

計画の背景

東京の考察—現代の都市における距離感と場について—

1-1. 都市内の街と街の距離感—東京の駅と駅の距離感と場について—
都市の中でしばしば自分の居る場所をはっきりと認識出来ない事があるように思う。

例えば、電車で移動してきた前の駅と今の駅との距離感は全くと言って良いほど分からなくなっている。地下鉄ならばよりいっそうそれは強い。現代の東京において大きな駅はたいい利用したことがあり、その駅の周辺としてその街を理解したと錯覚し、その場所に居るにも関わらず自分が東京のどの辺りにいるという感覚は持っていないように思う。

都市の広い範囲で生活をしているが、自分の一日の移動距離や、活動の範囲を距離感としては把握していないのではないかと思う。

1-2. 大きなスケールの都会とヒューマンスケール

一人の視線から街の距離感と場を考察する—

巨大なビルの同じようなファサードで囲まれた街路は均質的で場所性を感じさせない。どこの駅で降りてもこのような場が存在し、瞬間的に自分がどの街に来ていたのか分からなくなるように思う。



渋谷

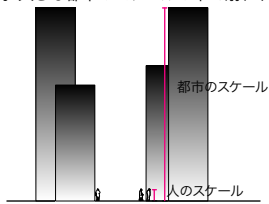


銀座



新宿

街の中心の人の通りの覆い高い建物に囲まれた街路には休むきっかけになるような物は乏しく、人々は歩き続ける。大きな都市のスケールの中で溺れ、歩き疲れる個人は多いと思う。



1-3. 公共空間におけるプライベート空間—意識的なもの—

街の中で人は無意識に自分にあったスケールの場所を見つけ、その場所を意識的に保存しようとするように思う。例えば、少しの間腰をおろし休憩する花壇の淵、もたれかかって携帯を使用する電信柱や柱、壁などである。しかし、都市でヒューマンサイズの場所がなかなか見つからないので、人は常に自分の場所を探しながら行動し、サイズのあった場所を察知する能力を身につけた。また、自ら場における他人との距離感も生み出している。

1-4. 公共空間における自然発生的なプライベート空間—無意識なもの—
新宿駅は電車が到着すると沢山の人で一瞬にしていっぱいになり、人々はいきいきと外へ流れ出て行く。ホームの外へ出る階段には人が殺到する。その人ごみの中を實際体験している時に不思議な感覚を覚えた。階段では踏み面として降りるひに 30cm位の空間が与えられる。その事を人々は今までの経験により知っている。そのため、電車からホームのフラットな所まではギュウギュウ詰めで歩いていても、階段はスピードを緩める。その先一步階段に足を降ろすと1つの階段の踏み面がそこを降りる個人のスペースとなり、前後の人との間にゆとりが生まれる。それが階段を降りるつかの間の個人の空間になるように感じた。駅や、公共の場で混み合った時の階段という場所にはこのような空間と他人との距離が存在するのである。



このように現代の都市においては様々なスケールで様々な距離や場所の感覚が発生している。これらの状況をふまえた上で、都市空間の一部であるデパートの内部においてどのような場所や距離感が発生しているかについて考察したいと考えた。

2 都市→街路→デパートとスケールダウンして距離感と場について考察する。デパートは大きな駅とその周辺に位置し、その駅の場所性を作る大きな要素の1つであり、都市を構成する1つの目印的な場を作り出していると思われる。デパートには、多くの人が訪れ、最も人のために設計される公共空間であると考える。そして、デパートの内部でも都市と同じような均質化、距離感、場所感の喪失が起きていて、様々な問題を都市空間と共有している。従ってこれらの空間の距離感、場所性を操作するような新たな空間を構想する事が、都市空間そのものについての提案として考えられるのではないだろうか。以上のような考察により建築にデザインで新たな距離感を仕掛け、自分の居る場所を把握でき、距離感をつかめる事、人間のアイレベルの見通しを良くし、見渡せる事で安心感を生み出せるのではないかと考える。

また、一般の人々に対して空間の提案、提供をしてきたデパートという公共空間にヒューマンスケールから考えた人のためのスペースを作る場所としての魅力を感じ、住宅ではなく公共空間で一日過ごせてしまうような快適な場所をめざし設計した。

建物内部の問題を解決し、都市全体の問題解決の手掛かりを探る。

周辺環境、敷地概要



東京で一番乗降者数が多い新宿駅。いつもたくさんの人々であふれている。しかし、街は、なかなか距離感をつかめず、迷う事もしばしばである。大きなスケールに追い出された沢山の人々が急流のように歩く道路では、しばしば自分の意思とは反して歩きつづかななくてはならなくなってしまう事もあるのではないだろうか。



