TOTO 通信

2021年 春号

Toward a Creative Architectural Scene

Special Feature

Architects' Other Work

特集 建築家のもうひとつの仕事

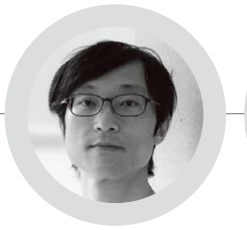
Houjin Hisashi

Fujita Yusuke

Sugawara Daisuke

Koizumi Makoto

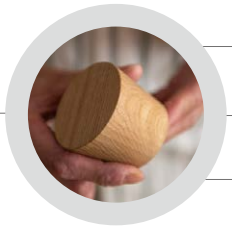
Case Study 1



ディベロッパー

terrace H　寶神尚史

Case Study 2



建具屋

戸戸　藤田雄介

Case Study 3

カフェ店長

FUJIMI LOUNGE　菅原大輔

道具店店主

こいずみ道具店　小泉　誠

Case Study 4

藤田雄介×寶神尚史	4
寶神尚史	10
藤田雄介	18
菅原大輔	26
小泉 誠	34

シリーズ

旅のバスルーム113	文・スケッチ／浦 一也　富士屋ホテル（神奈川県）	42
現代住宅併走49	文／藤森照信　「ひ邸」設計／吉阪隆正+U研究室	44
最新水まわり物語55	東京ポートシティ竹芝	50
News File	TOTO News, Cera Trading News, Book	54

表紙／「戸戸」の木のドアノブ。
表紙撮影／桑田瑞穂
編集制作／伏見編集室　デザイン／岡本一宣デザイン事務所　印刷／ゼネラルアサヒ

特集

Special Feature
Architects' Other Work

建築家のもうひとつの仕事

建築家

建築家が、建築設計以外の仕事にチャレンジすることが増えてきた。
たとえば、家具や建具を別の建築家向けに販売したり、
設計事務所にカフェを併設して街との接点を生んだり。
あるいは、土地と建物に自らお金を出し、
オーナーを兼ねて商業施設や集合住宅を設計することもある。
これらは、設計業を存続していくための経営上のサバイバルの方策でもあるが、
設計のクリエイティビティを外部から刺激する動力としても働くのではないか。
建築家たちの「もうひとつの仕事」を紹介する。

TOTO
通信

Toward a Creative Architectural Scene
Number 527
Spring 2021

対談	建築に対するもうひとつのアプローチ	
ケーススタディ1	小さなまちづくりを積み重ねる	「terrace H」
ケーススタディ2	建具を介して思想を届けていく	「戸戸」
ケーススタディ3	まちの拠点となるカフェ	「FUJIMI LOUNGE」
ケーススタディ4	つくり手の想いを届ける道具店	「こいずみ道具店」

『TOTO通信』は
インターネットでも
ご覧いただけます。
https://jp.toto.com/tototsushin

藤田雄介

Fujita Yusuke

特集
建築家の
もうひとつの
仕事

対談 建築に対するもうひとつのアプローチ

設計事務所は、
日常の業務だけでも十分に忙しい。
しかしそれでも、あえて
「もうひとつの仕事」をもっている
建築家が増えてきている。
それはなぜか、またどんな魅力があるのか。
「もうひとつの仕事」でも
活躍するふたりに話を聞いた。

司会／伏見 唯、贄川 雪（まとめ） 写真／川辺明伸

尚史 贄神

Houjin Hisashi

――まずは、おふたりの「もうひとつの仕事」を簡単に教えてください。

藤田　僕は「戸戸（ことと）」という小規模な建具屋をやっています。もともとは、「R不動産」を運営するスピークが始めた内装部品を販売するサービス「toolbox」に卸していましたが、4年前に自分のネットショップをつくりました。そこで、デザインした室内用の木製建具や把手を販売しています。設計を続けるなかで建具への関心が増し、その可能性をさらに追求するための試みです。

寶神　僕は建築家として独立してから、依頼が来ない限り仕事が始まらない請負の仕組みを、自分でものづくりを始められる仕組みに転換すべきだと強く感じたんです。設計という、最もやりたいことを続けるために導き出した答えが「企画をして、融資を受けて費用を確保し、設計後も所有して運用していくまでを自分でやる」という方法でした。それで現在は、いわば不動産ディベロッパー兼オーナーをやっています。

「もうひとつの仕事」が増えているのは時代背景のため？

――一般社会でも副業・兼業が推奨されるようになりつつありますが、建築業界においても、設計以外の分野でも活躍する人が増えているように思います。一概に何が要因だとはいえませんが、たとえば時代の変化が影響しているのでしょうか。

寶神　僕のケースが時代と呼応しているかはわかりません。しかし請負モデルの限界については、僕以外にも多くの方が感じていると思います。

一方、藤田さんの活躍は確実に時代の流れとリンクしていますよね。建築業界のかつての新築主義が寛容になり、リノベーションも建築家の仕事として評価されるようになった。toolboxの登場も、リノベーションが社会的にも地位を得て、住み手自身も建物を改造し、パーツに自らアクセスするようになったという背景がある。こうした時代のニーズに、藤田さんの建具や部品がマッチしたんだと思います。

また、建築を評価する際に、「かたち」だけでなく「プログラム」や「提案」といったソフト面にも注目が集まる時代になったことも大きなポイントだと思います。こうして「新築住宅や商業施設、公共建築の設計以外は建築家の仕事ではない」と、業界全体が暗黙のうちに狭くしていた建築家の職域が拡大したのではないでしょうか。

藤田　かつての「建築家のデビュー作＝新築住宅」という時代ではなく、僕らの時代は住宅のリノベーションがデビュー作になることが増えましたしね。だからこそ、同世代の多くの建築家には「新築をやりたい」という気持ちが大きい。寶神さんの手法は、みんな素直にうらやましいと感じているはずです。真似できるかは別ですが（笑）。

――「もうひとつの仕事をもっている」という観点から、おふたりが注目している建築家はいますか。

寶神　香川県の「仏生山温泉（ぶつしょうざんおんせん）」の岡昇平さんです。帰郷したタイミングにお父さんが温泉を掘り当て、その温泉施設を設計され、さらにそれを起点に周辺の街の魅力づくりも行っている。ときどき自らも番台をするなんて、とても理想的な働き方だと思います。「HAGISO」の宮崎晃吉さんも、設計事務所ながら街を豊かにするさまざまな事業をされていますね。藤岡龍介さんは、自らリノベーションした町屋を「奈良町宿 紀寺の家」という町宿にして運営されています。ただ宿にしたのではなく、奈良の町屋保存活動のモデルケースになっているのがすばらしい。また、富山県で山川智嗣さんが営む「BED AND CRAFT」もおもしろい。自宅を宿に改修して運営しながら、地域の職人の仕事に触れられる場所づくりをしている。

藤田　大室佑介さんもおもしろい活動をされています。三重県の自宅周辺の空き家となった工場を改装し「私立大室美術館」を運営し、アーティストの発表の場をつくっている。水野太史さんは、愛知県常滑市の実家「水野製陶園」を引き継ぎながら、焼き物の可能性を広げる活動をされています。能作淳平さんが運営する日替わりシェア商店「富士見台トンネル」は、子育て世帯の主婦が特技を発揮し、やりがいを得られるような場所を提供している。

　しかし、仕事が複数あることは何も現代的な現象ではありませんね。代表的な例では、ル・コルビュジエも雑誌の編集をしていたし、アルヴァ・アールトもデザインした家具や照明器具を販売するブランド「アルテック」をやっていた。吉田五十八も設計施工を自社で賄っていました。

寶神　大体の建築家は、設計業だけで自立してやっていけるし、みんな金銭のために副業・兼業をしているわけではない。かつては大学の先生くらいしか選択肢がなかったかもしれませんが、今やこれだけ多くの人がさまざまなことにチャレンジしている。それは、やはり設計にフィードバックがあるからだと思います。

「もうひとつの仕事」によって気づいたこと

——確かに、挙げられた建築家のみなさんも設計とリンクした活動をされていますね。おふたりは、実際に本業の設計に対するフィードバックや知見を得ましたか。

寶神　もちろんです。僕のこのやり方は、自分の設計にいろいろな影響を与えてくれるという点でも、とても楽しい。自分のものだからこそできるデザインの自由さがあると同時に、運用していけるようにつくらなければ自分の首を絞めることになるので、賃貸物件として耐えうる設計も意識しています。また、自分で所有するからこそメンテナンスを続け、コントロールしていけることもすごく学びになっています。建築家にとっての建物のピークが竣工時ではなく、ずっとかかわり続けられるなんて、本当にうれしいことです。引渡しを寂しく感じるのは、きっと僕だけではないはずです(笑)。

　ほかにも、自分で企画や借り入れ、設計から運用までをやっているからこそできることを社会に示していきたいという想いが強くなりました。じつは、当初は自費で建てたことを公表するかさえ迷っていたんです。でも今は、僕の方法をおもしろいといってくれる人も増えてきた。つくっているのは一個単位でも、点が連なって線になり、面になっていけば、街に寄与できるのではないかと思っています。

藤田　寶神さんの、自発的に都市をつくっていくような発想はとても衝撃的でした。建築家が請負で小さな建築物を積み上げていっても、どうしても限界があります。しかし、実際にある土地を意図的につなげていければ、本当に街になっていく可能性があります。

寶神　まさに僕も「この方法なら、個人の設計者がボトムアップでまちづくりをしていけるかもしれない」と気づいたとき、とても興奮したんです。小さな存在であれど、何年かに一回つくっていければ、建物ひとつの意匠にとどまらず、街の質を少しでもよくしていける。作品主義のアトリエ事務所(青木淳建築計画事務所)に在籍し、かたちばかり考えていた自分が街のあり方を考え出すなんて、何よりその変化が我な

多少強引にでも
状況をつくらないと
できないこともありますよね。
僕はずっと建物に
かかわり続けたかったから、
建物を所有することを
考えたんです。

Houjin Hisashi

がら可笑しかった(笑)。

でも設計者って、いつだって思わぬ出会いや広がりがあったときに、喜びを感じるものです。藤田さんも、自分の建具をたくさんの建築家や住み手が使っているなんて、とても興奮しますよね。あそこにもここにも、と自分の仕事が入り込むなんて素敵ですよ。僕の場合は、街へのコミットがそれにあたるんだと思います。

藤田　僕も同感です。建具や把手などは、最初は自分の設計案件で制作しただけだったので、どうしても一回きりで終わりになることがジレンマでした。それをもっと拡散させ、都市のマクロなものに広げていくには、マーケットをつくって流通させるしかない、と。

寶神さんが建築と長く付き合っていくのとは反対に、「戸戸」は納品すればその後に関与することはできません。それでもやはり、使ってもらえるとうれしい。使われ方もおもしろくて、自分の作品に溶け込ませる人もいるし、意外な使い方をする人もいる。タネを飛ばしたら、思わぬところで思わぬ色になった花が咲いているような感じです。全面的に設計をしなくても、小さいながら自分の建築的理念を込めた「もの」を介入させることで、利用者と間接的にコミュニケーションをしていると気づきました。

「マイクロ」からならば誰にでも始められる

――「もうひとつの仕事」を通して、寶神さんも藤田さんも「ボトムアップ」かつ「マイクロ」な範囲から社会を変えているという点が共通していますね。寶神さんが都市開発をやったり、藤田さんが大手建具メーカーと同様の生産・流通をしたりするのは、資本力をはじめさまざまな点で難しい。けれど、設計事務所なりの規模にうまく落とし込むことで、行政や大企業が担っていた世界に、建築家らしい方法でアプローチしていると感じます。

しかし「もうひとつの仕事」とはいえ、それなりの資金や環境・組織づくりが必要になります。寶神さんが請負に限界を感じたのも、不景気ゆえに求めているほどの仕事がないからですよね。それなのに「もうひとつの仕事」を始めているのは、一見潤沢な自己資金や好都合な環境があるからのように思えてしまいます。運営や資金に対する工夫をうかがいたいです。また、建築士法で管理建築士は専任であることが定められていますが、その点はどのようにクリアしていますか。

藤田　現在は、誰でもインターネット上で自分のお店を簡単に開設できるサービスがあります。「戸戸」も、ウェブサイトの立ち上げや注力したデザインには費用が必要でしたが、販売システムは既存のサービスから借りて組み込んでいます。だからあまりお金がかかっていない。建具は完全受注生産だし、パーツ類も小さくて在庫も多くはないので倉庫代も不要です。

組織や運営については、弊社はパートナーの伊藤が管理建築士なので兼業は問題ありません。また「戸戸」も今は分離せず、事務所のみんなで在庫管理や商品・請求書の発送をし、別のスタッフは雇っていません。今後事業が大きくなれば、本業への圧迫がないように増員が必要になるかもしれませんが、今のところは、現在の事務所でできる範囲です。ロスが

「メイン」に対する「サブ」の仕事というわけではなく、建具屋を兼ねることで結果的に自分の設計のキャラクターを強めています。

Fujita Yusuke

ほとんどなく、経済的にもマイクロに始められるので、ぜひみんなやったほうがいいと思います。

寶神　私の場合は、請負か自分が発注しているかの違いはあれど、どちらも設計なので運営はなんら変わりません。淡々とものづくりが続いている感じです。普段の請負の設計と業務が重なる際は、設計期間を調整しています。不動産を扱う場面でも、新たに資格取得をする必要もないし、賃貸に出している建物の管理もほとんどありません。必要なものはその都度業者に発注してしまえば手を煩わされることもなく、費用も大きくはかかりません。日々の業務はほぼなく、本業の専任性にも影響はありません。僕もみなさんやったほうがいいと思っています。

藤田　しかし、億単位のお金を借りて土地を買うのはやはり真似できる気がしません(笑)。

寶神　確かに、借金して土地を買うなんてハードルが高そうに見えますよね(笑)。

資金の工面についてはインタビュー（10ページ〜）でもお話ししましたが、僕は不動産事業の仕組みを使ってお金を借りています。金融機関にとって建物や土地にお金を貸すのは安定したビジネスとして確立しているし、賃貸業も同様です。そこに、設計が得意な僕が自分の強みを生かしてデザインするというのは、自然で説得力もある。それに金融機関も、その後の利回りや、もしものときの回収も考えてお金を貸しているので、査定が出た時点で身ぐるみを剝がされる危険はほとんどありません(笑)。

「日本政策金融公庫」を利用するのもひとつの手です。個人のチャレンジを応援し、融資してくれます。つまり「はじめの一歩」を踏み出すための支援は、誰に対しても開かれているんです。その後は、日々の仕事をしっかりやりながら続けていく。やりたいことや信念を貫くには、やはりそれに尽きます。

「もうひとつの仕事」とは何か

藤田　僕らの場合は設計ですが、どんな職種でも、自分が普段やっている本業とリンクしていることがやはり重要ですよね。「もうひとつの仕事」は、当然なんでもいいわけじゃない。僕の場合は、自分が今後設計をしていくなかで、建具や境界がテーマになると強く思っていました。それを深掘りするためにはこういうアプローチも必要だと思ったから「戸戸」を始めたんです。建築に対するもうひとつのアプローチが、僕の場合はこうした小規模な生産・流通＝「マイクロ・マーケット」だったんだと思います。

寶神　本業に対する別のアプローチが「マイクロな何か」なんですよね。僕も、そもそも大好きな設計をずっとしていたいし、設計した建物をずっと手元で見ていたかったから、こうした仕事＝「マイクロ・ディベロップメント」を始めた。こう表現すると、資本主義社会のなかの仕組み上、新たなシステムが立ち上がっているようにみえるし、実際そうではあるんですが、当人たちのもともとの意識としては「仕事をつくった」というより、「好きなことを深掘りした結果」という認識なんです。だから僕も、好きなことを深掘りすることから始めることを奨めたい。

誰にだって、どこであっても、できる事業が必ずあります。たとえば、都市にも地方にも、ここを変えれば街が少しよくなるんじゃないか、という場所や建物がたくさん転がっています。大企業からみれば小さなことかもしれませんが、マイクロという視点に立って自分が好きなことを始めさえすれば、どんなことでもできるし、そんな人が増えていけば、社会も変わると僕は信じています。

藤田雄介

ふじた・ゆうすけ／1981年兵庫県生まれ。2005年日本大学生産工学部建築工学科卒業。07年東京都市大学大学院工学研究科修了。08〜09年手塚建築研究所勤務。10年Camp Design inc.設立。おもな作品＝「花畑団地27号棟プロジェクト」(14)、「柱の間の家」(16)、「井桁の間」(16)、「AKO HAT」(19)。

寶神尚史

ほうじん・ひさし／1975年神奈川県生まれ。97年明治大学理工学部建築学科卒業。99年明治大学大学院理工学研究科建築学専攻修了。99〜2005年青木淳建築計画事務所勤務。05年日吉坂事務所設立。おもな作品＝「CAPTAINS' TOKYO」(11)、「house I」(12)、「GINZATTOYA」(15)、「KITAYON」(17)。

特集／建築家のもうひとつの仕事

ケーススタディ1

小さなまちづくりを積み重ねる

取材・文／杉前政樹　写真／川辺明伸

「施主あっての建築家、依頼あっての設計」。私たちはこの構図を疑ったことがあるだろうか。寳神尚史さんはオルタナティブな答えとして、リスクを負ってでも自らディベロッパー兼オーナーになるという新しいシステムを実践している。

201号室は民泊としても、建物全体の応接室としても使用できるように計画した。寳神さんが座っている家具は、状況に応じてベンチにもベッドにも使える。

動画をご覧いただけます。

Special Feature

Architects' Other Work

Case Study

1

← Houjin Hisashi

建築家

ディベロッパー

terrace H

寳神尚史

小田急線代々木上原駅から駒場方面へと延びていく上原仲通り商店街。昭和の頃から続くレトロな店舗が残る一方で、閉店した古い建物をリフォームした飲食店や雑貨店が混在し、駅から遠いことを逆手にとった個性的な店舗がじわじわと増えることで、往年の活気を取り戻しつつある。そこから一本横道に入った路地に「terrace H」は立っている。近隣にはワンルームマンションや木造アパートが多く、なつかしいにおいが残る一帯に、大きなガラス面とコンクリート打放しで構成された3階建て。ここが表参道や原宿であれば、ヘアサロンとかデザイン事務所がテナントではないか、と予想がつくのだが、この立地では、外見からは何が入っているビルなのか想像がまったくつかない。そのわかりにくさこそが、この建築の新しさを端的に表している。

