Vol.71 通巻814号 平成2年1月25日発行 毎月1回25日発行 昭和24年3月19日第3種郵便物認可

ISSN 0912-8182

建築と社会

ARCHITECTURE AND SOCIETY

特集

商品化住宅のデザイン

1

JANUARY



1990

日本建築協会

Day by Day　きっといい明日

大阪ガス



この星の床は暖かい。

ひなたぼっこ的生活、始まる。

床暖房にしておくと、お部屋の中で緩側のポカポカが味わえる。床から出てくる遠赤外線のしわざなのですね。体の芯からあったかいから、当然いい気分なわけです。

贅沢なフリして家計に響かず。

床全体を暖めるとなると、光熱費がかさみそうですが、実際は、部屋をそれほど暖めなくても(17~18℃)体感温度としては充分暖かい仕組みだから、驚くほど省エネ。

火のない所で子育てのびのび。

温水で暖めるから、火を使わない。そのうえ空気も汚さずクリーン。床がカラッとしてるからダニなども出にくく清潔。子供はすくすく、親は安心の暖房システムですね。

タタミの部屋だって暖めたい。

幅広い床仕上材を選べるのも、ガス温水床暖房のうれしい特長です。畳、木質、クッションフロア、カーペット、さらにはキッチンや浴室のタイル。小さなスペースでもOK。

新居の設計図にしたがいます。

家族でワイワイ言いながら引いた新居の設計図に違いないから、さまざまな間取りやスペースに合わせて施工できるよう、豊富なプランバリエーションを用意しました。

と、これだけでも新築家族の生活が、ポカポカしそうな「床暖房」ですがじつはコレ、大阪ガスの「温水で広げる家庭内あちこち快適先進システム」(エックスプリオール・オートといいます)の中のひとつなのです。「床」の他に、もっといろんなところを暖かくしたい場合は、大阪ガスまでご相談ください。

床暖房およびエックスプリオール・オートに関する資料請求・お問い合わせは……〒541 大阪市中央区平野町4-1-2大阪ガス営業部「床暖房」係まで

家を建てるときに考えておく➡あとでとても幸せになる

ガス温水床暖房

Refined Tech
Kawashima

新製品発表



REFINED TECH 人に響感—快適ライフ

'90-'92新製品

Kawashima Interior Fabrics
カーテン・カーペット・椅子張

個性あざやかニュープレステージ

心に与える快適度が物の価値を決める現代。
住む・働く・遊ぶ——あらゆる生活場面を快適に、楽しく豊かに彩るファブリックスが求められています。
川島織物は、一過性ではなく、永い時の流れを経て、なお評価を受け続けた物のみが持つ心地良さを新たな物創りの原点として、それぞれの生活ステージで望まれる快適機能を今の時代の先端技術で具現化した、魅力あふれる新商品をお届け致します。
"Step up"を合言葉にニュープレステージを創造し、生活進化を支え、真の快適ライフの実現を目指す。これが '90-'92 プロパー開発の基本姿勢です。

川島織物

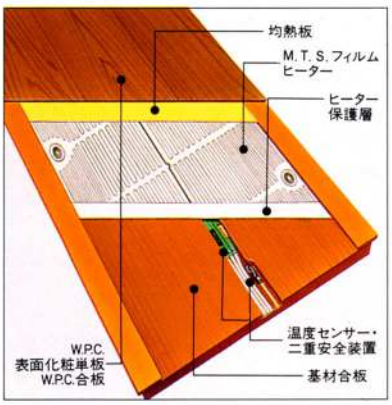
株式会社 川島織物　中央技術文化センター ☎(075)741-3111　本社事務所 京都市上京区東堀川通一条上ル堅富田町432 ☎(075)431-7891(代)　東京営業本部 ☎(03)506-0800　大阪営業本部 ☎(06)347-0451
ショールーム：札幌 ☎(011)261-2131　東京 ☎(03)355-0575　京都 ☎(075)621-0292　大阪 ☎(06)347-0423　広島 ☎(082)292-1618　パリ・ニューヨーク・ミラノ　ル・モンドショールーム：東京 ☎(03)498-8595
東関東営業所 ☎(0472)25-9250　宇都宮営業所 ☎(0286)33-3473　北関東営業所 ☎(0486)45-9411　横浜営業所 ☎(045)662-4634　静岡営業所 ☎(0542)47-2852　新潟営業所 ☎(025)247-8831
名古屋営業所 ☎(052)221-1311　京都営業所 ☎(075)612-3020　金沢営業所 ☎(0762)91-0090　大阪営業所 ☎(06) 347-0431　南大阪営業所 ☎(0722)23-1981　神戸営業所 ☎(078)332-5625
岡山営業所 ☎(0862)26-2677　高松営業所 ☎(0878)35-3518　松山出張所 ☎(0899)25-7170　広島営業所 ☎(082)232-4009　福岡営業所 ☎(092)573-2474　鹿児島出張所 ☎(0992)55-9107
㈱北海道川島織物 ☎(011)261-2131　旭川営業所 ☎(0166)48-6731　帯広営業所 ☎(0155)22-6806　㈱東北川島織物 ☎(022)235-5341　盛岡営業所 ☎(0196)53-1325　郡山営業所 ☎(0249)22-9931

