

建築設計テキスト

商業施設

建築設計テキスト編集委員会編

大河内学（明治大学）

郷田桃代（東京電機大学）

鈴木弘樹（千葉大学）

鈴木雅之（千葉大学）

高柳英明（滋賀県立大学）

積田 洋（東京電機大学）

福井 通（神奈川大学）*

山家京子（神奈川大学）*

*印は「商業施設」担当委員

まえがき

建築学や関連分野の専門知識を学ぶ大学や工業高等専門学校、工業高校では、設計製図は基幹科目としてカリキュラムの中で多くの時間を当てている。建築計画や建築構造、建築設備などの講義科目での知識を総じて、一つの建築としてまとめあげる設計製図の実習は、建築の専門家としての技術を習得するうえで極めて大切なものである。

建築の設計は、用途や機能のみならず時代を映す社会的な要請や条件、さらにはデザインを網羅的にとらえて、人間の豊かな生活の空間を提供するように構想して、計画されるものである。設計製図のカリキュラムでは、まず設計図の描き方を学び、各種のビルディングタイプの設計課題を行うように組まれている。多くの学校で設計製図課題となっている「集合住宅」「住宅」「事務所」「商業施設」の設計製図の実習に資する教科書として編まれたものが、本シリーズである。

商業活動は日常的活動だけでなく非日常的活動も含まれ、いずれも人が集まるところにしか成立しない。このことから商業施設には集積効果があり、単独にあるように見える場合でも他の業種や施設と関連して成立している。また、業態、規模、形態も多様である。

上記の事情から、設計製図における商業施設の課題は、単独に出題されるより複合施設の一部あるいは複合商業施設として出題されることが多い。1級、2級建築士試験の場合も出題傾向は同様である。本書はこのような商業施設の特性と傾向に留意し企画・編集・執筆した。

本書の特徴は以下の5項目である。

1. ビジュアルでわかりやすい解説：設計は文字で表現されたプログラム等を形にする作業である。この点を考慮してできるだけ写真や図面等を多くしビジュアルに構成した。
2. 計画・設計のプロセスを考慮した解説：調査分析から設計まで、計画・設計のプロセスに従い構造・設備・法的条件等も含め必要な資料を段階的に示し解説した。
3. 全体から各部に至るスケールを重視：設計はスケールが重要である。インテリア・建築・都市の3種の異なるスケールを意識し、全体構成から各部に至る解説をした。
4. 多様な商業空間を対象：商業施設は町中の商店から大規模複合施設まで多様である。業態や種類により法的条件や設備内容も異なることを考慮し多様な施設を対象とした。
5. 典型的設計事例・実例を紹介：多様な施設の中から役立つ事例と実例を取り上げた。事例はインテリアから複合施設まで、実例は街並み構成にも参考になる作品を取り上げた。

本書の構成は、1章で商業施設の基礎知識として歴史的変遷と施設の特性、種類と分類、商業施設の現在とわが国における業態の変化、新しい動向について述べている。

2章では、設計・計画のプロセスに従い必要な知識と計画手法を豊富な事例をあげて述べている。具体的には、計画の流れ、敷地の読み取り、配置計画から平面・断面計画の進め方、および各部の計画に至る内容を、構造・設備・法規などを含め解説している。

3章では、多様な商業施設の中から参考となる典型事例を紹介している。具体的には規模別に、インテリアのスケールから建築・都市のスケールへ、よりシンプルなものから多様な複合商業施設まで、典型的な事例を解説している。

4章は、配置図から平面図、断面図、立面図などの具体的設計例を示している。最近の1級建築士試験などの出題傾向も考慮し、環境や街づくりにも配慮した複合建築の事例を取り上げた。また、章の問には最近話題となっている商業施設に関する解説をコラムとして取り上げている。