敷地の前には都会の代表的な景色のたくさんの人が行き交う交差点がある。



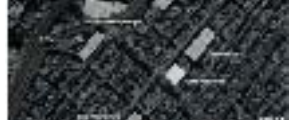
現在の敷地の通り抜けの様子。スケールの大きな建物に囲まれ見通しがきかない。奥に新宿駅が見え良い導線と考え、設計に残す事にした。



東京という曖昧な境界をもつ大都市における個人のスケールを考察するため、東京→東京を構成する大きな都市→大きな都市を構成している公共の建物というように、問題をスケールダウンして考えていきたい。ゆえに、一番東京の雰囲気を感じてくるところと思われる新宿を敷地とした。また、都市の中で一般の人々が沢山集まってくる場所としてデパートを選び設計をしたい。



新宿駅周辺の人が把握できる距離とデパートの位置関係。



銀座駅周辺の人が把握できる距離とデパートの位置関係。



渋谷駅周辺の人が把握できる距離とデパートの位置関係。



銀座



渋谷



新宿

スケールダウン

スケールダウン

大きな駅の周辺のデパートと大通り。どの街も大きなスケールのビルの中の1つがデパートで、同じようなファサードの連続により、個性や場所性を感じられないように思う。一見どの街も同じようにみえるのではないだろうか。



デパートの内部。人のアイレベルの見通しが悪く、自分の位置や場所が認識しにくい。窓や光のはいる場所はなく、方角も分からない。また、上記写真はすべて違うフロアのものであるが、店の売り物が違う意外は変化が内容に思われ、フロアごとの個性に欠ける。

ヒューマンレベルから建物を設計し、各フロアごとに組み立てていって出来たデパートの内観。見通しがよく、個性的な場やSHOPが生まれる。



3 人の知覚から快適性へのアプローチ

場所や空間、距離についてより人に近い視点からの考察をするため生態的知覚論や人間工学の分野にふれて考察する。

3-1 生態学的知覚論—アフォーダンス—による快適空間へのアプローチ (JJ Gibson)

私たちは普段何をたよりに行動しているのだろうか。改めて考えると無意識の世界が多く、不思議に思う。

「動物はすべて多少とも知覚者であり、行動者である。古風な用語を使うと、動物は知覚する力があり (sentient)、自発的に動く (animate) ものである。そして、環境の知覚者であり、環境内の行動者である。」(ギブソン生態学的知覚論 JJ Gibson)

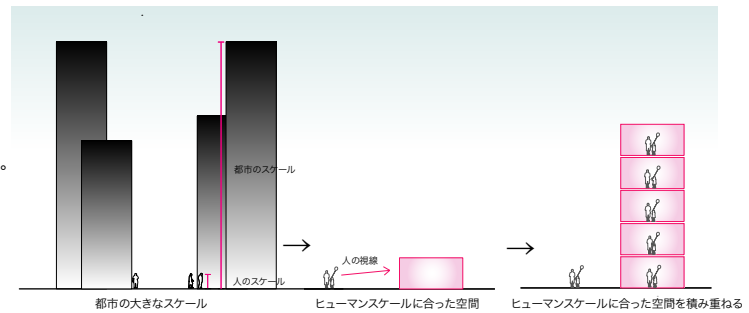
人にとって居心地の良い空間をアフォーダンスの理論より考えてみたいと思う。JJ Gibsonの生態学的知覚論によると人は自分の周りのものに常に注意を払い行動している。また、周りの物からアフォーダンスされて行動を起こす。既に述べた東京で見る人々の行動もこのように分析すれば導き出されるように思う。

人はちょうど座ると言う行為にあったスケールの段差を見つければそこに座る。道が続いていけば歩いて行く。等というように、知覚し行動しているのである。



アフォーダンスの理論を多方面から考察し、人に近いスケールから居心地が良い感じるアフォーダンスを建築内に取り入れれば、人はその空間で知覚し行動を導かれ半無意識のうちに居心地の良い空間を体験出来るのではないかと考える。