「terrace H」の使い方

1階の101号室はテキスタイルをベースとした作家活動を行うアーティストが運営するアトリエギャラリーと自身の住居。102号室は設計者の寶神尚史さんの日吉坂事務所が借りているスペース。201号室は賃貸仕様の部屋になっているが、その一風変わった使い方は後に説明するとして、202号室は3階とメゾネットになった寶神さんの自宅である。こう説明すると、単なる建築家の自邸+事務所に、貸部屋をプラスしたビルのように思われるだろうが、両者のコンセプトは根本的に違う。その差を明らかにするため、まずは日吉坂事務所が2017年に設計した西荻窪の小さな複合施設「KITAYON」について説明しよう。カフェとショップにそれぞれの店主用の住居が併設されたこのビルは、寶神さん自身が土地と建物のオーナーであり、賃料から初期投資分の月々のローンを返済し、残りは事務所の収益の第二の柱となっているのである。

撮影／阿野太一

ディベロッパー業の最初の作品

KITAYON

西荻窪につくった小さな複合施設。敷地の奥まで路地を通し、その壁面をガラスにしたため奥にも視線が通り、思わず引き込まれる。

> 2割の自己資金を用意できて
> 立地を読み間違えなければ、
> 手堅く収益を生む物件をつくるのは
> そんなに難しいことではない

店舗併用住宅に魅力を感じて

なぜ、不動産を買うリスクを負ってまで設計するのであろうか、という疑問に対して、寶神さんは「2割の自己資金を用意できて、立地を読み間違えなければ、都内でも手堅く6%程度の収益を生む物件をつくるのは難しいことではない」と言う。建築コストを抑えれば、利回りをもっと上げることも可能だが、それが目的ではなく、あくまで「良質な建築をつくり続ける」ことが優先されている。ターゲットは、個人がオーナーの店舗と住まいを一体化した住職隣接のテナントである。

「建築家は長らく、自らの職能に勝手に縛

細長い2階の外部廊下。コンクリートにガラス、ステンレスの手すりという素材がシャープな印象を与えている。

↑正面立面。壁式だが、一見すると、ラーメン構造のようにも見える。

↓101号室。床のレベルを路地より下げ、室内を覗き込めるようにしている。

↓201号室。白とグレーのニュートラルな雰囲気に仕上げ、アーティストの展示にも使える空間に。

↑202号室の玄関。仕上げをレンガにして、ややプライベートな空間であることをさりげなく表現。

→202号室はメゾネット。2階部分には寝室、トイレ、浴室がおさめられている。

←大きな開口のおかげで、階段室もとても明るい空間になっている。銀色の壁紙が階下に光を落とす。

良質な建築物を近隣に
少しずつでも増やしていけば、
点が線になり、面になって
個人でも街を変えていける

りをかけて、仕事の範疇を狭めていたところがあったと思うのです。商店の設計は建築家がすべき仕事ではない、といったように。ところが私の師匠である青木淳がルイ・ヴィトンの店舗設計を手がけるようになった頃から、そういった縛りは徐々に解けてきて、リノベーションや、建物の用途を何にするかを決める段階からアイデアをひねり出す〈提案型〉の仕事も増え、建築家の職域が明らかに広がっています」と寶神さんは言う。青木淳建築計画事務所から05年に独立し、「銀座伊東屋」など、店舗内装を数多く手がけてきた寶神さんは、いわば商空間のエキスパート。また同時に住宅も手がけており、船橋にある海藻を扱う個人商店「TAMAMO」の増築仕事をきっかけに、店舗併用住宅におもしろさを感じるようになったという。これまで手がけた西荻窪や代々木上原のほかにも、千歳船橋や松陰神社前といった街は、個人で商売を続けている魅力的な店舗が多く、次の建物をつくる候補地として注目している。

「西荻窪ではあえて床面積を減らして建物内に路地を引き込んで、店舗から通りに向けてディスプレイできるガラス面を増やしました。こうした特徴的なビルを同じ町の近隣にいくつか建てられれば、点が線になり、路地が毛細血管のように広がったおもしろい街につながっていくと思うのです」

新しい職種の借り主を呼び込みながら堅実に運営するために

仮に同じ西荻窪の敷地でディベロッパーに設計依頼されたら、寶神さんもこんな大胆なプランは実現できなかったであろう。この代々木上原のプロジェクトも同様で、経済合理性でいえば、敷地いっぱいにデザイナーズ賃貸をなるべく戸数多く建てるのが常道であろう。だが1階部分を750㎜掘り下げて天井を高くとり、通りからわずかに見下ろす不思議な床レベルの小さなアトリエギャラリー付きの住居とした。さらに201号室はあえて賃貸はせずに、ビル全体の「応接」的な役割の自由空間とし、1階ギャラリーに出品する作家が展覧会前の追い込み制作で泊まり込んだり、オープニングでお茶菓子を出したり、年間の半分ぐらいは民泊として短期貸しできるようにも設計されている。つまり、設計者自身がオーナーであることで、デザインの質の向

3階。チークのフローリングなど、質感が豊かになり、家具との調和が図られている。

壁の色彩に加え、反射率も加味しながら、空間の光量をコントロールしている。

上という次元にとどまらず、借り主や使い方を丁寧に組み合わせることで、街に新しいポテンシャルを植え付けることに成功しているのである。さらに、現在は自身で使用している102号室と202号室さえも、将来的には人に貸すことを考えているという。

そこで気になるのは採算性。延床面積176㎡の建築費と118㎡の土地代や諸経費含め総事業費は約2億4000万円。約3割の頭金を入れたうえで、残りを35年ローンとし、月々の支払いが約50万円。それに対し、自己使用分にも家賃をしっかり支払いながら、家賃収入がローンを上回るよう気を配り、事業として黒字になるよう運営する。収益を5年ほど貯めたら次の物件の頭金にして、家賃収入益で資産を増やす仕組みだ。

すべては設計を続け建物とかかわり続けたいから

「建築家は傍目にははなやかな職業にみえるのかもしれませんが、受注がなければ収入は途絶えるわけで、テレビでよく密着取材されている青森県の大間のマグロ釣り漁船と基本的には同じ。不安定な職業ですよ」と寶神さんは笑う。大物を釣り上げれば安泰だが、〝坊主〟なら食べていけない。その不安感から、独立して6、7年後には、副業か何かをして収入を安定させなければと感じるようになったという。どうせなら、自分が最も得意とする建築設計を使って景気の浮沈を均そうと考えた結果が、建物のオーナーになるという選択だったわけだが、それだけが理由ではなく、やはり自分で設計した建物を長く手元に置きたいというシンプルな願望も強かったという。

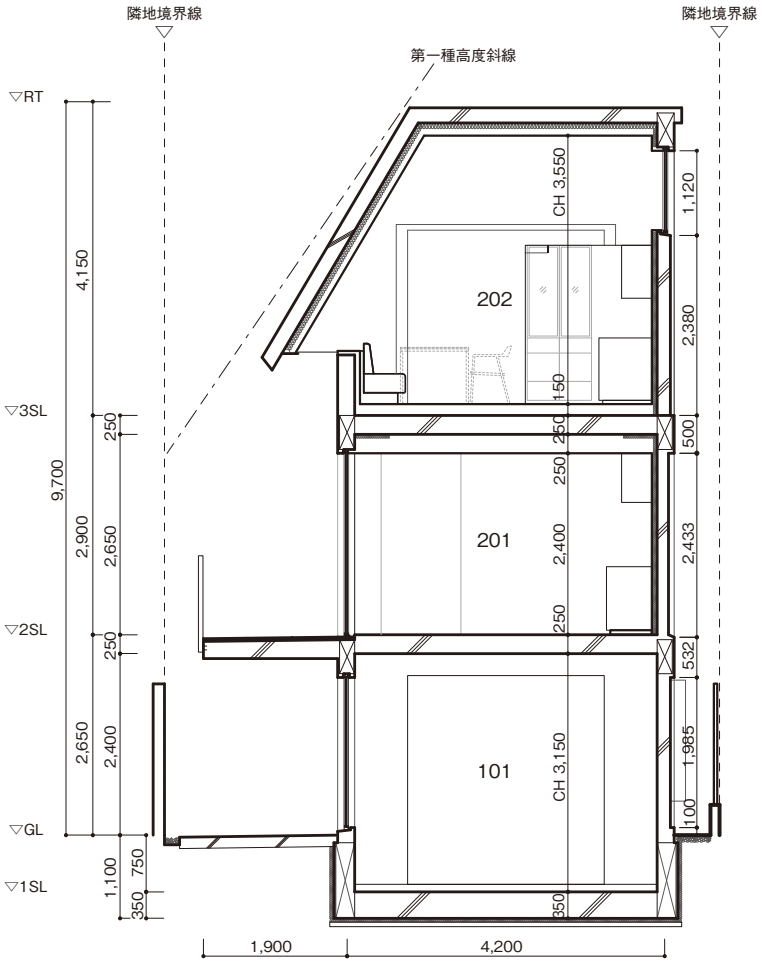
「イベントをしたり、コトを起こしたりすることで建築家が街に寄与するやり方もありますが、私の場合は結局のところモノづくりを徹底したいんですね。竣工してハイ終わりではなくて、ずっとその建物とかかわっていたい。そういえば青木さんは、京都市京セラ美術館のリニューアルを手がけるうちに関係がどんどん深くなって、ついに館長に就任されました。規模は小さいですけれど、私も師匠と似たようなことをしていますね」と寶神さん。

丸の内一帯のオフィスビルをもつ三菱地所や、港区に多数の不動産を所有する森ビルなどの巨大ディベロッパーは、数十年先を見据えて街並みのデザインに影響を与えることができる。一方で寶神さんの、小さな不動産物件を少しずつ所有していく「マイクロ・ディベロッパー」的な仕事も、街の個性を静かに変えていく可能性を感じる。

断面図

0 1 2m

1/100



→コンクリート洗い出しの仕上げは、ファサードのアクセントになっている。

←細長い敷地に路地を通し、建物の奥へと人を引き込むプランニングは、西荻窪「KITAYON」にも通じる。

奥まった立地に、今後新たな訪問客を呼び込んでくれるだろう。

「terrace H」

Houjin Hisashi

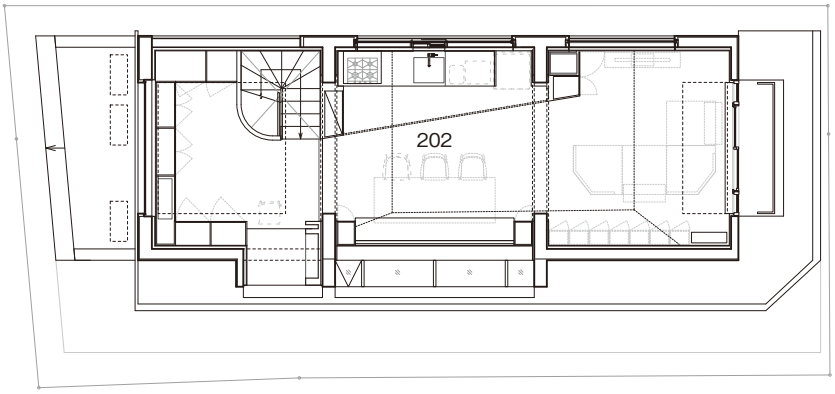
建築概要	
所在地	東京都渋谷区
主要用途	長屋、共同住宅
設計	日吉坂事務所
構造設計	坂田涼太郎構造設計事務所
構造	RC造
施工	サンユー建設株式会社
階数	地上3階
敷地面積	118.49㎡
建築面積	76.98㎡
延床面積	176.63㎡
設計期間	2018年12月～2019年9月
工事期間	2019年10月～2020年9月
おもな外部仕上げ	
屋根	コンクリート打放し 撥水材
壁	コンクリート打放し 撥水材、 コンクリート洗い出し+撥水材、 レンガタイル貼り
開口部	ステンレスサッシ、アルミサッシ
おもな内部仕上げ	
1階 101	
床	コンクリート打放し、フローリング、 Pタイル
壁	コンクリート打放し AEP塗装
天井	コンクリート打放し AEP塗装
1階 102	
床	タイルカーペット、Pタイル
壁	コンクリート打放し AEP塗装
天井	コンクリート打放し
2階 201	
床	コンクリート打放し、フローリング
壁	コンクリート打放し AEP塗装
天井	コンクリート打放し AEP塗装
2階 202	
床	カーペット
壁	クロス、木張り
天井	クロス
3階 202	
床	カーペット、フローリング
壁	コンクリート打放し、クロス
天井	クロス

平面図

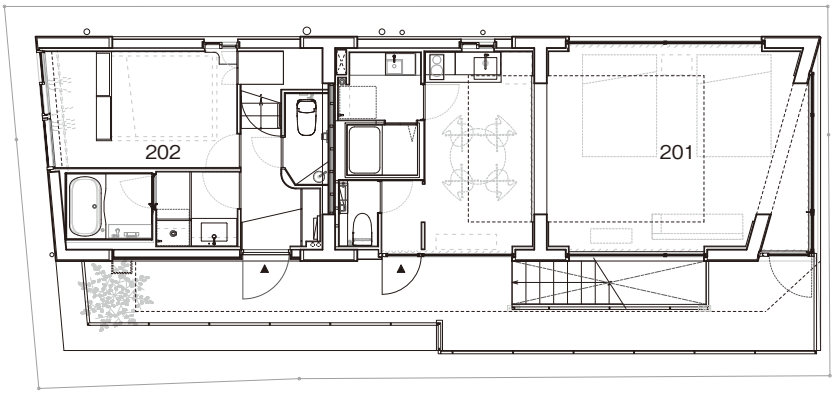
N

0 1 2m

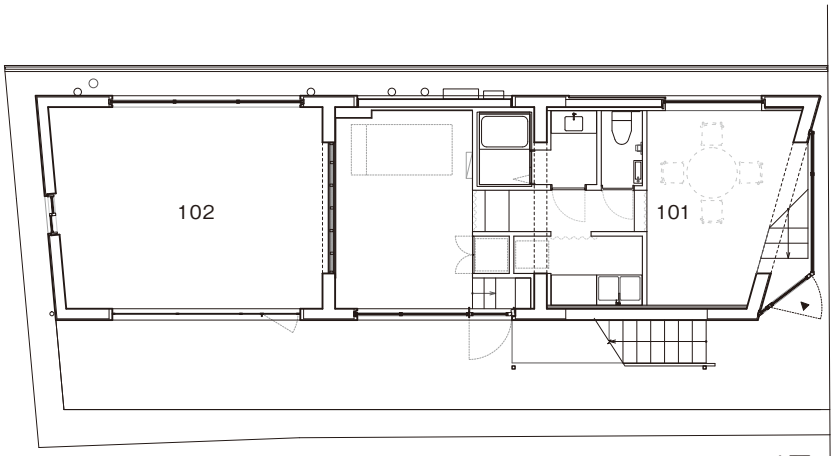
1/150



3F

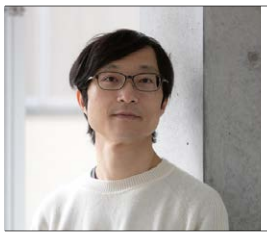


2F



1F

Houjin Hisashi



寶神尚史

ほうじん・ひさし／1975年神奈川県生まれ。97年明治大学理工学部建築学科卒業。99年明治大学大学院理工学研究科建築学専攻修了。99～2005年青木淳建築計画事務所勤務。05年日吉坂事務所設立。おもな作品＝「CAPTAINS' TOKYO」(11)、「house I」(12)、「GINZA ITOYA」(15)、「KITAYON」(17)。

特集／建築家のもうひとつの仕事

ケーススタディ2

建具を介して思想を届けていく

取材・文／植林麻衣　写真／桑田瑞穂

藤田雄介さんの設計は、いつもオリジナルの建具が効いている。そんな印象をもっている人は、きっと多いだろう。その建具や部品が、自身の設計案件からさらに飛び立ち、あちらこちらの物件で採用されている。仕掛けた当人は、この不思議な現象をどのように感じているのだろうか。

Special Feature
Architects' Other Work

Case Study
2

建築家

建具屋

戸戸

藤田雄介

← Fujita Yusuke

→販売しているドアノブなどのストック棚。かさばらないので事務所の一角で管理。
←一つひとつ、プロダクトのこまやかなこだわりを説明する藤田さん。

建具を通じて、見知らぬ人に僕の考えが伝わっていくのがおもしろくて――と、設計事務所Camp Design inc.を共同主宰する藤田雄介さんは、建具専門のネットストア「戸戸」を立ち上げた理由を語る。〝それぞれの家（戸）にそれぞれの戸をデザインする〟ことを掲げて2017年に設立して以来、室内用木製建具300本と把手1万個以上を販売してきた。

「戸戸」を代表するプロダクトが、繊細なつくりの「木製ガラス引戸」だ。框に布張りをして、障子のやわらかな透光性と襖の軽やかさを併せもつ「布框戸」や「布屏風」は、衣替えをするように好みのテキスタイルを住まい手が張り替えられるのが魅力だ。

把手には、持ち手から軸まで無垢材で仕上げた「木のドアノブ」「木のつまみ」が。「陶器のつまみ」は、あえて不均質な表情が出るよう釉薬のかけ方にもこだわった逸品だ。把手は小さいながらも空間のアクセントになり、かつアクセサリー感覚で選べるため、住まい手からのオーダーも多く、月平均にして約100個が売れている。毎日手で触れ、自分で選んだものなら愛着がわくのもひとしお。まさに「我がこと」として、「戸戸」は家とそのつくり手、そして住まい手をつないでいる。

建具を介し殻を破って一歩前に

設計事務所と建具のネットショップという風変わりな取り合わせだが、藤田さんは設計の仕事と向き合ううちに、おのずと至った道だと語る。Camp Design inc.で手がける仕事は住宅が中心で、なかでも間取りの自由度や面積上の制約を受けるマンション・リノベーションが多い。このような条件下で効果的なエレメントとなるのが、部屋を仕切り、つなぎ、時には窓となり壁ともなる室内建具だ。今や看板商品たる「木製ガラス引戸」もリノベーション設計の仕事で誕生したもので、寸法設計には試行錯誤を重ねた。框（枠）の寸法が45㎜角で統一されていて、一般的な木製建具と比べると、アルミサッシに近いシャープなプロポーションになっている。その結果、実寸よりも繊細な印象が生まれ、内と外のつながりを妨げない。「布框戸」も、こうした設計中のトライアルから生まれた一品である。

こうして建具への興味が募るなか転機となったのが、一般ユーザー向けに建材・設備類を販売する「toolbox」からの、商品化の誘いだった。藤田さんは、ふたつ返事でこれを引き受ける。「自分がデザインした空間に合わせてつくった建具が、僕の手を離れて不特定多数の設計者に使われる。殻を破って前に進める予感がしたのです」。

実際に「木製ガラス引戸」と「布框戸」の販売が始まり、使用例を目にして藤田さんは大いに刺激を受ける。同じ建具でも、こうも違って見えるのか。こんな使い方もあったのか。流通ラインにのることで、個人で使っていたときには見えなかった建具の特性が照射される。

