SHINCLUB 135

(株)ユニホー辰カンパニー　東京都渋谷区渋谷3-8-10　JS渋谷ビル5F　tel/03-3486-1570　fax/03-3486-1450

BASE　南青山　撮影：新　良太

今月のトーク/monthly talk

意匠と構造

写真は、このたび竣工した、南青山のミニショップ複合ビルです。高低差のある道路に挟まれた細長い敷地に設計の佐々木龍一氏は、オブジェのような７つの門型フレームを並べることで、普通の薄肉ラーメン構造の建物よりもさらに豊かな空間を作り出そうとしました。そこで、以前木造の集成材の門型フレーム「FLAMME-IGA COMPLEX」（2006 グッドデザイン賞ほか、受賞多数）で組んだ、構造家の中田琢史氏に今回も構造設計を依頼、解決を見ました。

「スリットを入れても十分に耐えられる余裕のある断面を計算しましたが、完成した建物を見てガラスが生み出す豊かさを実感しました」という中田さん。数多くの建物の構造設計を行っていらっしゃいますが、やはり気になるのは、最終的にどうやって住まい手や訪れる人が建物を使ってくれるかということです。

「意匠設計者と構造家、クライアントが意図して作っていった意欲的な建物が、クライアントが変わったことで思わぬものに形を変えて使用されているのを見ると、残念ですね」と街で見かけた建物に建築家の無力感を感じてしまうこともあるそうです。

中田氏は、SDG（幕張メッセ、海の科学館、東京国際フォーラム、横浜港国際旅客ターミナルなどを手がけた構造設計事務所）に 10 年以上勤務の後、独立。今年 10 年目とのことで、事務所は、麻布の阿弥陀寺近くの、鬱蒼とした森の中にある一軒家の離れ。都会の喧騒から隔絶された、心地よい不思議な空間です。

「SDG 時代に 3 万㎡といった巨大建築物の設計を行っていましたが、現在は小さいスケールのものが多くなっているものの着地点を見つけてあげられるのが楽しいですね」という中田さん。

今回、東日本大震災を経験し大きく考え方が変わったそうです。「僕らの周辺、上の世代の方も含めて、今回のクラスの揺れは、かつて経験していないレベルです。阪神大震災を経験した西の人は別にしても、自分たちの作ったものがあれだけの影響を受けた、ということで、いくら数字でみていても、自分自身で体験したことで、本当に考え方が変わりました。自分の設計で問題が起きたものはなかったのですが、1 件だけ、ある物件で、本来ずれてはいけないボルトが緩んでいたということがありました。明らかに施工の問題だったのですが、完全に仕切れていなかったという監理の問題もあります。結局、職人一人ひとりの作業を見続けることはできないのですから、最終的には施工会社との信頼関係にかかってきます」とのこと。さらに、構造設計者の負担増の問題が話題になった、法改正前と後の仕事の変化をお尋ねしたところ、「昔は 50－60%構造設計が済んだところで施工に入っていましたが、現在は申請などの手続きもあるので、80%仕事を済ませてから施工に入る事が多くなりました。今までのように現場にご迷惑をかけることもなくなって、僕らはある意味楽になりましたし、安全性にもつながっていると思います」とおっしゃっていました。

BASE 南青山

連続する門型フレームのスリットから光が降り注ぐ ガラス・スクリーンのミニショップ複合ビル

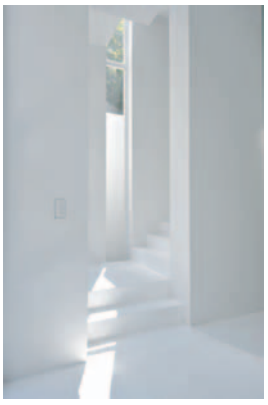
高低差 4m の両面道路に挟まれた旗竿地のような小さな敷地である。収益性を考え、ワンルームマンションよりも、ミニショップが並ぶ、マーケットヤードのようなものが面白いということになった。

