

商業建築と建築家

商業に公共性を、公共に商業性を

sinato
大野 力

問題解決の飽和

VUCAの時代と言われて久しい。その社会背景の中で、商業やオフィス、ホテル、倉庫、工場など、さまざまな産業施設で変化が起こっている。社会やビジネス環境の複雑化と将来予測困難化に伴い、求められる機能や在り方が非定型化しているのだ。

例えば商業であれば、売るためだけの機能（売場面積・商品陳列量の最大化や効率性）は以前ほど重要ではなくなり、オフィスにおいても、ただ席数や会議室数を増やすためだけに投資を行う企業は少ないであろう。倉庫や工場でも、物流・生産性能を高めるだけではなく、従業員のアメニティ向上や周辺地域との良好な関係構築に多くの工夫がなされている。

要は「量が足りないから増やす」とか「性能が低いから高める」とか、単純な問題のソリューションは飽和し、各プロジェクトに固有のアジェンダ設定が求められているのである。私はグッドデザイン賞で産業／商業建築の審査を担当しているが、自身の設計実務経験を超えて、多数の応募作品からもそういった変化の流れを感じている。

※ VUCA: Volatility (変動性) Uncertainty (不確実性) Complexity (複雑性)
Ambiguity (曖昧性) の頭文字を取った造語

新しい機能と形

新しい機能は新しい形を生み出すきっかけとなる。つまり今日の産業／商業建築の設計では、新たな図式や構成を発見し実装するチャンスが少なからずあるということだ。

また多くの産業／商業建築は、管理運営者以外の不特定／特定多数の生活者や従業員が使用するものであり、住宅のように施主＝使用者ではないため、VUCA時代にその「新しい機能と形」がプロジェクトにとって良いことなのか悪いことなのか、客観的に、あるいは過去の経験に基づいて正しく判断することは不可能であろう。つまり施主も設計者も平等に「分からない」のであり、その意味ではお互いの思想や未来の可能性についてフラッ

トに議論ができる。

そしてそのようなコミュニケーション下では「仮説の提示と見える化」が大変重要で、体良くまとまったテキストによるパワポ的な提案ではなく、具体的にビジュアライズされた「形」の提案がプロジェクトの大きな推進力になると感じている。そしてそれは、建築家の得意とする仕事ではないだろうか。

プログラムの拡張

参考事例として、私たちが設計したいくつかのプロジェクトを紹介したい。

[12 KANDA]

東京・神田に建つ、地下1階地上10階建てのシェア型複合施設である。

当初の与件は、全フロアを会員制のシェアオフィスにするものだったが、会員だけに閉じた施設にならぬよう、一般の人々が使える飲食店舗や時間貸しのシェアキッチン、また「小商いオフィス」と呼ぶ「小規模店舗やギャラリー等にも使えるオープンなオフィス区画」を低層部に配置することを提案した。

レンタル比向上（2以上の直通階段緩和）のために採用した屋外避難階段は、建物裏に迫りやるのではなく、長手ファサード側に設置して日常動線化することで、街から小商いオフィスへの直接アクセスを確保すると同時に、2、3人用の小さなオフィスを含めた各室が街と直接対峙するような構成とした。また階段周囲の屋外通路を所々拡張しながら居場所化することで、ワーカーのさまざまな振る舞いがファサードに表出し、低層部の公共的なプログラム



「12 KANDA」ファサードの居場所

と混ざり合いながら、閉じた箱になりがちなオフィスというビルディングタイプを街に開くことを意識した。

【fruits peaks 仙台店／福島店】

仙台市南部の地区幹線道路沿い角地に建つ、果物とケーキの物販が併設された飲食店舗である。

多くのロードサイド店舗は、巨大な駐車場を道路側に配置し、建物はその奥に遠ざけられる。しかしここでは駐車場の前景化を避け、建物をなるべく道路側に配置し店内の営みを表示しながら、道路交差点側には「勝手に公開空地」を設けて、地域住民が自由に通り抜けや休憩ができるよう開放した。

福島店もほぼ同様の考え方で、道路交差点から敷地を斜めに貫通する公共的な歩行者通路を設け、敷地裏に広がる住宅街への「ショートカット動線」として開放した。テラス席で飲食をする客の目の前を、学校帰りの子どもたちや犬を散歩する地域住民が通り抜けるといったわけだ。