A&i
快適を科学します

木の床なのに、暖かい。とても気持ちのいい床暖房です。

ナショナル木質床暖房ホットフロアー　ウッディタイプ

床材にヒーターを組み込みました。



薄いフィルム状のヒーターで全面を均一に暖めます。木の床そのものが暖房器具になりますから、冬場でもカーペットが不要。一年中、肌ざわりのいい木の感触を楽しめます。

空気を汚さない暖房器具です。

温度はスイッチ操作ひとつで自由に設定。しかも、センサーの働きでいつもお好みの温度に保ちます。

火を使いません。小さなお子様のおられるお宅でも、安心して使えます。空気を汚すこともなく、灯油などの燃料を補給する手間も不要。気持ちのいい空気です。

木目の美しい5柄をそろえました。

熱・傷・汚れに強い特殊な加工を施しました。木目の美しさを長く保ちます。当社のシステム家具やドアなどに調和する5柄を用意しました。


▲ダークブラウンオークW


▲ナチュラルオークW

■お問い合わせは、〒571 大阪府門真市門真1048松下電工・内装建材事業部PR・床暖房係(☎06-908-1131)へ。


ダークオリーブオークW

National
松下電工

謹賀新年

1990年を迎えて

社団法人 日本建築協会会長 佐野正一

新年を迎え、建築界の繁栄と皆様のご多幸を祈りあげます。

わが国の経済は引きつづき好調のなかにあり、建築界も多忙だった1989年を送り、新年もまた同じような繁忙の年であろうと言われます。不況から好況への転換は、内需拡大の政策に応じて住宅建設が大きく伸びたことにはじまります。強い生活意識の変化と所得の向上に支えられて、住宅建設、都市施設の整備、業務施設の近代化、福祉施設の充実のいずれについても、新設および取り替えの建築需要は一層旺盛で、建築活動は、なお一層強力に進むものと考えられます。しかしながら、建築活動が進む一方で、都市内外の地価の高騰、建築資材の逼迫などが予想を超えた障害となって進行し、また建築活動に伴う技術職・労務職の充足は極めて深刻な問題として表面化するに至っていることに注意しなければなりません。このような事態は戦後、急速かつ順調な成長をとげてきたわが国の建築界が迎えているあらたな局面と言ってもよいのではないかと考えます。敗戦国としての劣悪状態から立ち直り、さらに経済成長を重ねて、今や世界のなかでの強力な経済地位にまで到達したとされているわが国は、それだけに諸外国からの陰に陽に強い圧力のなかに立されており、そうしたあらたな国際関係のなかで、わが国は社会的にも、技術の環境でも、いま極めて深刻な状況を迎えていると思うのであります。

建築界の迎えているあらたな局面の打開のために、わが協会は、建築界を構成し支えるあらゆる分野の協力による良き英知を交歓しあう場として、建築界発展のために役立ちたいと考えております。会員各位の強いご鞭撻とご援助をお願い申しあげる次第であります。

本会は今年、第２回日本建築協会賞の表彰を行うことを定め、候補業績の選考に新年早々入ることにいたしました。第１回は本会の創立70周年に当たって記念行事として行い、今後は３～４年ごとに定例的に行うもので、広い会員組織と活動領域をもつ本会独自の行事として掲げ、建築界の発展のために寄与することを念願しております。