もっとこの可能性を広げたい。より実験的な試みをしてみたい。販売ロットに関係なく、新しいプロダクトを思うがままにつくってみたい。金銭的なリスクを招く可能性があるのなら、自分で責任のとれる範囲でやってみよう――こうした想いで、「戸戸」は誕生した。

どのつまみ・把手も、手になじむようデザインされている。シンプルさのなかに藤田さんらしさが漂う。

流通ラインにのることで
新たな建具の可能性を知った。
この可能性を広げるために
自分でできる範囲で始めてみた

元手をかけず設計業と無理なく両立

「戸戸」の立ち上げにあたり藤田さんが定めた方針は、元手をかけないということ。実店舗は置かず、販売も宣伝もネットストアに絞る。建具は受注生産になり制作先の建具業者から直接納品するため、ストックヤードも必要ない。小さな把手類は、ワンルームの事務所内でも在庫管理ができるというのが、その理由だ。

その分、ウェブサイトの制作には注力した。建築の専門家はもとより一般ユーザーにも訴求できるよう、イラストレーターに好奇心をくすぐるイメージカットを依頼し、かつプロダクトの背景にあるストーリーを前面に打ち出すつくりとした。

ホームページからの問い合わせは、スタッフと手分けをしてこなし、把手に関しては梱包・発送も藤田さん含め、事務所内の4名で行う。建具の制作については建具業者とはもはや阿吽の呼吸で、手を煩わされることもなく、「設計業務を圧迫することなく、ほどよく両立しています」と、藤田さ

建具類は完全受注生産のため、事務所には最低限のサンプルが置かれている。左の布屏風は対談（4、5ページ）で用いたもの。

建築家

建具屋

Special Feature
Architects' Other Work

Case Study
2

手芸家の横尾香央留さんと共同制作した布のつまみカバー（非売品）。ほかの作家とコラボレーションができるのも「戸戸」の醍醐味だという。

陶器のつまみ。指にフィットするように寸法が設計されている。収納扉や引き出しの把手、専用金物を追加すれば小物をかけるフックにもなる。

「戸戸」の建具や小物は、
ほかの建築家のデザインを邪魔することなく
空間の重要なアクセントになっている

「戸戸」のプロダクト採用事例

碑文谷の家

設計	ブルースタジオ
採用製品	木製ガラス引戸
使用箇所	リビングと個室仕切り

手前はクリアガラス、奥は型板ガラスの引き戸を採用。写真はstudio nikoが第二期工事を行った後の様子。この際、建具の木枠を染色してカスタムした。

撮影／鈴木陽一郎

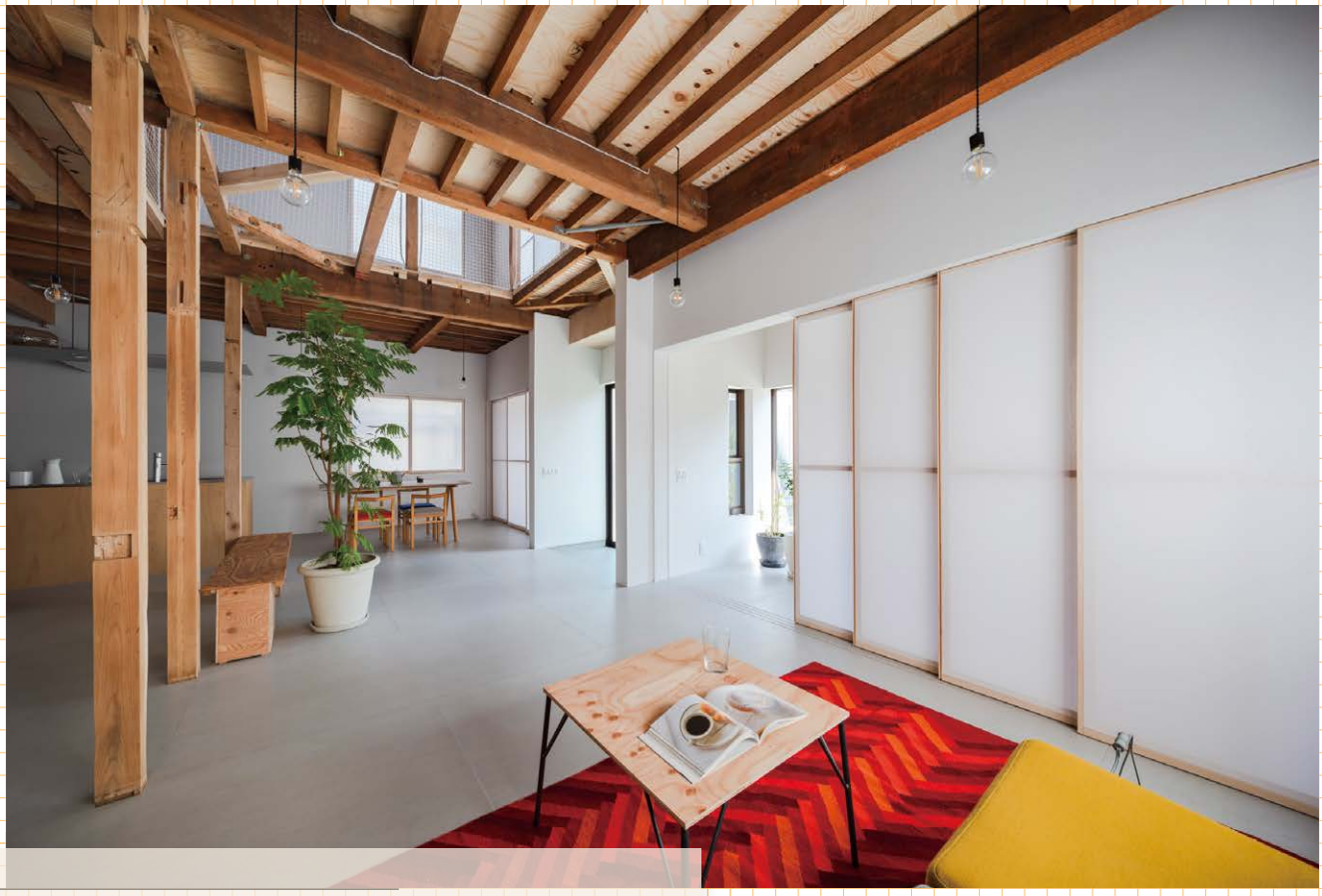
curtain

木枠の引き戸が白い壁に映える。透けるカーテンともあいまって、やさしく軽やかな印象の美容院のエントランスになっている。

設計	+tic
採用製品	木製ガラス引戸
使用箇所	エントランス建具

Special Feature
Architects' Other Work

Case Study
2

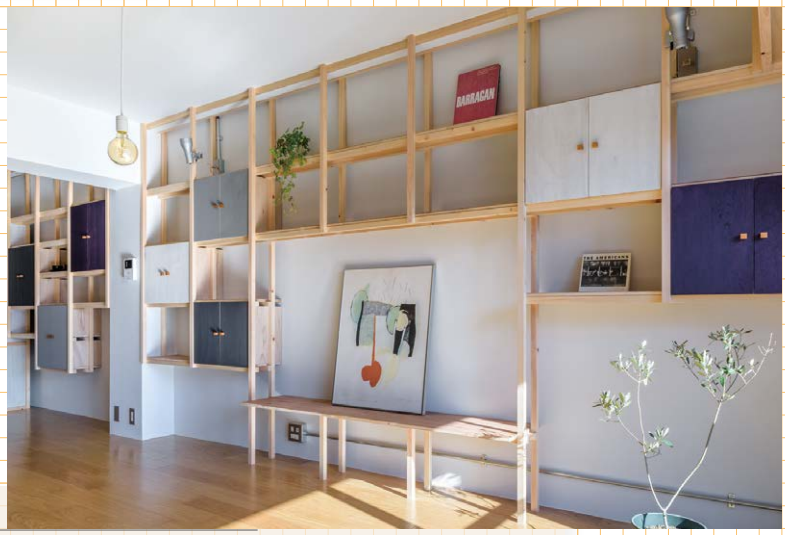


撮影／高橋菜生

鷺宮の家

設計	ノウサクジュンペイアーキテクツ
採用製品	布框戸（特注版）
使用箇所	リビングと個室仕切り

障子のように、視線をさえぎりながら光をやさしく通す布框戸。開け放つと、内外の境界線が一瞬で変化し、空間の印象を変えることができる。



撮影／猿山知洋

KUO

設計	駒田建築設計事務所
採用製品	木のつまみ（ミニ角 チェリー）
使用箇所	造作棚扉用把手

収納を後から付け足していけるように設計された造作棚。扉の把手として、「戸戸」の木のつまみが使われている。

ん。新しいプロダクトの開発も定期的なノルマとして自らに課しているわけではなく、設計の最中にふと思いついたアイデアを広げるようなスタンスで行う。

売り上げは、毎月の事務所の家賃が賄えるほど。「試作費や材料費・制作費を引いた純利益は売り上げの50％くらいでしょうか。ただ設計の仕事って浮き沈みがあるので、固定収入があるのは有難いですね。本当はもっと数が出るとうれしいけれども、営業に力を入れていないので……」。

こう笑う藤田さんだが、売りたい、という言葉には、より多くの人に使ってみてほしいという意が込められている。「やはりほかの設計者が使うことで発見を得て、自分の設計にフィードバックし、建築の幅を広げたいという想いがあるんです」。

「戸戸」のプロダクトはいずれもシンプルを極めたデザインだ。とはいえ、そのシンプルさにも藤田雄介という建築家の色は宿っている。本来ならそうした他人の色を自作に入れたくないのが設計者の性（さが）というもの。このジレンマは、第三者にはどうとらえられているのだろう？

これまでに幾度か「戸戸」の建具を採用した建築家の笹本直裕さん（studio niko）は、「予算や時間に余裕があれば建具はオリジナルで設計するが、必ずしもそうではないときもある」と前置きをしたうえで、こう続ける。

「〝戸戸〟の建具はデザイン性とコストのバランスがいいんですね。大手メーカーの量産品に比べればやや高いけれど、造作と考えれば安価。藤田さんの個性は確かに感じますが、そこまで強く主張するものでもないですし、框の色やガラスの種類などアレンジも効く。何より耐久試験もしたうえで、あの繊細なデザインが担保されているのが安心です。個人ではなかなかそこまで踏み込めませんから」

建築とプロダクトを横断する旅路

こう評される建具に始まり一連のプロダクトを支えるのが、老舗の建具業者や作家の存在だ。近作の「木のレバーハンドル」は、無垢の木だけでは構造的にもたないところ、鉄の加工やCNCルーターのデータ作成もこなせる木工作家の中西達夫さんがいてこそ実現した。ほか、陶器制作のユニット「3RD CERAMICS」、木からプラスチックまでさまざまな素材を扱う木工作家・西本良太さん、テキスタイルデザイナーの近藤正嗣さんなど、他分野とのコラボレーションから唯一無二のプロダクトが生まれる。現在は、新進気鋭の漆作家と藍染作家と、新しいつまみを開発中だとか。

こうしたプロダクト・デザインや流通へのかかわりは、建築家の仕事にとってどのような意味をもつのだろう。

「バウハウスなどモダニズム黎明期の建築家は、家具や照明・金物なども建築と一体のものとしてデザインしていましたよね。全体と部分を一体にする試みが、現代においても可能なのか、挑戦してみたいんです」

こう語る藤田さんにとってひときわ強い印象を与えた建築家が、北欧近代建築を代表するひとり、スウェーデンのシーグルド・レヴェレンツだ。

「設計業にとどまらず、金物の会社を創業した人で、窓やガラス断面のディテールで特許も取得し、同輩の建築家たちのあいだで使われていたそうです。そのレヴェレンツが晩年に手がけた〝聖ペトリ教会〟の窓のディテールが凄い。レンガの外壁にガラスをクリップとシーリングで留めるという、常識から飛躍した納まりなんです。それは建築とプロダクトを横断し、生産・流通という世界に身を置いたからこそ、行き着いた境地なのかもしれないですね」

「戸戸」が発信する建具1枚1枚、把手一個一個の積み上げも、そんな場所へ導いてくれる旅路となるにちがいない。

「戸戸」のプロダクトに伝統技法の漆や藍染をミックスする新しいシリーズもスタート。まるで工芸品のような仕上がりのつまみ。

木のレバーハンドルは、内部に鉄製の軸を組み込むことで強度を補う。そのおかげで、全体をさまざまな樹種の無垢材で仕上げられる。

本業を圧迫しないよう
プロダクト開発はノルマにしない。
あくまで、設計を通して得たアイデアを
かたちにしていく

ウェブで、つまみや把手ひとつからでも購入できる。URLは下記。

「戸戸」

会社概要	
創業	2017年5月
販売業者	Camp Design inc.
運営責任者	藤田雄介
所在地	〒153-0041
	東京都目黒区駒場3-11-11-301
電話	03-6416-8211
メール	info@koto.tools
販売URL	http://www.koto.tools
取扱商品	室内用建具、建具用ドアノブ・レバーハンドル、建具・家具用つまみ、特注建具製作など

Fujita Yusuke

Fujita Yusuke

藤田雄介

ふじた・ゆうすけ／1981年兵庫県生まれ。2005年日本大学生産工学部建築工学科卒業。07年東京都市大学大学院工学研究科修了。08〜09年手塚建築研究所勤務。10年Camp Design inc.設立。おもな作品=「花畑団地27号棟プロジェクト」(14)、「柱の間の家」(16)、「井桁の間」(16)、「AKO HAT」(19)。

木製ガラス引戸 断面図

0 5 10cm

1/10

木枠には45×45㎜角の木材を採用することで、一般の木製建具よりもシャープな印象に。接合部の頑丈な仕口が、繊細なデザインを支えている。

特集／建築家のもうひとつの仕事

ケーススタディ3

まちの拠点となるカフェ

取材・文／植林麻衣　写真／傍島利浩

「設計事務所の一部をカフェとして地域に開く」。一聞しただけでは、簡単だと誤解されたり、安易にうらやましいと思われたりするかもしれない。菅原大輔さんに、なぜこの事業を始めたのかをうかがったところ、想像以上に大きなヴィジョンを見据えてのことだとわかった。

もともとは、築45年の酒屋。大通りに面する1階のファサードをガラス張りにリノベーションし、開放的な空間に。

Special Feature

Architects' Other Work

Case Study

3

建築家

カフェ店長

FUJIMI LOUNGE

菅原大輔

SUGAWARADAISUKE建築事務所代表取締役、一級建築士、山梨県・港区・渋谷区景観アドバイザー、調布市まちづくりプロデューサー、FUJIMILOUNGE店長――これが菅原大輔さんの肩書きだ。古刹・深大寺に代表される歴史と豊かな自然、そして航空宇宙センターをはじめとする研究所が集まり新旧の魅力をたたえたまち・東京都調布市。「FUJIMILOUNGE」は市北部の富士見町の、武蔵境通りのバス停近くに佇む小さなカフェである。

ガラス張りのファサード越しにはアートブックがずらりと並び、店内では市内で焙煎した「手押しエスプレッソ」や自家製フロランタンほか、選りすぐりのメニューを味わえる。さらに建築・まちづくり関連のみならず、料理や親子向けイベントなど多彩な催しも行われ、2019年5月の開店以来、「まちのリビング」として地元の人々に愛されている。

建物の地階および2、3階は菅原さんの事務所。「ただ、カフェと事務所を明確に分けているつもりはなく、事務所をまちに開放している感覚なんです」と菅原さん。アートブックは事務所の蔵書で、カフェは仕事上の応接場を兼ねることも。一方、模型製作の機材を置く地階は、「まちの工作室」としてワークショップを催したり、レンタルスペースとしても開放したりしていて、設計事務所とまちが闊達に行き来しているような印象だ。

路面側の幅広さに対し、実は奥行きは非常に狭く細長い形状。バス停のすぐそば、かつ自転車道に面していてアクセスがよい。

カフェを独立させて
新しくつくったのではなく
事務所のライブラリー兼応接スペースを
まちに開放したような感覚

建築家の職能を拡張する

これまでは都内中心部のマンションに事務所を構えていた菅原さんだったが、このエリアの近隣に自邸を建てたことを機に、職住近接にシフト。働き方だけでなく事務所のあり方や仕事の方向性を鑑みた末、事務所とカフェ、両方の運営にのり出した。もちろんカフェの経営は未経験。しかしまちに向かってより広く深い発信をしたいと、路面の1階を地域のサロンのような居場所にすることを考えた。

建物は築45年の元・酒屋で、正面幅15m×奥行き2mという南北に長い形状。菅原さんが手を入れる前はほぼスケルトンの状態で、コストを抑えるためにリノベーションは1階のカフェ部分に注力した。一体化した本棚やカウンターは9m余にわたり建物を横断し、実際の寸法以上の広さを体感できる。

また約30㎡という限りあるスペースにおいても、訪れる人たちに自由に過ごしてもらえればと、流動的な動きに対応できる家具レイアウトを心がけた。食事やアルコールを堪能したり、腰を据えて読書にふけったり、ワークスペース代わりに使ったり、あるいはコーヒーだけ飲んで立ち去るなど、過ごし方を規定しない。