店舗の体験に地域の公共的な振る舞いが重なったり、地域の生活に店舗の商業的な振る舞いが重なることは、双方の風景に奥行きと彩りを与えるのではないかと考えている。

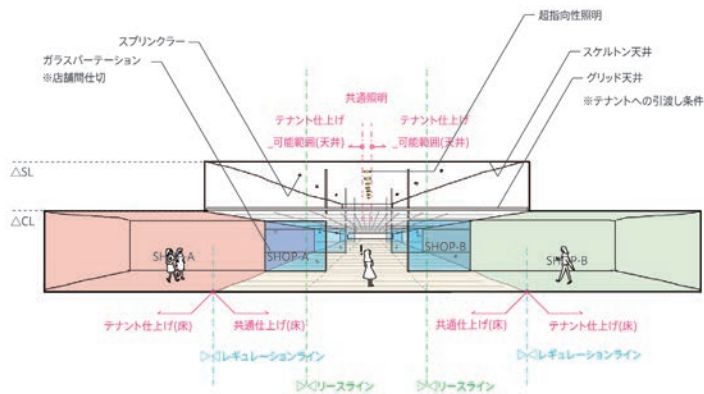
【NEWoMan 新宿】

JR新宿駅に直結する大型商業施設である。

ここで私たちが工夫したのは「共用部と専有部の境界を弱める」ということだ。具体的には全テナントへのデザインレギュレーションを作成し、高さや開口率の規制と共に、リースライン際の造作・仕上範囲を指定することで、賃貸契約上明確に決まっているはずの境界をズラしている。例えば専有部の床や天井を共用部に飛び出させたり、逆に共用部の床や天井を専有部に入り込ませたり、両者の設えが越境し領域がオーバーラップする状況をつくることで、境界を跨いだ一続きの風景が生まれている。

また多くのモール空間で見られる、多様で情報量の多い「商いのための専有部」と単調で情報量の少ない「交通のための共用部」という二項対立的な図式を避けるため、共用部に小さな居場所を多く設けながら「通路以上」の機能や造作・仕上量を与えることで、両者の視覚的差異を弱めた。

これらは、多種多様なテナントという他者性を内包しながらも纏まりのある全体をつくり、皆が繋がり共有する「ひとつの大きな場と営み」を可視化したものである。



「NEWoMan 新宿」 共用・専有部の概念図

公共性を帯びる商業空間

上記のプロジェクトに共通するのは、パブリックやコモンズといった、いわゆる経済合理性のようなものとはあまり馴染みのない概念をテコに、設計をドライブしている点である。シェアオフィスや飲食店舗にパブリックな機能や空間を引き込んだり、共用と専有の境界を弱め、テナントや各テナントに付随するコミュニティのコモンズを創出したり、もともとは施主やその用途が必要としていたわけではないプログラムを設定し、商業の新しい機能として扱っている。

もちろん全てのプロジェクトや事業者がそれに共感するわけではないだろう。また民間が整備する公共空間が、あまねく人々にとっての公共財にはなり得ないことも理解できる。しかしそれでも、さまざまなレイヤーで公共性を帯びた風景や居場所が選択肢として増えることは、社会にとって悪いことではないはずだ。

また一方で、行政による公共空間側も、商業の手法やロジックを取り込もうとする動きが顕著である。言うまでもなく、人口減少社会において税収だけでは維持管理が困難だからだ。つまり、商業と公共がお互いに近づき混ざり合っていく中で、その間を埋めるような場を設計していくことが重要なのではないだろうか。またそういった場の在り方が、双方の持続可能性を高めるようなエコシステムの生成が望まれる。



