に文化施設であるサントリーホールや豊かなオープンスペースが整備されている。当時としてはこれらの文化施設は単体で計画されることが多かった。

サントリーホールは今日では国内で最も有名なコンサートホールとしての地位を築いている。また、ここのオープンスペースは森ビルが開発に当たり最も気を配ったという。7 つの庭園からなるアークガーデンには国内外の様々な草花が植えられている。このアークガーデンでは 99 年より地域活動の一環としてガーデニングクラブが活動を行っている。また、周辺の幼稚園や小学校の屋外活動の場としても活用されている。また、外周道路にはおよそ 200 本の桜が植えられており、都内の桜の名所にもなっている。

基本概要

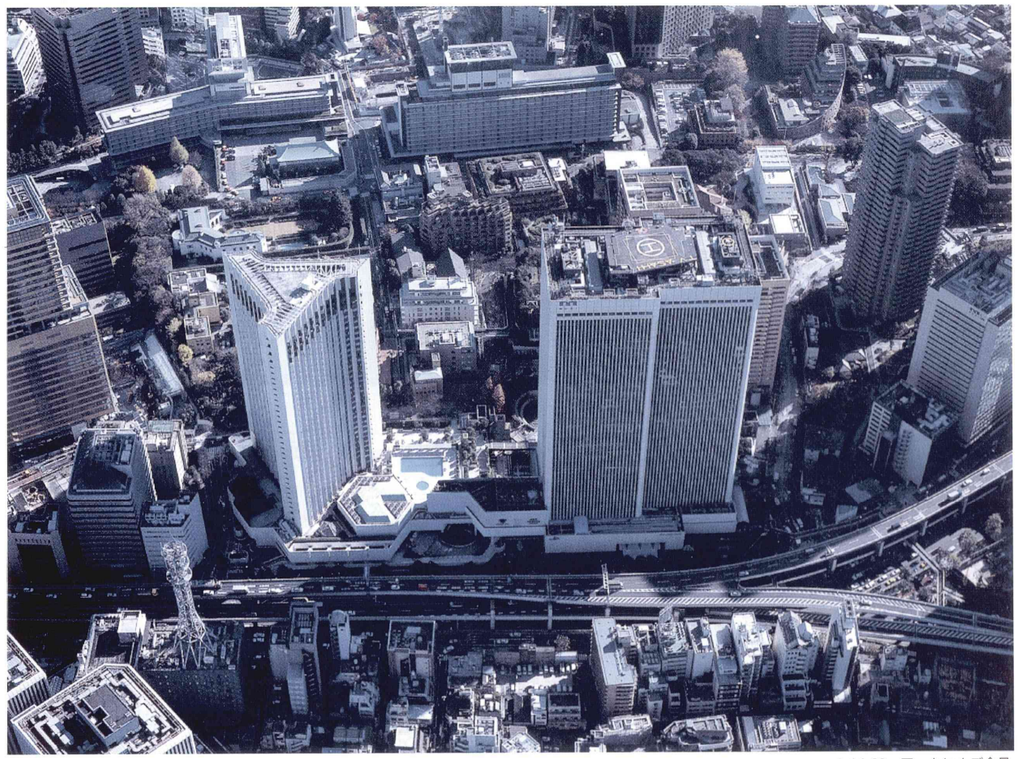
●住所：東京都港区赤坂一丁目、六本木一丁目、三丁目
●開発主体：赤坂六本木地区市街地再開発組合
●完成年：１９８６年
●用途：商業、住宅、事務所、ホテル、コンサートホール
●面積：5.6ha

建物概要

●事務所棟（アーク森ビル）：181,833 ㎡
●ホテル棟（東京全日空ホテル）：98,331 ㎡
●住宅 A 棟（アークタワーズイースト）：24,200 ㎡
　B 棟（アークタワーズウエスト）：21,550 ㎡
　C 棟（アークタワーズサウス）：4,970 ㎡

●スタジオ棟：13,604 ㎡
●コンサートホール棟：12,149 ㎡
●コミュニティー施設：280 ㎡

fig4.1-13 建物概要



pic4.1-32 アークヒルズ全景

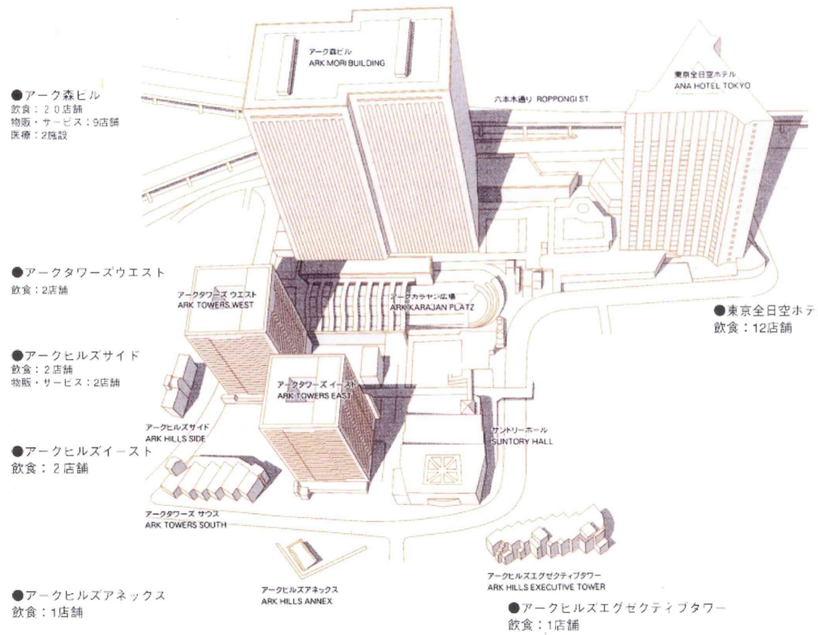


fig4.1-14 商業テナント配置図

このようにコミュニティーの面において積極的なアプローチがなされているがこの事業の結果大きな課題を残している。従前地権者の動向を見ると全てが「複合都市」アークヒルズを楽しむことができたわけではない。従前権利者 189 人のうち 142 人がこの再開発事業を機に転出しており、特に借家地権者は全員転出している。従前のコミュニティーの保全という点においては大きな問題があったといえる。

完成から 20 年以上がたち街の賑わいをつくるためオフィスや商業施設のリニューアルなどを積極的に行ったほかイベントが数多く開催されている。アークカラヤン広場などではランチタイムや季節の変わり目などに積極的にイベントをしているせいか人々の活動が多く見受けられる。また、六本木アートトライアングルとも近いせいか、最近では大きなアートイベントなどでサブ会場としてもよく利用されているようである。

fig4.1-15 地区の建物配置

pic4.1-33 ルーフガーデン

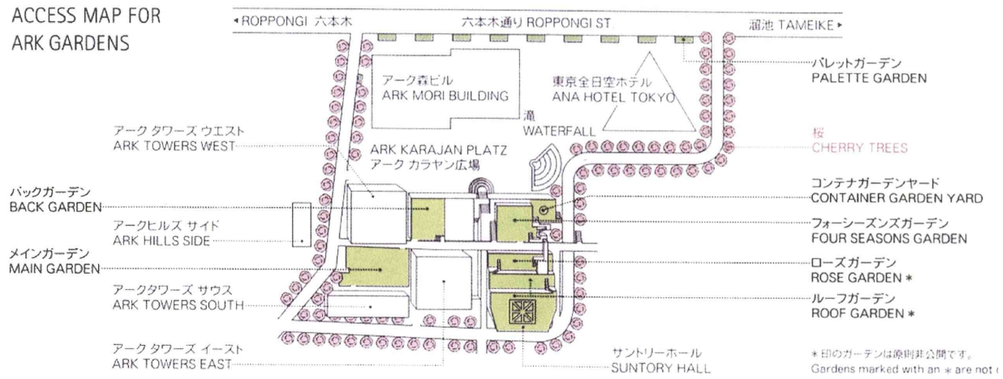
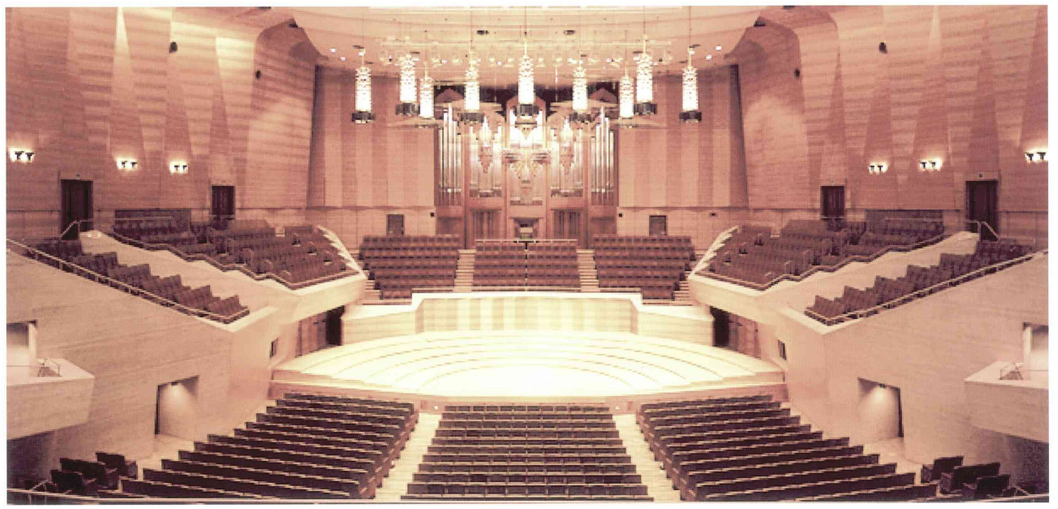


図2-12-4 街路とオープンスペースの構成
（出所：ARK HILLS、森ビル）

fig4.1-16 街路とオープンスペースの構成



pic4.1-34 サントリーホール内部

Chapter-4 街の現状

周囲との協調と協働

再開発の先駆けであるアークヒルズから東京ミッドタウンに至るまでどの例も周囲との協調、協働を重要視していた。それは建築的なアプローチを試みているものから社会的な役割として活動を行なっているものまで様々である。そこにできてしまうものはあまりにも大きくその影響力は建築的に見れば都市的規模であり、商業的、社会的に見ると国内規模の影響力を持っているといっても過言ではない。だからこそ周囲の環境に対していかに馴染んで協調していくか、また協働しその土地を周囲と共にいかに盛り上げていくかということを真剣に考えていることが読み取れる。そして、それによって生み出される効果は人々の様々な活動する姿である。それまでの歴史の無い新たな場所に周囲から人を引き込み新たなアクションを起こしてもらえるように色々な仕掛けを施し、周囲とは異なる価値をつけようと様々な努力をしている。

ここで取り挙げた再開発はその圧倒的な物理的規模もさることながら地域全体を牽引していくようなソフト的プログラムがしっかりと計画されている。比較的古いものは周辺環境との協調を重視し、新しいものは協調だけではなく、協働していこうという積極的な姿勢を見せている。それは建築に付随するというよりむしろ同等以上の比重が置かれ計画されているものばかりである。開発によって失われるものに対する意識の強さをそれぞれから感じ取ることができる。

ここで挙げた例は規模も大きく周囲に対する影響が大きいからであって、小さな敷地に最大容積をとるならば全然問題は無い、などということは決し無いということはよく分かるであろう。街は建築という部分によって構成されており、個々が完全に独立しているとすれば全体としての整合など無くなってしまう。経済性が優れているからといった一部の利点に着目した安易な真似は、真似が真似を呼び、やがて都市の混乱の原因となっていくだろう。それを防ぐためにも放任的な最大容積＋公開空地を避け、制限を設けて超高層を導入する場所と中高層を導入する場所などを設定し東京の景観やエコロジーの改善を図る必要がある。もともと超高層発祥の地であるアメリカでも超高層は都心に限定されて建設されているしパリやロンドンなどではそれぞれデファンス、ドックヤードに集約して建設されている。東京において今後ますます超高層が乱立すると周辺への様々な問題も考えられる。東京が“気付いたら鉄とコンクリートの森”になっていないような全体を見渡した計画的な再生が必要である。

Chapter-4 街の現状

4.1.3 人々の住みたい街ランキング

スクラップ＆ビルド型開発は大戦後のアメリカで大々的に施された都市更新の方法である。新しい建物を建設して都市の病理を解決しようとする方法は、一見して有効なものの、その地域のコミュニティーを破壊し解決をもたらさずに終わっているものもが多いの事実である。都市の魅力とはハードだけではなく、そこに住む人々や、訪れる人たちの活動によってつくられていることがわかる。

東京にも独自の魅力を持つ街は多く海外のそれと比べても劣らないところがたくさんある。そしてそのような魅力ある街は人々の居住意欲を掻き立てている。「住みたい街ランキング」という類の評価が様々なメディアによって出されているが、ここでその中でも信頼が高いとの評判を得ているものを参考に人々の関心のある街をみていくことにする。これらの評価は簡単に言ってしまえば個人の主観の集積である。しかし、街が好かれるということに関しては一つ一つの主観は無視できないものであり、それらがある程度同じ方向を向いた結果、大きな社会的意味を持つものと考える。このようなことから、社会的意見を見ることで人々に好まれる理由、実際に住んでいる人が心地よいと感じる点を分析しポイントを整理したうえで後の提案の参考にしたいと考える。具体的に毎年多数のメディアで上位を獲得している吉祥寺を中心に同様の評判を得ている街に絞ってみた。

Chapter-4 街の現状

□事例 01 吉祥寺

吉祥寺はいくつかの住みたい街ランキングで常に上位に入っている常連の街である。ある調査では 2004 ～ 2007 にかけて 4 年連続 1 位を獲得している。その調査の中では人々が何を評価しているのかも示している。
そこでは懐かしさと新しさを併せ持つ雰囲気、便利だが閑静な住宅街、都市的だが自然が豊富、お洒落な雰囲気がありつつ庶民的、などそれぞれ相対するものが共存していることを評価する内容が多かった。つまり人々の印象としてはこうだと思っていたらそうでないところもあった、というような意外な発見性が多いことを実感し評価している。そしてなにより幅広い年代から支持されていることもつこの街の魅力の一つではないだろうか。
これらの魅力を人々の意見と実際の街の状態で見るために建築的視点と来訪者の視点に分けてみると次のようなことが言える。来訪者の視点では

1、 いろいろな使い方ができて毎日暮らしていても飽きない
2、 お金がある人無い人、元気のある人無い人、時間のある人無い人みんなが楽しめる
3、 異質な人間、異質な時間が自然と集まって街が形成されている、またそれらを排除しようとはしない

ということうことが挙げられる。これはあくまでひとびとの意見であるがこれらが集積することで実際にこの街が語られているのでここではよいことにする。
特に 3 つ目の要素は日本においてはとても珍しいことだと思う。人間は同質な者同士で集まりたがり、少しでも異質な者を排除する傾向にある。そう考えると、1，2 の要素は 3 が成り立った上での話とも考えられる。そしてこれらの要素を許容している街はどのようなものなのか、人々の行動から読み取れる特徴をまとめてみる。

1、 歩ける
2、 透ける
3、 流れる
4、 溜まれる
5、 混ざっている

の 5 つに大別できる。以前、元東京都副知事の青山やすし氏の講演を聴いたときに楽しい街の三大条件として「歩ける・座れる・夜遅い」という話が出てきた。ここでも座れると溜まれるとして出てきている。

「歩ける」について、吉祥寺は駅を中心とした半径３００mの中に大体の中心的商業が収まっている。そして４００m 以内にほぼ全てが収まる。端から端まで歩いて１５分の範囲に全部あるので歩いても苦にならず十分に楽しめる。また、吉祥寺は車では近づきにくい街である。主要な道路からの枝道は細かく複雑で分かりにくく、走りにくい上に駐車場が少ない。しかも、主要道路は常に混雑しているのでみんな買い物に行くにも公共交通を使うか少し離れた駐車場に車を置いて歩いていく傾向にある。

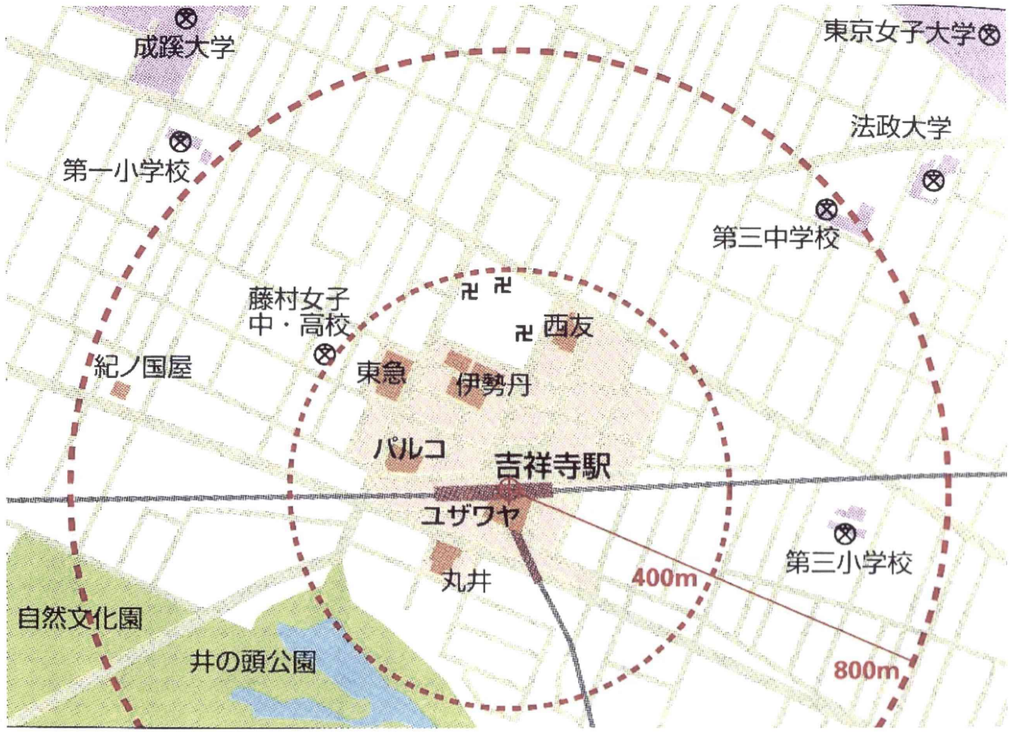
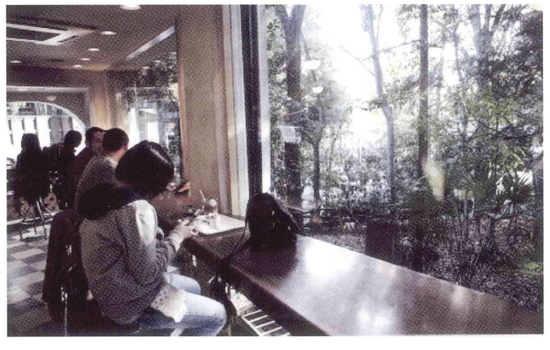


fig4.1-17 駅からの各施設までの距離

吉祥寺は駅からみると道路が放射状になっている
半径 400m の中に下写真のような対比的な風景がいくつも見られる

fig4.1-18 幹線道路と枝道



pic4.1-35 自然の中のカフェとにぎわう街

Chapter-4 街の現状

吉祥寺は街の構成は基本的に格子状になっている。といっても同じ大きさ、同じ形ではない様々な格子の集まりであるがどこを歩いていても分かりやすい。そしてこの格子の数が半端ではない。つまりコーナーの数が多いということになる。角地は他に比べ道に接する表面積が増える。街の表情が増えるということは歩いている側にとって楽しい空間が増えるということになる。そして、歩く選択肢が増える。どっちに行こうか迷うことが増えるということは今日はこっちと決めて、また来ようと思うのである。