各位のご健勝を重ねて祈りあげます。

「建築と社会」は会員の力で —編集委員会—

編集委員長　長谷部朔郎

昨年の目標であった特集記事の一層の充実は、各特集担当委員の相互乗り入れと努力により、問題の関連づけ、内容の掘り下げに一応の成果が上がり、また、作品頁の平準化もやや軌道にのり、会員諸兄の期待におこたえできたと、やや、自負しております。ただ、毎月25日の発刊が事務局の人手不足もあり、遅れ勝手となり、ご迷惑をおかけしております。
今年は、発行日の厳守を第一の課題として、事務局とともに頑張り、ニュース性を織り込み、適切な情報交換に役立てたいと思います。
この１月号より２年間、２年続いたＣ.Ａ.Ｄの表紙をガラリと変え、生活のにおいのある、生きつづける街なみをテーマに、在阪新鋭建築写真家数名による力作で、表紙をかざる予定です。ご期待下さい。
会員の雑誌の質を高め、会員相互の役に立てるため、皆さん、誌面づくりに参加されませんか。多くの方々の参加で、よりよい誌面をつくることが、願いです。

伝統のある事業の充実を —教育委員会—

教育委員長　片倉健雄

教育委員会が行っている事業は、ここ数年来つぎの二つにしぼられています。一つは中堅の建築技術者を対象にした「建築工事実務講習会」で、昨年末に開催したものは第45回になります。いま一つは、この号で入選作品が紹介されている「工高生デザインコンクール」で、これは昨年で35回を数えました。
このように事業をしぼり込んでいるのは、当協会の特徴が発揮でき、かつ実績のあるものに重点をおく、という方針を踏襲しているからであり、本年も一層これらに磨きをかけていく所存です。
しかしながら、会員諸氏の中からは積極的な展開を期待する声も聞かれますので、具体的な提案をいただければ、ぜひ検討してみたいと存じます。
また、現在行っている二つの事業についても、大阪以外の地区や地方の会員の皆様方に支援していただいて、拡充に努めたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

従来の路線の継承・発展 —出版委員会—

出版委員長　須賀好富

出版委員会は今まで「建築技術選書」（特装版を含む）43冊、「プロのノウハウ」18冊、計61冊を企画、出版してきました。それぞれは、特徴のある著書で、会員をはじめ、建築界に多大の貢献をしています。
今後も、従来の路線を継承し、興味ある企画を行っていきます。また、著者による講演会を年３～４回行いたいと考えています。
委員の方々をはじめ、会員各位のご意見、ご協力をたくさんいただき、実りある委員会にしていきたいと思います。

会員増加に役立つために —事業委員会—

事業委員長　西村良平

本年の事業委員会は、前年からの意欲的な流れを引き継いでまいりたいと考えています。
最近では建築関係諸団体の数は極めて多く、メリットのない団体には入らないというのが近頃の若い人の考え方です。広く建築界の各分野を包含して成り立っている日本建築協会の特徴を十分に生かして、魅力ある事業を企画・実施することと、会誌の充実とが、会員諸兄が最も身近に感じるメリットの両輪ではなかろうかと思います。
幸い事業委員会では、委員の努力により充実した企画がなされてきていると自負しています。一昨年から取り組まれた若い会員の集いの研究会も、本年はその成果を披露できるものと思っています。
本年も事業にご参加いただき、積極的なご意見をたまわり、会の発展のためにご支援をお願いいたします。

有用な建材情報の提供に向けて —建材委員会—

建材委員長　金井弘次

建材委員会では、毎月の定例会で取り上げた建材について、メーカを交え、設計面、施工面、またはメンテナンスなど、各分野の問題点を討議のうえ、会員の皆様にできるだけ有用な情報となるよう心がけ、本誌の「新建材紹介コーナー」に掲載してきています。
ところで、最近の建材事情は多様な社会のトレンドを反映して、多様化、高度化、複合化がますます進行し、さらにハイテク分野の進出、国際化の進展なども絡み、大へん複雑で摑みにくい状況になっています。また、これらの情報もさまざまな媒体を通じ、個別的に流れ、情報洪水の趣すらあります。
このような流れの中で、当委員会としても、本年も上記基本線に沿って、委員の協力のもとに、常にその活動のあり方を検討しながら、会員の皆様により有用な情報の提供に努めたいと考えています。会員の皆様のご支援とご指導をお願い申し上げます。