「fruits peaks 仙台店」 勝手に公開空地



「fruits peaks 福島店」 斜めの貫通通路



「NEWoMan 新宿」 共用・専有部の越境

自由が丘の「緑道の丘」

山崎健太郎デザインワークショップ
山崎健太郎



事業主は、国内外にショッピングモールの開発と運営を行うデベロッパーであり、この計画は初の都心型商業施設計画であった。当初、事業計画用に建築計画が策定されていたが、それは郊外型商業の形式であるインナーモールの考え方を基調とするもので、計画地は街に向かって閉じられ、かつ長大な建物でこの街にフィットするとは思えなかった。計画地は、自由が丘の商業地域と優良な住宅地の境界にあること、住宅地に対しては非常に大きな事業用地であることから、これまでの開発手法とは異なった計画アプローチが必要となった。そこで、これまでに築かれてきたインナーモールの形式から、自由に歩き回れるポーラス（多孔質）なアウターモールへと変換することで、建築のボリュームを抑え、街との連続性をもつ自由が丘らしい場所になることを目指した。モールそのものを目的として車で訪れる郊外型の施設とは異なる、自由が丘という街で過ごす多くの人々にとっての場所となるように計画をした。また人々の居場所や公共性といった、商業施設においてはこれまで積極的に考慮されてこなかった新たな価値を、屋外空間により余白を生み出すことで、場所の主体をハードから人に取り戻すことを試みている。



街との連続性をもつアウターモール形式の「緑道の丘」

都市型の複雑な法制限を収益化するデザイン

私たちの設計におけるチャレンジは2つある。1つは、都市型立地における商業施設形式の最適化である。商業施設である以上、収益面積は確保しながら、この街に相応しい姿を見つける必要があった。多くの人たちにとって、自由が丘のイメージは、緑道と個性ある路面店である。そこで初期計画においてインナーモールに充てられていた面積を外部空間に付け替え、それを連続させる

ことで通路や吹き抜けをまとめた豊かな外部空間へと変換した。加えて、避難階段を外部化することで平面的につなげた外部空間を上下方向にも連続させている。敷地における近隣商業地域と低層住居地域にまたがる立地から、大きな屋上空間が生まれ、さらに積極的に緑化規制や公開空地など都市型計画特有の法制限を「緑道の丘」という立体街路とすることで街と一体的な計画とした。もともと、車道と歩道が近接し、自由が丘というイメージからは想像できないほど歩くのに不向きな沿道であったから、歩行空間の安全性を高め、なおかつ「緑道の丘」をグランドレベルまで接続させ、アクセシビリティを高めることは商業施設計画の論理としても好都合だった。1階部分のインナーモールを除き、全てのテナントはこの緑道に面することになり、リースラインやサイン、照明計画なども緑道へのにじみ出しを促している。都市型の複雑な法規制を収益化できるデザインが、自由が丘にあるような路面店と街路の関係性を生み出していくことを目指した。



店舗が緑道へとにじみ出している2階プラザ

消費だけではない商業

もう1つは、地域の生態系やコミュニティへの貢献を通じて、消費だけではない商業施設にしていきたいと考えたことだ。緑道には武蔵野の在来種を選定し、来場者のためだけでなく等々力溪谷から洗足池への鳥の飛来ネットワークや多様な生物にとっても望ましい環境をつくろうとした。専門家とともに近隣に生息する鳥類と植生の調査を行い、鳥が好む環境を土地本来の植物で創るとともに、市街地という環境の中での水場不足を補



4階のテラスに設置されたデイベッドに寝転ぶと広い空を感じる



3階テラスでは「de aone TERRACE CLUB」というイベントが催され、地域コミュニティの醸成にも取り組んでいる

うべくバードバスを設置し、鳥の生息環境を高めた。また外装材として、ハンドスクラッチさせた保水性のあるセッ器質タイルを選定することで、緑地帯も含めて街の中でのクールスポットを実現している。外部空間には多摩産材ヒノキのウッドデッキを大面積で採用し、大きな商業資本を地域産業である林業の活性へとつなげている。そしてハードに加え、運営においては週末に「de aone TERRACE CLUB」というイベントを催すことで地域コミュニティの醸成に取り組んでいる。これらの試みを通



雨水はガーゴイルを介してバードバスに集水される

じ、大きな影響力のある事業主だからこそ、共感にもとづいた消費という潜在的な市場ニーズに対して、今後期待される新たな消費の姿を明確な形として表す「緑道の丘」を示してみたかった。

都市での「^{いかた}居方」を楽しむ

「居方」とは、「人間がある場所に居る様子や人の居る風景を扱う枠組み」として建築計画学者の鈴木毅先生の提唱している概念である。私はこの「居方」という考え方に会ったおかげで、ホスピス、デイサービスなど計画学的に進化の難しかったビルディングタイプの設計ができたと思っている。これらは、とてもシリアスな状況の利用者にとっての居場所の創出という観点から建築設計へと展開したものだが、居場所を失ってしまっている現代の都市生活者にとっても同様に言えることであった。例えば、私は以前パリの街を訪れたが、「居方」という見方によって、人と場所の関係がどれほど豊かであるかをはっきりと認識することができた。至る所で、人々は都市に身体を預け、「佇み」「居合わせ」「思い思い」に過