「透ける」とはプライベートとパブリックの境界が曖昧であるということ、店舗と街が緩やかに連続しているところが多い。店から街が見え、街からも店の様子がよく見える。つまり街全体の透明度が高いということである。例えばそれは縁側のような場所であり、完全に仕切ることの無い風通しのよい明るい空間である。さりげない気配を感じ、意識できる。このような内部が見えやすい店が多い。歩行者からもわかりやすいと同時にお店にとっては店を張った宣伝となっている。また、吉祥寺の街には中心にハ - モニカ横丁を中心とした飲食街が形成されている。もっとも活動的なものが駅前の一等地にあるのである。飲食であるが故、 昼も夜も人が動く。その人々を流すように抜け道がたくさんある。そして吉祥寺には抜けた先に特色ある小さなエリアがある。デパートを中心として独特のエリア色をつくり出している。駅から目的地への往復だけではなく、エリアからエリアへと街の隅々まで人々が「流れ」ている。

先の楽しい街の三大条件でも述べた“座れる”、これが「溜まる」の基本である。よい街には溜まれる場所がたくさんある。溜まれる場所がたくさんあると人々は安心して歩き、休める。そこにはイスが必ず必要というわけではない。溜まれる場所であれば良い。階段、植え込み、段差など。そうさせる雰囲気が重要なのであって、たまたまそこにカフェなどあればなおいいということである。そして、そのような場所には自然と人が集まってくるものである。街に人が集まることに気付いた人は店を出す、そこに色のあるエリアが生まれる。こうして街は活性化していく。つまり、重要なのは街にはスペース（空間）ではなくこのようなプレイス（居場所）があることである。
第一の居場所は住宅、第二は職場、そして第三が街にあるカフェ、本屋、バー、ヘアサロンなど街にある“場所”である。この第三の居場所が吉祥寺には豊富にある。こだわりと個性を持った主がつくる街の「居間」がたくさんあり、その主たちがつくりだした多様な雰囲気と文化を自分の好みで選択し、一時的に間借りできる。それは機能を持った場所だけではなく、公園での大道芸やフリーマーケットなど一時的にみんなの場所となる場所がたくさんあるのである。そんな場所がたくさんある街だから何度でも行きたくなるのだろう。

「混ぜる」について、吉祥寺は歩ける範囲に中心地、商業地域、住居地域、公園、など複数の用途が明確に分かれることなくゆるやかに推移するように混在し、バランスよく街を形成している。現代の都市計画は土地を用途ごとに区分けしている。そのため、古くからある街に見られた用途が混在することによって生まれる、地域の文化的、社会的多様性が失われている。
吉祥寺にも過去に区画整理はあったが中心地域周辺でも商業のみならず住宅や業務、自然の要素が混在している。そして平面だけでなく上下にも混在している。宅地の中に雑貨屋がありマンションの中に書店があり公園の中にカフェがある。建物の様式も混在している。大小さまざま、性質も異なる要素がそれぞれの個性を発揮することで、お互いに刺激しあい、触発しあい、感化されあう。街の資源を共有し、小さな構成要素が集まって協働している。そしてこれらの要素は常に更新している。この小さなというのもキーワードで、小さいがゆえに歩くスピードにあわせて変わることができている。

たとえばそれはデパートの周りにある小さな店たち、住宅地の中に潜んでいる店、古いマンションの中にあるカフェなど、似ているようで異なるものが街中に点在すると街を歩く人は楽しい。こういうことが街中にあるというのはありそうでなかなかないことではないだろうか。そしてこのようなことは何より時間の積み重ねと共にできること、起こることが増えていくことはいうまでもないだろう。

商業店舗の前のデッキ空間の活用例

住居と商業がとてもいいスケールで混ざっている情景

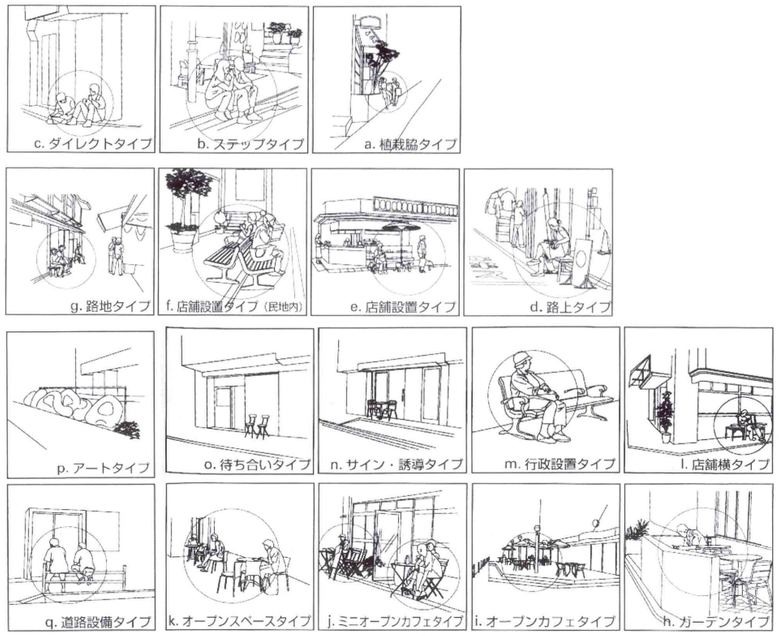
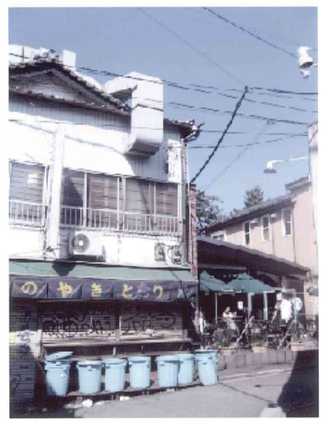


fig4.1-19 街の中の座り空間



カフェと飲み屋、対比的な機能と雰囲気の融合

pic4.1-36 混ざっている空間の例

Chapter-4 街の現状

□事例 02 自由が丘

自由が丘は吉祥寺に次ぐ住みたい街として定評がある。あるメディアによる調査では２００６～２００４年：２位、２００３年：１位を獲得している。２００３年当時、家族構成や年代を問わずナンバーワンであった。その後、１位の座を吉祥寺に譲り２位についている。その理由を見てみると渋谷などの都心に近い、洗練されたショップ、カフェやレストランが多い、都会的だが公園・緑が多く閑静、利便施設が整っているなどである。吉祥寺と違うのは街のイメージが「おしゃれだ」「高級感がある」「街並みがよい」などより高級・洗練されたイメージを強く持たれていることがわかる。一方で街並みや雰囲気がよい、利便施設が整っている、自然が多いなどはグレードに関係なく共通している。

渋谷と横浜をつなぐ東急東横線急行で渋谷から９分、自由が丘は東横線と東急大井町線の２線が交差する交通の要所。大井町線を利用すれば、東急田園都市線二子玉川、京浜東北線大井町と首都圏内でも異なる方向に出られ、環八や第３京浜、東名高速のインターなども近く、車利用にも便利な街である。吉祥寺とは異なり街の中心部まで車路が入り込んできてはいるが歩行者専用道路も設けてあり、車を気にすることなく街を歩くことができる。

ここには人ごみと言われるような雰囲気はなく、女性に好まれる柔らかい雰囲気がこの街の魅力であろう。庶民的という雰囲気はほとんど感じさせない。吉祥寺同様、自由が丘には細道や路地が多く、それぞれが個性的な名を持っている。マリ・クレール通り、サンセット・アレイ、メープルストリートなど、しゃれたネーミングの通りには、若い女性はもちろん、母子でショッピングを楽しむ姿や、小さな子ども連れのお母さんたちの姿を多く見かける。幅広い年代、特にファミリー層に人気があるというのがよく分かる光景である。歩いて 10 分圏内にほとんどの機能が詰まっている。10 分も歩いたら隣の駅に着いてしましそうなくらいである。
一般的には女性に人気のある街だがそれだけではないのが、自由が丘の奥の深いところ。例えば駅前にある自由が丘デパート。昭和 27 年に終戦当時バラックで営業していた店舗が入居してオープンしたもので、入り口にあるのはなんと、金物屋さん。スーパーなどでは手に入れにくいものも揃う。その他、街中には牛乳屋さん、米屋さんなど、昔からの個人商店が健在。こういった風景が見えの中に囲われているのもまたオシャレである。見た目のおしゃれさだけではない、生活のある街であることを伺わせてくれる。加えて深夜営業のバーや焼肉屋等が多く、意外に夜は遅い街でもある。

さらに、こうした商店の元気さを支えているのが商店街振興組合。この街では 10 月の女神祭りをはじめ、季節ごとに各種イベントが開かれているが、こうしたイベント主催はもちろん、インフォメーションセンターの運営、街の清掃や花壇の手入れ、夜間の自警団組織、事業所の夜間ごみ収集システムなど、ここまで独自の活動をしているところは珍しい。
独自の方式でもうひとつ、この街らしいのがサンクスネイチャーバス。1997 年にスタートした 27 人乗り、無料のこのバスは、地域の有志がサポーターとなって走らせているもの。このバスを利用すれば、街中への車両乗り入れが減り、歩行者が安全で歩ける上に、排気ガスも減らせるという。ガソリン代わりに家庭で使用済みのてんぷら油などが原料といい、自然にも人にも優しい活動である。そして、こうした意識の高い住民が多いせいか、一般の住宅にも緑、花が豊富で、自由が丘はお店巡り以上に散歩の楽しい街でもある。

fig4.1-20 ストリートマップ

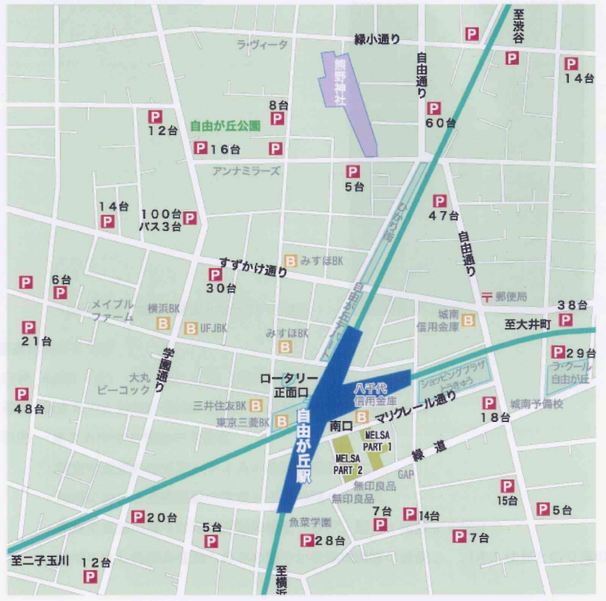


fig4.1-21 駅周辺部駐車マップ

pic4.1-37 様々な街の風景

□事例 03 鎌倉

２００６年には４位になったものの、それ以前はしばらくの間３位についていた。鎌倉は歴史がある古都の街として他とは一線を画しているところがある。しかし、ランクされている理由は自然に囲まれ環境がよい、住みやすい閑静な住宅街、風情がありゆったりとした時間が流れているなどがあり、しかし便利施設があり交通の便がよいなどであった。上位２つと共通して交通・利便施設・自然はここでも大きな要因となっている。他と大きく異なることは文化都市であるということ。独特の時間の流れを持つせいか、年代が上がるにつれて評価が高く 50 代は 1 位の評価を得ている。

東京から１時間以内かつ横浜にも近い鎌倉の他の例との大きな差は観光地であると言うことであろう。「鎌倉らしさ」と聞かれて、一番に思いつくのは大仏でも鶴岡八幡宮であろう。しかし、ひとつ道を入ると街のあちこちに点在する洋風や和風の古い建物、そして緑多いしっとりとした路地がある。そういうものこそ、他の街とは違う「鎌倉ならではの雰囲気」を醸し出しているのではないだろうか。明治～昭和初期、温暖な鎌倉は別荘地として人気を集めた。大正 12 年の関東大震災で多くの建物が壊れてしまったが、幸い第二次大戦の戦禍をまぬがれたため、戦前の民家が消失することなく今も残っている。

鎌倉の街のもう一つの魅力は路地。大通りを１本入ると、人力車がやっと通るぐらいの路地が東西南北に走っている。そこには板塀や生垣で囲われた民家がたくさんあり、独特の風情を醸し出している。路地を歩く人々はどこかホッとする、懐かしく感じるという声がある。路地に関するイベントも開かれていて、地域住民や外国人、来街者に路地のある街の魅力を理解してもらうことで街並みの保全につなげようというもの。現在は建築基準法により、４mに満たない道路に接する土地には建物を建てることができないため、鎌倉でも「路地のある風景」は日に日に減ってきてしまっている。しかし、この雰囲気が人々を惹きつける要素となっていることは間違いない。

「休日を自然の中で過ごしたい」「子供の教育のために」と、わざわざ都心を離れてまでも、暮らす人が多い魅力的な街。鎌倉は年間のイベント数が多く、四季を通じて景観を楽しめる街である。また、鎌倉は市の半分以上の面積が風致地区指定になっていて、この指定によって低層住宅が多く、他の地域に比べ景観が損なわれることが少ない環境にある。しかし、近年移住先として人気が出たことから山を切り崩しての開発などが起こり、静かな街にも都心からの余波が訪れているようである。街並みの保全のためにも一時的な移住の流行による宅地開発が多発しないことが望まれる。山の奥、隠れ里のような所にも名店と呼ばれるお店が多く、住んでから開拓する楽しみも多い。そのような街を保全して継承していくためにも一人一人の街に対する意識が必要である。

pic4.1-39 路地を広めるイベント

pic4.1-38 魅力の要因となっている風景

鎌倉路地フェスタ

日時 4/28（土）・29（日）・30（月・祝）

場所 鎌倉市内の路地に路地に点在する店舗、美術館、個人宅等

目的 ・街並み保全の活動の活性化

・鎌倉市近郊の地元アーティストの活動の活性化

・地域における芸術活動の充実とその地域への還元

・鎌倉市近郊の様々な地域活動の輪をつなげ、相互に発展する場作り

・地域に住む外国系住民へのきめ細やかな地域情報の提供と、日本人住民との交流の場作り

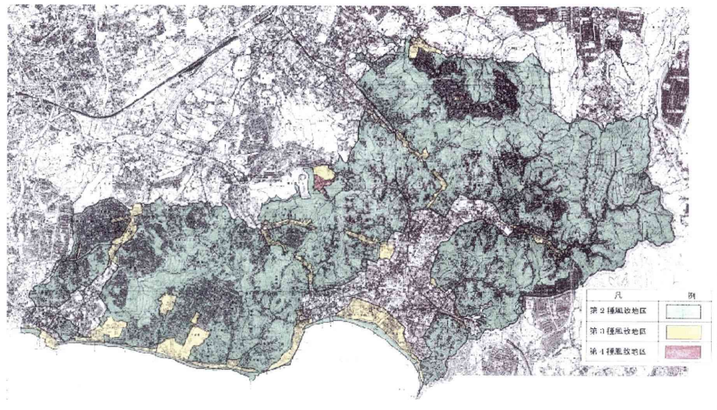


fig4.1-22 風致地区マップ

pic4.1-40 街の中の路地風景

pic4.1-41 過去のスケールと現代スケールの交差

Chapter-4 街の現状

□事例 04 恵比寿

再開発でも例に挙げた恵比寿は住みたい街としても有名な街である。主な理由は自由が丘についでお洒落である、洗練されている、高級感がある。そして最も多いのは都心でありながら静かに暮らせるという点である。ここでも感覚的な理由が大半を占めていた。

イメージされる恵比寿の街は、おしゃれで便利。ともすると少々騒がしい地区もあり、サラリーマンにはラーメンの街としても定評がある。しかし、その一方で公園や並木道の緑に囲まれて、気持ちがホッと解放されるような場所も存在する。緑の多い広尾や商業施設に充実した代官山にも隣接した洗練された閑静な地域でもある。山手線沿いの駅近くで、光や風を感じながらゆったりと暮らせる環境は、とても稀少であろう。

また、ガーデンプレイスをはじめとした周辺の商業施設も魅力が多い。平日の帰宅後に歩いて食事に行く、休みの日は夜になってから外出するなど都心に近いならではな生活が可能なのも恵比寿ならではないだろうか。また銀座や渋谷、話題の六本木周辺にもすぐにいける距離にある。時間の使い方がうまい人にとっては仕事もプライベートも充実した毎日が過ごせそうな街である。
恵比寿ガーデンプレイスが完成して 10 年、この街は確かに変わっている。昔からあるものを大切にしながら、新しい文化もスムーズに受け入れるような、やわらかさを持っている。それは、ここで暮らす人たちがゆっくりと年月をかけて作り上げてきた独自の雰囲気なのであろう。

この街は本当に不思議な魅力を持っている。一流レストランもブティックも、雑貨屋もラーメン屋も、どんなお店も街に溶け込んでいる。自分なりの好みやスタイルを持ちながら、多彩な街を使い暮らせる街である。

pic4.1-42 今も残る下町気質

pic4.1-43 代官山からの流れ

pic4.1-44 イメージと異なる風景もある

□事例 05 横浜

2004 年に 4 位にランクインし、2006 年には鎌倉を抜いて 3 位に浮上した横浜。海が近く高台となる地形も多いことから景色がお洒落である、新旧が混在し異国情緒があるなどの理由が大きい。近年、鉄道網も新たに整備されたことからまた、ここでも都会と自然が調和した街として年代を問わず人気である。また、横浜は近年再び盛んに行われているベイエリアを中心とした再開発によって街全体が触発され、商業施設が充実し、交通の便もよいことから２０代～３０代にかけて人気である。