最後に、本書の編集・執筆にあたり貴重な資料をご提供いただいた設計事務所および関係者各位に厚くお礼申し上げたい。

2008年8月

建築設計テキスト編集委員会 福井 通

まえがき	3	2.4 各部の計画	36
		1. 共用空間	36
1 概要	5	2. 階段	38
1.1 はじめに	6	3. エスカレーター	38
1. 商業施設について	6	4. エレベーター	38
2. 商業施設の歴史	7	5. 駐車場	40
3. 商業施設の特性	9	6. 化粧室	42
1.2 商業施設の種類	10	7. 後方施設	43
1. 一般的分類	10	2.5 インテリアの計画	44
2. 建築的視点による分類	10	1. 売り場の計画	44
3. 主な商業施設	10	2. 飲食店の計画	44
1.3 商業施設の現在	12	3. インテリアデザイン	46
1. 日本における業態の変化	12	3 設計事例	49
2. 新しい業態	12	1. LUXE/nendo	50
2 設計・計画	15	2. エンテノイ中目黒/西沢大良+八木敦司	52
2.1 計画の流れ	16	3. AIP(レストラン青葉亭) /阿部仁史+阿部仁史アトリエ	54
1. 事業計画との関わり	16	4. hhstyle.com/妹島和世建築設計事務所	56
2. マーケティング調査と分析	16	5. TIME'S I・II/安藤忠雄建築研究所	58
3. 規模の設定	16	6. TOD'S表参道ビル /伊東豊雄建築設計事務所	60
4. 設計の流れ	17	7. スパイラル/横総合計画事務所	62
2.2 計画敷地の読み取り	18	8. キャナルシティ博多 /ジャーディ・パートナーシップ、福岡地所、 日建設計、錢高組・清水建設・大林組・フジタ	64
1. 法的条件	18	4 設計図面	67
2. 周辺環境	18	ヒルサイドテラス/横総合計画事務所	68
2.3 平面・断面計画	20	【コラム】	
1. 配置計画	20	大店法と大店立地法	17
2. ボリュームの構成と空間構造	22	コンバージョン	18
3. 平面のデザイン	24	建築デザインの動向/都市との連結・表層・複合化・ ブランドビル・大規模複合施設	19
4. 断面のデザイン	26		
5. 立面のデザイン	28		
6. 構造計画	30		
7. 設備計画	32		
8. 関連法規	33		

1 概要

■ 立面のデザイン

① 商業施設の立面の特徴

商業施設の立面の特徴は、開口部が少なく壁面が多いことである。その理由は商品の日焼けを防ぐことや陳列壁面が必要なことなどによる。その意味で住居施設等に比べれば立面デザインの自由度は高い(図 2.27)。

立面の構成原理は二つある。

i) 内部の構成を立面に表現する。

ii) パッケージデザインのように梱包し自由に構成する。

この二つの考え方は、近代建築理論と関係する。i) は「形態は機能に従う」との考え方方に近い。立面は内部機能の結果により決まるとする考え方である。ii) は「自由な立面」という考え方方に近い。カーテンウォールの考え方の延長上に、今日では新技術に支えられ材料・デザインとも多様な展開が見られる。

② 立面・ファサードの意味

i) 経営姿勢が表現される

建築は所有者の意見を反映し建設される。所有者が立面をどの程度意識したかは別にして、結果的にボリュームや高さにも現れる。

設計に際し何をメッセージとして表現するか、施設設計のコンセプトは何かを明確にすることが重要となる。

ii) 同時代の意識・技術を表現する

過去の建築を振り返れば、建築の立面・ファサードには意図したか否かは別にして、結果的に建設された同時代の人々の意識・技術が表現されている。このことは現代のファッショナブルなファサードのガラスの表層にもよく現れている。

iii) 街並み・場所性の文脈を表現する

郊外に独立して建つショッピングセンターは別にして、商業建築は街の一角に建つ。必然的に街の法的条件や歴史・文化を含む文脈を反映し、立面・ファサードにも表現される。同時に都市の一部として社会的存在となり街並みに影響を与える。高さを抑えて計画された表参道ヒルズはその事例の一つである(図 2.28)。

③ 立面をデザインする

i) 内部の構成を表現する

立面の構成方法としては最もオーソドックスな方法である。商業施設は都市空間に対応した 1 階と中間階や上階では業種構成が異なる場合が多い。業種構成が違えば立面に現れる形態も異なる姿となる。レストラン・喫茶では開放的立面となり、劇場・映画館では閉鎖的立面となる。その空間構成を意識的に立面・ファサードに表現する方法である(図 2.29)。

図 2.27 立面のスケッチ



図 2.28 表参道ヒルズ



図 2.29 代官山ヒルサイドテラス



ii) コラージュして表現する

コラージュとは美術の分野でキュビストが用いた手法で、壁紙・切手・マッチ箱などの断片で画面を構成する方法である。文脈が異なる断片が寄せ集められ、意外性や偶然性をもつ空間構成が成立することになる。街並みや立地環境に立面を構成するよりどころがない場合に有効な手法の一つである(図 2.30)。

iii) 都市・街並みの文脈を表現する

都市空間・街並みがもつ文脈を立面・ファサードに表現する方法である。そのためには立地する都市空間の歴史・街並み・既存の建物の立面構成の特性等をサーベイする必要がある。

iv) コンセプトを表現する

どのような商業施設とするか、業種構成や空間構成を構想したコンセプトがあるはずである。例えば「都市の森」「アーバン・コンプレックス」などのコンセプトのイメージを立面・ファサードに表現する(図 2.31)。

v) 環境建築を表現する

地球環境に配慮した建築・都市の時代となり、商業施設にも設備のみならず省エネルギー対策が要請されている。こうした背景から庇、ルーバー、省エネ加工ガラス、緑化など、環境建築が立面・ファサードの重要な構成要素となってきた(図 2.32)。