建物の細長さを強調するように、波状の板を造作して本棚とデスクにしている。奥の階段の袖壁は鏡張りで、空間が延びているような錯覚を起こさせる。

建築家

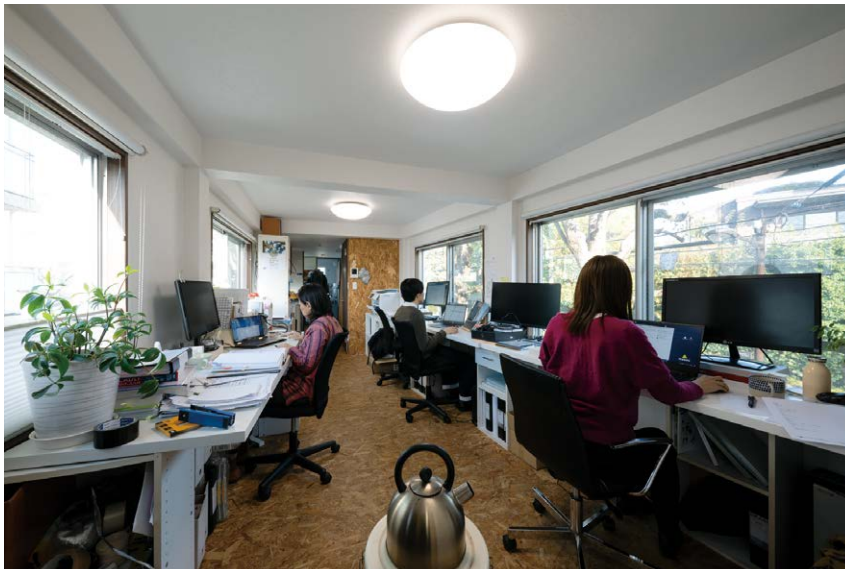
カフェ店長

Special Feature
Architects'
Other
Work

Case Study
3

3階は菅原さんの仕事部屋。天井のアールが特徴的。

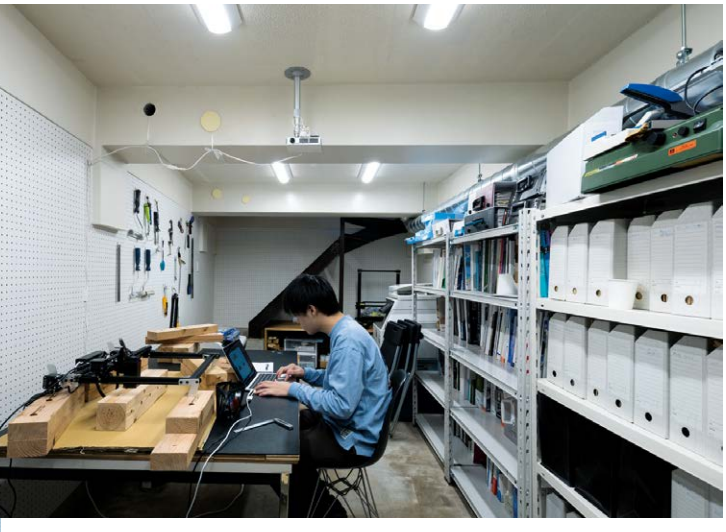
2階の設計事務所。細長い建物の形状がよくわかる。両サイドから光が差し込み、室内はとても明るい。



→階段側からカウンターを見る。提供しているコーヒーやアルコールは、菅原さんが地域活性化の仕事でかかわった地域のものから選んだ。

依頼された仕事では
地域拠点の創造に取り組んできた。
自分自身でも実践することで
より広く深い知見を得たい

地階につながる階段は既存のものをそのまま使用。改修する箇所はメリハリをつけ、全体を低コストで実現した。



レーザーカッターや3Dプリンターなど模型製作用の機械が並ぶ、地階の工作室。ワークショップの開催や、個人レンタルも可能。まさに「まちの工作室」。

開放的で入りやすい。客層は年齢・職業ともに幅広い。カフェの利用にとどまらず、まちづくりの相談や設計の仕事に結びつく出会いが生まれることもしばしば。

カフェの立ち上げに際しては菅原さん自ら、コーヒーの焙煎具合に始まり、地元にまつわるストーリー性のあるメニューの選定や、原価計算に至るまでを決定した。実際に店に立つのは食品衛生責任者である母親と、近隣で募ったパートさんたち。週5日の営業を6人のスタッフで切り盛りする。

開店以来、コーヒーやフードはもちろんアートブックも評判を呼んだが、それでもカフェの経営状態は「月によって赤字が出たり出なかったり……総じていえば血を流している状態でしょうか」と苦笑い。飲食店が利益を出すには、席数を増やし回転率を上げるのが大前提。加えて人件費もコスト管理上、大きな割合を占める。

「道楽でやっているわけではありませんが、あまりシビアにも考えていなくて。というのも、自分のなかでは設計事務所の運営がメインでカフェが副業、という位置付けではないんですね。設計以外の業務に携わることで、建築家としての職能を拡張している感覚なんです」

こう菅原さんが語るように「FUJIMI LOUNGE」はカフェだけではなく、もうひとつの顔をもっている。それは自身が取り組むマイクロ・パブリック（小さな公共）・ネットワークの実証実験の場としてである。

カフェ×交通拠点で設計の実証実験を

菅原さんが注力するのが、建築とモビリティを掛け合わせた地域拠点の設計だ。たとえば「山中湖村平野交差点バス待合所・観光案内所」（18）や秋田県五城目町の老舗酒蔵が運営する「下タ町（したまち）醸し室 HIKOBE」（18）など、建物と交通拠点を兼ねることで、地域のネットワークを展開する試みを行ってきた。しかし東京から離れた場所ではさまざまな取り組みを手がけてきたものの、「自分自身では実践できていないことに、はたと気づいたのです」。

「FUJIMI LOUNGE」は最寄り駅から徒歩約20分、カフェという業態を考えれば、収益は駅近のほうが期待できるはず。にもかかわらずこの立地を選んだのには理由がある。それはバス停だ。「駅近だから儲

力を入れている地域拠点の設計

提供／菅原大輔

山中湖村平野交差点バス待合所・観光案内所

かつての地域の中心地に、回遊性を向上させるための拠点を設計した。

撮影／コンドウダイスケ（AKITEDGE）

下タ町醸し室 HIKOBE

酒の販売・試飲だけでなく、地域文化の展示や発信の場としても開かれている。

Special Feature
Architects' Other Work

建築家 × カフェ店長

Case Study
3

かるというのは、歩行圏に限った話ですよね。超高齢化社会を見据えれば、郊外ではバスが重要な足となるでしょう。もうひとつ鍵となるのが自転車です」

富士見町は東京を東西に走る中央線と京王線、2本の鉄道路線に挟まれたエリアだ。この路線間はバス道で結ばれているが、さらに自転車のような機動性の高い交通手段が加われば、行動範囲はより広がる。小規模だが面的な交通ネットワークが複数生まれることで、隣接する地域がつながってゆく。それは眠っていた小商いのインセンティブとなり、郊外は新たなマーケットとなりえるだろう——これが菅原さんの構想だ。

実際にカフェを始めてから調布市が活動に興味をもち、シェアサイクルの業者とも縁ができてステーションをカフェのそばに設置することに。これでバスとシェアサイクルという交通拠点を兼ねた地域のプラットフォームが完成した。

路面のカフェは菅原さんの想定以上のポテンシャルを発揮し、他分野とのコラボレーションやイベントも増え、日々、マイクロ・パブリック・ネットワークの知見を広げている。事務所で地域拠点を設計する際も、自らの経験に基づきオーナーに寄り添う提案ができるようになったのも大きな糧だ。また、店舗の設計相談を受ける機会も増えたとのこと。「ローコストでもこれだけのことができるなど、実際の空間を見てもらいながら話ができるので、説得力があるのでしょうね」。

スタッフの学びの場たりえることも、思いがけない収穫だった。カフェの立ち上げ後、イベントが多くなったがあえて菅原さんは前面に出ず、スタッフに司会を任せることも。「地域の仕掛けは自分の言葉で語れることが大事。机上では得られない経験をこうした機会に学んでもらえれば」

社会の変化に応じて建築をアップデートする

今後の展望としては、「カフェ経営に関する流血は止めたいですね、せめてかさぶたくらいに……(笑)」とのことだが、総じて事務所経営を振り返れば、プラスになっている。カフェという場所ならではの発信力、従来縁がなかった業種との交流、そして自らの学び——。設計業務の拡大においても、深めた知見を実務にフィードバックするうえでも、得るものは大きい。

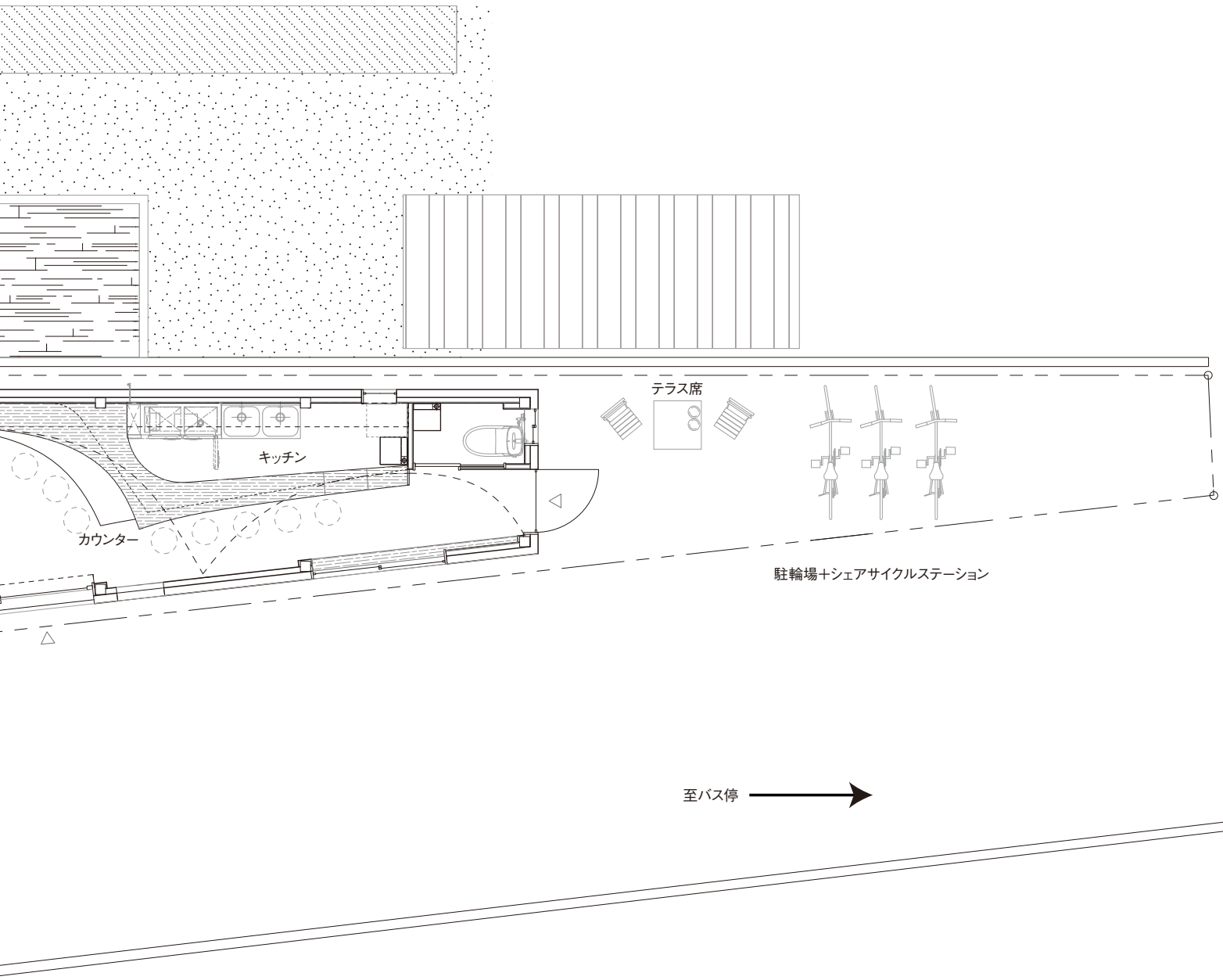
社会に根ざした建築をつくりたいというのが、菅原さんの一貫した姿勢だ。「今やデジタルという名の資本主義が台頭し、感染症対策でコミュニケーションのあり方も節目を迎えています。建築も専門領域のなかに閉じこもらず、アップデートしていかなければ」。だからこそ「まち」というローカルな場所に根ざしながら、新たな可能性を見出したい。

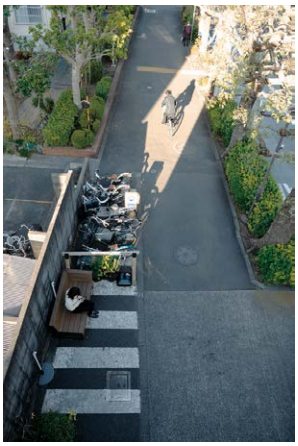
「まちがもつ物語と風景を継承しながら、その場所の魅力を高めるような仕事がしたいんです。建築のほかにプロダクトや6次産業のブランディングも手がけていますが、〝うちの村でつくったものが世界的な賞を受賞した〟なんて、素敵ですよね。ローカルだけれどもグローバルに訴えかける価値観を、さまざまな地域でつくっていければと思います」

平面図

0　0.5　1m

1/75





→カフェの外には、木製ベンチとシェアサイクルのステーションを併設。

←バス停は目と鼻の先。さりげなく置かれたベンチはバス待ちや休憩にも使用されている。

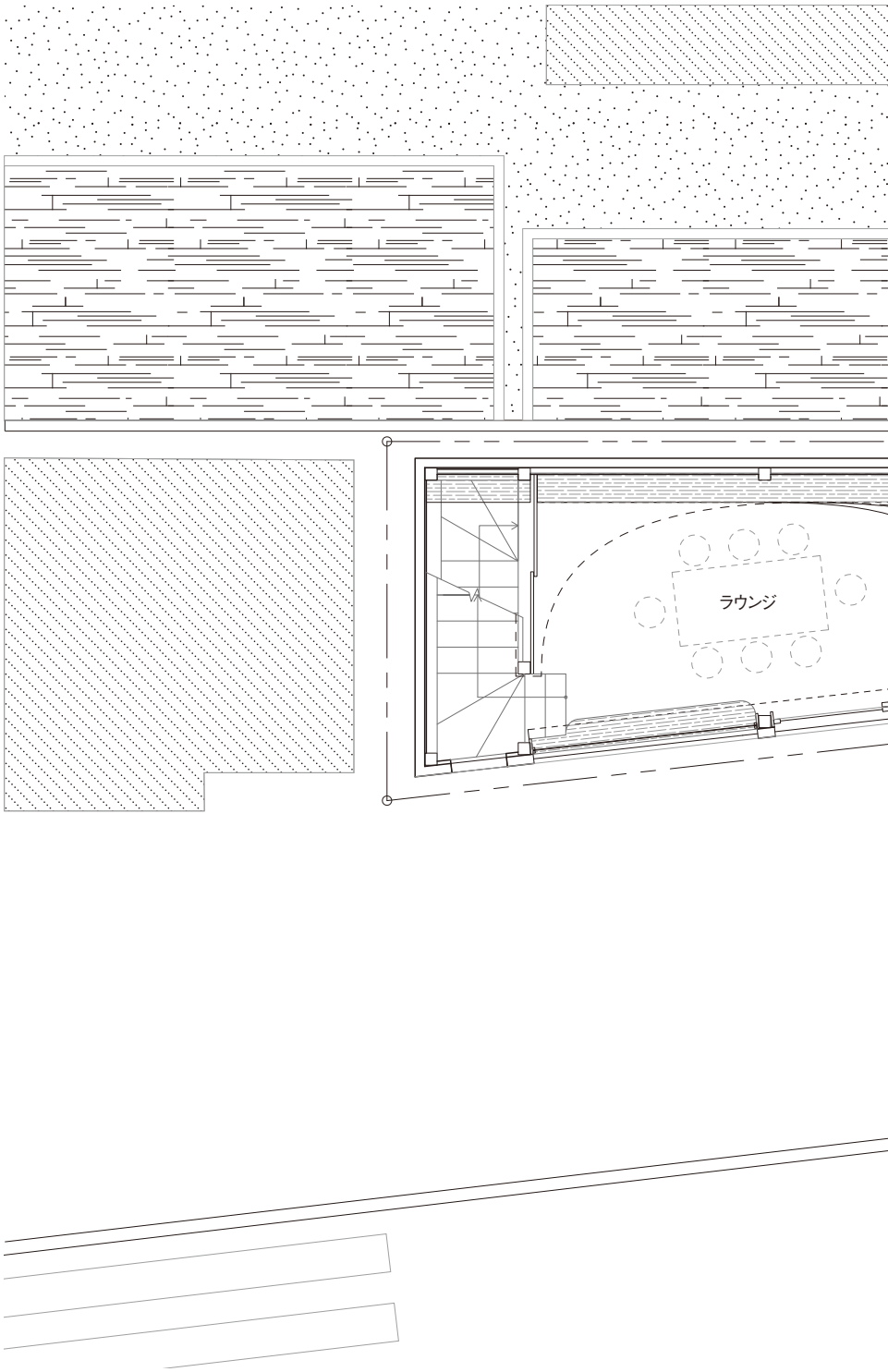
営業については以下を参照。
https://fujimi-lounge.tumblr.com

「FUJIMI LOUNGE」

建築概要	
所在地	東京都調布市
主要用途	地域カフェ、交通拠点、事務所、住宅
設計	SUGAWARADAISUKE建築事務所
構造	鉄骨造
施工	原建設（1階、地階）、
	藤井工務店（2階、3階）
階数	4階（地上3階／地階）
敷地面積	64.22㎡
建築面積	31.27㎡
延床面積	110.61㎡
設計期間	2018年5月〜2019年3月
工事期間	2019年3月〜2019年5月

おもな外部仕上げ	
屋根	シート防水　※既存
壁	ALC版　吹付けタイル　※既存
開口部	アルミサッシ　※既存

おもな内部仕上げ	
地階　工作室	
床	モルタル仕上げ　※既存
壁	一部：有孔板
	一部：RCに吹付けタイル　※既存
天井	RC吹付けタイル　※既存
1階　カフェ	
床	既存床タイル剝がしのうえ、保護塗料
壁	左官仕上げ
天井	一部：集成材、保護塗料仕上げ
	一部：既存ALC天井に塗装仕上げ
2階　事務所	
床	OSB板に保護塗料仕上げ
壁	一部：OSB板に保護塗料仕上げ
	一部：壁紙　※既存
天井	壁紙　※既存
3階　個室	
床	タイルカーペット　※既存
壁	一部：ラワン合板に保護塗料仕上げ
	一部：PBの上にAEP全艶塗装
天井	PBの上にAEP全艶塗装



Sugawara Daisuke

菅原大輔

すがわら・だいすけ／1977年東京都生まれ。2000年日本大学理工学部建築学科卒業。03年早稲田大学大学院理工学研究科修士課程修了。04年C+A tokyo／シーラカンスアンド・アソシエイツ勤務などを経て、07年SUGAWARADAISUKE設立（現・SUGAWARADAISUKE建築事務所）。おもな作品=「下タ町醸し室 HIKOBE」（18）、「山中湖村平野交差点バス待合所・観光案内所」（18）、「砂町の光帯」（18）、「錦町ブンカイサン」（18）。

Koizumi Makoto

特集／建築家のもうひとつの仕事

ケーススタディ4

つくり手の想いを届ける道具店

取材・文／市川幹朗　写真／藤塚光政

小泉誠さんが、デザイン業とともに18年近く続けている「こいずみ道具店」。美しい生活道具がずらりと並ぶが、それらはただ「自分がデザインした」商品というわけではない。その一つひとつに、デザイナーとしての覚悟が宿っている。

Special Feature
Architects' Other Work

Case Study
4

建築家

道具店店主

こいずみ道具店

小泉 誠

鍋やフライパン、ポット、グラスに皿、カトラリー。扱う日用雑貨は美しく機能的なものばかり。

交差点に面して立つ「こいずみ道具店」は、2013年に新店舗としてオープンした。昭和40年代の木造店舗を買い取り、オーナーである小泉誠さん自らリノベーションして、店舗のほか事務所スペース、倉庫、工房などを併設する。移転して8年が経ち、外壁を這う緑に包まれた建物は、子どもたちにも親しまれる地域のランドマークになっている。