また、人間工学的にも知覚、歩行、プライバシー、場の選択、通路、スケール感、ヒューマンスケール等について考察し、より人に近い部分からの設計を考えて行く。



周りの風景がよいようにファサードはガラスとし、都市における自分たちの建物の存在感を出さるものも考えた。

吹き抜けからGLの道路に落ちる光の様子。

GLのSHOPレベルからデパートを見上げる。ヒューマンスケールの段が重なっているのが見える。

GL PLAN 1:500

GL アグリウム

大きなスケールに選まれた制式人の眼の高さの見通しの悪さを解決するため、GLはオープンな開放の可能な緑のSHOP街とした。GLは通りから緑のSHOPSにより、OPEN SHOPが人のスケールで向かえる。同じく、GLはデパートの内部へとつながっていく。

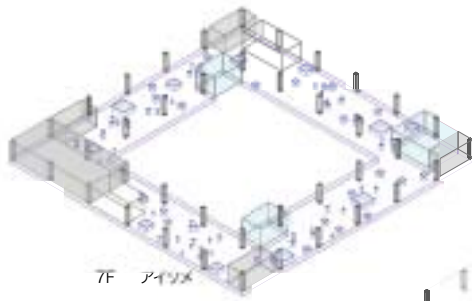
GLの通り抜け道路。デパートからの光が落ちてくる。

デパート内部から通り抜け道もみる。GLのデパート内のSHOPを上げる高さをすべて30cmとし、見通しを確保できるようにした。

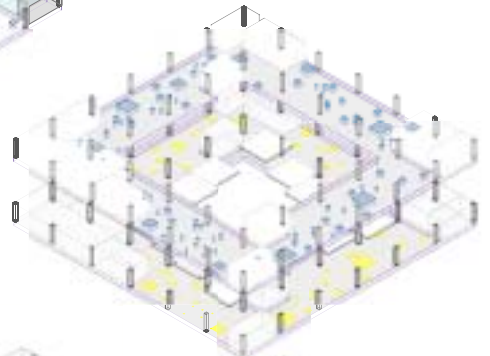
もともとこの敷地にあった中央の通りを残し、道路をデパートのGLに引き込んだ。道路にはデパートの吹き抜けからの光が指してくる。この道路は裏方搬入や、一般客への第二の入り口となっている。



7Fの溜まりの場で休む人。



7F アイソメ



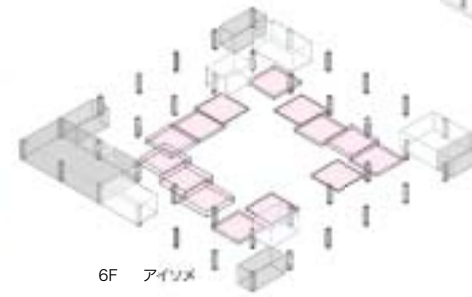
7Fから6Fに落ちる光のしかけ

7Fと6Fの2フロアによる光りの仕掛け、7Fが最上階であり、屋根が反透明の光をとおすものとするでこの仕掛けが出来る。光と吹き抜けによる人の思いによって発生したレストランやSHOPはいつでもレイアウトが自由に変更できる。

7F PLAN
7Fは床に6Fに光を落とすための小さなガラス窓が沢山あいただけのフロアとなる。しかし、この階では小さなガラス窓の周辺やその上を場のきかけとして、レストランやSHOPが発生するように考えた。床の小さなガラス窓から下の階が見える事から、縦方向の距離感や場所を感じる。

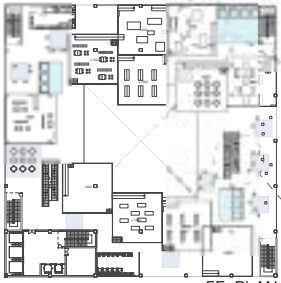


6Fフロア全体を見渡す。



6F アイソメ

6Fは吹き抜け部分のみ床に高さを与え、周辺はフラットな床とする。このフラットな部分には、7Fの床に仕掛けた小さなガラス窓からの光のあが落ちてくる。その光によるレストランやSHOPの発生を考えた。ここでは、光を中心にレストランが1つのまとまりを形成していくことが出来る。また、溜まりのような場所では人が休む空間が出来る。