横浜は都市空間の総合的な魅力づくりや空間演出を図る「都市デザイン」の概念をいち早く取り入れている。それは、街の様々な要素をできるだけクロスさせ、ひとつの全体像としてまとめていくこと。街の多様な人々の間に立ち、コミュニケーションを重ねていくという地道な努力と、管理や所有区分をまたいで色調や素材を揃えていく総合的なプロデュースによって、それぞれ個性的な街が連なる横浜の都市像が作られている。様々な要素をできるだけクロスさせ、ひとつの全体像としてまとめていくことが、平坦で安易な都市づくりとは違う「横浜らしさ」という個性の基盤ともなっている。

時間をかけ丁寧に街が作られていく、このペースの背景には、横浜らしい特異な要因もある。昭和 30 年代から 40 年代、横浜には米軍による接収地がまだ数多く残っており、それらは他の地域での接収地と違い、少しずつ返還されていたのだという。このため大規模な戦災復興開発ができなかったのだ。しかしこれが横浜らしさにつながる都市デザインへと活かされた。「今」に見合うものを一気に作ってしまっては、将来の変化に対応できなくなってしまう。少しずつ時間をかけた開発だからこそ、柔軟性のある余地を持たせられるのだ。

山下公園にみられる水際線の緑地、既存の道路、地元の個性的な商売人など、関内には様々な「街の文脈」が存在している。これらを未来の都市に活かすこと、そして新しい街と既存の周辺地域を自然なかたちでつなぐ開発が進められている。他の街区でも、歴史的建造物を街の魅力として残して活用していくなど、今あるものの可能性を再発見しながら街がつくられるスタイルは、横浜の都市デザインの大きな特徴のひとつとなっている。この地区の中核には、高さ 296m の日本一高いビルの横浜ランドマークタワーがある。ランドマークタワー横の「ドックヤードガーデン」は、造船所で実際にドックとして使われていたもので、1997 年（平成 9 年）12 月に国の重要文化財に指定されている。全てを作りかえるのではなく、昔からの風景で残すべきものはしっかりと残すことが結果として実った形である。

民間のビルにまで細かく協力を要請し、道路も建物もひとつのコンセプトへと向かうような都市デザインは、日本ではあまり例のないことである。しかし、このような活動は地元の商店街などの自主的な行動を誘発し、街の人々自らが考えて行動している。人々には自分たちで作った街だという意識が街とともに育ち、それは世代を超えながらも継承され続けている。また、ひとつの商店街での試みが評判を呼び、他の商店街でも行なわれるようになるなど、良い連鎖が起こっているようである。

pic4.1-45 湾岸再開発地域

pic4.1-46 文化遺産の代表格

Chapter-4 街の現状

その他、常に色々なメディアでランクインしながらも上位に出てくることがない街として二子玉川や武蔵小杉がある。これらの街は好む人のタイプが決まっている、時代や流行に流されない街という印象がある。ランクの結果が示しているのは一部の根強いファンによって支えられ、街がつくられている奥深い街ということではないだろうか。「好む、好まない」のタイプがはっきりしているがゆえに市場経済や社会の流行からは自動的に距離ができ、独自の街経営が成立しているのとも考えられる。どちらにしろ、ある絶対的な理由を持っているということは街にとってはとても大きい。その魅力をしっかり認識した上で深める努力をすればいいし、何かを無理やり生み出す必要性が無い。アンケートの結果では都心でありながら静かに暮らせる、商業施設の充実、交通の便等基本的条件はクリアしていることに加え、おしゃれである、洗練されている、ステータス感など感覚的理由がここでも挙げられていた。この感覚的な理由に絶対的な理由のキーが隠されていることは間違いなさそうである。

■ 4.2 人々がどこに着目しているか

イメージという類の理由

どの街にも要求されていることは根本的に似ている。物理的な理由はほぼ全て共通していた。都心に近い、利便施設の充実、交通の便がよい、自然がある、環境がよい、など。再開発の街などでは、無いものは作ってしまおうという意識が感じられる。再開発の街、人々に評価された街を見てみて、共通して言えることはそれぞれの街にはそれぞれのイメージがしっかりあるということ。その元になったものは街が持つ“なにか”であるわけだから人々にイメージが定着したということはそれだけ個人の印象に残るモノがあったということではないだろうか。
選ばれた理由に「庶民的で心地よい」「お洒落な雰囲気がある」「洗練されている」「ステータス感がある」などの感覚的理由が並んでいるのもそのような理由からではないかと考える。そしてこれらのイメージは時間をかけて自然にできるものと人工的に短期間でつくられるものがある。前者は例えば吉祥寺、後者は例えば六本木ヒルズである。

六本木ヒルズには 200 以上の商業施設があり、ここでしか手に入らない物をどの店も提供しているというブランド性があるがオフィスのイメージが強い。できた当初は遊ぶ街、買い物する街といったイメージが強く、働く・住むなどはあまり一般の人には関係ないため、情報として浸透していなかった。
しかし、ここ最近は入居しているオフィス企業の事件が連続し、でメディアに大々的に宣伝されたせいかオフィスのイメージが強い。

一方で東京ミッドタウンはオープンが国立新美術館と近かったこともあり、オープン時のイベントや広告でアート色の強いことを示したおかげでなんとなくそのようなイメージが着いた。もちろん商業施設やホテルについてもオリジナルな特徴を打ち出しているのでそちらに興味が強い人は別かもしれない。買い物を頻繁にするような人にとっては“おもてなし”の行き届いている印象が強いのだろう。これら短期間で人々に鮮烈なイメージを与えた街たちは今後も様々なイベントや模様替えで人々に訴え続けるのだろう。

いつまで人々の期待に応えられるのか、そこから受けるイメージはいつまでたっても作り出した側の意図があるものになる限り未知である。そしてそのイメージにあわせて一時の時間でできた物理的空間はどこまで人工的に行なわれるイメージの発信に耐えられるのであろうか。

これに対し、吉祥寺、自由が丘などの時間の積層によってイメージが自然に湧きあがってきた街は際立った訴え的イベントや計画的な店舗の入れ替えなどの模様替えをしない。そして時代や経済状況に振り回されないコアなファンが大勢いる。コアなファン達は自身が街をよく使い、住んでいる。来訪者から見たイメージは街の物理的要素だけでなく、一人の人間が生活している風景によってつくられている。そして街は生活者の需要に答え、身近な要求に応え続ける。小さな要求にも応えられること、そのことによって街が変わっていくことが生活者にとっても来訪者にとっても様々な使い方が出来て毎日来ても飽きないという結果を生み出している。
こうしてコアなファンとこだわりを持った街の主たちによってつくられる雰囲気を来街者が評価し、その街のイメージとして定着する。「庶民的な感じ」「懐かしさ」などの感覚的理由は決して人工的には作り出せないイメージである。

Chapter-4 街の現状

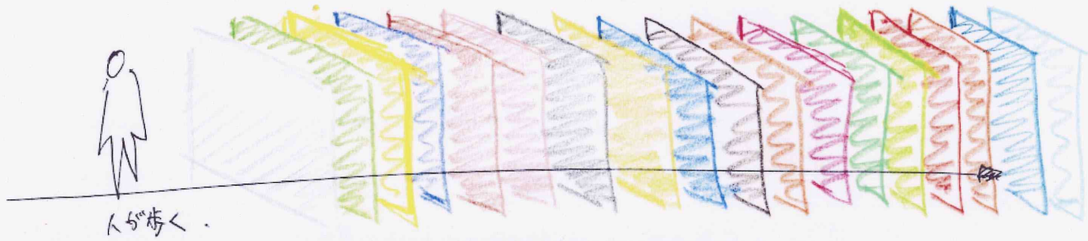
風景と情景

生活している風景がイメージにうなるとはどういうことなのだろうか。自分が色々調べ、見て、感じたことからすれば人間が関与した動きなのではないかと考えている。街を歩きながら目に入る光景は決して止まっていることはない。人が動き、人によって様々なものが動かされる。そして時間が同次元で動いている。生活している風景といっているが実は違うのではないか、風景というよりは情景なのではないかと考えている。ちなみに辞書によると

情景：心にある感じを起こさせる光景や場面
風景：目に映る広い範囲のながめ、ある場面の情景・ありさま

とあった。情景のほうが少し人間的で動的な受け止め方ができるのではないだろうか。この定義からするとイメージができる、印象に残るなどといったことが起こるのは情景であろう。その中の一瞬の絵が風景なのだと解釈できる。一般的にはどちらも風景といっているが意味として意識的に示しておきたい。

人々が感覚的なイメージを得るのは街の中での人々の情景を連続的にコマ送りのように見続け、そのうちの何枚かの風景が頭の中に強く残っているからではないだろうか。極端に言ってしまえばより多くの風景を見ることで比較ができその中の何枚かが自分の趣味志向に合わせて残るのではないかということである。街にある風景の数が多種多様にあればあるほど多くの人々の好みに合うことになる。



街を歩く中で多くの情景を見る
↓
趣味嗜好あった情景が心に残る・・・・・ → 人々の良いと思う情景は人によって異なる
よってより多くの情景のある街のほうが多くの人にとってイメージに残る街となる
↓
自分の中で町のイメージの評価がつく

fig4.2-1 街のイメージを得る概念

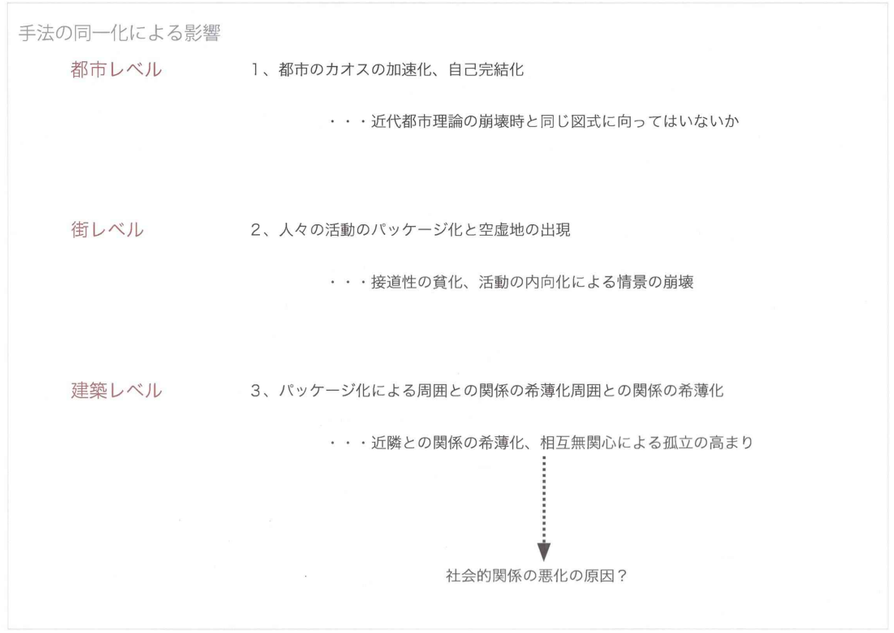
■ 4.3 同じ手法の蔓延

いくつかの街にはきちんとしたデザインのビジョンがあり、今後の指針のようなものがはっきりと打ち出され、街を使う人々に対して様々な手法でアプローチしていた。時間の積層によって魅力を得た街はその魅力をしっかりと分析してより一層魅力的になるように守るところを守り、変えていくところを変えるようにしていた。それは、街、その地域のみの話だけではなく地域の中でどうあるべきか、どう連携していくか、どう評価されていて今後どうするべきなのかなど社会の中の「場」を認識したものであった。再開発にせよ古くからのまちにせよその街に視点を向けつつもその視点の位置は高いところから広範囲にわたって眺めていた。

うまく運営できている街は建築的にも社会的にも広範囲からの視点で物事を考えているからであろう。再開発によって誕生した街は地域の中でこれからどのような立場をとるのかを長期的な視点を持って考え続けなければならないし、長く評価されている街は否応なしに向かってくる時代の変化にどう対応するかを常々考えなければならない。
特に再開発の街は今までの時間の積み重ねという見えない条件のある敷地という場所に新入りとしてできるものだからそれが大きい、小さいに関わらずなにかしらあるコミュニティーの中に入ることを自覚する必要がある。

しかし、現実的にはほとんどの場合、そのような観点は後回しにされているようである。開発を主導している資金を管理する側はどうしても経済効率を最優先に据えてしまう。現状の市場経済下においては仕方のないことなのかもしれない。
しかし、問題なのはこの経済の部分だけに目を向け、見た目や雰囲気を真似た開発があまりにも多すぎるということ。土地にはそれぞれ異なる固有の背景が存在するはずなのになぜ同じようなやり方で成立しているのだろうか。本当は全てにおいて成立しているわけではなく、供給側の都合で無理やり成立させているところが多いのも事実であろう。新たな街をつくるために経済が必要なのであって経済をつくるために街をつくるというのは順序が逆である。

そしてこのような開発があちらこちらで加速度的に起こることで今までの街の更新とは異なる異質な変化が都市全体で発生してくる。カオスといわれる東京においては都市における部分の変化が激しいということは都市全体の整合がまるでなくなりより一層混沌としてしまうことになる。
そして、このような自己完結的な部分の変化の連続は、街のレベルでは人々の活動をパッケージ化する事による空虚な場所の出現を生み出す。さらに建築レベルで考えれば周囲との関係が希薄になることによる孤立化が挙げられる。
さらに , 今までに比べその変化がスピードアップしているため、その開発の図式が建築的・社会的にどうなのかという判断を十分に受けないまま都市に広がっていくことになるのである。

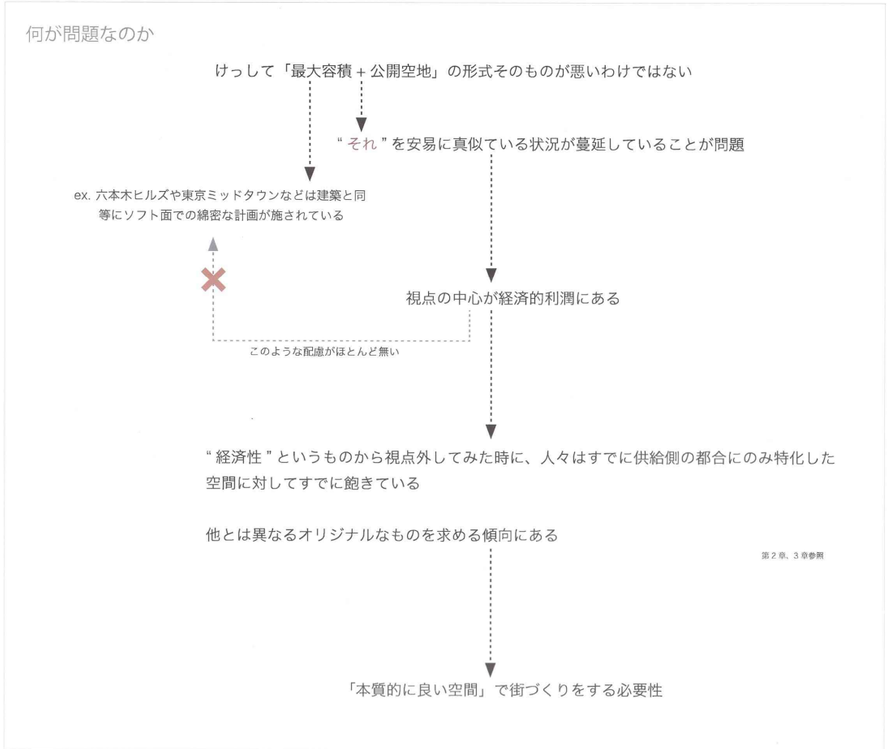


Capter-5 周囲と協働する社会システムにむけて

■ 5.1 街づくりの現状に関して

最大容積＋公開空地という図式の主な例とメディアによって人々の居住意欲の多い街とされたものを比較して単純に大きな差が見受けられたものは感覚的理由を挙げれば生活感の差とでも言えるだろうか。六本木ヒルズをはじめとしてここで挙げた事例には全て住居が含まれていた。しかし、そこにいる人々の生活している雰囲気が外から見受けられた。ここで指摘している生活の雰囲気というものが仮に庶民的なものであったとして、オフィス棟で仕事をして商業ゾーンで買い物をしていてレジデンス棟に帰っているから雰囲気は見せている、と言われればそうであるかもしれない。それもまた１つの生活スタイルなのだと考えれば生活の雰囲気を見せていることになるだろう。そしてこのような生活スタイルが普通であると考える人が多数いるならばしかし、ある敷地の中だけで生活が完結するはずが無く、仮に可能であったするならば都市が成立してきた歴史的経緯からみても事件的な変化であるといえよう。

都市はそこに人が集い、住まい、働き、サービスを提供し、また自らも享受するという循環によって成立してきた。様々なものが複雑に関係し合い、流れていた。時代の変化とともに都市は強い合理性を持った経済原理が取り入れられ、なにかと合理的な方向に進んでいった。建築が合理的になるにしたがってそこに住む人々の生活も段々と合理的かつ便利なものへと変化していったのである。
しかし、利便性などを追求して合理化するという行為は人間に対しては限界がある。人と人のつながりや、そこに生まれる様々な活動、営みは機械的なものであるはずが無く、許容や妥協といった人間にしかできない多くのことが存在する中に合理性を追求することは矛盾を引き起こす原因となっているのではないだろうか。古くからある都市の複雑な関係性をむやみに地面から剥がしてしまうことが都市の崩壊につながることはル・コルビジュエに代表される近代都市理論に基づいた街づくりが幾例も崩壊したことからもわかる。ある敷地の中だけで人々の生活が成立し、周囲とは互いに関係の薄い状態となるならばそれは過去の図式を少なからず繰り返していると言えるのではないだろうか。



Chapter-5 周囲と協働する社会システムにむけて

■ 5.2 街のスケール

前項で述べた例にはスケールが深く関わる。例えば、ひとつの敷地での生活の完結は極端な周囲との隔絶をもたらし、隣地間の関係も薄く地域全体としての結束力等は皆無になる。そのような街は自然と犯罪が増え、治安が悪化していく。しかし、これが地域での完結ならば何の問題も無い。東京でも下町地域などでは地域内完結ができているところもある。とても便利で一般的な生活という観念からすれば最も便利なのではないだろうか。