廃番にならないから品数は増える一方

こいずみ道具店は、小泉さんが主宰するコイズミスタジオの片隅で03年に始まった。コイズミスタジオ、つまり旧店舗は新店舗から歩いて1分ほどのところにある。新店舗を開いたきっかけは「手狭になってきたから」。当初「おままごとのように」始まったという道具店は、扱う品数が増えるにつれ、認知度が高まるにつれ、片手間で続けるのは難しくなったということか。

「こういうやり方をしていると廃番にならないんですよ。それぞれ一生懸命つくったものだから、つくり手側が廃番にしたがらない。だからどんどん品数が増えていくんです。試作品も、かなり力を入れてつくってくるので、そういうものを置いておくスペースも欲しかった」

現在、新店舗で小物を中心とした生活道具を展示・販売、旧店舗はスタジオ機能＋椅子のショールームのようになっている。スタッフも、道具店とスタジオそれぞれに常駐し、道具店のスタッフはより店舗運営に専念できる体制を整えた。

とはいえ、道具店の開店時間は15〜18時。おまけに不定休。店舗面積より事務所スペースや在庫のストックスペースがはるかに大きく、「どんどん人を呼び込んで買ってもらおう」という意気込みは感じられない。では、小泉さんの言う「こういうやり方」とはどんなものなのか。

photo no. 1

もともとの黒い壁面は、今やすっかり緑に覆われた。この外観もお店の雰囲気によく似合っている。

つくったものを
自ら売れるまでを見届ける。
自身がリスクを負うことで、
つくり手に誠意を示したかった

自らもリスクを負って信頼関係を高める

小泉さんが独立して、コイズミスタジオを設立したのは1990年。バブルがはじける直前の船出だった。

「高度成長期からバブル経済という流れのなかで、家具づくりの現場も『家業』が『事業』となり、誇りのもてる『仕事』は単なる『作業』となっていました。そうしたなかでデザイナーはうさんくさい存在としてしか見てもらえなかった。デザイナーとつくったものは売れないからと、まず信用してもらえないんです。デザイナーは自分のかかわったものが売れても売れなくても関係ない。つまりリスクを負っていない。それなら自分でもリスクを負って、つくったものはこちらで買って売ろう、と。それが道具店を始めたきっかけです」

道具店の始まりが03年だから、そこに至るまでに13年かかったことになる。それは小泉さんのものづくりへの考え方を大きく変えた年月でもあった。その一番の変化は「目的はモノをつくることではなく、人の気持ちをつくっていくこと」だという。どういうことか。

家具はなんのためにつくるのか、という問いは、建築家に対してなんのために住宅を設計するのかと聞くのと同じようなものだ。「社会をよくするため」といった抽象的な答えは数あれど、まずエンドユーザーであるクライアントに対して誠実に向き合うのが前提であることに異論はないだろう。家具の場合、エンドユーザーとクライアントが重なることは少ない。「相手」が見えにくいとき、誰に対して誠実に仕事をするか。小泉さんはそこでつくり手という「相手」を見つける。

「長いあいだ付き合っていると、工場が変わってくるんです。若い人が入ってきたり、職場の環境がよくなったり。技術的な面でも加工の精度が上がって、それまでできなかったことができるようになってくる」

つくり手と誠実に向き合うことで、相手が心を開き、こちらの依頼にも誠実に応えてくれるようになる。その依頼にちょっとしたおもしろさややりがいが感じられれば、仕事に張り合いが出て、会社全体がいきいきとしてくる。ひとつの会社がいきいきとしてくれれば、地域の産業も活性化される。小泉さんの目的は、いつしかそんな人づくり、地域づくりの方向にシフトしていく。

「つくったものを自ら伝えるスタンスにしたことで、相手もリスクがないから動いてくれるようになり、そこでいろいろな話が

最初につくった店舗

こいずみ道具店

旧店舗は2003年にオープン。現在は、設計スタジオ兼椅子のショールームのようにして使われている。

撮影／Nacása & Partners Inc.

Special Feature
Architects'
Other
Work

Case Study
4

3階の倉庫Cには、椅子や家具の模型が並ぶ。既存の小屋組を現し、新たに天窓を設えた。

photo no. 2 3

倉庫Cから見た2階の事務所。右手の机は倉庫Cへ上がる際のステップも兼ねている。

できるようになりました」

道具店は、つくり手との信頼関係を高め、つくるもののレベルアップにもつながるという好循環を生んだ。

家具デザイナーとして家をつくる

今号の特集は「建築家のもうひとつの仕事」だから、そのフォーマットにのれば小泉さんの場合、主軸がスタジオで「もうひとつの仕事」が道具店ということになるだろう。だが、小泉さんは建築家を志してきたわけではない。「僕はデザイナーです」と言う。

「数寄屋建築の床の間や書院を見てもわかるように、日本の家具は建築化されている。それに20年くらい前に気づいたんです。つまり家も生活道具なんだ、と」

だから「家具デザイナーとして家をつくる」というスタンスを崩さない。今もコンスタントに住宅の設計を手がけるが、コイズミスタジオの売り上げ比率でいえば、住宅設計は約2割。ロイヤリティも含めた製品デザインと店舗やディスプレイなどの空間デザインが売り上げの大半を占めている。つまり、小泉さんにとって住宅設計はデザイン活動の一部にすぎない。家具や道具のつくり手と会話を重ねるように、住宅建設の現場にも足しげく通って職人たちとのコミュニケーションを欠かさない。それは一般的な「監理」のためというより、職人たちとの会話から学び、同時に彼らの技術を見極め、その技術を最大限に引き出したいと思うからだ。プロダクトデザインでも住宅の設計でも、「相手しだい」なのだという。

小泉さんがかかわっている「わざわ座」という活動は、全国約60社の工務店と連携して、大工が家具をつくる試みである。もっと大工と住み手を直接的に結びつけ、大工には手仕事の誇りを、住み手には家具への愛着をもってもらおうと始めたもので、小泉さんがデザインし、大工がつくる。おもしろいのは小泉さんからの指示の仕方だ。たとえば椅子の仕口のディテールをあえて示さず「腕の見せ所」とだけ書いておく。すると大工は自らの技術を最大限に発揮した絶妙な納まりに仕上げてくる。

「僕たちの役目は、相手の技術を見て、ちょっとがんばればできるレベルを提示すること。それを職人たちがおもしろがってくれれば、後は自分で考えて、腕を磨いてできるようになっていく」

つくる人をおもしろがらせ、やる気にさせる。これが、ものづくりにかかわるときの小泉さんの共通のスタンスなのだ。

ただしディレクションではなく、デザイナーという立ち位置にこだわる。

「僕らはデザインで勝負。住み手に欲しいと思ってもらえるもの、大工がつくりたいと思うものが提案できなければ、僕らの負けです」

スタジオと道具店が一体化して活動が広がる

「お店を続けるのはすごく大変です。実際にやってみて、それがよくわかった」

大きいのは場所代と人件費。現在、道具店の家賃はスタジオの収入で賄い、スタッフの仕事も専属とはいいながら柔軟にスタジオと道具店のあいだを行き来する。全体の収入は、スタジオの売り上げが7割、道具店が3割。スタジオの収入が主になっているが、道具店には数字以上の、目に見えない役割もある。

購入目的の人だけでなく、ショップやギャラリーなどの販売関係者たちも道具店には多く訪れる。道具店で扱うこだわりの品々が、売るものにこだわりをもつ関係者を引き付ける。だから少しずつ増える販売店の人たちは、そのこだわりを理解している人たちばかりになる。モノの価値を理解し、きちんと説明できる人がユーザーに売ることで、つくり手の想いもユーザーに届けられる。そんな関係の構築に道具店は大きな役割を果たしているわけだ。さらに、販売店のデザインや売り場のディレクションといったスタジオの新たな仕事につながることもある。道具店の直接的な売り上げにはならないが、全体の収入に貢献しているのは間違いない。

ちなみに、小泉さんのスタンスを理解した、道具や家具をつくる工場やメーカーの人たちから住宅設計の依頼を受けることも多い。これも道具店を起点とする仕事といえるのかもしれない。

「ここまで20年近くかけて強い点ができてきた。それがつながって面になってきたら、僕たちのやっていることにも意味があるのかなと思います」

メーカーなどのつくり手にしても販売店にしても、小泉さんのやり方だと自然に付き合いは長くなり、関係も深まる。それが「強い点」。それらが今、さまざまなところでつながり始めた。こいずみ道具店とコイズミスタジオは渾然一体となって、そのネットワークの中心にいる。

お店の運営はとても大変。
それでも続けるのは、
想いに共感する人たちとの
出会いの拠点になっているから

大工との協働「わざわ座」

小泉さんが設計した新築住宅のためのテーブル。解体した家の古材を脚に再利用している。素材と大工の仕事で新旧の家をつなぐというストーリーも小泉さんならでは。仕口は「腕の見せ所」。

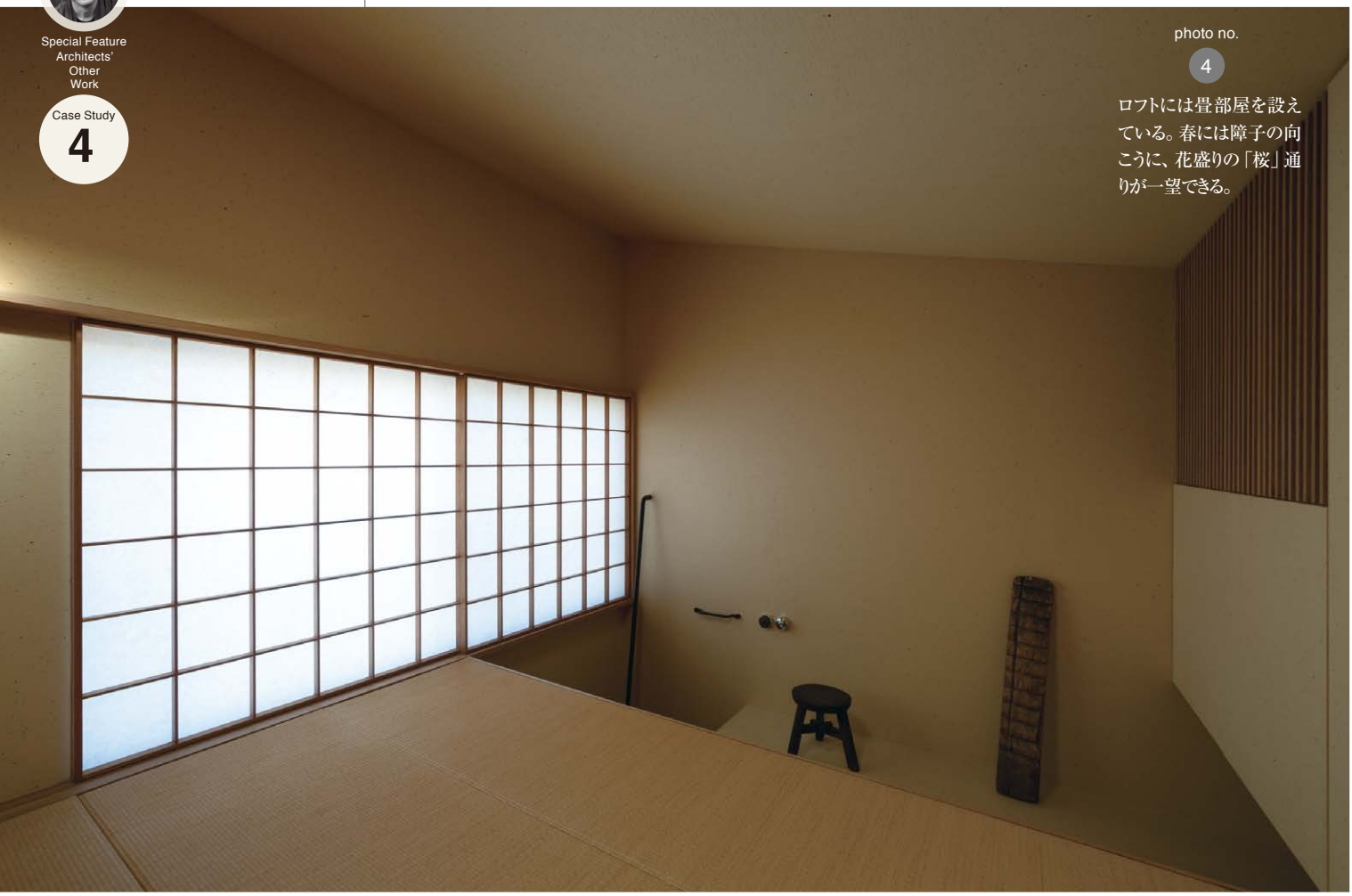


photo no. 4

ロフトには畳部屋を設えている。春には障子の向こうに、花盛りの「桜」通りが一望できる。

photo no. ← 5

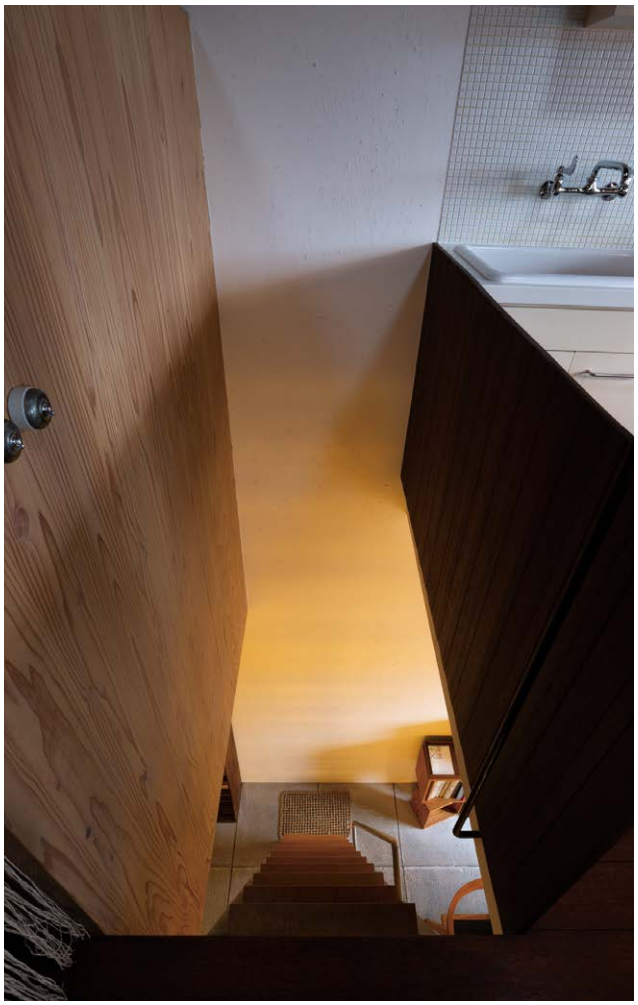
畳部屋には、このはしごを使って上がる。

photo no. 6 →

1階の店舗と2階の事務所をつなぐはしご。これも小泉さんのデザイン。

photo no. ↓ 7

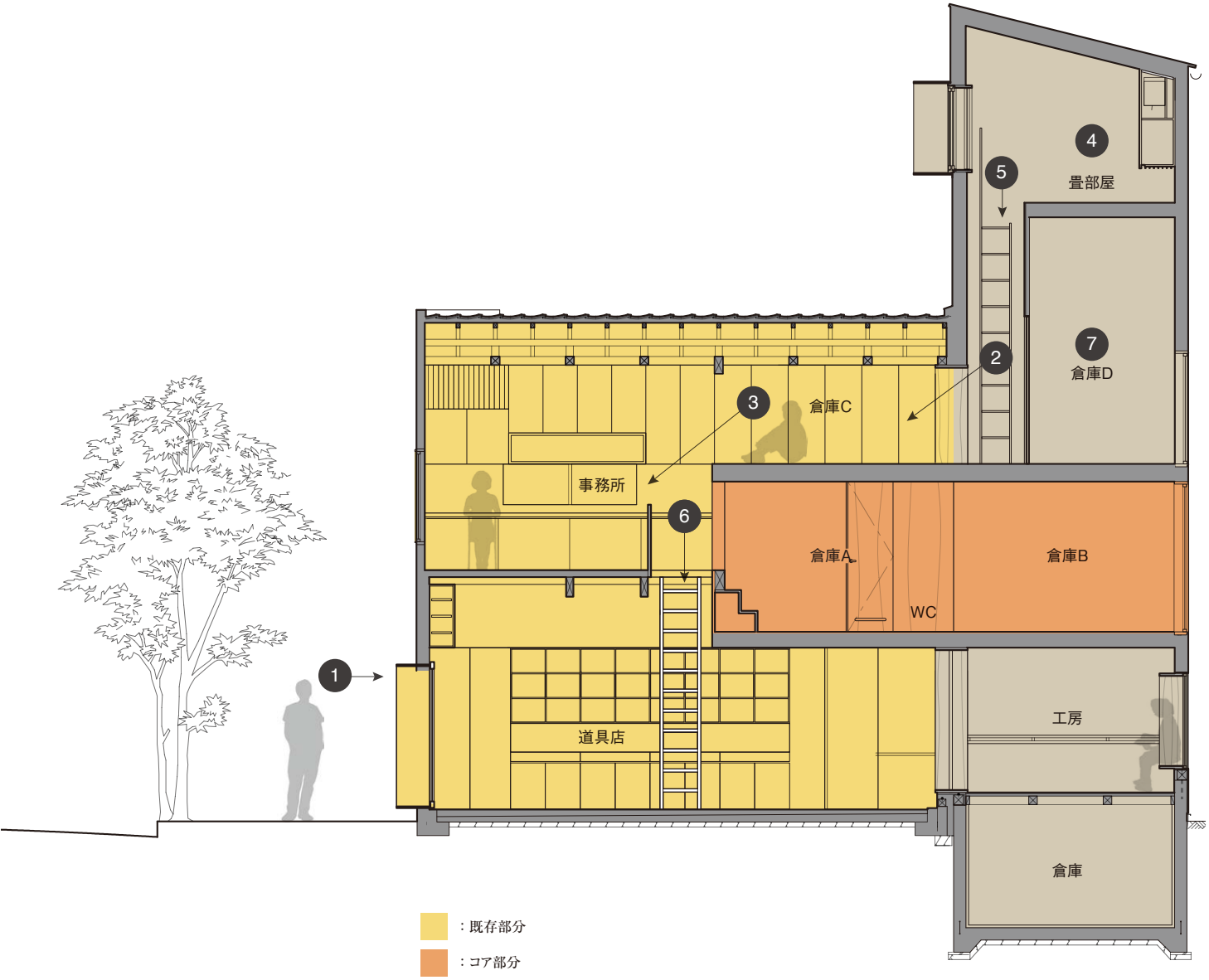
倉庫D。小泉さんが制作の参考のために集めた民芸品などが集蔵されている。



断面図

0　0.5　1m

1/75



：既存部分

：コア部分

：増築部分

1：この番号は写真と対応しています。

1階の店舗。営業については以下を参照。

http://www.koizumi-studio.jp/?douguten

店舗は、国立の桜通りと大学通りの交差点にある。

「こいずみ道具店」

建築概要	
所在地	東京都国立市
主要用途	事務所、店舗、倉庫
設計	Koizumi Studio 小泉誠
構造	木造
施工	幹建設
敷地面積	41.04㎡
建築面積	30.43㎡
延床面積	87.17㎡
設計期間	2011年5月〜2012年5月
工事期間	2012年5月〜2013年3月