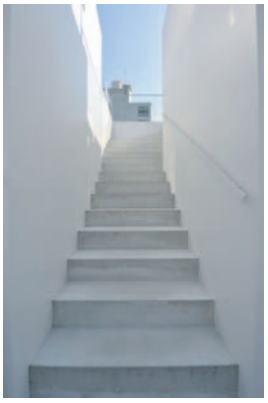
筒状の構造体を分断してスリット「隙間」を設けた大小 7 列の門型フレームは、スパン方向には薄肉ラーメンとして、直行方向には地面から片持ち柱として機能する構造になっている。その「隙間」から建物内部に光が木漏れ日のように入り込むことで、広さと明るさを確保している。3 層の建物の内側は、ガラス・スクリーンで仕切り、1，2 層は、4 ㎡から 10 ㎡の全 18 タイプのユニットで構成されている。南青山というエッジな商業地域に、新しく店舗を出したいという若い人に向けて、ファッション系である、アパレル、ジュエリー・アクセサリー販売、ネイルサロン、アトリエなどを想定したスペースである。

各ユニットは、ショーケースとの間に廊下を挟み、境界をガラス折戸にして、開放して大きなエリアとしての利用も可能で、あたかも街のストリートのように変化を楽しめる。

3 層目には、南入口側に会議室、共用スペースがあり、北東側にはカフェ・レストランを想定した、天井高 4m 以上の空間が設けられている。テラスおよびルーフ階まで客席利用ができるようになっている。外苑西通りから 1 本入ったところでもあり、我々自身も打ち合わせなどに隠れ家的に使いたい、という思いを込めて、クリエイティブなテナント同士が更なるコミュニケーションを深める場となれば、と期待している。

（佐々木龍一氏＋西村和哉氏　談）





所在地：港区
構造：RC造
規模：地下1階+地上2階
用途：複合用途　（飲食店舗　物販店舗　事務所）
設計：佐々木龍一＋西村和哉　　佐々木設計事務所
建築主：ハウスプランニング
プロデュース：コムラエージェンシー
構造設計：リズムデザイン　中田琢史＋オフィス・グランド・デザイン
施工担当：佐々木
竣工：2011 年4月
撮影：新　良太

①北東側夜景。敷地はわずか164.60㎡②1層目のショップ、ショーケース。前面道路から建物奥まで視線が届く③２層目のショップ内。ガラススクリーンで仕切られた近未来的な空間④1層目から2層目への階段。スリットからの光が時間とともに表情を変える⑤3層目の共用スペース。南西側接道方向のエントランス方向を臨む。スリットが白い壁面に明るさを生み出す⑥３層目のカフェ･レストランはテラス、ルーフ階まで客席利用可能⑦ルーフ階への階段⑧建物東側から臨むパース

3 年連続グッドデザイン賞受賞

株式会社コムラエージェンシー

郷内秀峰　執行役員　経営企画室室長　　撮影：アック東京

2010 年度グッドデザイン賞受賞
Modelia Brut 都立大
設計：谷内田章夫

コンセプト・レジデンスの企画から土地の有効活用まで

Komura Agency CO.,LTD

今月は、デザイナーズマンションの企画、開発、マネジメントで、3 年連続グッドデザイン賞を受賞している、㈱コムラエージェンシーの郷内秀峰経営企画室室長にお話を伺います。今月ご紹介した「BASE 南青山」のプロデュースも手がけられました。

―コムラエージェンシー様が創業されたきっかけを教えてください。
郷内：社長小村が学生時代に起業した会社ですが、私も同様に若いときから海外に行く機会に恵まれ、日本の住宅事情とのあまりの違いにカルチャーショックを受けたという経験がありますね。伝統的な和風建築はともかく、何とか欧米並みにデザインを含めた住宅環境をレベルアップさせていきたいという思いに突き動かされて、これまでやってきました。

―デザインを重視する会社の企業コンセプトとは、どんなものですか。
郷内：街づくりにおいて、次の 4 つのキーワードをどのように解釈するかが重要であると考えています。

1. ステイタス（STATUS）＝立地・環境
2. デザイン（DESIGN）＝個性
3. クオリティ（QUALITY）＝性能、住み心地
4. セイフティ（SAFETY）＝安心、安全

この 4 つのキーワードを高次元にバランスさせたものを具現化する。言い換えれば、ステイタス性を保ちつつ、アーティスティックでありながら心地よい、環境に配慮した住宅を提供する、ということです。