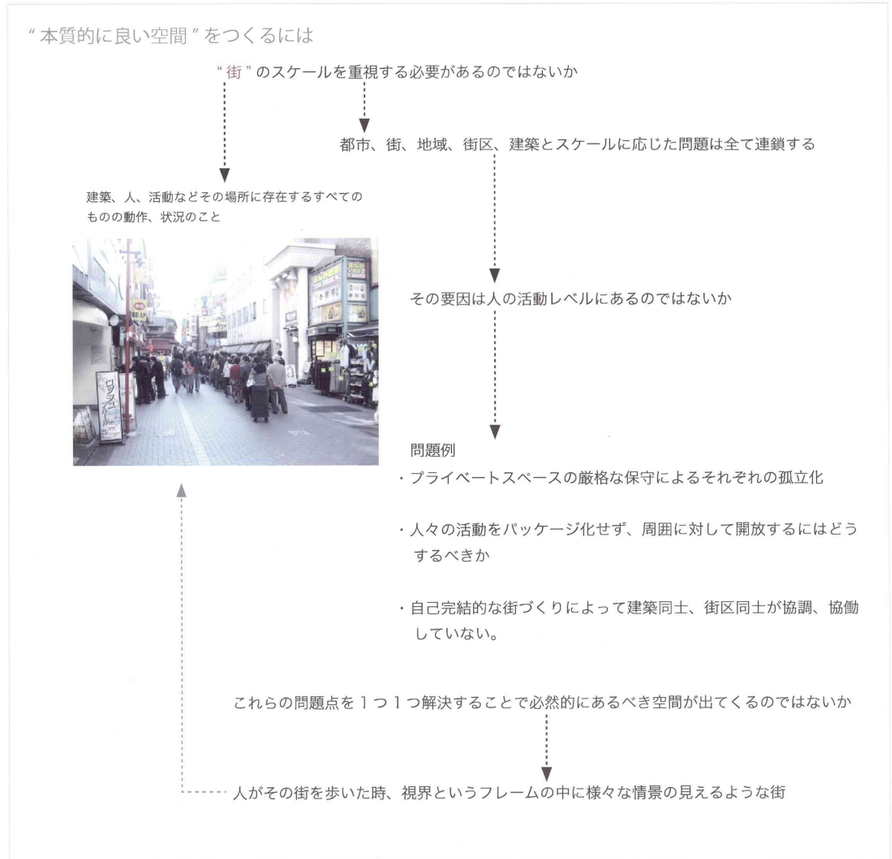
ではスケールを大きくしてみるとどうなるか、地域だけでは生活が成立せず地域間の移動が起こるとする。例えば仕事が隣の地域である、たまに買うものが住んでいる地域に無い等。日常生活の範囲では多少の不便を伴うが地域間の関係は活発になる。
この話がさらに大きくなって都市間レベルになるとより不便になる。日常生活の中の一部が都市をまたぐようなことになると、個人と地域との関係は間延びし、地域の生活感は当然ながら薄くなってくる。

逆にスケールを小さくしてみたらどうだろうか。一住宅で完結する生活。限りなく不可能に近いが現代の日本において、やろうとすれば出来ないことはないだろう。買い物も仕事も銀行に行かなくても、食事に行かなくても、たいていのことが電話やインターネットで済ませられる時代である。近隣との互いの関係は無く、ここまでくると何のために集い、地域、都市があるのか分からなくなってしまうだろう。

こうしてみると街の構成単位は人の生活が基準になっている方がよいことが分かる。様々な人々が生活することで様々な生活範囲が生まれ、それらが集積することで自然な街ができ地域ができる。理想の都市とはそういった経緯で成立していくものなのではないだろうか。
しかし、現実的に今の日本でそのような都市ビジョンを持つことは難しい。現代社会において都市は主に用途ごとにつくられる。オフィス街、住宅街など生活のある部分に特化した街がたくさんあり業務や商業の機能は住宅の機能から分離されている。しかし、様々な機能を分離しスケールを増していった東京などの巨大都市は人々の移動や物流が異常なまでに増大し通勤ラッシュや道路の慢性渋滞などある種の麻痺を起こしている。
その反省からか六本木ヒルズを皮切りにあちこちで行なわれている都心の再開発においては都心居住をテーマにしたものが多い。都市における複雑な関係性をもう一度生み出し活発にするには必要不可欠なテーマではあるがそのスケールが一般的な生活感とどれくらい一致しているかは疑問である。

もっとも、郊外に住むことが一般的な現代の日本において新たな六本木ヒルズや東京ミッドタウンなどの都心に生活するということを一般的な生活と比較すること自体がおかしいのかもしれない。しかし、都市を長期的な視点で見るならばいずれ都心居住が今よりもぐっと一般的になることが必要なのではないかと考える。

そしてそのために、まずは現状の街のスケールを重視する必要があるだろう。場所によっては小さな敷地を集め効率的な開発があるべきだろうし、また既存のスケールを維持した方がいい所もあるだろう。街のスケールとは物理的な建築のスケールとそこにいる人々の生活スケールのバランスによって成立していることをしっかりと認識する必要がある。



Chapter-5 周囲と協働する社会システムにむけて

■ 5.3 コミュニティーの再開発

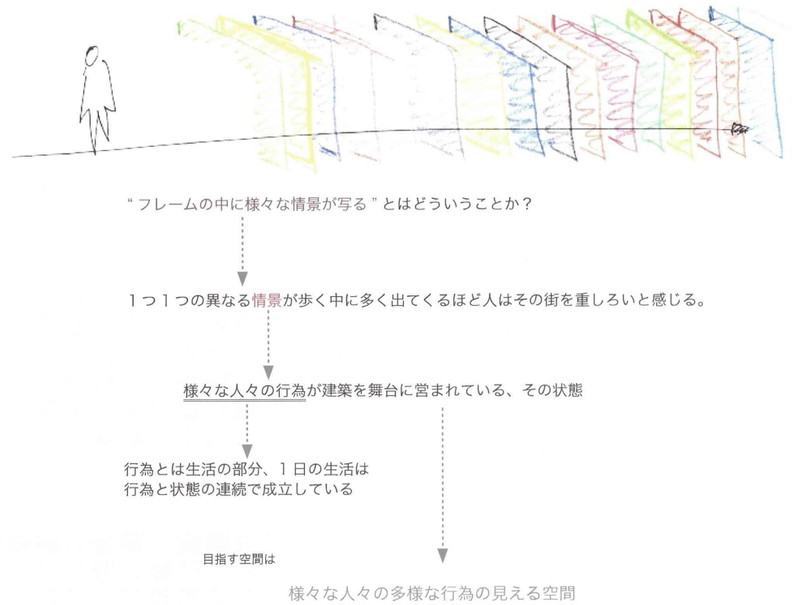
社会は大きく変化し、そのあまりの変貌振りに誰もブレーキをかけられないでいる。人々の中で起こっている価値観の変化は何をもたらしているのであろうか。隣人が誰か知らない、隣人も自分のことを知らない、もはやそのようなことは都市に限った現象ではないようである。
現代の日本人は他人との関わり方が希薄であり無関心であるといわれている。老若男女を問わず、わずらわしい人間関係を嫌い何かと内に閉じこもる傾向は解消されつつあるようには感じられない。元々日本人には集まる、力を合わせるといった事に関しては優れた資質を持っている。阪神大震災が起こった際に略奪や暴動が起こらず、遅れる政府機関の援助を待つことなく住民が力を合わせ、助け合い、分け合った姿を見た各国の報道関係者は改めて日本人の持つ品格と強さを見たと言う。何かが起こらなくてもこのような気配り、心配りが昔の街にはそこかしこにあった。

時代が変わった今、それをそのまま求めることはもはや不可能であるが周囲とのつながりを少しずつでもつくれるきっかけを建築から考えることは不可能なのであろうか。近年、都心で供給が盛んな集合住宅はユニットを効率よく積み上げ、プライバシーの保護と防犯という観点からそこかしこが厚い壁で仕切られ、触れ合いや賑わいというキーワードを使って広大な公開空地を設けたり、あまりに漠然とした共用ラウンジを設置したりしている。
人々の交流が第一の目的ではない公開空地や格好を重視したラウンジは果たしてどれほどのコミュニティー効果を持っているのか疑問である。

人が自然に集う、その単位はあまり多くないほうがいいというのは様々なところで言われ、おおよそ５人程度が良いとされている。５人程度ならば可能性はどこにでもあり、意識的に場所を設けるならばそのスケールと場所を間違えれば逆効果になりかねない。エレベーター前に小さな喫煙所がある、通路の途中に小さな溜まれるスペースがある、子供を幼稚園に送る場所にちょうど何人かで話せるスペースがある、など何らかのきっかけをもって人は集まる。つまりある行為と行為が接触したり、状態と行為が接触したりと異なる状況が出会うときが最も可能性があると考えられる。
これを建築という静的物体で考えるならばユニットと動線間や異なるプログラムの間ということになる。そしてさらに大きく考えるならば敷地と敷地の間などではないだろうか。

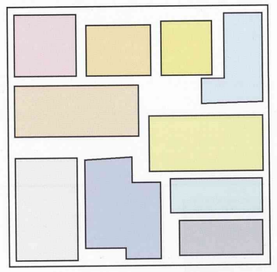
それは前項で述べたような地にある複雑な関係性を立体化するための手段であり、部屋と部屋の関係、住宅と住宅の関係、敷地と敷地の関係において合理的に整理し、周囲との関係を絶って閉じこもるのではなく空間と空間の置き方を周囲の状況を含めたマクロな視点で考えることで接触の可能性を潰さないようにすることがコミュニティーというものを再生させるキーになるのではないかと考えている。常に集まることが無くても、人数が少なくてもちょっとした顔見知りという経験が重なることで生まれる意識というものがあるのではないだろうか。コミュニティーとはなにも常に話したり、ことあるごとに集まったりしなければ生まれないものではないと思うし、きっかけもそれほど重いものではないと考えている。

フレームの中の情景

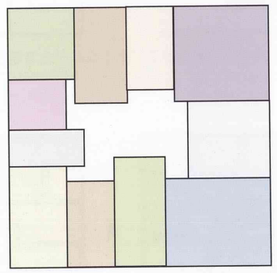


■5.4 建築と敷地、環境の関係性

■建築と敷地の関係性について



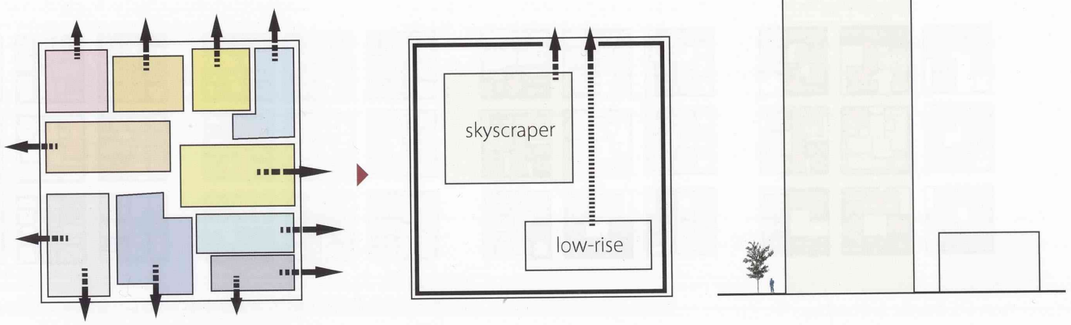
日本の敷地に対する建物の関係



欧米の敷地に対する建物の関係

敷地に対する建物の関係は日本と欧米で連棟か単独で建っているのかという違いがある。広いパブリックか狭いプライベートかという点において元々敷地に建物を建てるときの発想の原点が異なっている。欧米ではオープンスペースを私的に使うのではなくパブリック空間として広く使う傾向があるのに対し日本では狭くても個々のプライベート空間として使う傾向が強い。この違いにより日本の都市には不思議なスキマがいたるところに見受けられる。

地上レベルではいずれの場合にも接道性に違いは無くビルが６～10階程度であれば地上との関係はある程度確保が可能である。

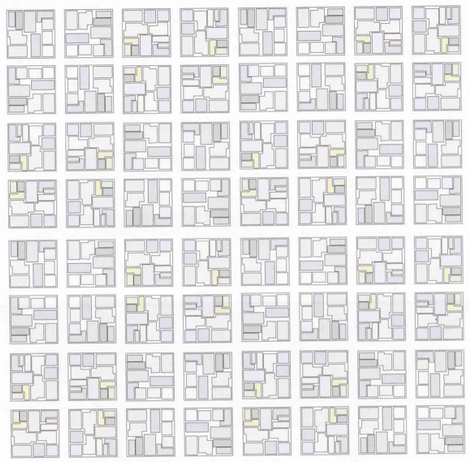


建て替え計画による接道性の変化

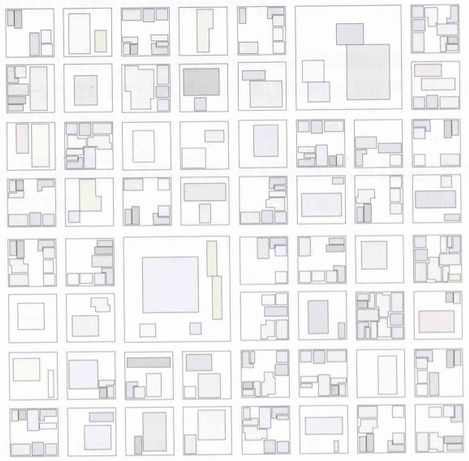
最近行なわれている開発の主な方法では広いオープンスペースをパブリックとして使うことを主に考えているのではなく容積緩和等の手段として設けている。

単に手段として設けられたオープンスペースは行為の誘発として考えられてはいないのでオーバースケールなだけではなく配置も地面レベルに集中する。様々な場所に散在しているわけではため上層部ではそれに変わる機能で代用しているが層間の関係は階数が多い建物程薄くなり、それぞれの階の活動は地面レベルの活動からは完全に切り離される。

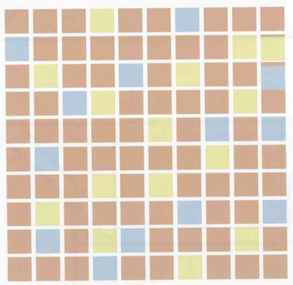
■部分の刷新による都市全体への影響



「わかりやすさ」と「わかりにくさ」

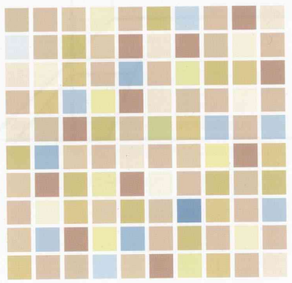


・・・増加しているオープンスペースがどれほど有効なものなのか



結果としてのわかりにくさ

都市において増加する「最大容積＋公開空地」の図式の蔓延はその目的が経済的な意味合いが強い現況においては結果的に左図のような状況を生み出すのではないだろうか。
同じようなものが街に蔓延すると、ある集合住宅に行こうとする人にとっては同じような物が多い地区の連続で目印になるものが無く、目的地に辿り着きにくい。



結果としてのわかりやすさ

それぞれの土地にあった建物が集合している地域は個性豊かな建物が多く、多種多様な為、目印となりやすいものが多く、多くの人が独自の目印を設定しやすい。結果、街や地域レベルで見るととてもわかりにくい。しかし個々人の視点から見るとそれぞれのルートを設定しやすくとてもわかりやすい街となる。

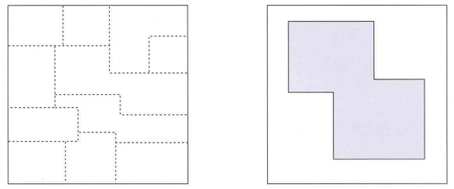
Chapter-5　周囲と協働する社会システムにむけて

■敷地に対する計画

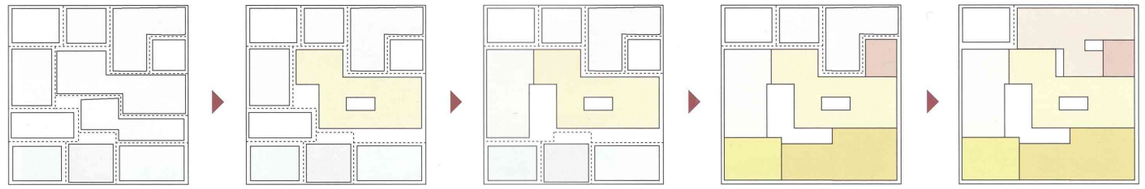
建築をつくる時、敷地に対してどういった答えを出すかは逃れられない問題である。

そこには隣接する土地があり建物がある。その周りにはある街並みがあって人々の活動がある。敷地は必ず道路に接する。周辺環境の視点から見ると道路沿いにいくつもの建築が建ち並ぶ姿の方が大きなヴォリュームがあるよりも面白い。
しかし、それはなにも敷地を細分化したままが良いということでは無いと考えている。現状の日本では敷地の細分化は法律によってあまり意味を持たないスキマを増やすことにつながっている。

重要なのは敷地に対してとれる最大の容積を考えて、内部を構成していくというやり方から外れることではないだろうか。どんな空間にするかによってはある程度まとまった敷地の方がよい場合もあるだろう。必要以上に全体から考えないことで部分と部分の熟考が可能になり、周囲に対しても1つ1つ部分で向き合っていけるのではないだろうか。



区分された土地をまとめるとどうしても全体からの構成になる



ある程度土地をまとめて部分から全体を構成していく

このような部分の時間変化は都市の整合を保ちつつ新たな変化をもたらす

それぞれがその土地、その場所にあった建て替えをするだけでなくソフトの面においてもその土地単体でほぼ自己完結するような更新の仕方ではなく向き合う土地や周囲の機能と協働するような、近隣に対して積極的に開いた街づくりを行なうことでこのような更新の仕方が可能なのではないかと考える。

■わかりにくい街の構成要素

「わかりにくいまち」とは人がその街を歩いた時、視界というフレームの中に様々な情景が見える街ではないかと考えている。

それはつまり個々の孤立化を間接的に阻止できるような建築が集まり人々の活動がパッケージ化されることなく外にあふれ、建築同士、街区同士が協調、協働していく街ではないだろうか。

そして、それは"様々な人々の多様な行為の見える空間"によって構成されるのではないだろうか。

●フレームの中に情景が写るとはどういうことか

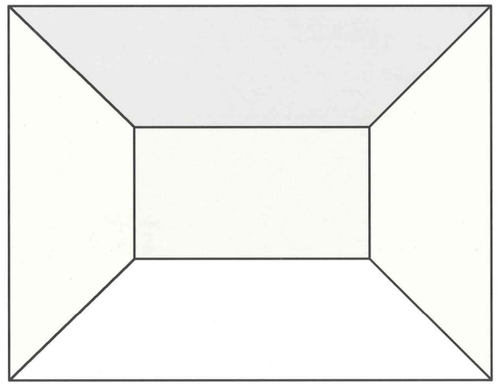


fig 1

人間は簡単に言うと常に5つの面を見て生活している。

fig 1とfig 2では単純にfig 2のほうが面の数は多い。つまり情景の表出する面が多いということになる。

fig 2の方が面の数が多いので可能性としては情景の種類が豊富になるので単純に比較すればfig 2の方がより多くの情景の面白さの要因となる人々の行為と状態が見える。