おもな外部仕上げ	
屋根	ガルバリウム鋼板
壁	吹付け塗装（既存部分）
	サイディング（増築部分）

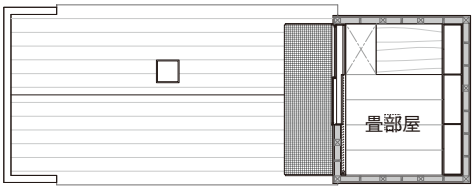
おもな内部仕上げ	
1階 道具店	
床	コンクリート平板600㎜角
壁	漆喰（紙ゴミ入り）
天井	既存現し AEP
1階 工房	
床	Jパネル オイル仕上げ
壁	PB AEP
天井	構造体現し AEP
2階 事務所	
床	クルイン材 オイル仕上げ
壁	漆喰（紙ゴミ入り）、一部モザイクタイル
天井	既存現しのまま
中2階 倉庫+WC	
床	Jパネル オイル仕上げ
壁	Jパネル オイル仕上げ
天井	Jパネル オイル仕上げ
3階 倉庫	
床	Jパネル+オイル仕上げ
壁	PB AEP
天井	既存現しのまま
ロフト	
床	縁なし畳、一部和紙貼り
壁	和紙貼り
天井	和紙貼り

平面図

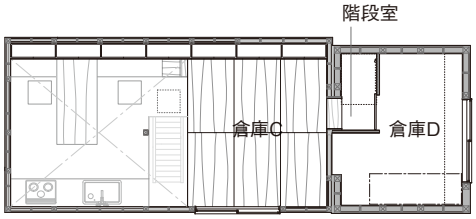
N

0 1 2m

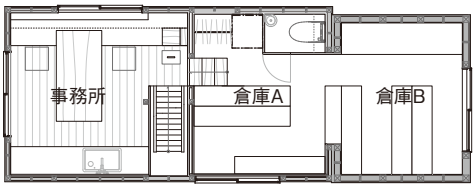
1/150



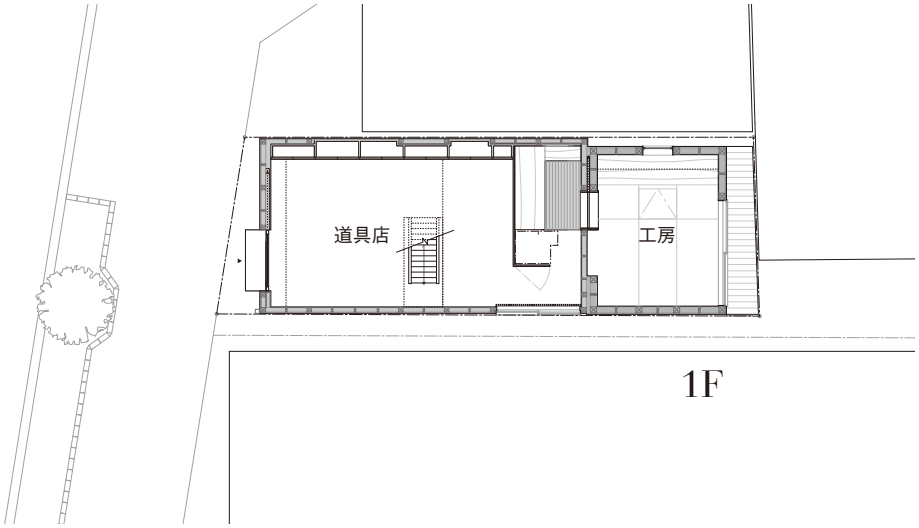
Loft



3F



2F



1F

Koizumi Makoto

小泉 誠

こいずみ・まこと／1960年東京都生まれ。木工技術を習得した後、85〜89年デザイナーの原兆英・原成光両氏に師事。90年Koizumi Studio設立。03年こいずみ道具店を開店。おもな作品=「土気の家」(14)、「丸徳家具店」(16)、「大工の手『舎庫』プロジェクト」(15〜18)、「西浦の家」(18)。

旅のバスルーム

文・スケッチ　浦 一也

富士屋ホテル

神奈川県

和洋の絶妙な組み合わせ

海外旅行がしにくくなったということで、日本の代表的なオールドホテルに行ってみることにした。

１８７８年創業の箱根の富士屋ホテル。

創業者の山口仙之助は20歳で米国に渡り、帰国して福沢諭吉にすすめられ、温泉が湧くこの箱根宮ノ下に外国人が利用するホテルを始めたという。急な坂道なので籐椅子に担ぎ棒を取り付けて運ぶ「チェア」を使ったとか。国府津まで鉄道が開通すると、そこまで仙之助自身が客を出迎えに行ったというから驚く。

その後長い歴史と変転を経て、大規模なリノベーションなどを果たし、２０２０年7月グランド再オープン。

本館、西洋館、花御殿、フォレスト・ウイングの4つの客室棟のうち、三代目社長の山口正造（＊1）が設計したという「花御殿」（フラワーパレス）を予約。数年前にはほかの棟に泊まったが、次はここにしようと考えていたのだ。千鳥破風と唐破風の屋根が付いた独特な日本的外観。緑青の屋根と朱赤の欄干が強いアイデンティティをつくりあげている。鉄筋コンクリート造5階建て。全40室。１９３６年に竣工しているから昭和の開業。

フラワーパレスという名のとおり、各部屋がすべて異なる日本の花をテーマにしている。ここは「梨の花」。日本画がドアに掲げられ、ルームキーやカーペットのモチーフにもなっている。ジョン・レノン一家は「菊」の部屋に投宿したとのこと。

このゲストルームは35㎡くらいだからそれほど広くはない。ベッドはハリウッドツインの配置。パーラーが部屋の中央にあって、テレビを軸線にしている。窓も大きい。床はパーケットフロアの「矢筈張り（＊2）」。壁や天井は真っ白で天井高さは３５５８㎜もある。バスルームなどのドアノブの高さは１２００㎜という外国人寸法。座面のレザーを鋲留めしたライティング・チェアが、歴史を語るようでなかなかいい。この形はいろいろな箇所で使われているいわば「富士屋型」。冬は寒いとみえてラジエーター・グリルがある。

バスルームは3フィクスチャー。緑釉のボーダータイルを壁に張っているから無機質な感じはない。ロールのストックでもなんでも木の箱に入っていて奥ゆかしい。アメニティは引き出しに。リネン類はすべて十分なパイル密度があってリッチな気にさせる。天然温泉を各室に供給しているそうで箱根気分で入浴。考えられるほとんどの調度備品が揃っていて不足がない。細心の配慮を感じる。

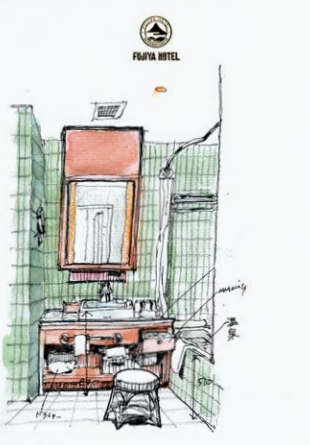
建物外観もそうだが、ロビーや食堂、ラウンジなどのパブリック・スペースには不思議な意匠が満載。柱頭の彫刻やレリーフ、装飾、ウィンドウ・トリートメント、欄間、欄干、ブラケットランプ、カーペットの色彩……。見歩いていると、美術館にいるようで時を忘れる。

その高い格天井のメインダイニングルーム。夕食に白ワインとともにいただいた「鱈の白子」料理が絶品であった。

帰路には久しぶりに登山鉄道を利用した。

台風の後の修復工事が終了したのだが、この状況だから人出はまだそれほどでもない。

冬が近い。枯れかかった紅葉のもと、あのスイッチバック（＊3）の動きがなつかしい。



温泉が引かれたバスルーム。

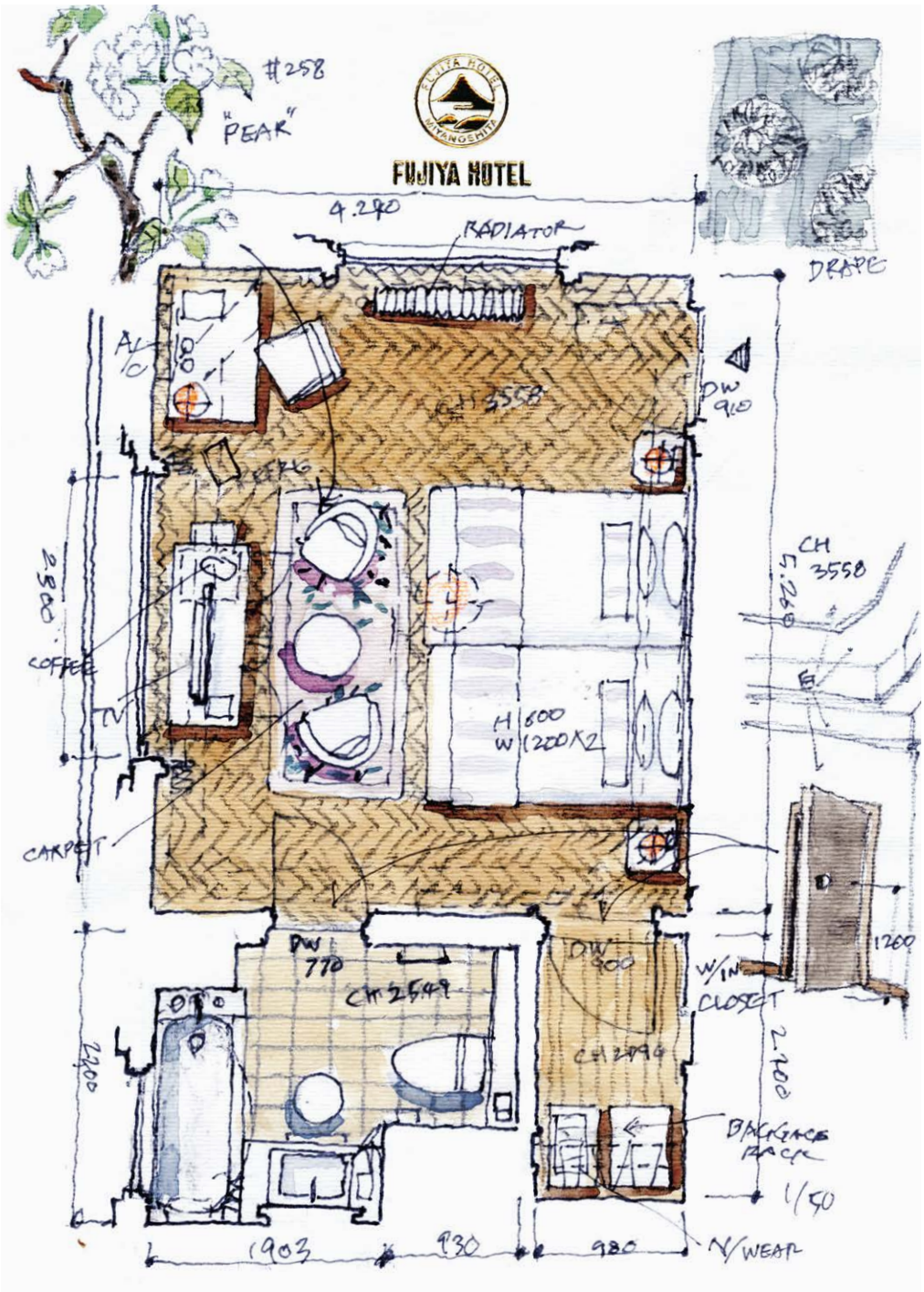
＊1　山口正造（1882〜1944）：日光金谷ホテルの創業者・金谷善一郎の次男。山口仙之助の長女と結婚して山口家に婿入りした。

＊2　矢筈（やはず）張り：寄木フローリングなどの張り方。ヘリンボーン、矢羽根張りともいわれる。

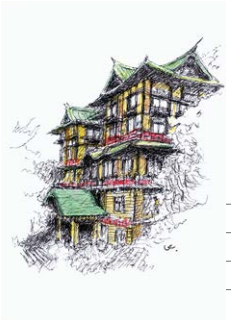
＊3　スイッチバック：鉄道の走行で険しい斜面を登降坂するため、前後を切り替えてジグザグ走行すること。

鋲を打ったライティング・チェア。ホテル各所に使われている。

うら・かずや／建築家・インテリアデザイナー。１９４７年北海道生まれ。70年東京藝術大学美術学部工芸科卒業。72年同大学大学院修士課程修了。同年日建設計入社。99〜２０１２年日建スペースデザイン代表取締役。現在、浦一也デザイン研究室主宰。著書に『旅はゲストルーム』（東京書籍・光文社）、『測って描く旅』（彰国社）、『旅はゲストルームⅡ』（光文社）がある。



角部屋であったため、
2面の眺望が得られて明るい。
バスタブには温泉が引かれている。



赤い欄干と
屋根の破風が特徴の
花御殿外観。

富士屋ホテル

Add／神奈川県足柄下郡箱根町宮ノ下359
Phone／0460-82-2211
URL／https://www.fujiyahotel.jp

Text & Sketch by Ura Kazuya

矛盾

1

狭い階段室の中で、打放しと太い木と鉄棒がせめぎ合っている。

ひ邸（まるひ邸）　設計／吉阪隆正+U研究室

Yosizaka Takamasa × Fujimori Terunobu

内を包

階段室が終わると〝鎖場〟が現れ、屋上に出る。

2

連載 現代住宅併走 第四十九回

文／藤森照信
Text by Fujimori Terunobu
Photographs by Fugo Hitoshi

写真／普後 均
（吉阪隆正のポートレイトを除く）

3

右手の階段は郵便屋さんと御用聞き用で、行き止まり。左手の階段から上がり、ブリッジを渡ると玄関。

4

ブリッジ。

昔の写真に当たると、建築が前かがみになり、足を踏んばり、急斜面を登っているように見える。登山中の家。

現在の家の前に立ち、凹凸が激しすぎて内部の予測不能な外観にひとたまげしてから、目の前の階段が奇妙なことになっているのに気づいた。階段を上がった先にドアはなくコンクリートの壁。設計者の吉阪隆正は、13年前「自邸」の壁に耳形の窓をあけ「壁に耳あり」と説明していたが何かその手の造りか。

建て主の樋口博一さんの娘さんに案内され、左手の階段を上がり、右に折れ、ピロティ空間をブリッジで渡る。個人の家でブリッジによるアプローチは初体験。

中に入ると右手が階段室で左手が主室。主室は思いのほか空間が広く感じられるのは、多角形をした部屋が多摩川に向かって広がるように計画されているからだ。その窓は横長連続窓だから、多摩川方面をひと目で展望することができる。そして中央の大きな厚い一枚板のテーブルの上には本やら図面やらが広がる。外をひと目で望む窓といい、大きなテーブルといい、客船のブリッジというか戦艦の司令室というか、家族団欒や憩いの空間というより戦いに挑むための空間のように思える。

外から見たときに気になった謎の階段についてたずねると、答えは意外で、郵便屋さんや御用聞きがトントンと上がってきて窓越しに素早く受け渡すための、いってみれば勝手口。

家族や来客はブリッジで玄関へ、勝手知ったる他人は家の前に生えるコンクリートと鉄板でできた〝樹〟を伝ってスルスルと主室の窓へ。

主室から上階へは、多角形にしてかつ折れ曲がる打放しの階段室を通って上がっていく。丸太のような木の手すりにつかまり、粗い打放しの隙間をよじ登るようにして進んだ先には、垂直の壁が現れ、彫刻のように曲折する鉄棒が登攀を誘う。この鎖場（くさりば）を登ると屋上に至るそうだが、70過ぎの身体にはキツイ。屋上からは、屋根に打ち込んだアンカーにロープを結べば、急傾斜の屋根を下ったり上ったりトラバースも可。

施主の樋口博一と設計者の吉阪隆正が山岳登山家であったこ

5 広々とした主室。右手の窓から、郵便物や物品を受け取る。

6 主室への扉。

とを知らなければ、造りも美学も人の家というより〝猿の家〟にふさわしい。猿ならこのすみかを使いこなし謳歌することができよう。上ったり下ったり、這ったりよじ登ったり、潜ったり伝ったり、猿でなくとも手脚のある動物にとってこれほど楽しい場所はない。実際、施主は、たくさんの動物と同居し、虫にさえも餌をやって生態を観察していたという。

多角形の部屋が連なる迷路のような中を経巡るうちに、直角を拒んで折れまわる壁の要所要所に四角な出っ張りがあることに気づいた。ということは、この曲折激しい家は壁構造とばかり思っていたが、柱梁の軸組（枠組）構造なのだ。

日本の鉄筋コンクリート造は、戦後、丹下健三により軸組木造の美学を鉄筋コンクリート打放しに置き換えることに成功し、世界をリードすることになるが、同時代を生き、丹下とも親しかった吉阪はその道を拒み、構造としては鉄筋コンクリート造軸組を採用しながら、しかしその表現は、軸組構造にふさわしい水平と垂直が直交する立体格子を嫌い、固まり的な美を求めてやまなかった。構造と表現の矛盾を内包していたことになる。

この矛盾の内包は、すでにデビュー作の「自邸」にも顕著で、よく見ると軸組構造をとりながら、丹下のように軸組を洗練しようとはせず、軸組という強力な秩序をせめて表現からは消し、軸組から壁に耳目を集めるべく、壁に耳を取り付けた。