5Fフロア全体を見渡す。



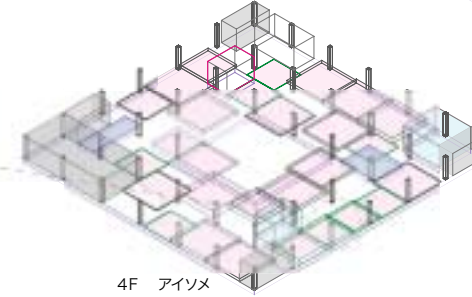
5F アイソメ

4Fの芝生の上に5Fの床の厚が来るように配置。縦方向のつながりを感じる。

5Fの高さを与えた床は1100mm x 1100mmとなっており、上層階になったため大きくなっている。



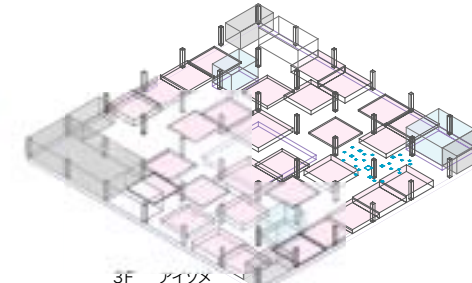
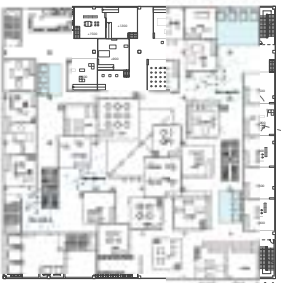
4Fフロア全体を見渡す。



4F アイソメ

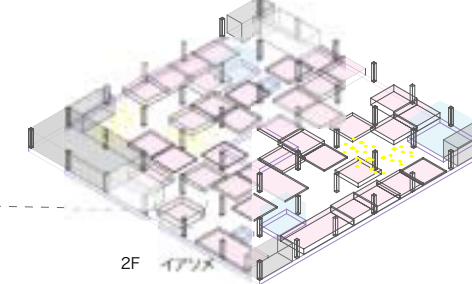
4Fのグリーンの上の床にガラスをはり、5Fにいても4Fのグリーンを眺め、リラックスすることが出来る。また、下に見下ろす事で、縦方向の距離感をもつことができる。

4Fの高さを与えた床は900mm x 900mmとなっており、3Fより大きくなっている。店もそれに合わせた大きさとなる。この階にはグリーンをランダムに配置し、4Fの特徴をだした。ちょうどアパートの真ん中あたりの階なので、場所把握のポイントとなるよう考えた。



3F アイソメ

3Fの高さを与えた床は700mm x 700mmとなっており、2Fよりも大きな店が発生するように考えた。



2F アイソメ

高さを与えた床がランダムに配置され、SHOPが発生する。また、小さなガラス窓の床が細かく沢山集まって2Fへ光を落とす。3Fからの光が落ちてきて、場を作り出す。真ん中の吹き抜けはGLフロアを見る。

2Fの高さを与えた床は600mm x 600mmとなっており、この階には小さな店が沢山入れるものとした。



7Fには、6Fに光を落とすための小さなガラスの床が沢山ある。このガラスの床をきっかけにしてレストランや店を配置する。また、下の階を見る覗き窓として、人の関心を引く。



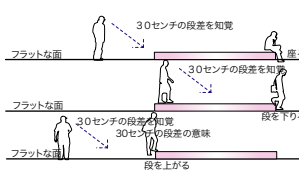
4Fの芝生の場。ここでは買い休憩がとれる。



高さの順番に配置された床、揺るやかに店をつなげ、眼に見えない境界を作り出す。



GLには30cmの高さの床のみを配し、人の視線を妨害しないものとする。また、芝生の上に段差のみで店が形成し、デパートの外と中の連続性も壊さない物とする。

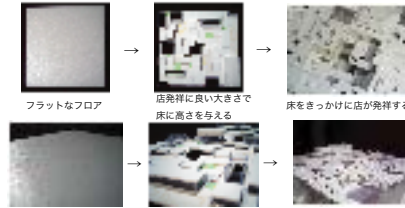


フロアの仕掛け。

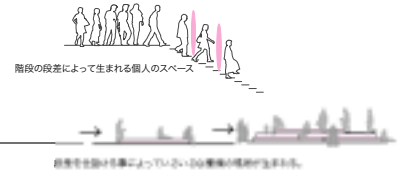
現在のデパートでは、フロアはほとんどフラットで、その上に仕切りをたてて1つの店舗を作っている。しかし、ひとのアイレベルからはフロア全体を見渡す事ができず、どこにどのような店があるのかわかりづらいように思う。