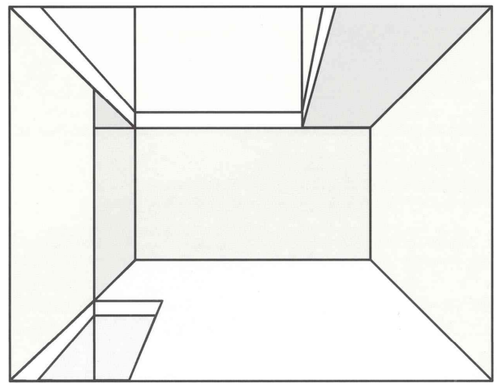


fig 2

fi2のような空間に多種多様な人々の活動が映ることで1つのフレームは面白くなる。

この面白さの多いフレームが、人が歩く中でどれだけ多くコマ送りのように出てくるかでその通り、その街の面白さが出来上がるのではないだろうか。

このような空間をつくることで様々な人々の行為が自分の視点というフレームの中に多種多様に映り、面白いと感じる街が構成される要素となると考えられる。

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

わかりにくいまち

Unlegibility City

Chapter-6 提案／ー修士設計ー

■ 敷地概要

三田小山地区市街地再開発計画

三田小山東地区市街地再開発計画

●敷地の隣地の計画

隣合う敷地とその東側に約 130m、総戸数 500 戸クラスの超高層ビルが計画され、両方とも工事が始められている。

都営大江戸線麻布十番駅

麻布十番商店街

東京メトロ麻布十番駅

一ノ橋ジャンクション

雑式通り

三田小山地区市街地再開発計画

三田小山東地区市街地再開発計画

三田小山地区計画区域

敷地概要

■東京都港区三田1丁目

本計画は港区三田にある三田小山地区計画区域内の西側約1.9haの土地の北側（約6,200㎡）を敷地とし、工期を分け部分的に進めていく街の更新計画である。

敷地は麻布十番駅東側の一ノ橋ジャンクションの袂で、地区幹線道路側には6階程度のビルが並びその南側には低層住宅が密集している。麻布十番商店街の東端からわずか150mであるにもかかわらずその賑やかな雰囲気とは縁の無い静かな下町的風景が残る地域である。
街と建築の関係を考える上で欠かせない、住宅の古い時代の集合状況が残っている一方、西側は川と首都高速、高層ビルと大型の幹線道路で麻布十番地域とは物理的に幾重にも分断されている。そして東側には再開発計画が進められ更地にされた土地に100m超の超高層が2本、建設がはじめられている。

敷地面積 6229.39㎡
近商：2075.57㎡
一中：4153.81㎡

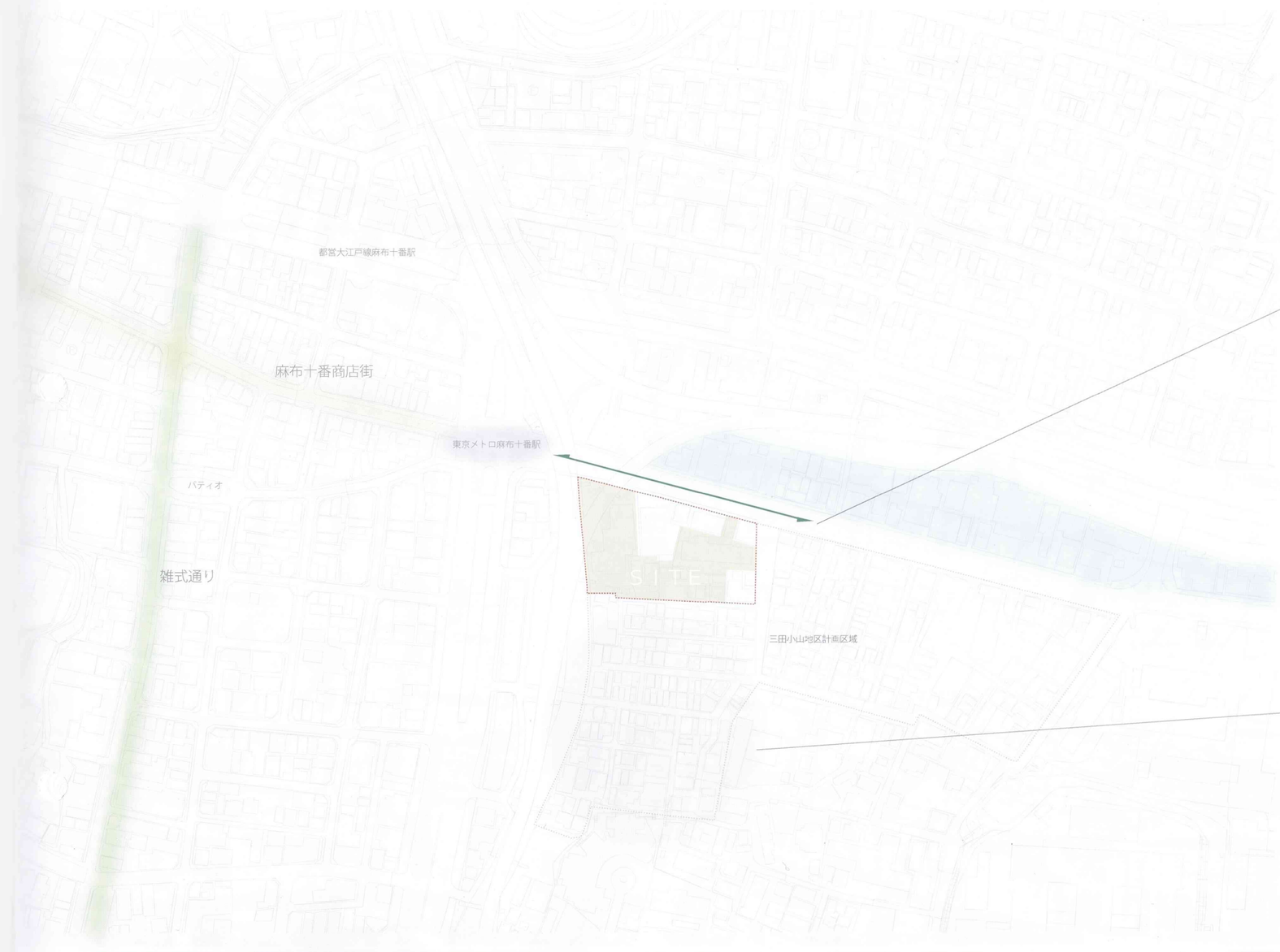
近隣商業地域
容積率 400%
建蔽率 80%

第一種中高層住居専用地域
容積率 300%
建蔽率 60%

N 1:1500

Chapter-6 提案／－修士設計－

■ 敷地の性格－下町情緒と麻布十番の関係性－



□駅と地域の動線

道路沿いにオフィスと集合住宅のビルが何本も建っている為、通勤時間帯とお昼には麻布十番と各仕事場を行き来する人の姿が見られる。その他には地域の人々が駅や商店街に向かうために通る程度。この通りは基本的には必要動線としての機能が大きく付加価値的な要素があまり見られない

□囲われた中の下町空間

敷地の南側は昔からの下町の雰囲気がしっかりと残る空間路地なども多く、近所の人通しの会話や小さな商店の前で遊ぶ子供の姿が時折見受けられる。通路も狭く、基本的に3m程度しかない。そのような中でも住宅メーカーの分譲物件があったりところどころ建て替えたばかりの家が見受けられた。