構造と表現の矛盾という点では、「自邸」と〈ひ邸〉は吉阪作品中の双璧をなす。

聞かねばなるまい。吉阪が主宰した設計組織「U研究室」でこの案をひとりで全面的に担当した樋口裕康に会うべく帯広に

出かけた。空家となった小学校の「象組」の札の掛かる教室で、久しぶりに会う。

施主の樋口博一は実の兄で、㋭とは、実家の家業である軍手屋の屋号にちなむとのこと。

早稲田大学では今井兼次の研究室に学び、学生時代は名もなき集落を見歩き、B・ルドフスキーの『建築家なしの建築』を読み、バラックが好きで、鉄筋コンクリートは嫌いだったというから、これはもう今和次郎の道しかないだろう。そして、今和次郎を心から畏敬していた吉阪隆正のU研に入り、最初に任されたのが、兄が吉阪の人柄に惚れ込んでU研の仕事の一助になるよう持ち込んだ〈㋭邸〉だった。

弟の最初の案は軸組構造の定石どおりの直交の形だったが、途中で直角を捨て斜めに変えてからガゼンやる気が出て、兄弟で突っ走る。とはいえわからないことだらけだから、設計しながら施工しながら学び、変更し、家も設計者も施主も成長していく。しかし、施工する現場はたまったものではなく、職人に3回、ノミを持って追いかけられたという。

案を練っている最中、吉阪は思い出したように口を出す。たとえば2階中央にポッカリあいた窓の形が気に入らないからと、教授会の最中につくった小さな模型を出してくるが、拒むと、まるで子どものように怒る。樋口さんの観察では、「建築よりモノづくりのほうが好きな人」だった。

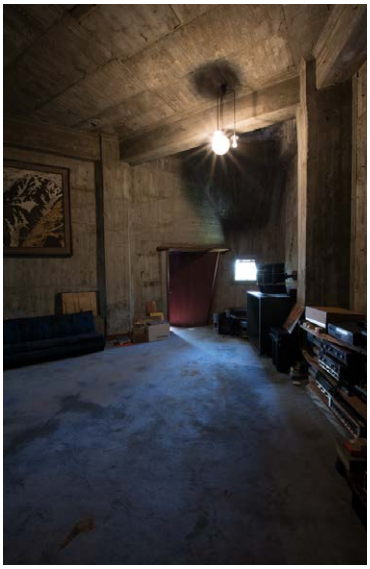
吉阪の「自邸」も樋口の〈㋭邸〉も、合理性、機能性、住みやすさは求めず、人間の心の底に潜む知力ではとらえられない情動と、生きる本能を刺激するような建築がどうしたら可能か探す過程の作だった、と建築史家には思えるが、はたしてそれは見つかったのか。

ここに〝乾燥ナメクジ問題〟という、歴史家として吉阪に問いたい難題がある。吉阪は戦前の、大学院生時代に中国東北地方で出会った泥の家について、「意識をのりこえて、あの姿をつくりあげるのにはどうしたら至れるのだろうかというのが、その後いつまでも私の心をとらえた」、と深い感銘を込めて記した。そしてその若き日の自分を〝ナマのナメクジ〟とし、その後、建築家として名をなす時期を「乾燥ナメクジ」と称し姿を絵にまでしている。

吉阪の「自邸」と樋口の〈㋭邸〉のふたつは、ナマのナメクジとして大地や自然の上を這いまわりつつ、その感触を建築として定着するため力戦していた時期の作品と考えてはどうだろう。しかし、戦後の主流となる鉄筋コンクリート軸組構造と自分の求める表現との矛盾に引き裂かれ、結局、干からびてしまったのではないか。吉阪の描いた乾燥ナメクジの絵と、竣工時の急斜面を登攀中の〈㋭邸〉の光景は似ているが、干からびる宿命を予想しつつ力戦中と考えたい。

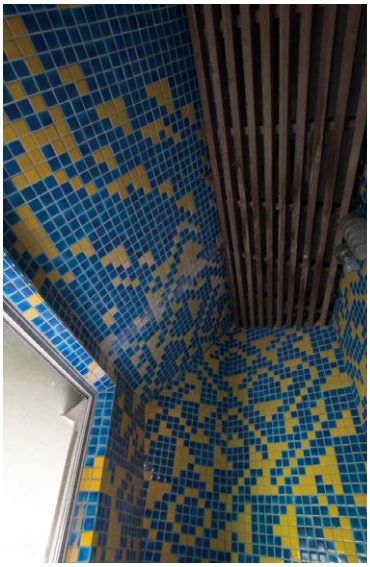
干からびた後、吉阪と樋口に再び水気の戻る日が来たのかどうかは、その後のいくつかの名作が答えているが、吉阪はずっと乾燥ナメクジを自称していた。「意識をのりこえて、あの姿をつくりあげる」ことはできなかったのか。

7



8

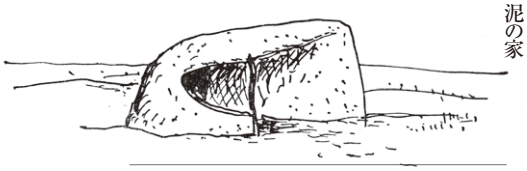
9



10

7／主寝室。8／多角形の音楽室。9／3階子ども室。ロフトへは中央の柱のステップで上がる。10／浴室のタイル。

→乾燥ナメクジ



←泥の家

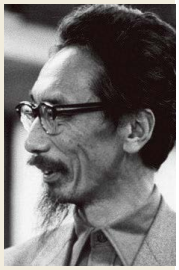
公園側から
見た外観。

ひ邸
（まるひ邸）

建築概要	
所在地	東京都世田谷区
主要用途	住宅
設計	吉阪隆正+U研究室
敷地面積	約200坪
建築面積	83.96㎡（2階和室を除く）
延床面積	232.11㎡
階数	地下1階、地上3階
構造	RC造
竣工年	1968年
図面所蔵	文化庁国立近現代建築資料館

吉阪隆正

1917年に生まれ、42年早稲田大学を卒業し、さらにル・コルビュジエのもとで働き、帰国後、コルビュジエ派として活動するが、しかし、その思想も作風もコルビュジエの先へと到達していた。人柄には底の抜けたところがあり、これほどまでに魅力的な人物は日本の建築界に二度と現れないだろう。
U研究室を主宰し、U研からは象設計集団が生まれ、戦後の建築界にひとつの流れを形成して今に至る。80年、63歳の若さで病没、歴史家にとっては位置付けの難しい建築家であり続けるだろう。

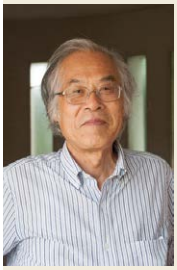


写真提供／アルキテクト事務局

Yosizaka Takamasa

藤森照信

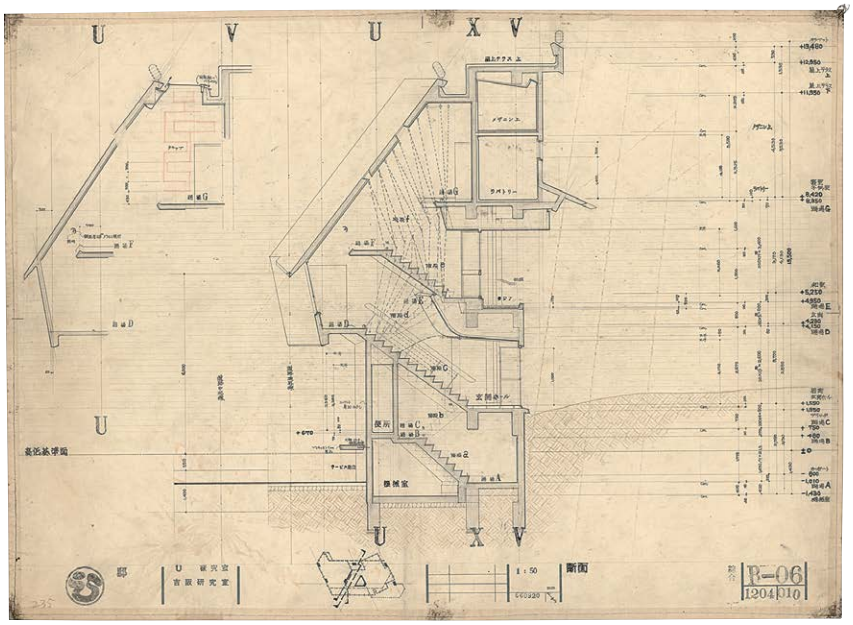
建築家。建築史家。東京大学名誉教授。東京都江戸東京博物館館長。工学院大学特任教授。おもな受賞=『明治の東京計画』（岩波書店）で毎日出版文化賞、『建築探偵の冒険東京篇』（筑摩書房）で日本デザイン文化賞・サントリー学芸賞、建築作品「赤瀬川原平邸（ニラ・ハウス）」（1997）で日本芸術大賞、「熊本県立農業大学校学生寮」（2000）で日本建築学会作品賞。



Fujimori Terunobu

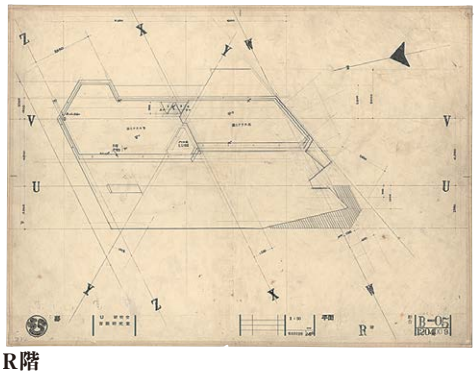
断面図

0 2 4m
1/250

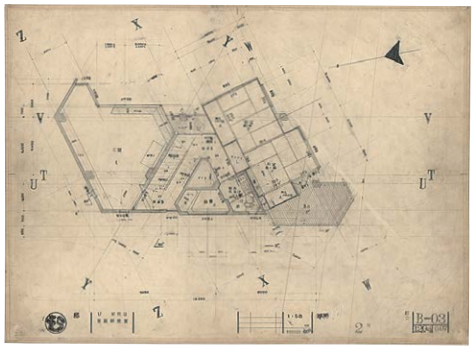


平面図

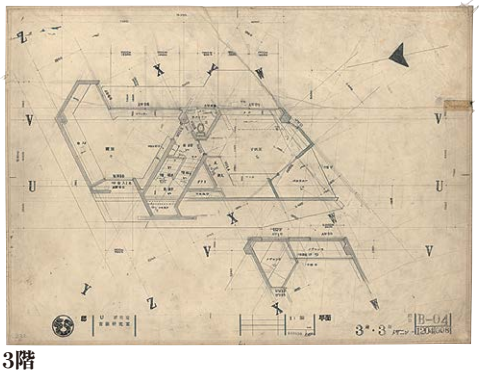
N
0 2 4m
1/450



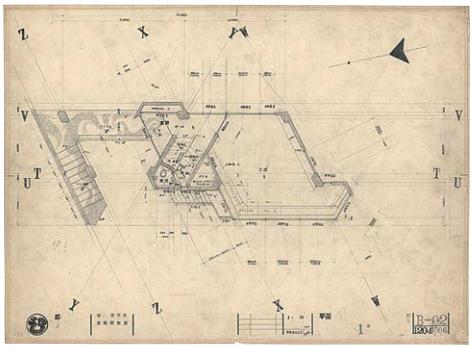
R階



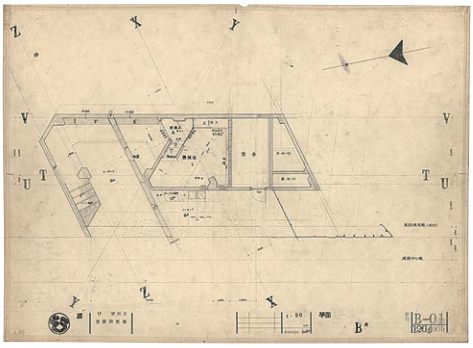
2階



3階



1階



B階

東京ポートシティ竹芝

TOKYO PORTCITY TAKESHIBA

庭園の緑に接し、東京湾の波を感じるトイレ

取材・文／大山直美　写真／川辺明伸（渡部茂氏のポートレイトを除く）

東の竹芝ふ頭側から見た外観。

竹芝と浜松町をつなぐオフィスビル

2020年9月、東急不動産と鹿島建設が共同で開発を進めていた東京都港区・竹芝地区の大規模複合施設「東京ポートシティ竹芝」が開業した。同事業は東京都の複数の都有地を、民間の力を生かして一体的に活用し、地域の活力を向上させていく「都市再生ステップアップ・プロジェクト」のひとつであり、かつ国家戦略特別区域計画の特定事業の第1号にも認定されている。

施設はおもに40階建てのオフィスタワーと18階建てのレジデンスタワーからなるが、東急不動産の井戸慶介さんによれば、13年のプロポーザルコンペ時から力を入れてきたもうひとつの構築物が、浜松町駅と竹芝ふ頭を結ぶ全長500mの歩行者デッキだったという。

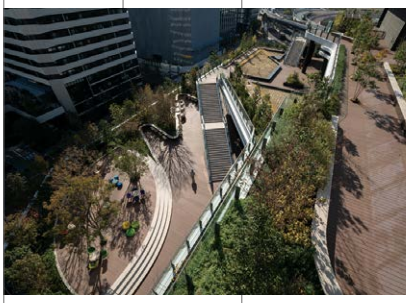
「浜松町駅周辺のにぎわいに比べると、従来の竹芝は街としての認知度も低く、あいだを走る首都高速によって物理的にも心理的にも分断されたエリアでした。そこで、歩行者ネットワークを整備することによって、浜松町と竹芝をスムーズにつなぎたいと考えたのです」

高さが16mもあり、高速道路の上をまたいで歩ける歩行者デッキからの眺めは壮観で、浜松町駅から歩いてくると、旧芝離宮恩賜庭園の緑が一望でき、レインボーブリッジも遠望できる。「今まで地面レベルでしか見えなかった旧芝離宮を見下ろせ、庭園の新しい楽しみ方が提供できるようになりました」と語るのは、オフィスタワーの設計を手がけた鹿島建設の渡部茂さん。

また、都市型スマートビルを目指すオフィスタワーでは、オフィスタワーに入居するソフトバンクとの共創により、人の流れを解析したリアルタイムデータを活用して施設内の混雑を回避したり、清掃や警備にロボットを活用するといったスマートビル化が加速したそうだ。

オフィスタワーの外観については、敷地が東京湾、旧芝離宮、さらに浜離宮恩賜庭園にも囲まれた好立地であることから、海に面した側はガラスファサードで大きく開き、庭園側は周辺と調和した端正なデザインにするなど、面ごとにガラスファサードの表情を変えたと渡部さんは言う。

さらに、デザイン上ひときわ目を引くのは、低層部の南東側に棚田のように段々状に張り出した、約6800㎡の緑豊かな「スキップテラス」。東急不動産ではテラスや屋上庭園など、オフィスワーカーがリラックスして仕事ができ、コミュニケーションや気分転換が図れる外部空間づくりに力を入れており、ここもその一環。周囲の水と緑を感じながらデスクワークができるようにと、椅子やテーブルを配した多様な場を設け、コンセントやWi-Fiも完備したところ、コロナ禍によるワークスタイルにもマッチしたと渡部さん。ランダムなカーブを描いたデザインは「押し寄せる波のイメージから生まれたもので、施工が大変なため、もっと直線的な多角形でいいのではという意見もありましたが、そこは譲らずに貫き通しました」と笑う。ホールや店舗など、低層部と一体化して街ににぎわいをもたらすばかりか、近隣の保育園児の散歩コースになるなど、立体的な公園としても利用されており、4階には水田も整備。地域交流や環境教育の場としても活用している。