日本建築協会会告

話題建築を聞く 第8回

鰻谷チルドレン・ミュージアム―若林広幸氏に聞く

華やかに着飾った商業用建築が付近にどんどん建てられてきて、すっかり面目を一新した心斎橋鰻谷界隈に、その存在感を周囲に大きく訴えている建物が建てられました。これまで作者が追求しつづけてきたテーマのひとつである「日常性から脱却した空間」が、ここにいみじくも具現化され、不思議な迫力をもって観る者に迫ってきます。
今回はこの「鰻谷チルドレン・ミュージアム」の作者である若林広幸氏に登場していただき、氏の個性あふれる建築観についてお話しいただくことにしました。多数の参加をお待ちしています。

日　時　1990年 1 月20 日（土）14：00―16：00
会　場　（社）日本建築協会会議室（大阪駅前第３ビル21階）

"子供に戻りたい大人達と、大人になりたい子供達のためのショッピング遊園地"。
鰻谷チルドレン・ミュージアムは、子供服を中心に、玩具店、子供ジュエリーショップ、ミルクバー等々、おしゃまな子供達のための22の店舗で構成される。
ところで、子供の頃に遊んだ場所で、何故か頭に焼き付いて離れない風景というものを、多かれ少なかれ誰しもが持っている。
私の場合は、実家の近くの、廃屋になった煉瓦造りのロフト周辺が、今も記憶に鮮明に残っている。
斜面地に何棟か残っており、そのあいだを階段が縫うように巡っていた。その棟の隙間は、違法のバラックがところせましと占拠していたし、とにかくごちゃごちゃと複雑に入り組んだ危ない場所なのだ。しかし、子供ごころにとても楽しい遊びの空間であった。というよりも、大人になった今も、洗練された空間を求める反面、潜在的にそんな空間を求めているような気がする。
だが最近の再開発ブームは、都会の真ん中からは赤ちょうちんや、複雑に入り組んだ町並みをどんどんとなくしていき、整然と整備の行き届いた清潔な四角いビルに変えていく。この鰻谷界隈も御多分にもれず、上品なデザインではあるが四角いビルが立ち並び、面的で退屈な風景に変わりつつある。
そんな町並みの中にチルドレン・ミュージアムはある。幅、奥行き、高さともに３ｍ80㎝、さらに柱や梁の断面も60㎝角で統一された架構に、様々なデザインの建物が二重構造で挿入されている。
この玩具箱をひっくり返したような建築の、日常性から脱却した夢のような不思議空間は、執ようなまでに断面や架構に拘り、整然と構築された格子に対し、それを壊そうとする私自身の原風景がつくりだした、アンビバレンツな行為なのである。　（若林広幸）

●若林広幸氏プロフィール
1949年京都市生まれ
1967年たち吉入社、アダム&イブ企画創立に参画
1972年インテリア設計事務所設立、建築を学ぶ
1982年若林広幸建築研究所設立、現在に至る
〈主な作品〉
パチンコ店ＵＦＯ2001、平井邸、ライフ・イン・京都、オウ・グルメ・シノワ京宴、てまり花、美食三昧菜館エスカミューズなど



●建築概要
所 在 地　大阪市中央区東心斎橋１－19－20
建 築 主　OMUビル
企　　画　オールファッションアート研究所
設　　計　若林広幸建築研究所
施　　工　淺沼組
敷地面積　253.88㎡
建築面積　206.45㎡
延床面積　1,173.39㎡
構造規模　ＳＲＣ、Ｂ１、８Ｆ
工　　期　1988年７月～1989年10月



定　　員　30名（予定）
参 加 費　一般2,500円、会員1,500円
学生：一般1,500円、会員1,000円　（含、缶ビールまたはジュース、消費税）
申込方法　ハガキ、ＦＡＸ、電話で１月12日（金）までに、（社）日本建築協会事業課へお申込みください。催し名（話題建築を聞く――鰻谷チルドレン・ミュージアム――若林広幸氏に聞く）、氏名、会員・一般の別、勤務先、参加証送付先、電話番号をお知らせ願います。
（社）日本建築協会事業課　〒530 大阪市北区梅田1-1-3-2100
ＦＡＸ 06-348-0634、☎06-348-0633
＊追って参加証をお送りします。なお申込者多数の場合は抽選にて決定します。