―いまや、デザイナーズマンションを手がける会社は数多くありますが、「グッドデザイン賞 3 年連続受賞」という実績が物語る他社との差は、どんな点にあるとお考えですか。
郷内：この 3 年間で 6 件をエントリーし、5 件を受賞させていただきましたが、まず、そこに住まう人を明確にイメージするというターゲットセグメントを行うことから始めます。どんな人に、どういう商品を提供するかを徹底的に議論し、その中で我々なりのメッセージを盛り込み、ピンポイントでどのような建築家にお願いするかを決めていきます。決して建築家に丸投げすることはしません。企画段階でこういうものを作りたいというものを明確に詰めていきます。

グッドデザイン賞というと、ただカッコよければいいのではないか、というイメージが世間一般にあるかもしれませんが、デザインには「なぜそうなのか」という論理性が常に求められます。建築にしても、プロダクトデザインにしても、そこに住まう人、商品を使う人にとって、どういうデザインがベストなのか、と考えて作りこんでいったものが最終的には評価されるのではないでしょうか。

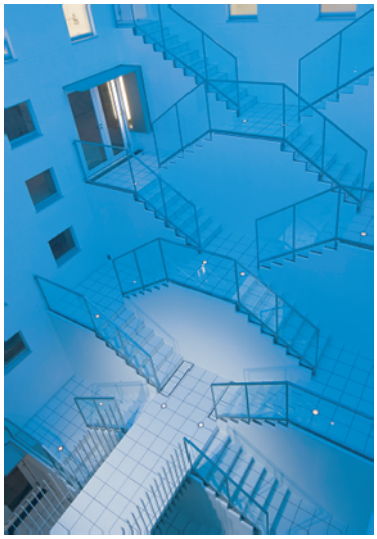
現在、我々は、賃貸マンションの稼働率 98%、近隣の賃料相場＋10~15%というアドバンテージを維持しています。各物件には絶えず 10~30 人のウェイティングリスト登録者がいて、マンションブランド「Modelia シリーズ」竣工時の内覧会にはいつも 30~70 組のお客様にご来場いただいています。

―単に、「デザイナーズマンション」というだけでは、若者や女性層に対しては難しい時代になっていますね。
郷内：広く認知された言葉ですが、お付き合いいただいている建築家の方々もあまりお好きでないようですね。むしろ「コンセプト・レジデンス」と言いましょうか、我々の企業としてのメッセージを送り続けることが重要だと思います。バブル世代と今の若い人の感覚は違います。今、若年層と女性をひきつけるキーワードは「共感」です。お仕着せのカッコよさよりも、どれだけ「自分らしさ」を受け止めてくれるか、その人なりの色に染められる空間なのか、が大事なのです。「上質な無地のキャンパスを提供する」と言ってもいいですね。当然、その中には、建物そのものに、環境への配慮が求められます。ソーラーパネルによる太陽光発電を行うというよりは、採光、通風などで、自然エネルギーの有効利用を徹底的にプランに落とし込むことが求められていると思います。また素材もコンクリート、ガラス、金属などで構成し、退去時にゴミを出さないことが環境にやさしい。ここ、3,4 年、照明も電球は使わず、蛍光灯、LED を採用して、オーナーにも喜ばれています。建物は、流行を追いかけてはダメですね。これから半世紀以上にわたって残るものですから、数年で陳腐になってしまうようなデザイン、時代感は排除し、徹底的に無駄を省いたシンプルなデザインで、ユーザーの共感を得ていきたいですね。
―本日はどうもありがとうございました。

「トレンドは追わない。徹底的に無駄を省いたシンプルなデザインこそ、普遍性を持つのです」

Company Profile

株式会社コムラエージェンシー
1986 年　創業
代表取締役 小村峰之
ハイグレードレジデンシャルの企画、設計、販売
投資用収益不動産の企画、開発、マネジメント
不動産コンサルティング、マネジメント
住所：東京都渋谷区渋谷 1-12-2　クロスオフィス
TEL:03-6418-0008　FAX:03-6418-0087
URL:http://www.komura-agency.co.jp/



2009 年度グッドデザイン賞受賞
Colesso 自由が丘
設計：木下道郎