店からの景観として、座れる場所としてのパティオ

やがてはビルになるであろう商家

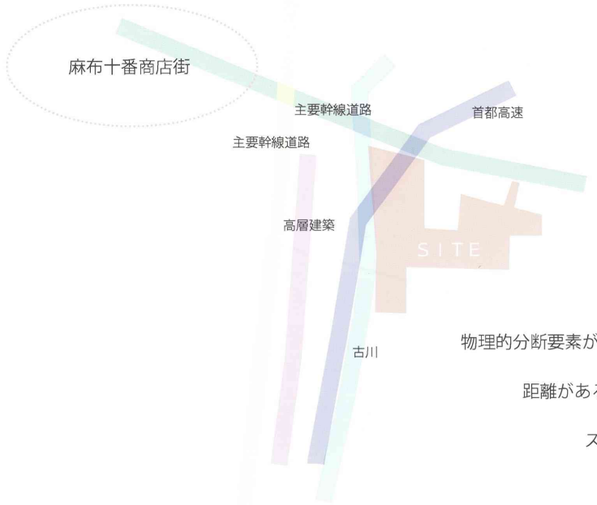
雑式通りに残る昔の面影

麻布十番商店街にも古い建物は多い

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－

■ 周辺との関係性－分断要素－

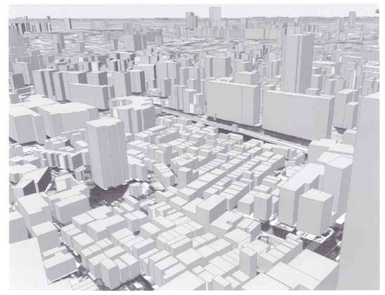
□麻布十番との４つの分断要素

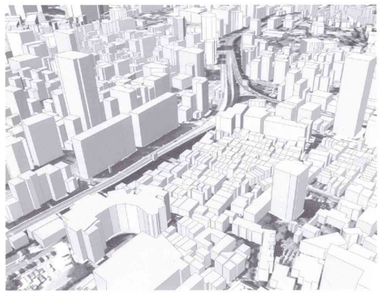


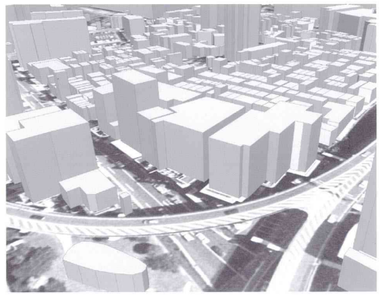
物理的分断要素が大きい

距離があるということ

スケールが守られている


敷地北東方向より


敷地南東方向より


敷地北西方向より

●敷地周辺のヴォリューム関係

首都高速と幹線道路に対し低層密集地域を囲むように幹線道路
沿いにビルが建ち、東側は川でＧＬが切られ頭上には高速が走る

大きな構造物対ギリギリまで建てられたビル

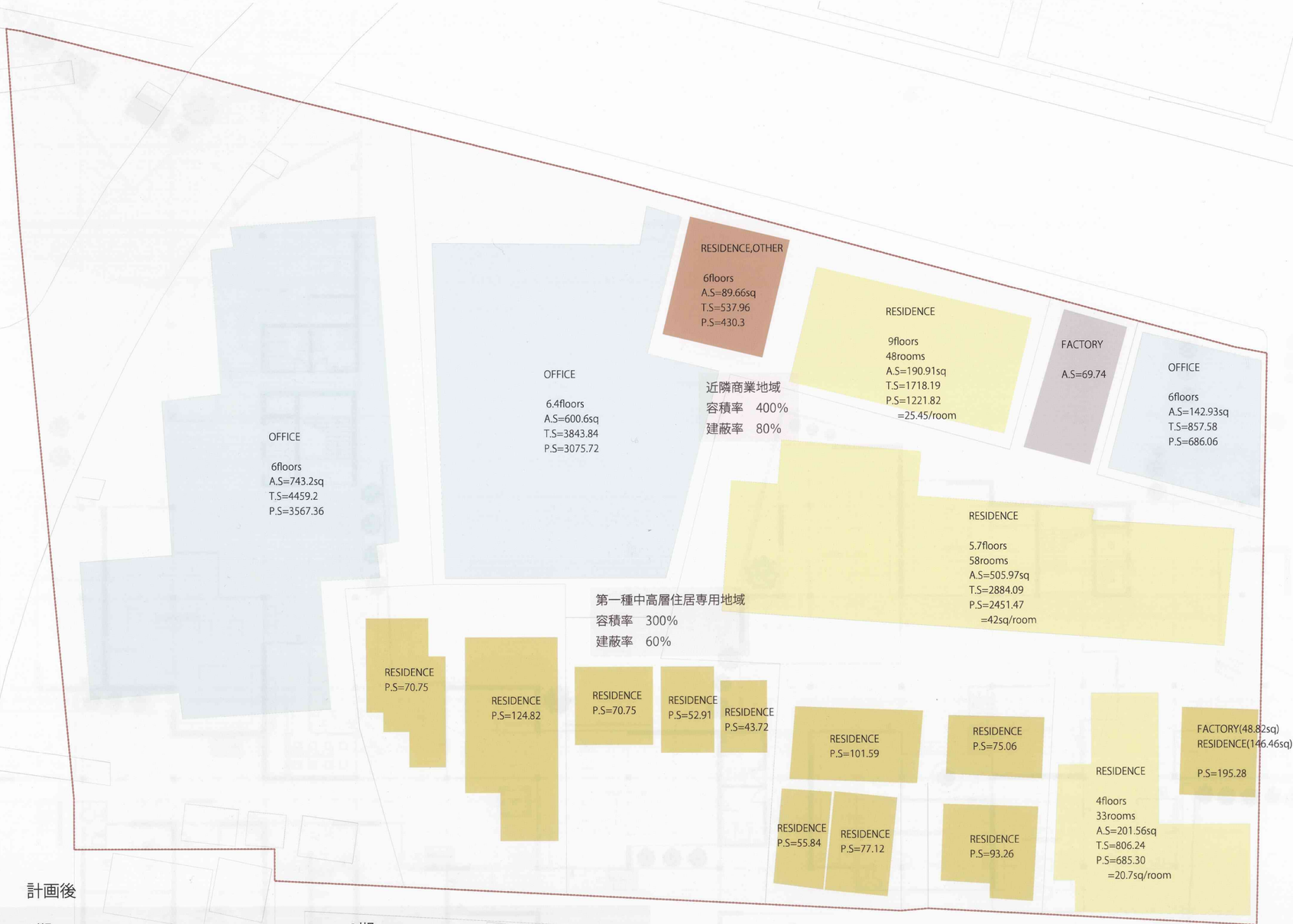
上は高速、下は川　上下に敷地を区切る

高速の西側に建つ高層ビルの壁

ビルに面する幅のある巨大幹線道路

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－

■ 既存建物の状況



計画前

敷地面積 6229.39㎡
近商：2075.57㎡
一中：4153.81㎡

諸機能
業務:7329.14㎡
住宅:5462.36㎡
その他:261.98㎡

計：13053.48㎡

計画後

1期

敷地面積:1737.13㎡

諸機能
住宅:2806.77㎡
その他:118.56㎡

▶

商業:1469.53㎡
業務:1978.34㎡
住居:2448.23㎡
パブリック:333.78㎡

計=2925.33㎡ 計=6229.88㎡

2期

敷地面積:2681.08㎡

諸機能
業務 :3567.36㎡
住宅:266.32㎡

▶

商業:798.26㎡
業務:1074.66㎡
住居:1329.9㎡
パブリック:181.32㎡

計=3833.68㎡ 計=3384.14㎡

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

1階 平面図／ PLAN 1F level 1:300

1F PLAN 1:300

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

2 階 平面図／ PLAN 2F level 1:300

2F PLAN 1:300

3 階 平面図／ PLAN 3F level 1:300

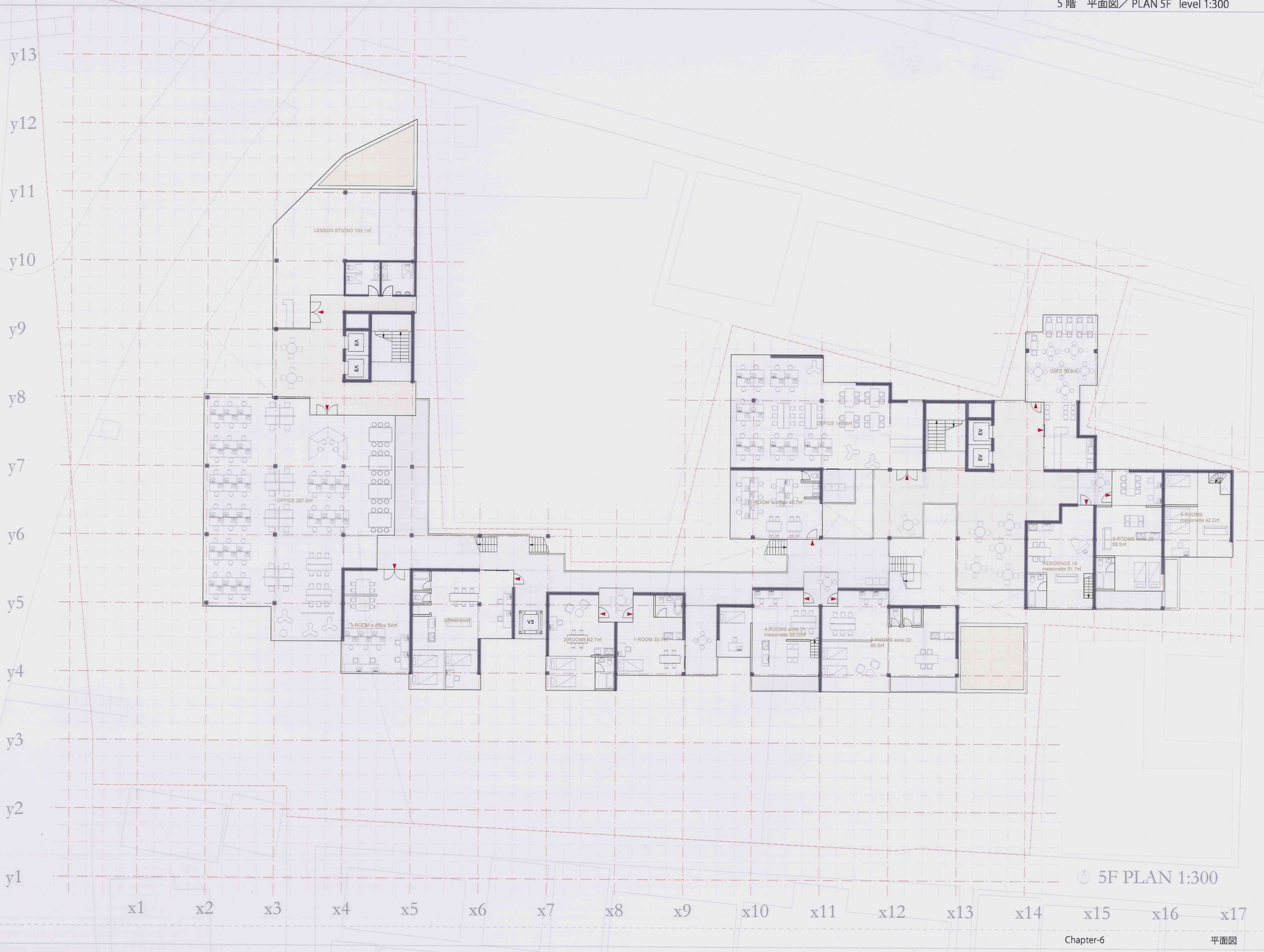
△ 3F PLAN 1:300

4階 平面図／ PLAN 4F level 1:300

4F PLAN 1:300

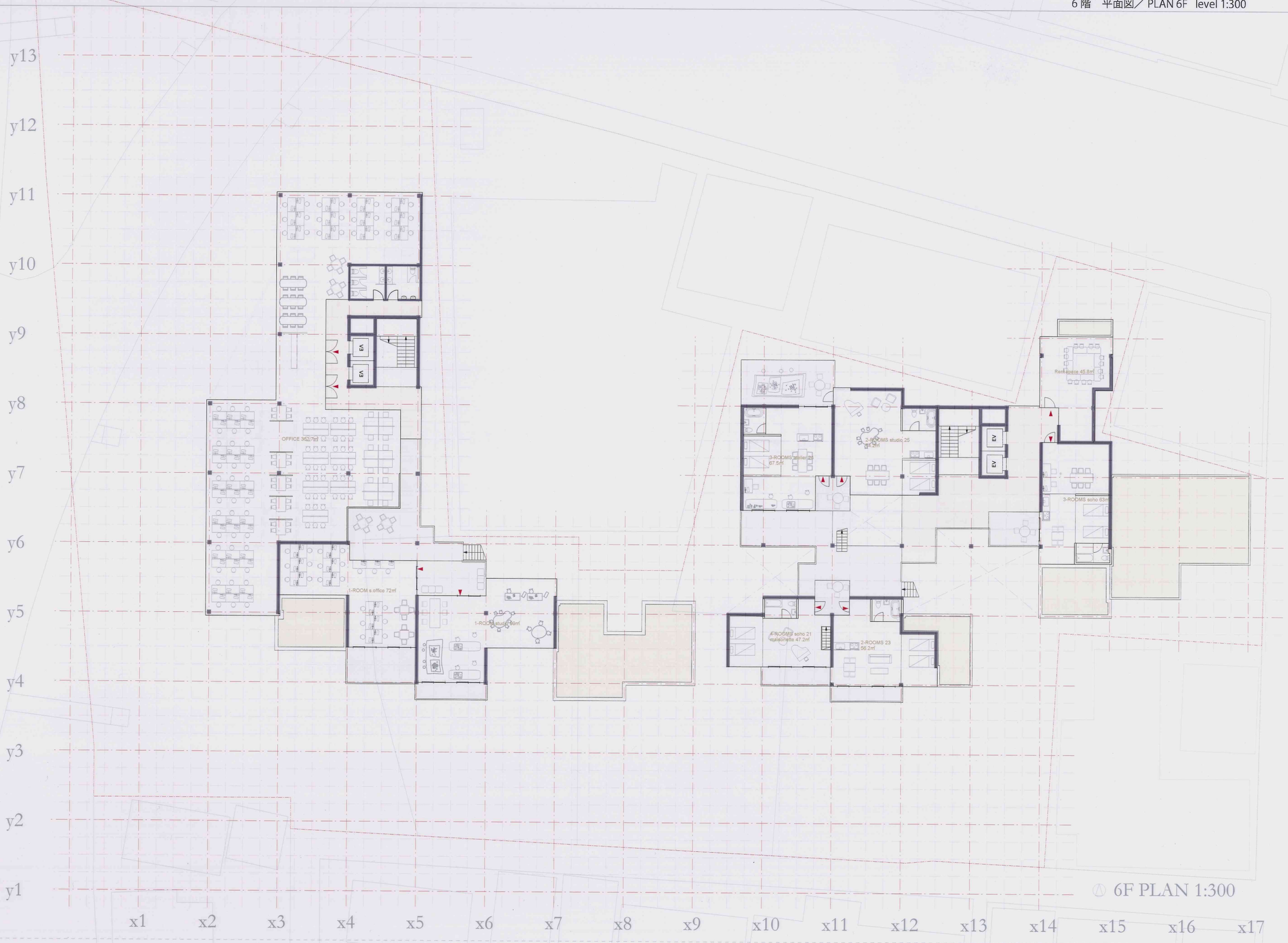
Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

5 階 平面図／ PLAN 5F level 1:300



Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

6階 平面図／PLAN 6F level 1:300



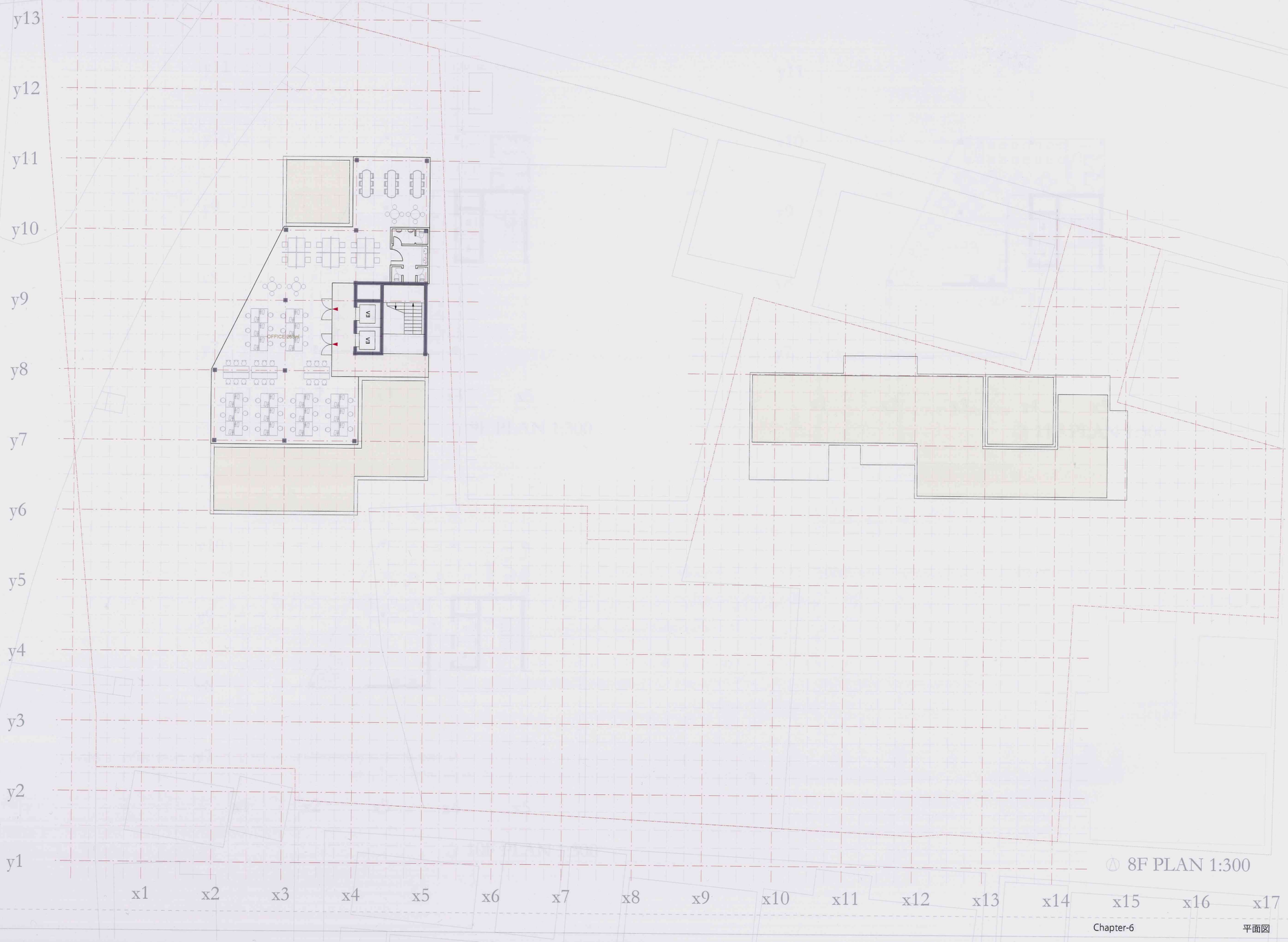
6F PLAN 1:300

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

7階 平面図／PLAN 7F level 1:300

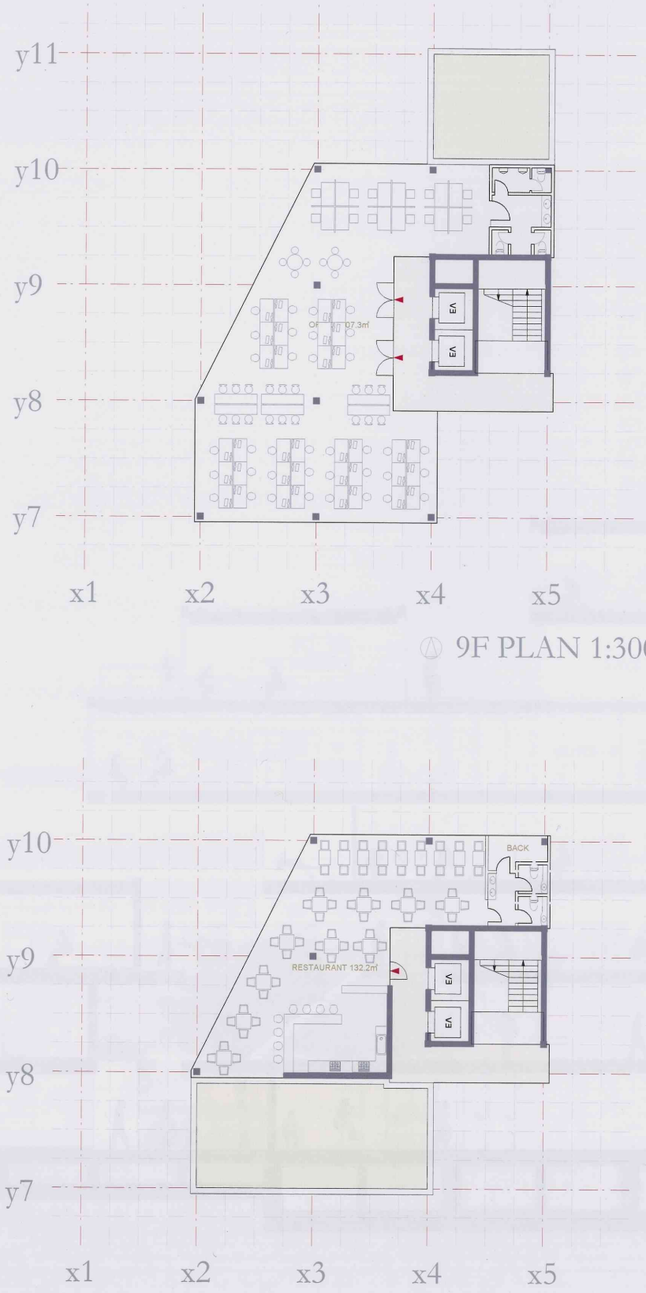
7F PLAN 1:300

8 階　平面図／ PLAN 8F　level 1:300

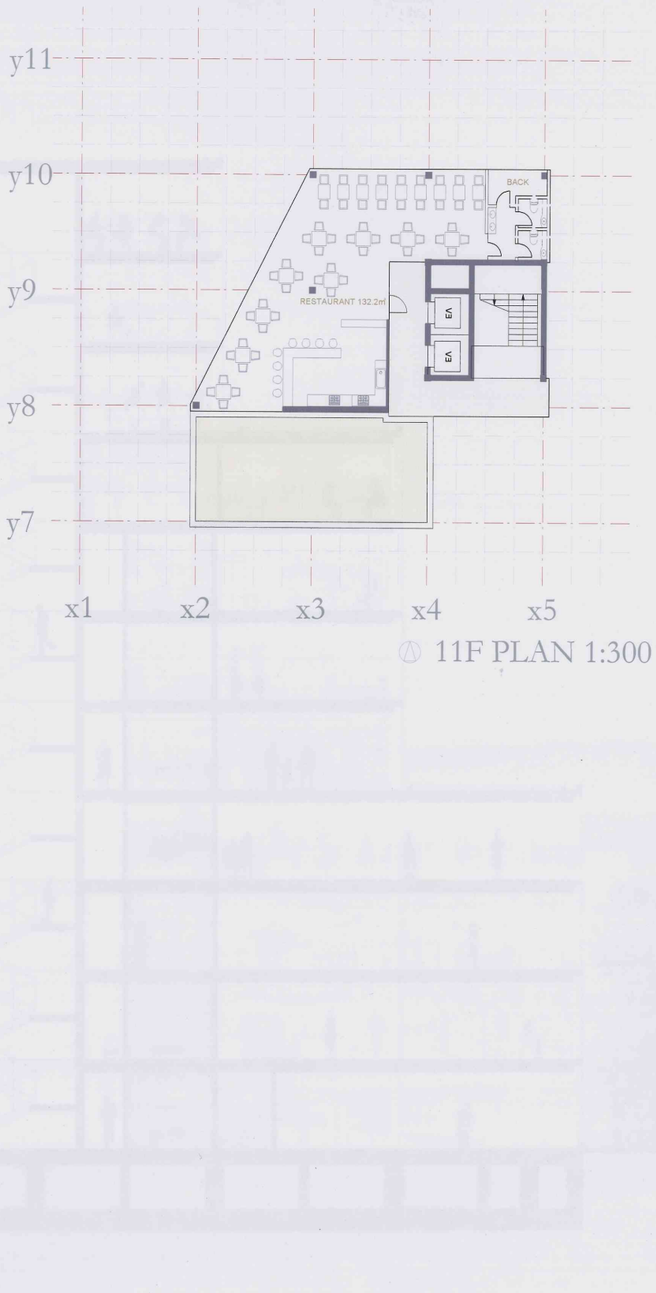


Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

9~11 階 平面図／ PLAN 9F~11F level 1:300



9F PLAN 1:300



11F PLAN 1:300

10F PLAN 1:300

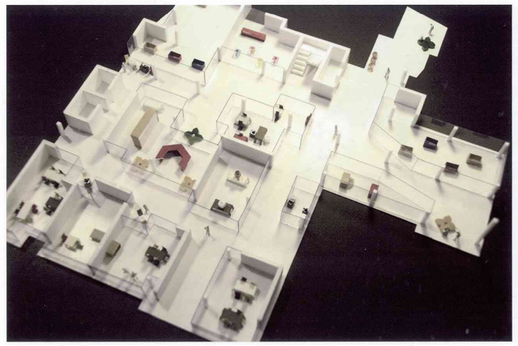
Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－

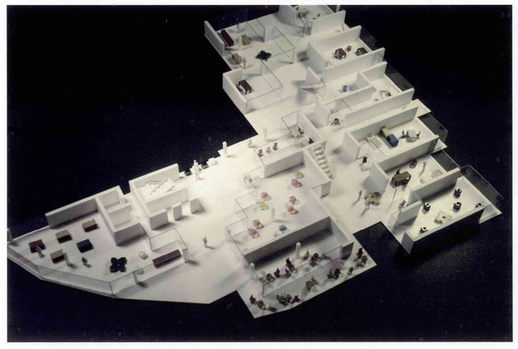
X4-5 断面図／SECTION x4-5 1:300

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／－修士設計－

x10-11 断面図／SECION x10-11 1:300

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－





■1階 機能一覧

Shop
Restaurant
Cafe
Small Garelly
Administration office
2-ROOMs atelie
1-ROOM studio
3-ROOMs
1-ROOM studio
Assembly hall
2-ROOMs soho
2-ROOMs studio
Book space
Deli
Lounge
Market

1階平面計画

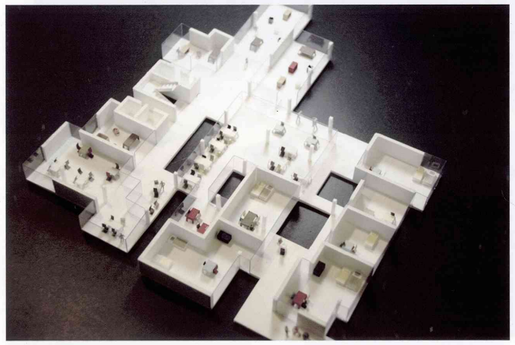
幹線道路と東側からの流れを狭いエントランスで受けつつも南北軸と東側エントランスからのラインを広くとり、面する空間に商業やカフェ、公共のブックスペースなど人々が街から入りやすく、かつ周辺に住まう人々にとっても生活空間として利用するマーケットをエントランス近くに配置した。

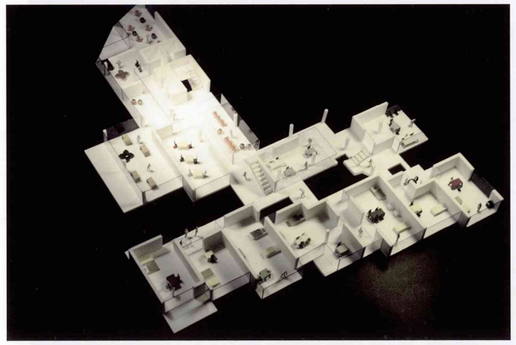
南側には住宅、SOHO、アトリエ兼住居等、生活スケールでありながらも行動的な空間を配置している。それらはわずか3.5mの前道路をはさんで反対側にある住宅と物理的なスケールにおいても、コミュニティの面でも呼応でき、かつ新たなアクティビティへのきっかけとなるものと考えている。