素となってきた(図 2.32)。

vi) ファッショナブルに梱包し表現する

梱包する手法は、衣服の分野のみならず美術や建築でも使われる。建築では「入れ子」や「スペース・イン・スペース」と呼ばれる手法がそれである。今日ではレース模様のガラス、鉄、木材等、感覚・知覚的表層を意識したデザイン、現代技術を用いたシームレスな材料などにより梱包する手法が流行している(図 2.33)。

④ サイン・屋外広告をデザインする

i) サイン・屋外広告の種類

サイン・屋外広告は商業建築にはつきものである。外部では広告塔、各種の壁面サイン、突出し広告、懸垂幕、装置類などがある。内部では店舗の看板、各種の案内・表示・誘導サインなどがある。

ii) サイン・屋外広告のデザイン

サイン・看板類は建築の分野と異なる専門家によりデザインされるのが一般的である。店舗の種類、店の雰囲気に合うデザインとする。

大切なことは、サイン・看板を排除するのではなく理解することである。サインやシンボルをシステム化してデザインし、アートとして表現することが重要である(図 2.34～2.35)。

図 2.30 スパイラル



図 2.31 TOD'S 表参道ビル



図 2.32 フサードの緑化



図 2.33 表層のデザイン



図 2.34 写真による屋外広告



図 2.35 文字による屋外広告



2.4 各部の計画

① 共用空間

商業施設では経済効率が優先され、できる限り売り場面積を大きくとることが求められる。共用空間は利益を直接的には生み出さないため、本来確保の難しいスペースである。しかし、エンターテイメント性を求める大規模なショッピングセンターや、専門集合店などでは共用空間に良質なデザインを求めるようになっている。

商業施設の売り場や各テナントは、事業実施のプロセスにおいてもインテリアデザインやディスプレイデザインとして別途発注されるのがほとんどである。共用空間の質が建築デザインの質を決定するといつても過言ではないだろう。都心にあっては、都市的アクティビティをいかに引き込むかが主題とされる(図2.51:京都駅ビルでは、大屋根のかかった大階段を備えた共用空間が多く、都市的アクティビティを生み出している)。また、大規模施設にあっては、各施設を機能的かつデザイン的にまとめ上げる大事な要素となる(図2.50、2.57:キャナルシティ博多や六本木ヒルズの共用空間は同じデザイナーの手によるもので、ストーリー性をもったデザインにより多種の複合をうまく繋いでいる)。

共用空間には外部空間と内部空間があるが、ガラス屋根がかかった開放的な半外部の空間も多く見受けられる(図2.56:玉川高島屋S・C新南館は建物ボリュームの前面に半外部の立体街路が設けられ、各階を繋ぐとともに都市との連結も果たしている)。外部にあっては街路(モール)型(図2.53)と広場型(図2.54)、内部にあってはそれに加えてアトリウム型に分類される。インテリア化されたモールはショッピングセンターの隆盛とともに多く見られるようになったが、デザインの質は様々である。デザインの質を高めるためには、ボリューム、照明、素材に加えてモールに面する通路部分のデザインも重要である(図2.52、2.57)。

共用空間を計画する際、次の項目に留意しなければならない。

①人の流れと滞留

共用空間は本来通路部分といってよい。しかし、ただ通行といっても、移動する、ショーウィンドウを眺めながら歩く、ショーウィンドウを立ち止まって見るなどの行為は様々である。また、幅の広い通路や広場にあってはイベントが行われることもある。そうした行為に対応する、あるいは誘発するような仕掛けが重要である。また、モールにあっては単調にならないように長さ400mが限界といわれている。