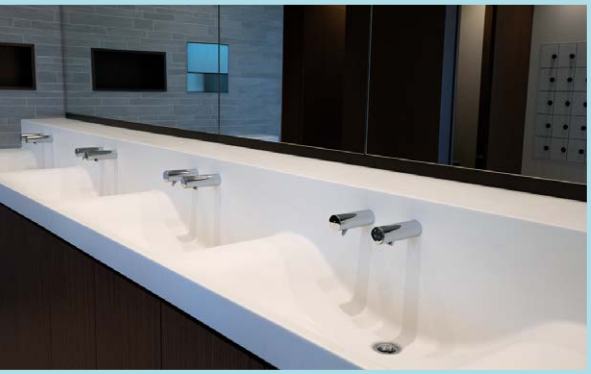
段々状のスキップテラス。

個室を並べて、誰でも使えるオールジェンダートイレ

さて、今回取材したのは、オフィスタワー2階の飲食店街「竹芝グルメリウム」にあるトイレと、10階のオフィス基準階のトイレ。

2階には2カ所にトイレがあり、一方は通常の男女別トイレだが、ユニークなのはもう一方で、すべて大便器と洗面コーナーを備えた個室ブースがずらり

女子トイレ+多機能トイレ



↑女子トイレのパウダーコーナー。浜松町の街並みや旧芝離宮恩賜庭園を望むことができる。

→女子トイレ全景。左手に小物入れやソファ、フィッティングルームがある。

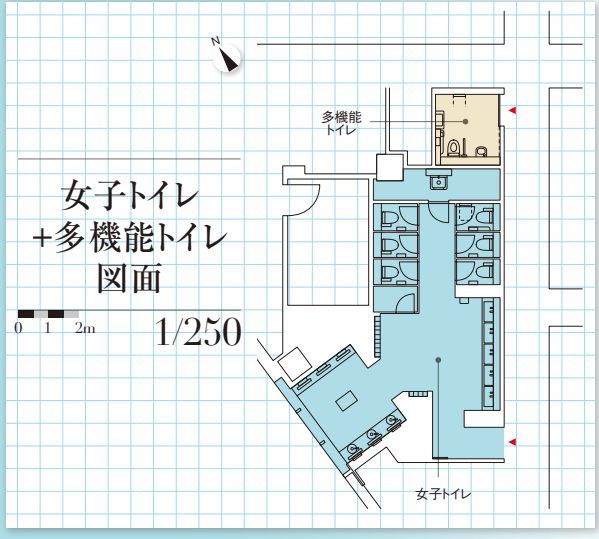
←洗面カウンター。洗面ボウルが波を模した造形でつくられている。

多機能トイレ

↑多機能トイレ。フィッティングボードやオストメイト対応器具を設置。

個室

↑女子トイレの個室。掃除がしやすい壁掛け式の便器が採用されている。

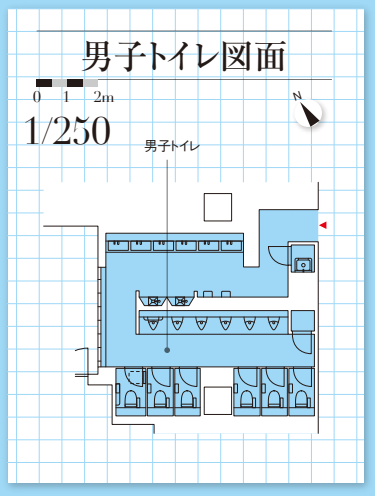


10F オフィスフロア

男子トイレ

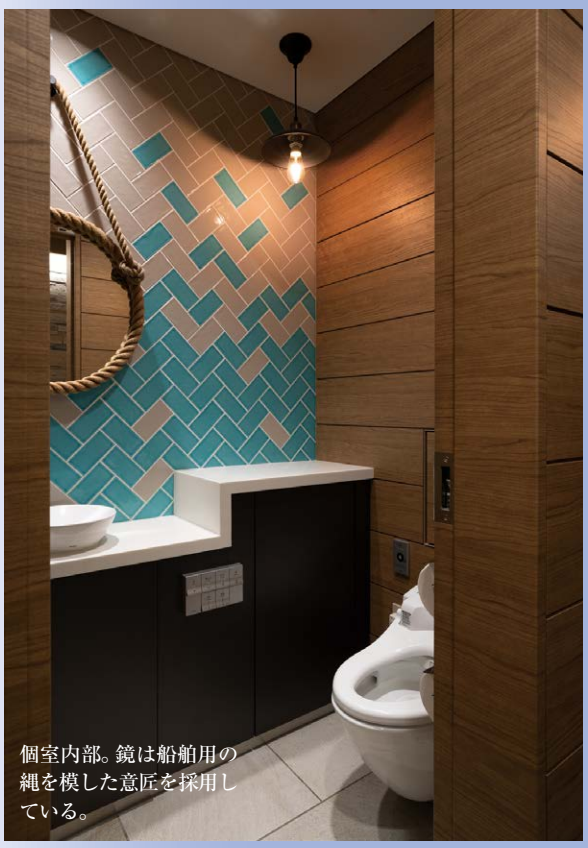
↑洗面カウンター。身だしなみを整えるために三面鏡を設置。

↑小便器。波を模して湾曲させた天井意匠。



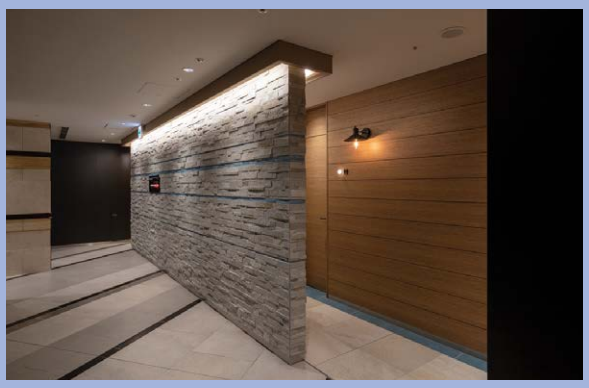
2F 竹芝グルメリウム

オールジェンダートイレ

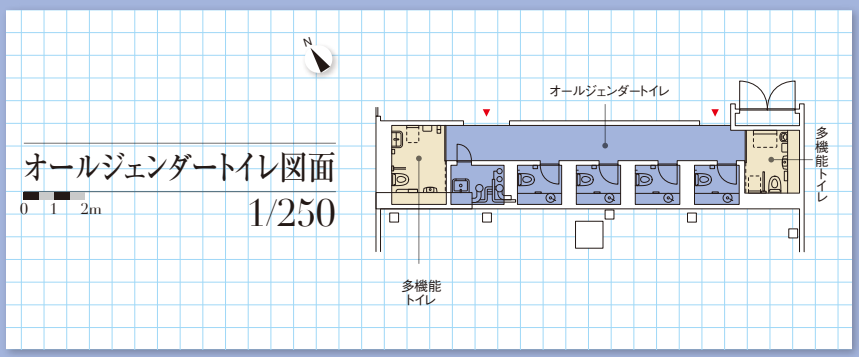


個室内部。鏡は船舶用の縄を模した意匠を採用している。

↑男女ともに使用できる個室が並んでいる。



↑入口には入室の有無がわかるサインが設置されている。



6つ並んでいる。両サイドのふたつは広めのいわゆる多機能トイレだ。ここはじつは、LGBTに配慮したオールジェンダートイレ。「実際に使う方々にうかがうと、ここはLGBT対応だとことさらに示さないほうがいいという声が多いと聞きました。そこで、一つひとつが完結した『誰でもトイレ』をいくつもつくっておけば、それがオールジェンダー対応になると考えたわけです」と井戸さん。

内装は板張りで一部はブルーのタイル貼り、鏡のまわりにもロープをあしらうなど、海や船をイメージしたマリンスタイル。また、入口の壁面には6つのうち、どの個室があいているかがひと目でわかるランプ表示があるサインを設置している。ちなみに、1〜3階には混雑状況が確認できるタッチ式サイネージがあるほか、ビル内で働くワーカーはスマホのアプリケーションでも確認できるそうだ。

光あふれるパウダーコーナーと波のような洗面カウンター

次に、オフィスの基準階では、女子トイレのパウダーコーナー、パントリー(給湯室)、リフレッシュコーナーが旧芝離宮側に配置されており、庭園の緑が見下ろせる。通常は閉じたスペースであることが多い場所が明るいスペースになっていて、社員の会話が弾みそうだ。

女子トイレのパウダーコーナーは、調光機能付きの「女優ミラー」を備えた開放感あふれるスペースで、壁面はブルーを基調にしたヘリンボーン張り。井戸さんによると、ヘリンボーンはニシンの骨を意味し、海のイメージに通じることから、同施設内では多用されているモチーフだという。

また、注目したいのはオリジナルの洗面カウンター。ボウルと一体になった継ぎ目のない人工大理石製のカウンターは、波をイメージしたというカーブを描いたデザインで、思わずなでたくなるなめらかな美しさだ。トイレの一角には小物入れやフィッティングルームも完備されている。

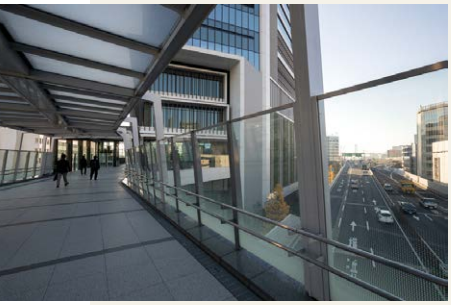
一方、男子トイレも外光こそ入らないが、女子トイレに負けず劣らず上質な空間。洗面コーナーや小便器コーナーの天井は船室を思わせるような板張りで、やわらかなアールを描いている。これも海や波をイメージしているそうで、渡部さんいわく「間接照明を設置しましたが、なかなか天井のアールに沿って光が美しく伸びず、何度も調整しました」。

さらに、洗面コーナーの背面に配されたパウダー兼歯磨きコーナーは、三面鏡付き。よく見ると、ベッセル式の歯磨きボウルも女子トイレとは異なる角型が選ばれている。「当社では、男女のトイレをまったく違うコンセプトでつくることがよくあります。プロジェクトごとに男子用、女子用に求められているものがあるので、単に同じデザインで揃えて終わりではなく、それぞれに合ったデザインを具現化することで、いかに付加価値を付けるかが大切だと考えています」と井戸さんは語る。

周辺では現在も建て替え事業がいくつも進行中で、竹芝地区の人の流れは確実に変わりつつある。内から外までオフィスワーカーにとって快適な環境を整え、さらに近隣の人々にもボリュームある立体的な緑を提供するこの最先端ビルが、その核となっていくのは間違いないだろう。

Ido Keisuke
東急不動産
都市事業ユニット
都市事業本部
ビル事業部
事業企画グループ 係長
井戸慶介

Watanabe Shigeru
鹿島建設
建築設計本部
建築設計統括グループ
(業務統括)
チーフアーキテクト
渡部 茂



高速道路の上をまたいで架けられた駅とビルをつなぐ歩行者デッキ。

東京ポートシティ竹芝

建築概要

所在地	東京都港区海岸1丁目7番1号
事業主	アルベログランデ
主要用途	事務所、展示場、集会場、飲食店
設計	鹿島・久米設計工事監理業務共同企業体
外装デザイン監修	KOHN PEDERSEN FOX ASSOCIATES
施工	鹿島建設
敷地面積	約12,156㎡
建築面積	約9,558㎡
延床面積	約182,052㎡
階数	地上40階、地下2階、塔屋1階
高さ	約208m
構造	鉄骨造、一部鉄骨鉄筋コンクリート造、鉄筋コンクリート造
設計期間	2013年5月〜2016年4月
施工期間	2016年5月〜2020年5月

おもなTOTO使用機器

竹芝グルメリウム　2F
●オールジェンダートイレ
壁掛大便器セット・フラッシュバルブ式
UAXC2CS1A1
ウォシュレットPS2n　TCF5523PR
ベッセル式手洗器　L701
クリーンドライ(高速両面タイプ)　TYC420W
クリーンドライ(高速埋込タイプ)　TYC600
壁掛壁排水汚物流し　SK35T1

オフィスフロア　10F
●男子トイレ
壁掛壁排水大便器　CS530P
壁掛壁排水自動洗浄小便器　US900R
ボール一体型洗面カウンター　特注品
ベッセル式手洗器　L712
クリーンドライ(高速両面タイプ)　TYC420W

●女子トイレ
壁掛壁排水大便器　CS530P
ボール一体型洗面カウンター　特注品
ベッセル式手洗器　L701
クリーンドライ(高速両面タイプ)　TYC420W

●多機能トイレ
壁掛壁排水大便器　CS530P
WLアプリコットP AP2K　TCF5840PR
壁掛壁排水汚物流し　SK117

TOTOからのお知らせページです。
イベント、新商品、最新情報など知っておいていただくと
お役に立つ情報を心がけています。
あわせてご注目ください。

News N

TOTOの最新情報

News 3

2021年版TOTOカレンダー「Architectural Drawing Calendar」が第72回全国カレンダー展で「金賞」

TOTOでは文化活動の一環として、毎年TOTOギャラリー・間で展覧会をする建築家のドローイングを題材にしたカレンダーを制作しています。このたび2021年版TOTOカレンダーが全国カレンダー展で、応募総数443点のなかから「金賞」を受賞しました。今回は、地球規模の視点で、建築の可能性を追求する建築スタジオ「アンサンブル・スタジオ」のドローイング集です。彼らの思考プロセスや自然と響きあうような力強い作品世界の一部をご紹介しています。

News 1

「第16回TOTO水環境基金」助成先団体決定

このたび第16回「TOTO水環境基金」の助成先団体を決定しました。選考の結果、国内6団体、海外6団体の計12団体に計2,747万円を助成します。これにより2021年度は、すでに活動中の8件と合わせて、合計20件のプロジェクトへの支援となります。「TOTO水環境基金」は、お客さまにご購入いただいたTOTOの節水商品による節水効果を助成金算出のベースとしております。今回の助成により、2005年の設立以来、のべ281団体に対して3億9,178万円の助成を行うことになり、活動地域は40都道府県、16カ国に及びます。

ニュースリリース
→ https://jp.toto.com/company/press/2021/02/04_011095.htm

News 4

「ウォシュレット」が「日本ネーミング大賞2020」優秀賞受賞

TOTOの登録商標「ウォシュレット」が昨年12月2日、「日本ネーミング大賞2020」家電・ゲーム部門の優秀賞を受賞しました。今回が第1回目となる「日本ネーミング大賞」は、ネーミングの重要性を広く社会に発信することで産業の進展に寄与することを目的に、すぐれたネーミングを選出・表彰するために創設されたものです。「ウォシュレット」は、「クリエイティビティも高く、カテゴリーを代表する商品名としての世の中への浸透力」および「国際的に通用するネーミングとして“ネーミングの重要性”を掘り起こすことができた2020年に讃えるべきネーミング」と評価されました。

JAPAN NAMING AWARD 2020

日本ネーミング協会→
https://naming.or.jp/
ネーミング大賞→
https://j-naming-award.jp/

News 2

世界最大規模の見本市「CES2021」「ISH2021」に出展しました

TOTOは初のデジタル開催となった「CES2021（1月）」「ISH2021（3月）」に出展しました。新しい生活様式において衛生への意識が高まるなか、コーポレートメッセージ「Life Anew」のもと、創立以来取り組みつづけてきたクリーン技術の革新「TOTO CLEANOVATION」により実現できる清潔・衛生・快適な生活習慣を紹介。「ISH2021」では、多彩なデジタル表現を取り入れ、新商品やデザイン空間を提案しました。

ISH2021 TOTOのデジタルブース

『TOTO通信』送付先の変更などはこちらへご連絡ください。 → Tel 093-563-2055 お問い合わせは TOTO通信 データ管理室まで

B Book

TOTO出版のお知らせ

『国立代々木競技場と丹下健三 成長の時代の象徴から、成熟の時代の象徴へ』

present!

建築家の槇文彦氏、隈研吾氏らを中心に、世界遺産登録を目指す国立代々木競技場。丹下健三はどのようにしてこの偉大な建築物をつくったのか。施設はどのように使われ、また管理されてきたか。丹下健三の研究で知られる建築史家・豊川斎赫（さいかく）が、代々木競技場を評価するうえで欠かすことのできない5つの視点を提示し、縦横に論じる。代々木という場所を通して、20世紀後半の日本の歩みが見えてくる一冊。

同封の「TOTO通信アンケート」にお答えいただいた方のなかから、抽選で10名の方にプレゼントいたします。

著者	豊川斎赫
定価	1,760円（税込）
体裁	168×210　ソフトカバー、264ページ
発行	2021年3月

N News

News 5

「東京2020 オリンピック・パラリンピック」オフィシャルパートナー契約延長

東京2020オリンピック・パラリンピックの1年延期に伴い、TOTOは東京2020組織委員会と「東京2020オフィシャルパートナー（水回り備品）」の期間延長の契約を締結しました。2016年の契約締結以来、日本のスポーツ競技への支援や、ユニバーサルデザインに基づく「水回り備品」を通した大会施設・関連施設などへの貢献を進めてきました。引き続き、オリンピック・ムーブメントおよびパラリンピック・ムーブメントの盛り上げと大会の成功に向けて取り組んでまいります。

ニュースリリース
→ https://jp.toto.com/company/press/2020/12/25_011013.htm

TOKYO 2020 | TOTO | TOKYO 2020 PARALYMPIC GAMES

東京2020オフィシャルパートナー（水回り備品）

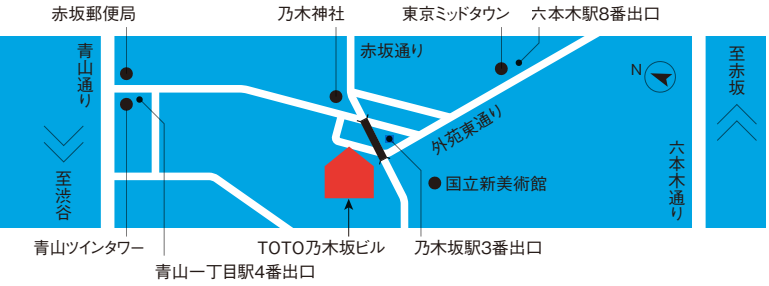
I Information

TOTO乃木坂ビル

東京都港区南青山1-24-3
TOTO乃木坂ビル

2F Bookshop TOTO	電話／03(3402)1525 定休日／月曜日・祝日・「TOTOギャラリー・間」休館中の土曜日・日曜日・夏期休暇・年末年始 ※事前予約制。詳細はBookshop TOTOウェブサイト（https://jp.toto.com/bookshoptoto）をご参照ください。
2F TOTO出版	電話／03(3402)7138 全国の書店でお求めください。 直営店Bookshop TOTOでもお求めになれます。 書店遠隔の方はお問い合わせください。
B1・1F セラトレーディング	電話／03(3402)7134（東京ショールーム） 定休日／月曜日・祝日・夏期休暇・年末年始 ※日曜日は予約制。 変更の可能性があるため、詳細はウェブサイト（https://www.cera.co.jp/showroom）をご参照ください。

アクセス
- 東京メトロ千代田線「乃木坂」駅下車3番出口徒歩1分
- 都営地下鉄大江戸線「六本木」駅下車徒歩6分
- 東京メトロ日比谷線「六本木」駅下車徒歩7分
- 東京メトロ銀座線・半蔵門線・都営地下鉄大江戸線「青山一丁目」駅下車徒歩7分



C Cera

セラトレーディングのお知らせ

バスルームを上品で静謐な空間に演出する「LARIANA」シリーズ

セラトレーディングでは、イタリア・AGAPE（アガペ）社より「LARIANA（ラリアナ）」シリーズをラインアップいたしました。「LARIANA」は、イタリア・ミラノの北部にあるリゾート地、コモ湖の景色を望む5つ星ホテル「イル セレーノ ラーゴ ディ コモ」のために、パトリシア・ウルキオラがデザインしたシリーズ。エレガントな曲線とシャープな直線のコントラストが美しく、素材にはマットな質感の人工大理石、クリスタルプラントを採用。バスタブと洗面器を揃え、バスルームを上品に演出します。

LARIANAシリーズ
バスタブ AGAVAS1080
希望小売価格：¥1,490,000（税抜）
洗面器 AGACER1074ZZ
希望小売価格：¥288,000（税抜）

当商品を掲載した「セラ総合カタログ2020」はウェブサイト、またはファクスにてご請求ください。
https://www.cera.co.jp
FAX：03-3402-7185

次号『TOTO通信』は2021年7月発行の予定です。

TOTO通信 2021年 春号

TOTO通信　2021年　春号　第65巻・第2号　通巻527号
発行日：2021年4月1日　発行所：TOTO株式会社　メディア推進部
〒105-8305　東京都港区海岸1-2-20汐留ビルディング24F　TEL.03(6836)2172

VEGETABLE OIL INK
この情報誌には植林木・森林認証材などを原材料とする環境に配慮した用紙、ならびに印刷インキ工業連合会認定の植物油インキを主に使用しています。

TOTO

1 空間を楽しむ

タンクを隠したすっきりシルエット。
色バリエーションは10パターン。

2 やわらかフロアライト

ムードある落ち着いた空間を演出。
夜中の暗いトイレも安心。

3 いつでもきれい

便器が浮いてるからお掃除カンタン。
コード類も隠れていてスッキリ。

TOTO技術相談室
0570-01-1010
受付時間：〈平日〉9:00～18:00 〈土曜日〉9:00～17:00
（日・祝・夏期休暇・年末年始を除く）

TOTOホームページ
https://jp.toto.com ※詳細はカタログまたは弊社WEBサイトをご覧ください。

『TOTO通信』のお届け先などの変更はお客さまNo.（封筒の宛て名ラベル右上に記載）も併せて下記までご連絡ください。
TOTOカタログセンター内　TOTO通信データ管理室　TEL.093(563)2055　FAX.093(571)0999
＊当社ならびに当社グループ会社は、個人情報の保護を社会的責務と考えます。お客さまからお預かりした個人情報は、
関連法令および社内諸規定に基づき慎重かつ適切に取り扱います。詳細はTOTOウェブサイト（https://jp.toto.com）をご覧ください。

8240