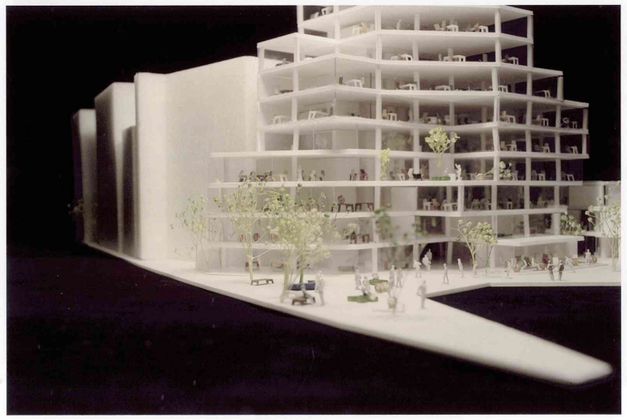
平面構成 1階／PLANNING 1F Level 1:600

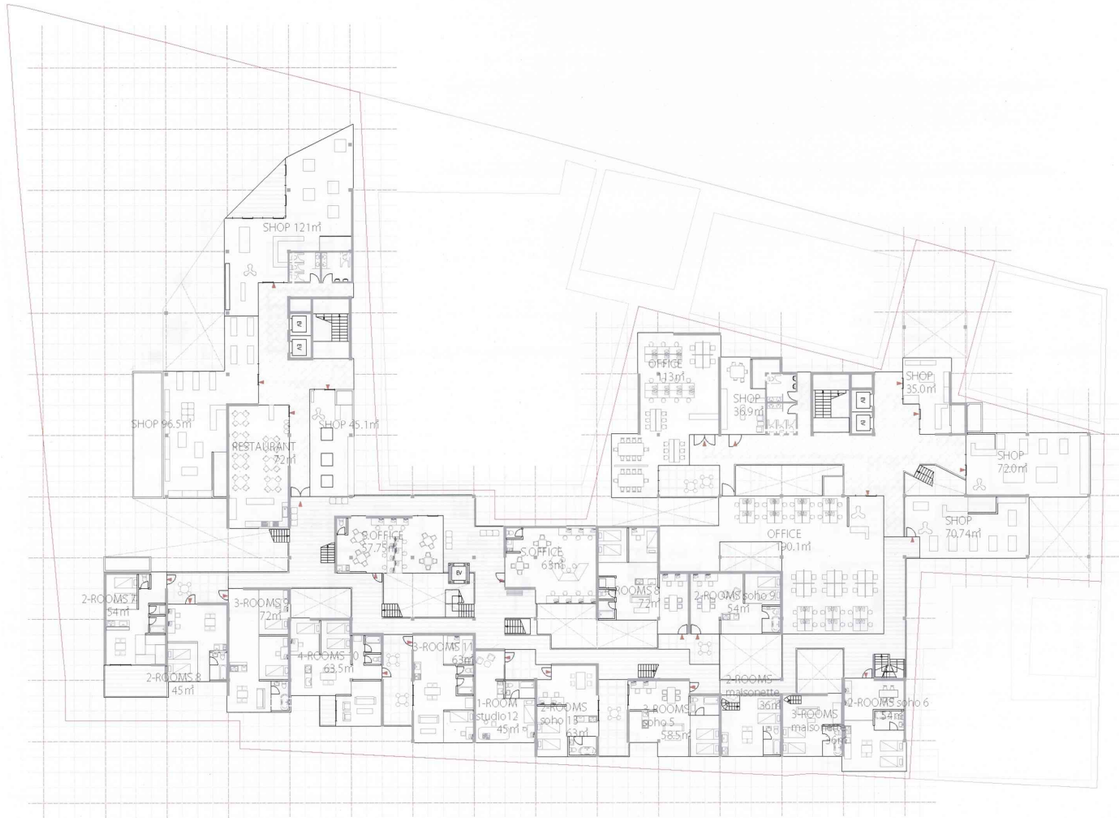
Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－

平面構成 2階／PLAN 2F Level 1:300









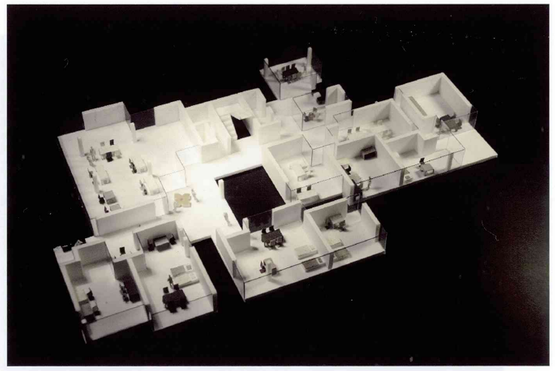
■2階 機能一覧

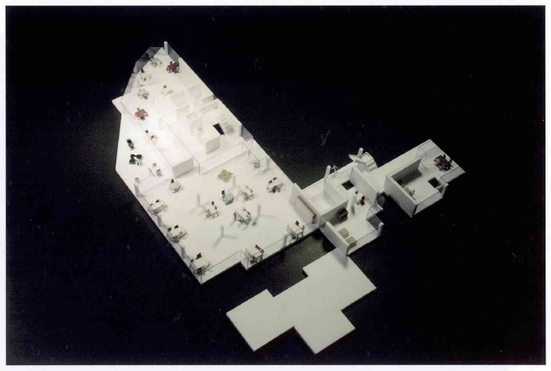
Shop
Restaurant
1-ROOM studio
2-ROOMs
3-ROOMs
4-ROOMs
2-ROOMs soho
3-ROOMs soho
Small office
Office

2階平面計画

東側、第一期棟、西側第二期棟共にエントラス付近に大きな吹き抜けがあり視線の通るところには商業機能、その奥にはオフィス機能が配置されている。南側に配される住宅に近いエリアには住宅スケールのスモールオフィスもあり、オフィス、スモールオフィス、ＳＯＨＯ、住宅と少しずつ異なる機能がその異なる度合いに応じて見え方や距離をとりながらエントランスエリアから内部、住宅スケールの南側の住宅エリアにかけてスケールも機能も緩やかにつながっていく。

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－





■4 階 機能一覧

Cafe restaurant
Foyer
Office
Meeting room
Meeting space
Lessonstudio
SOHO
RESIDENCE maisonette
1-ROOM
1-ROOM s.office
1-ROOM studio
3-ROOMS soho
3-ROOMS soho maisonette
4-ROOMS maisonette
4-ROOMS soho

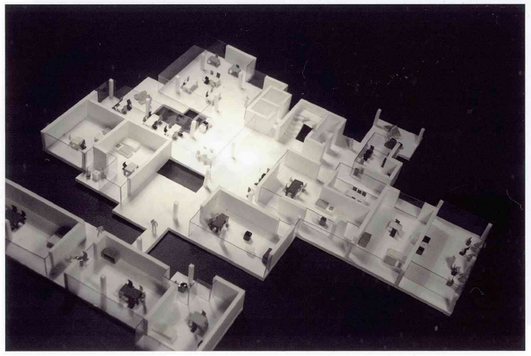
4階 平面計画

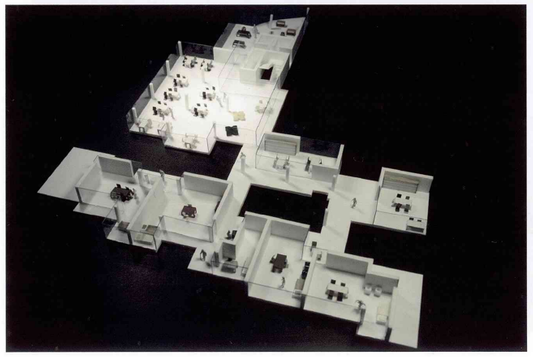
4階は主にオフィス的空間で構成される。南側の棟がなくなるので３階に比べわずかに空間同士の関係が密になる。動線コアに近い場所にはオフィス的機能を配置し、その奥に住宅機能を配置している。また、２期棟に関して高速道路の高さの関係上麻布十番方向から来る歩行者の視点からは４階以上がほとんど見えない。そのため３階の一部を含む４階以上はオフィス空間やスタジオ等の機能を設けている。

北側にはカフェを設け、業務のレストスペースとしてまた、一般の人々の日常の時間を過ごしてもらえるスペースとすることで上階とのつながりのきっかけとしている。

平面構成 4階／PLANNING 4F Level 1:600

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－





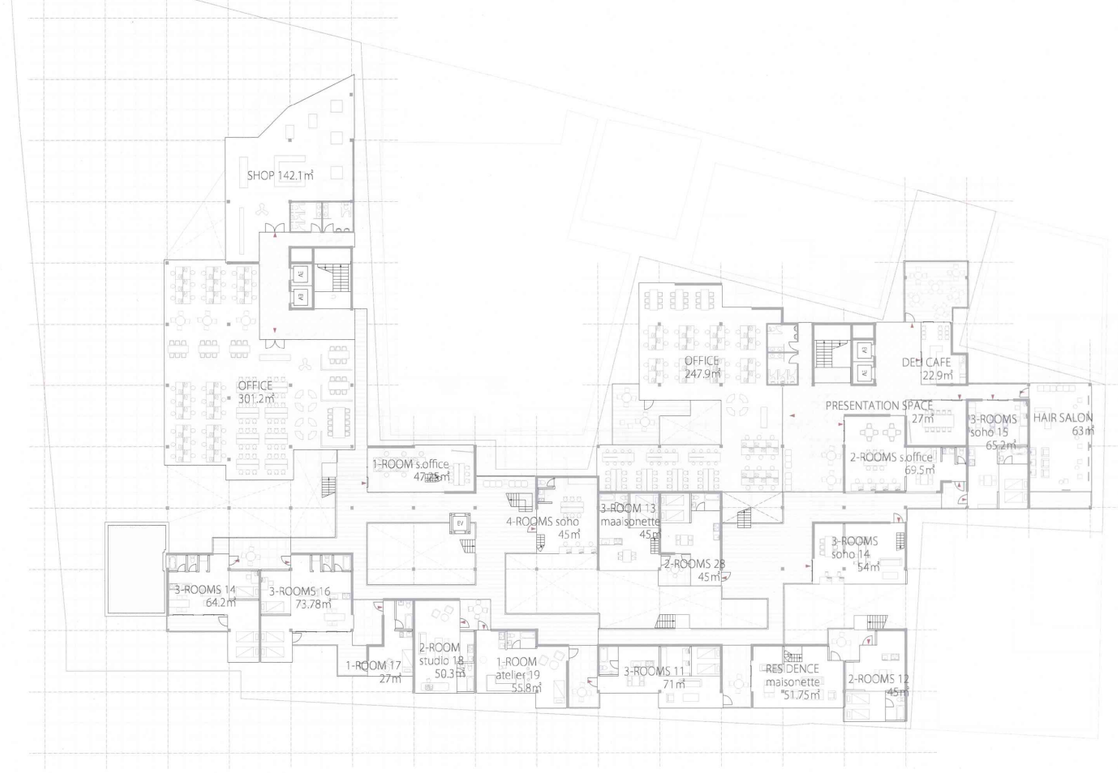
■3階 機能一覧

Shop
Hair salo
2-ROOMs s.offic
Presentation space
1-ROOM atlier
2-ROOMs soho
3-ROOMs soho
2-ROOMS studio
4-ROOMS soho
1-ROOM
2-ROOMs
3-ROOMs
Small office
Office

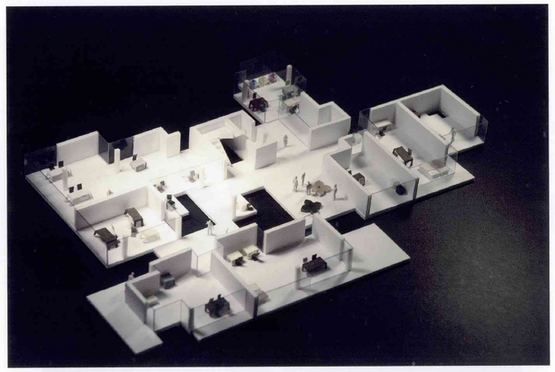
3階平面計画

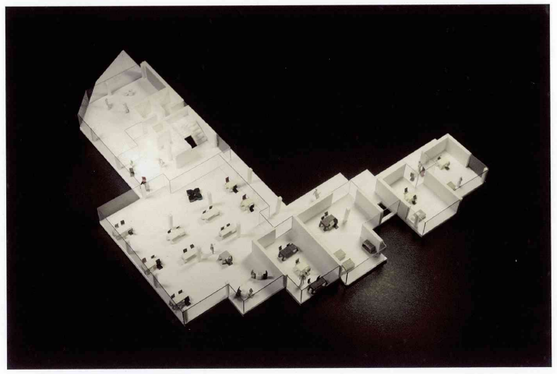
3階には主にオフィス的な機能が多く配される。SOHO的機能が最も強く、スモールオフィスや通常のオフィス、業務機能に必要なプレゼンスペースやリフレッシュ向けのカフェスペースがあり、エントランス側上階にはカフェやヘアーサロンなどの商業機能を入れ、業務機能のレストスペースとして協働させている。また、この階から空間同士の距離が開くところがあり、少し静かなエリアに住宅が入ったり、距離のある隣り合った空間に住宅とオフィスといったような違う種類の行為の見える空間を配置したりしている。

平面構成 3階／PLANNING 3F Level 1:600



Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－





■5階 機能一覧

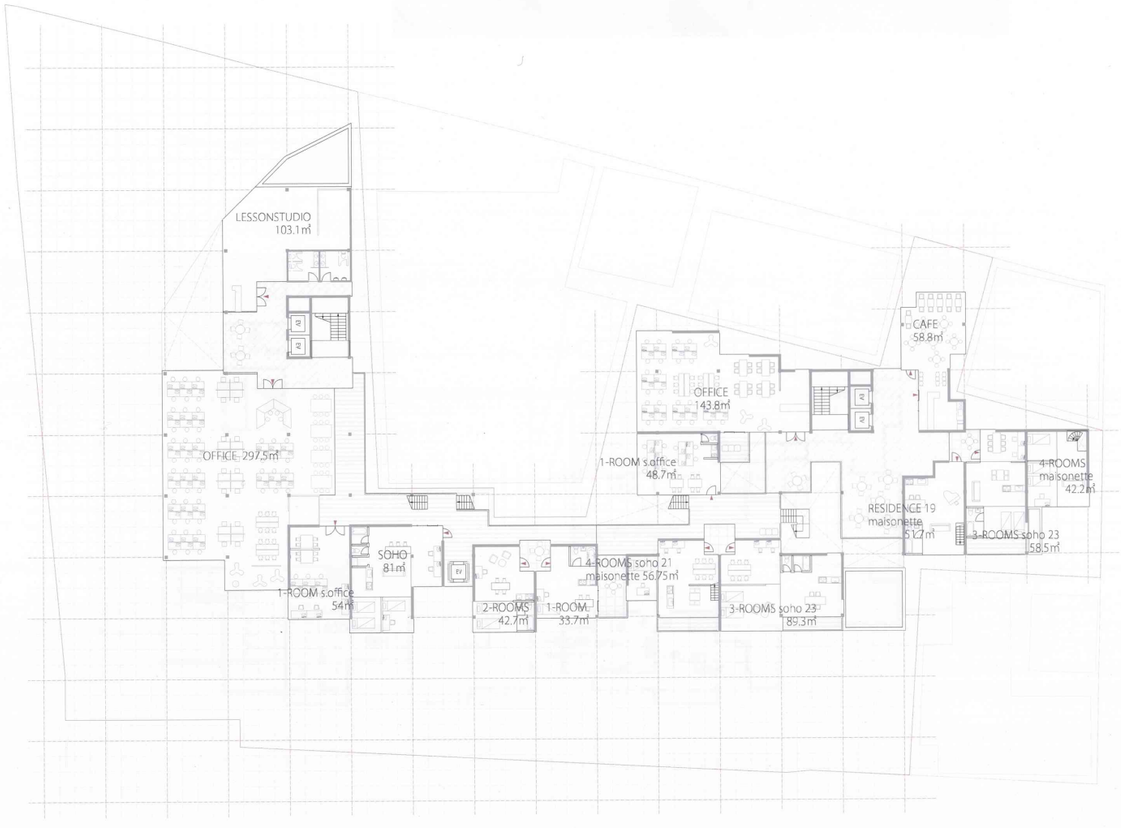
Cafe
Office
Lessonstudio
SOHO
RESIDENCE maisonette
1-ROOM
1-ROOM s.office
1-ROOM studio
2-ROOMS
3-ROOMS soho
4-ROOMS maisonette
4-ROOMS soho maisonette

5階 平面計画

4階に引き続きオフィス機能を中心とした空間が多い。1棟期では地上からの距離がある程度出てくる為、まとまったオープンスペースをデッキとして設け、カフェを合わせて配置し、行動の誘発につなげている。ここでデッキを設けたことで上下間のつながりが生まれ、上階の人々の行為の断片を伺い知ることが可能となる。

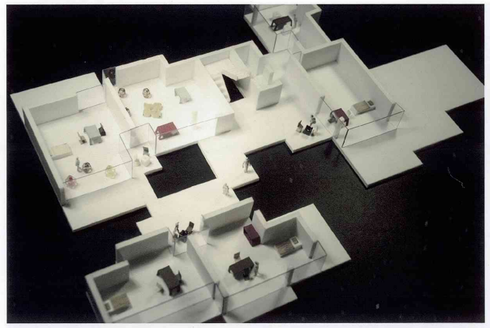
オフィス要素がある空間ではあるがこの階からは住宅機能も中心となり、戸数も下階に比べ少なくなる事から隣同士のつながりが生まれるエントランス前のデッキ同士のつながりも生まれやすくなっている。