し、都市や他者と豊かな関係をつくっている。この計画において、施設自体の外部空間と施設の外に広がる都市空間を関係づけ、そこに佇む人々も含めて環境の一部であるかのような立体街路を思い描いていた。もちろんこれはすべて設計者がコントロールしきれるものではないが、さまざまな居方を促すきっかけはつくったつもりである。

オープンしてから1年が過ぎたが、緑道の丘を登っていくと、街を見降ろしているカップルや、デイベッドに寝転んで、空を眺めている親子に何度も出くわした。グランドレベルの交差点の傍らにあるベンチに女性が一人腰掛けて誰かを待っている姿もなかなか良かった。都市型商業の最適化や付加価値としての「街並み」もよいのだが、それ以上に都市生活者にとっての「街角」になっていることがうれしかった。丘の終点となっている何もない「はらっぱ」には、オープンしてまもなく蝶々やトンボがやってきた。買い物に全く興味のない子どもたちにとって、街で過ごした原風景となることにささやかながら設計者としての願いを込めた。この「緑道の丘」が、成熟した都市生活者を受容し、街と暮らすことの実感につながってくれたら、こんなにうれしいことはないと思っている。



ベンチは思い思いに過ごす人たちで溢れる

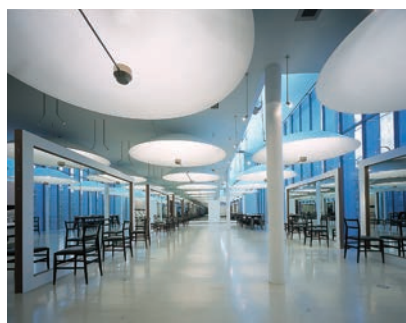
商業建築を考える

永山祐子建築設計
永山祐子



22年前独立してすぐに手掛けたのは表参道の大きな美容室「afloat-f」の内装だった。一度に30名の髪を切ることできる、いわゆるその当時カリスマ美容師と言われていた美容師さんのいる巨大な美容室だった。独立まで在籍していた事務所、青木淳建築計画事務所では住宅、美術館の設計に携わった。一度だけ名古屋の「Louis Vuitton」のコンペに参加したが、勝利した後、私は担当ではなかったので近くで見えていたものの、実質商業建築を手がけるのはこの美容室が初めてであった。デビュー作が住宅だと住宅が続くと言われているように、この仕事を機に私のところには商業要素の強い仕事の話がくるようになった。独立して2年目に「Louis Vuitton」のファサードデザインのコンペの話がきた。そのように26歳で独立して20代後半は声をかけてもらった商業のインテリア、ファサードを必死に手がけていた。

時々、建築業界の人に言われるのは「永山さんは建築つukらないの?」という言葉だった。その頃私は建築を経験の束と捉えるのなら、インテリアもファサードも建築という一連の経験の一部であり、建築を設計していくのと同じスタンスで設計を進めていけばいいのだというように自分の中で納得しながら設計を進めていたので、なんだかこの言葉を違和感を持って聞いていた。



「afloat-f」
(撮影：Daici Ano)



「LOUIS VUITTON
大丸京都店」
(撮影：Daici Ano)



「tonarie 大和高田」

(撮影：Nobutada Omote)

その後、奈良の大和高田駅前の大きなSC(ショッピングセンター)「tonarie 大和高田」の建て替えの設計に携わるようになった。もともとは駅側から見ても中が見えない巨大な箱状のSCであった。全天候型のインモールが地方では一般的ではあるが、駅周辺に公園が少ないこともあり立体公園をコンセプトにテラスを多く持つ、高齢者にとっても使いやすいインモールとアウトモールを合わせたような施設を目指した。

駅を降り立つと巨大なテラスがあり、駅前のペデストリアンデッキと繋がっているのも自然に人々がテラスに集まりベンチに座る姿がオープン後、多く見られた。特にこのプロジェクトに関わってから地方において最も人が集まるのはSCのような商業施設であり、生活インフラでもある商業施設は公共建築よりも公共性の高い場であることを意識するようになった。