②ボリューム

内部の通路空間にあってはその幅と天井高、外部の広場にあっては平面寸法(奥行)と周囲を囲んでいる建物の高さとの比(D/Hという)など、ボリュームの決定は空間

の質を左右する重要な作業である。断面計画や模型による十分な検討が必要である(図2.49)。

③演出

消費行動にはわくわくする高揚感が伴う。商業施設は高揚感を説くような非日常的な演出が求められる。植栽、水(噴水や水路)を使ったランドスケープ的デザインも効果的である(図2.50)。デザイン構成要素として、舗装材料、ストリートファーニチャー(図2.55)、サイン等の計画も大きな役割を占める。また、非日常的な雰囲気を演出する照明計画も大変重要である。近年では、パブリックアートを商業施設の共用空間に配置する例も散見されるようになった(図2.58)。

図2.49 ボリュームの検討(表参道ヒルズ)

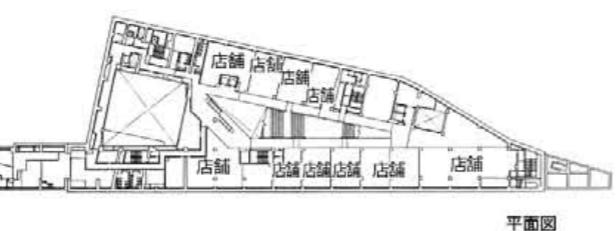
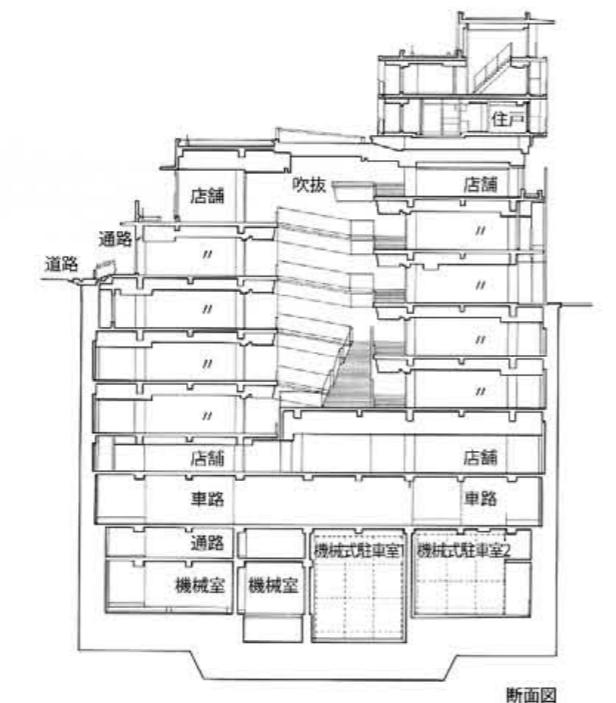


図2.50 ストーリー性をもった共用空間(キャナルシティ博多)



図2.51 大屋根のかかった半外部空間(京都駅ビル)



図2.52 モール(東京ミッドタウン)



図2.53 外部の街路(台北・信義開発区)



図2.54 外部の広場(ららぽーと横浜)



図2.55 ストリートファーニチャーと水による演出(東京ミッドタウン)



図2.56 建物前面に設けられた立体街路(玉川高島屋 S・C 新南館)