これからのガラス

ハイテクからローテクまで

経済の高度成長に伴い、これからビル・住宅・工場はますます機能化が求められる傾向にあります。また、その一方でいわゆるアソビの空間の必要性も強くなると思われます。そのなかで、ガラスはどのようなお手伝いができるか……。

皆様が考えている以上にガラスは機能化され、ハイテク化されています。

今回は、旭硝子の松本猛氏をお招きして、これからますます面白くなるガラスについて、お話を伺います。

日　時　1990年 2 月 5 日(月)　13:30～16:00
会　場　建設交流館603号室（大阪市西区立売堀2-1-2）
講　師　松本　猛（旭硝子中央研究所）
定　員　80名
参加費　一般4,000円、会員3,500円（含、消費税）



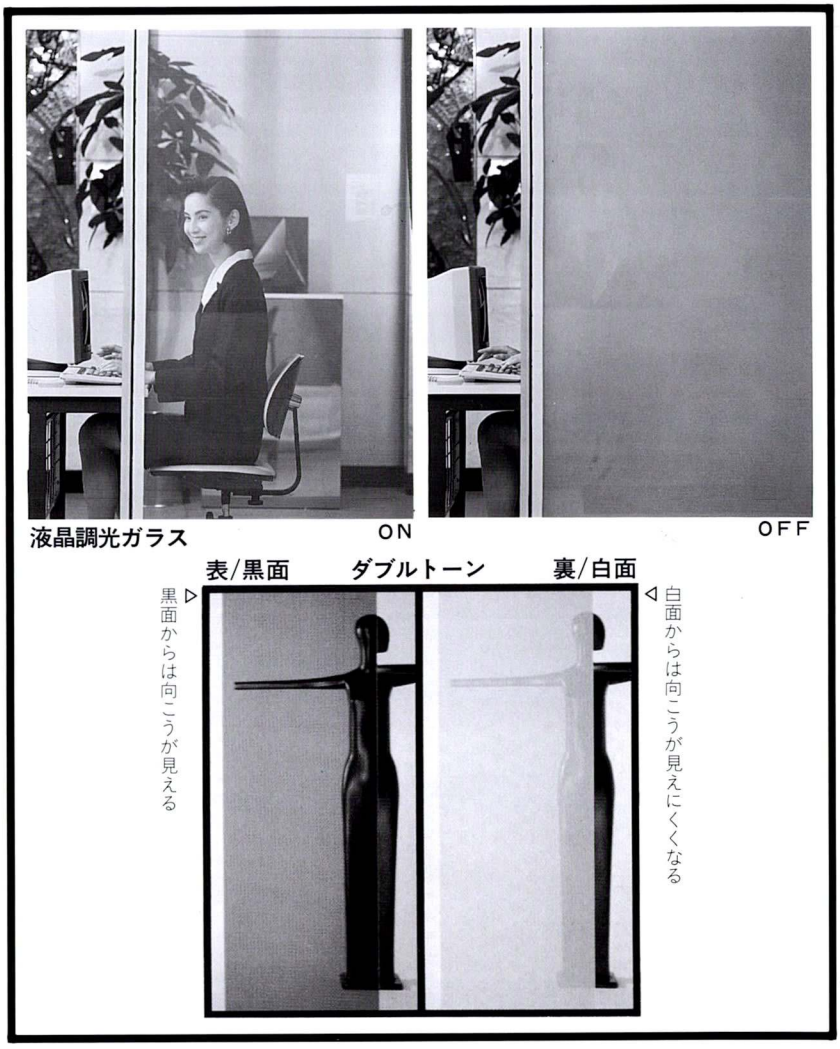
松本　猛氏略歴

1948年　5月18日生まれ。
1972年　早稲田大学理工学部応用物理学科卒
1972年　旭硝子㈱入社
研究所に配属。車輌用、建築用ガラスの使用特性の研究、断熱性、防音性を特徴としたガラス建材の開発を担当。
現　在　中央研究所において、建材商品グループのリーダーとして、高機能ガラス建材を中心とした開発を推進するとともに、関西地区でのマーケティングも担当。