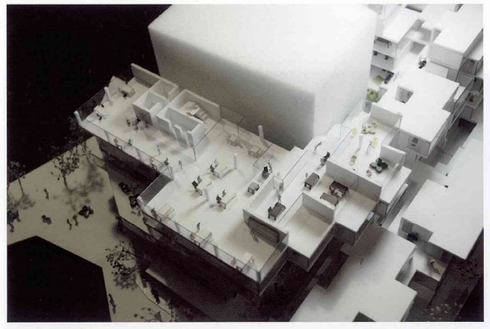
平面構成 5階／PLANNING 5F Level 1:600

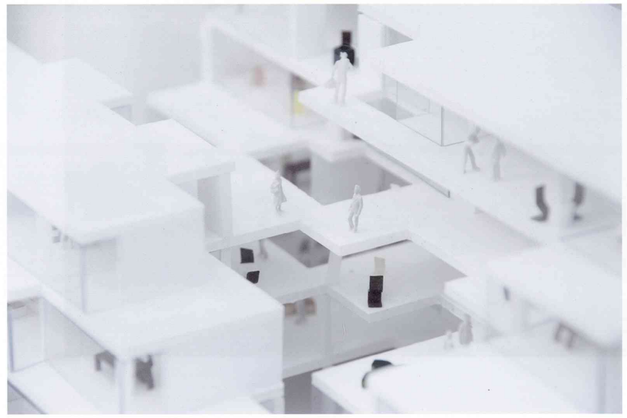


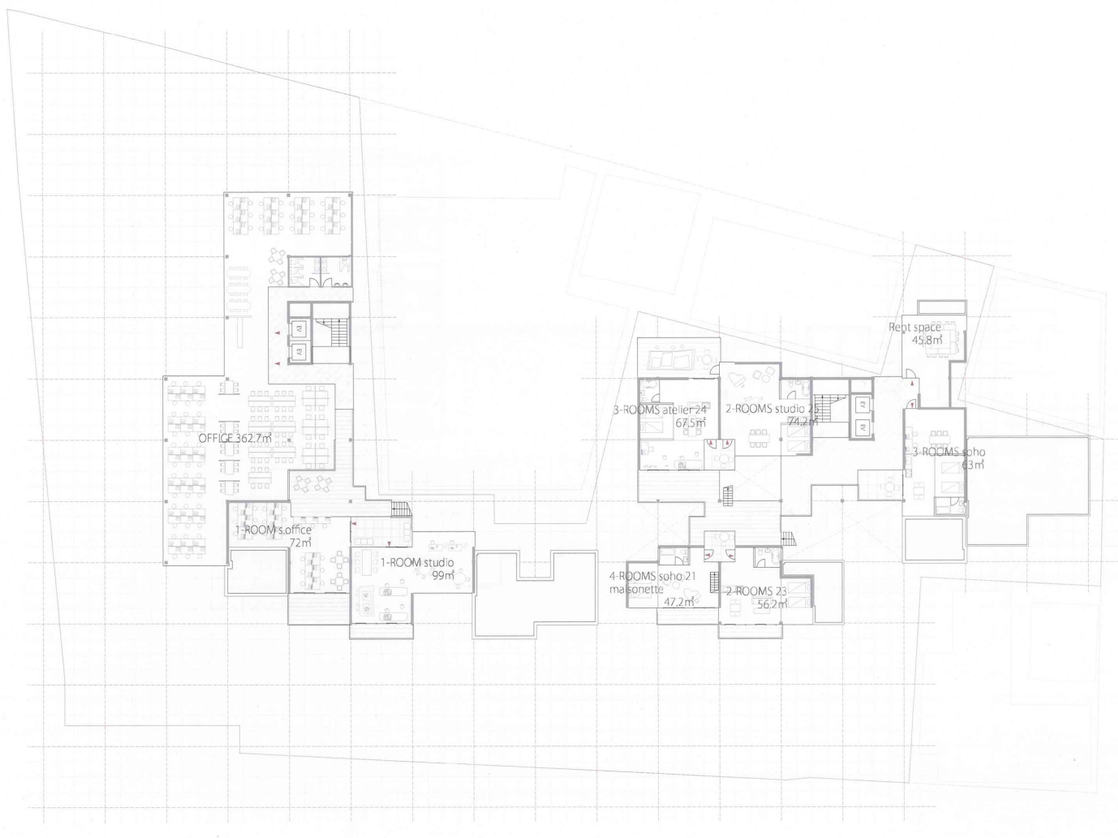
Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－

平面構成 6階／PLANNING 6F Level 1:600









■6階 機能一覧

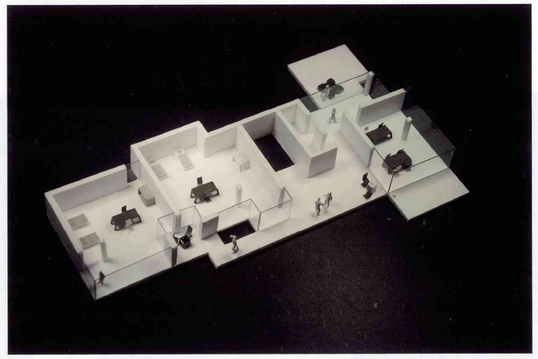
Office
Rent space
1-ROOM s.office
1-ROOM studio
2-ROOMS
2-ROOMS studio
3-ROOMS soho
3-ROOMS atelier
4-ROOMS soho maisonette

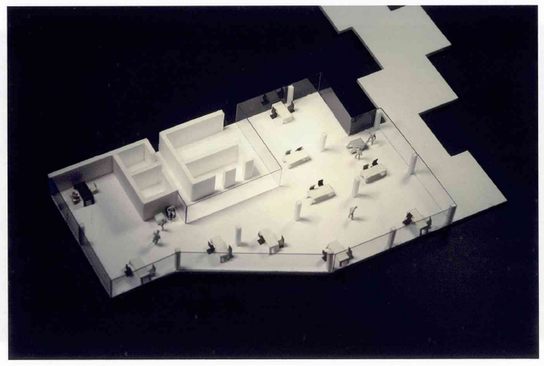
6階 平面計画

6階からは同一階での東西の行き来が無くなる。その代わり2期棟では北側にデッキと階段を設け、下階のスペース、1期棟との視線のつながりを生み出している。

また、この階からは個々の空間が距離を持ち、数が少なくなることから、純住宅としての機能やオフィス的要素よりもアトリエ的要素やスタジオ的要素を取り入れている。

Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－





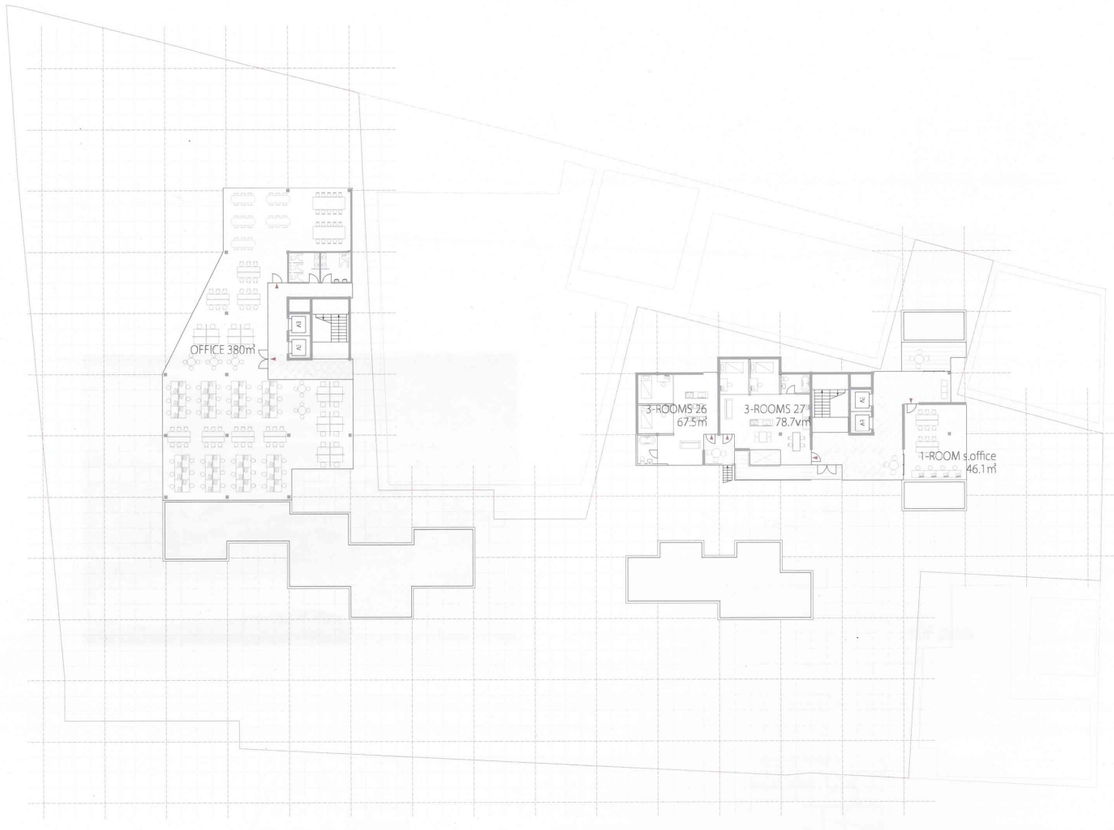
■7階 機能一覧

Office
3-ROOMS
1-ROOM s.office

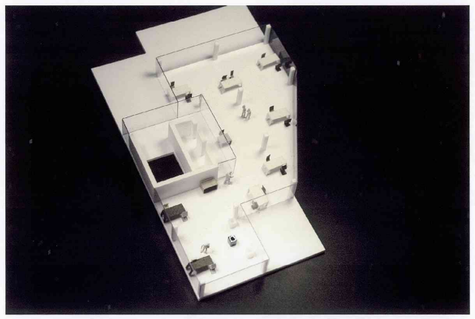
7階 平面計画

2期棟にはまとまったオフィス空間を、1期棟には住空間を配置している。ここでも少ない戸数であることと下階との関係が状況がわかる構成となっている為、この階だけが孤立することは無い。

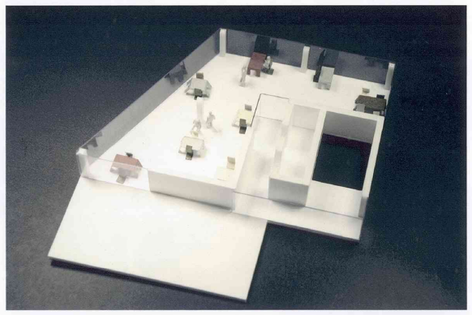
平面構成 7階／PLANNING 7F Level 1:600



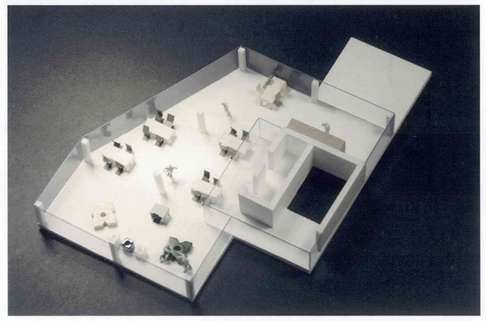
Chapter-6 わかりにくいまち －提案／修士設計－



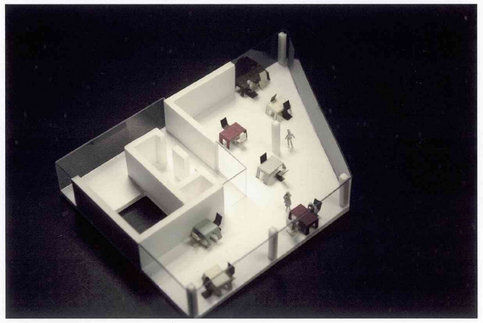
8F plan



10F plan



9F plan



11F plan

■8,9階　機能一覧

Office

8,9階 平面計画

8階は第一期のみである。主にオフィスとしての空間を用意している。
9階までは引き続きオフィス空間としての機能を持つ。

■10,11階　機能一覧

Restaurant

10,11階　平面計画

10階、11階はレストランとして地上の活動からは離れているという点、内部での下階とのつながり方がほぼなくなることから、独立的空間を活用している。外部、特に高速道路からは他のエリアとは全く異なる風景が見られる。

平面構成　8～11階／PLANNING 8～11F Level 1:600

8F plan

10F plan

9F plan

11F plan

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

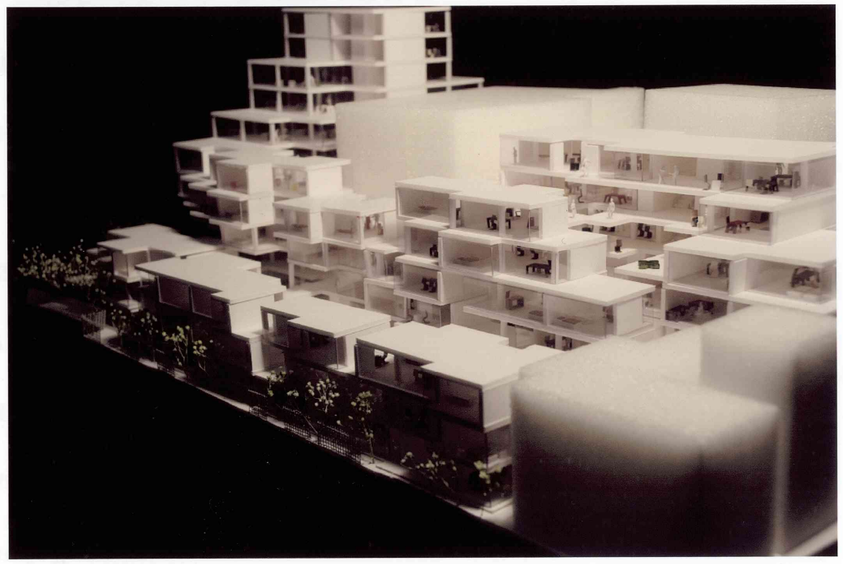
CG IMAGE

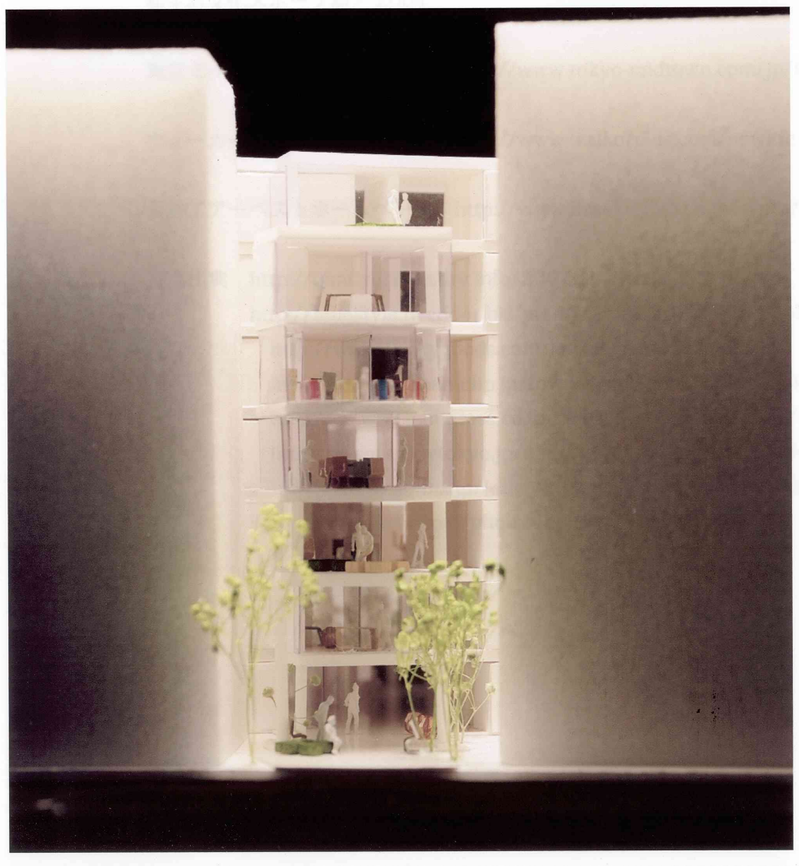
Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

CG IMAGE

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—

Chapter-6 わかりにくいまち —提案／修士設計—





MODEL PHOTOGRAPH

■参考文献一覧

東京プロジェクト－風景を変えた都市再生１２大事業の全貌 / 平本一雄 /2005/ 日経 BP 社

都市のイメージ／ケビン・リンチ著、丹下健三・富田玲子訳／岩波書店

コンバージョン、SOHO による地域再生／小林重敬／学芸出版社／ 2005

吉祥寺スタイル－楽しい街の 50 の秘密－／三浦展＋渡和由研究室／文芸春秋／ 2007

デザインのデザイン／原研哉／岩波書店／ 2003

新建築　2006 年 5 月号／新建築社／ 2006

六本木ヒルズの挑戦　- 来街者の意識と消費行動 - ／日本経済新聞社・日本産業消費研究所／ 2007

都市建築のかたち - 日本建築学会叢書 3 都市建築の発展と制御シリーズⅢ／日本建築学会／ 2007

住宅に関する世論調査 http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2003/03/60d3c100.htm ／東京都生活文化スポーツ局／ 2004

東京ミッドタウンホームページ　http://www.tokyo-midtown.com/jp/index.html

ウォーカープラスホームページ　http://www.walkerplus.com/newlife/tokyo/no01.html

長谷工アーベストホームページ　http://www.haseko-hub.co.jp/syuto/press/index.htm 他

写真出典　http://quattro.at.webry.info/200701/article_8.html
http://bluestyle.livedoor.biz/archives/cat_50005435.html
http://www.funkygoods.com/hai/aoyama/aoyama.html
http://www.shonan-clip.jp/town/event/detail/2625?km=0035
http://dc.watch.impress.co.jp/cda/webphoto/2007/01/18/5382.html
http://www.enjoytokyo.jp/id/s2/tag/192.html?SEARCH=DETAIL
http://tokyo.gonna.jp/tokyo/shibuya/daikanyama/daikanyama_1.htm
http://www.flickr.com/photos/naitokz/523848526/

謝辞

本研究をするにあたり本論にかかわる多くのアドヴァイスを頂きました主査の渡邉真理教授には学部時代より色々とお世話になりました。この場を借りて御礼申し上げます。本当にありがとうございました。副査の大江先生、都市に関する知識不足の自分に時事的なアドヴァイスを頂き、計画の意義を深めてくださいました。陣内先生には街の面白さについて改めてその奥深さを伝授して頂きました。お忙しい中、丁寧なご指導を頂きありがとうございました。
また、スタジオでお世話になりました早川先生には進度が遅く何度も丁寧なご指摘を頂き、設計というものの難しさと面白さを改めて教えて頂きました。感謝申し上げます。

最後に、この６年間黙って支えてくれた両親、家族には感謝してもしきれません。心から感謝申し上げます。

2008 年 2 月

あとがき

建築というものを学びもう６年がたった。もしかしたら建築以外のことの方が多くやっていたかもしれない。いつも設計がうまくできず、悔しさだけが次の課題の意欲になっていた。しかし建築に関われたおかげで色々なものに触れ、得ることができている。様々な考え方に出会い、様々な問題意識を持ち、価値観を積み上げて今の自分がここにあるのではないかと思う。そして建築に関わってきたおかげで人にはとても恵まれた。今回の修士設計においても本当に色々な人にお世話になった。感謝してもしきれない人もたくさんいる。

製作に当たって、細かくて手間のかかる模型をずっと作ってくれた前田さん、柴君、模型を作りながらいつも場を和ませてくれた川西さん、信じられない精度で家具を作ってくれた中條君、菅野君、他にも多数の後輩が手伝ってくれた。みんなの頑張りに後押しされてここまでやりきることができた。はじめは行き詰ってばかりでつらかった設計を楽しいものに変えてくれた。

本当にありがとう、感謝します！

Model Making Thanks for

Eriko Maeda
Norie Kawanishi
Wataru Kubota
Yuki Shiba
Takaaki Tyuzyo
Hirotaka Kanno
Keita suzuki
Yusuke Tukada