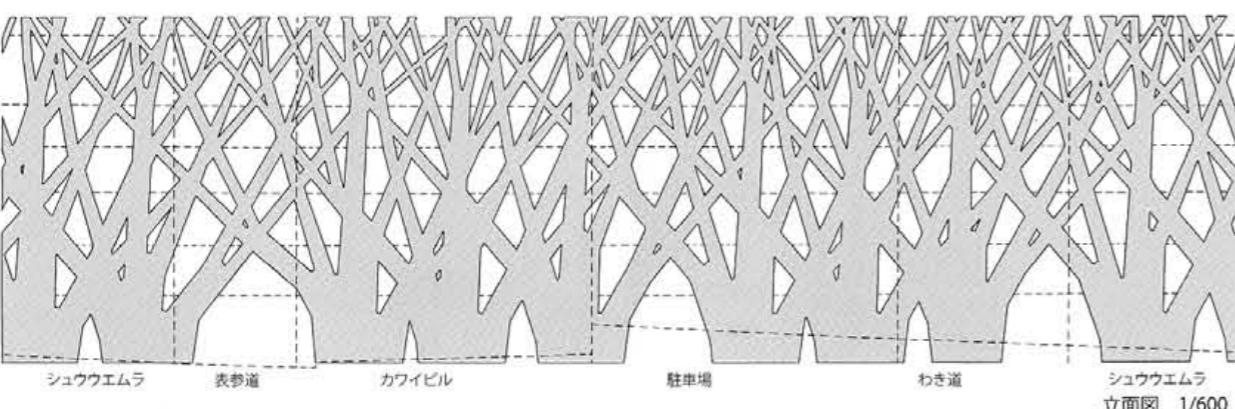
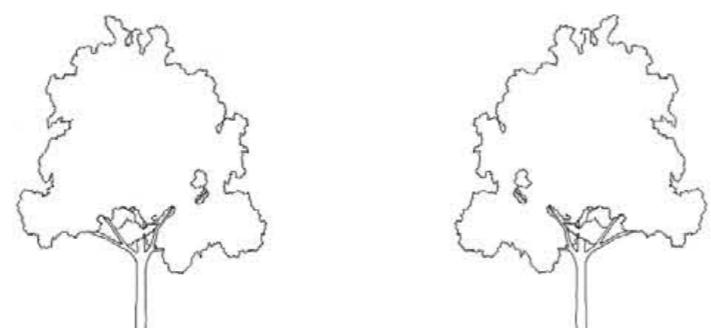
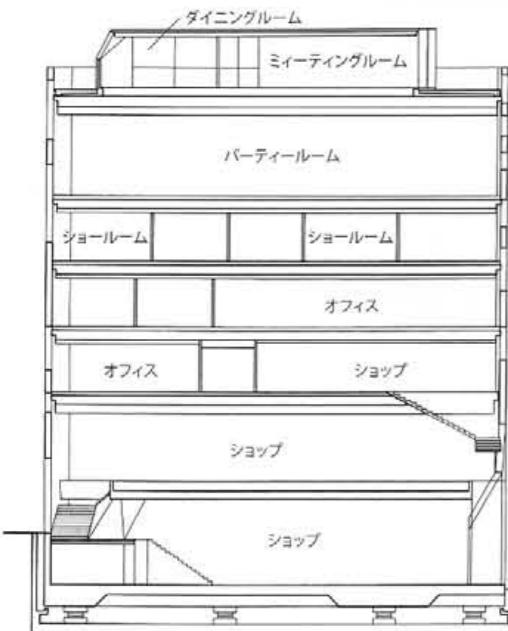
図2.57 モール(六本木ヒルズ)



図2.58 パブリックアート(ハナエ・モリビル)



TOD'S 表参道ビル

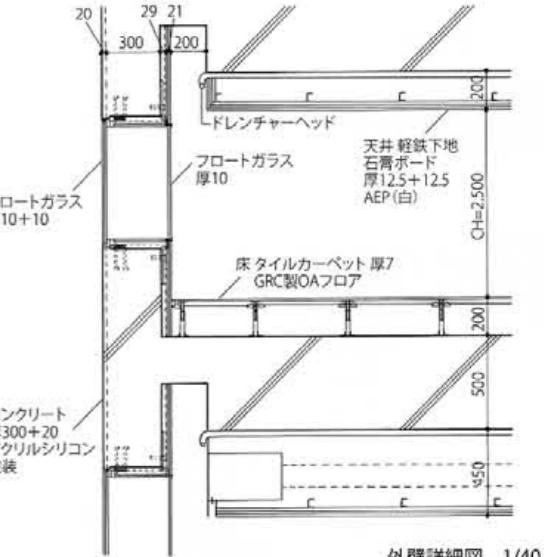


「TOD'S 表参道ビル」は他の商業ビルと異なる特徴をもつ。とりわけファサードに最大の特徴がある。

まずファサードのすべてがコンクリートの構造体としてつくなっている点である。ほとんどの商業施設が構造体の外側にガラスや金属パネルを張りつけて表情をもたせているのに対し、「TOD'S」はコンクリートのフレームが外壁面であるので構造体の強さを表現している。

さらに構造体は通りのシンボルである櫻の木のシルエットを重ね合わせたネットワーク状のフレームを形成している。コンクリートフレームの間につくられた約 270 力所の開口はすべて形状が異なる。各開口はガラスとアルミパネルが構造体と同一面にサッシュなしにはめ込まれている。個別にはきわめて複雑な形状をもちながら、全体としては抽象度の高いファサードを形成することによって、強いインパクトを備えつつ表現主義に陥らないよう配慮された。

(伊東豊雄)



■建築概要

敷地面積 / 516.23 m²
建築面積 / 401.55 m²
延床面積 / 2,548.84 m²
建ぺい率 / 77.79% (100%)
容積率 / 493.74% (500%)
階数 / 地下 1 階、地上 7 階
構造 / 鉄筋コンクリート造、一部鉄骨造