フロアの仕掛け

1. 店を仕切っていた壁をすべて取り除き見通しを確保する。
2. フラットだった床に、店に適度な大きさの面積ごとに違った高さを与える。このことにより、壁でなくても店が発祥するきっかけを与えることができる。
3. 高さを与える面積は階によって大きさを変え階ごとの場所性を出す。基本的に上部に行くに従い広くなるものとする。
4. 高さは30センチを基本とし、30、60、90、120、150センチと5種類とする。この組み合わせにより、どのフロアへも自由に行き来ができる。
5. 30センチとは、人が一足で上がる事ができる段とも座るための高さとも認識できるサイズである。そのため、それぞれの人が自由に判断し使用する。
6. 高さ、場所をランダムに配置する。
 - 1 50センチの高さの店からは、フロア内のほとんどの店を見渡す事ができる。また、ランダムに配置することは、均質で豊かな都会内部において自然界のような偶然性を旨とする。



フロアの仕掛けの説明



7Fの床の小さなガラス窓から6Fへ光が落ち、7Fではガラス窓の周りにレストランが発祥し、6Fでは光を中心にレストランが発祥している。



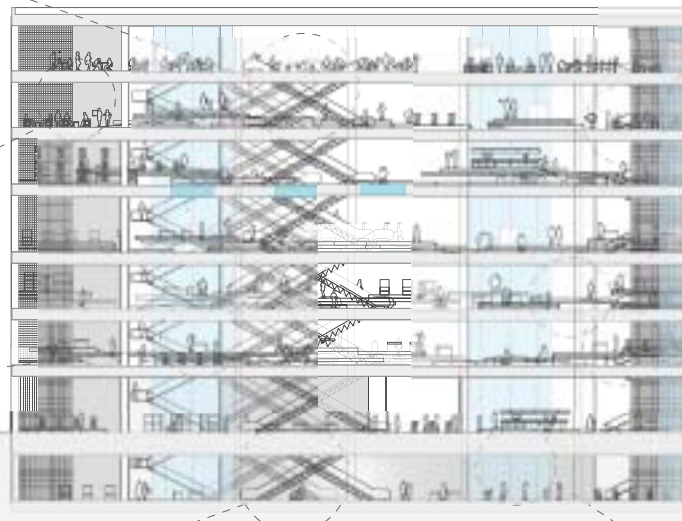
6Fのレストランの様子。光のあたる明るい場所に人は誘われる。



3Fの床にあけた小さなガラス窓から2Fへ光が落ち、2Fでは沢山の小さなガラス窓を集めて、2Fには沢山の小さなガラス窓を集めている。(休憩、人の集まる空間)



エスカレーターの吹き抜けから光が下方に落ちてくる。階が下になるに連れて、光が弱くなる。場所と距離の認識が出来る。



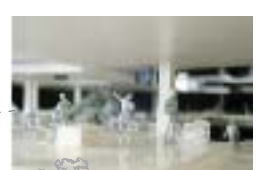
光の仕掛け。

床に高さを与える仕掛けをフロアごとの仕掛けに加え、高さ方向の距離感を与えるために、光を利用する。また、人の知覚に光で訴え店や、場所の発生をきっかけをつくる。

1. 2フロアを使い、上のフロアには光を下フロアに伝える小さなガラス窓の床を設け、その小さな窓が場や店の発祥のきっかけとなり、下のフロアには上のフロアからの光が落ちることでの場をきっかけとする。
2. エレベーターの床をすべて反透明のものとして、上から階が下がるにしたがり、その光が弱くなる。その光の強さの具合で自分の居る位置の把握ができる。
3. 7F、6Fはフロア全体にこの仕掛けを使い、7Fは床の小さなガラス窓だけにより、店や場の発生を床のガラスだけで訴えかけ、6Fは7Fからの光だけで店が発祥する。



7Fの床のガラス窓から6Fの店が見える様子。



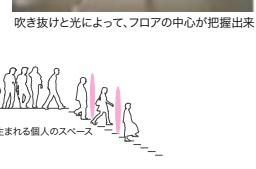
6Fのフロアの様子。



段差による店の発祥の様子。段差分の窓ができ、下の階が切り取られて見える。



吹き抜けと光によって、フロアの中心が把握出来る様子。



7Fのレストラン発祥の様子。



上からの光により発生した場所の様子。



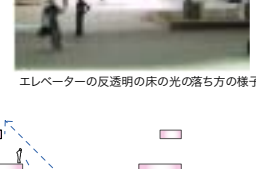
小さな沢山のガラス窓からの光の様子。



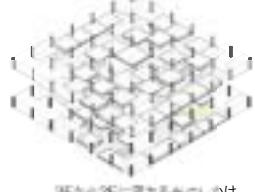
エレベーターの反透明の床の光の落ち方の様子。



吹き抜けの効果



いるいるな方向に視線が通り距離感を感じる。



吹き抜けの効果