私たちが生活する街中で日々最も接するのは結局のところ商業建築である。街並みをつくる商業建築を設計することは都市を設計することにつながる。そこに建築家に関わるのは当然の使命のように思えた。でも大学の設計課題に商業施設の課題は出たことはなく、大抵は美術館、図書館などの公共建築であった。

私の卒業設計は日暮里駅であった。有料空間であるラチ内(駅構内)に日暮里駅周辺の要素、商業や墓地などが流れ込むような設計だった。線路を縦糸、横糸をその土地の持っている特徴ある要素と位置付け、1枚の布の



「JINS PARK 前橋」

(撮影：阿野太一＋楠瀬友将)



「ソラトカゼト 西新井」

(撮影：高栄智史)

ような駅にさまざまな要素が混ざり合っていく風景を思い描いた。通過点だった場所が目的を持つ場所に变化していくだろうと想像していた。その後、実際に「駅ナカ」という商業施設ができ、ラチ内空間が発展していく姿を見るたび、おこがましいが私の卒業設計を思い出した。思い返すとその時から商業には興味があったように思う。

地方の郊外型の店舗である「JINS PARK 前橋」、都内の駅前小規模商業施設である「ソラトカゼト 西新井」もそれぞれに土地性を読み解きながら設計していった商業施設である。

「JINS PARK 前橋」はメガネのJINSの郊外型店舗であった。基本的にJINSのお店は駅前商業的な買い回りが可能な商業施設の中にあることが多い。前橋の敷地はほぼ車で来ることを前提としたお店になるため滞在できるような要素を取り入れること、特に地域貢献型のお店としたいというクライアントの想いから毎日来れるようなパン屋さんを併設することを提案した。敷地の後ろ側に駐車場を借りて敷地内に駐車場をつくらずに建物の前を公園のように開けた場所にしたことで、さまざまなイベントを行うことのできる場所となり、公共的な要素を持った商業になったのではないかなと思う。

一方の「ソラトカゼト 西新井」は近くの箱型の商業施設と対比させ、細長く接道する立地を生かして昔の軒を連ねた商店街のイメージのお店とした。小さな商業施設は潤沢なパブリックスペースをつくれないうわりに、道沿いの軒先空間なる場所をつくり、その空間だけはお店の界壁をガラスにすることで、まるで軒先が長く連なっているような連帯感のある空間とした。

それぞれの施設は今、賑わいを見せており、商業という起爆剤が街に賑わいをもたらしている。

前述のように大学で商業施設の課題が出なかったことをきっかけに、自分が受け持つ大学の設計製図では「商業的要素を持った開かれた建築」という課題を何年も出し続けている。敷地も規模も自由。商業+ α の用途を考えてもらう。物を買う行為そのものが多様になり、物を買うこと所有することへの欲が希薄な学生世代が商業建築をどう捉えているのかを知るためのリサーチにもなっている。今までさまざまなタイプの新しい提案が出てきた。銭湯を商業化した提案。宿坊をネットワーク化した宿泊施設。倉庫が店舗化し、配達ドローンが屋上から飛んでいく商業施設。ゴルフ場の跡地利用などなど。

私が建築家として世の中にデビューした時、同世代の建築家の多くが商業インテリアから仕事を始めていった。スキーマ建築計画の長坂常さん、元同僚でもある禰真哉さんと鈴野浩一さんのトラフ建築設計事務所、NAPの中村拓志さん。世間が建築家の考える商業インテリア、商業建築に可能性を持ち始めている、そんな機運を感じていた。

今の若い世代の建築家は当たり前のような商業建築に関わっているように思う。商業の在り方も変わってきている。公共建築と商業建築が混ざり合ったようなプログラムも出てきていて、その線引きも曖昧になってきている。日常的に人を呼ぶ商業と公共空間の融合が良い相乗効果を生み出している。

一方、モノが売れない社会の中で商業の役割は変わってきていて、新しい場のアイデアを必要としている。街並みを形成する要素の中で最も多いプログラムである商業建築に建築家が積極的に関わることで、最終的に社会のあり方、街並み、都市を設計することに繋がっていくと思う。私はこれからも商業建築を通して社会と関わり続けたいと思っている。