ガラスは、古くから使われてきた材料で、透明でゆがみがなく、向こう側を正しく見ることができて、その存在を感じさせないものを理想としていました。しかし、ビルというものが建てられるようになってきて、窓に大きなガラスを使うのが一般的になってくるにつれて、省エネルギーや室内環境の快適性、および建物全体のデザイン性の面から、今までとは違ったガラスが使われるようになってきました。最近では、この傾向がますます強くなり、またガラスの製造法、特にコーティング技術の革新により多種多様のガラスが製造できるようになったため、目的に応じて様々なガラスを使い分けるようになっています。

最近の新しい傾向として、ガラスを施工した後で、ガラスの透視性などの性能を電気的に変えることのできるアクティブなガラスも登場してきています。このようなハイテク技術から少し離れて、非常に簡単な発想で透視性を変えることのできるガラスも出現してきています。

このように、ハイテクからローテクまで、従来にない新しいガラスが今生まれてきており、世の中の多種多様なニーズに対応できるようにメーカーとして努力しておりますので、その一端をご紹介させていただければと思っております。　（松本　猛）



申込方法　ハガキ、ＦＡＸ、電話で１月29日(月)までに日本建築協会事業課へお申込みください。催し名（これからのガラス）、氏名、会員・一般の別、勤務先、参加証送付先、電話番号をお知らせ願います。

日本建築協会事業課　〒530 北区梅田1-1-3-2100
ＦＡＸ06-348-0634　☎06-348-0633

※申込者には１月29日に参加証をお送りします。なお申込者多数の場合は抽選にて決定します。

エコロジカルアーバンプランニング
「生態計画から見た大阪府下の住宅開発」

高度経済成長とともに生まれた公害問題と、それへの意識の高まりが過去のものになりつつある現在、今度は、フロンによるオゾン層の破壊、炭酸ガスによる温暖化現象といった、地球レベルの環境破壊が問題となっています。これらは、われわれの生活に密接に結びついており、その解決は容易なこととは思われません。しかし、仮にそれらが解決しても、やがては別の問題が生まれてくることを誰も否定できないでしょう。

国内に目を向けると、〝内需拡大〟、〝ふるさと創生〟のスローガンのもと、各地のリゾート施設やウォーターフロント開発が進む一方、ゴルフ場の農薬問題等失われた自然に対する〝ツケ〟が、今後どのような形でわれわれの生活を脅かすのか、非常に心配されるところです。

どうやらわれわれは今、人間生活と自然環境の根本的見直しを迫られているように思われます。そして、増え続ける開発・建設の社会的要求に何らかの回答を与えつつ、ともすればないがしろにされ続けた自然を都市に再生し、都市環境の改善を目指すことが求められています。

エコロジカルアーバンプランニングとは、自然界に存在するすべての物の生態系を把握・尊重し、その中で、人間の活動を位置づけようとするものです。この観点に立って都市を見直した時、そこに何らかの解決策を見出し得るかもしれません。

今回は、長年にわたってこの分野の研究に携わってこられたH・シャピーロ氏をお迎えし、関西におけるニュータウン開発等の実例を通して、フリーディスカッション形式により、これからの開発のあり方に対する問題点の発掘・解決へ向けての具体的方策について考えてみたいと思います。

ふるってご参加下さい。







ハービィ・シャピーロ氏略歴
米国オハイオ州生まれ。ペンシルベニア大学芸術大学院環境計画学科卒。現在、大阪芸術大学教授。世界環境保護連合環境計画委員会委員。日本沿岸域会議・太平洋科学学会・国際地理学会等に所属。日本文化に造詣が深く、日本語堪能。

申込方法

ハガキかＦＡＸまたは電話にて、氏名・勤務先名(学校名)・連絡電話番号・参加証送付先及び所在地・郵便番号・催し名称（「生態計画から見た大阪府下の住宅開発」）・会員、会員外の種別をご連絡下さい。申込締切1990年２月16日㈮午後５時半まで。申込者多数の場合は抽せんにて決定の上、参加証をお送りいたします。

（日本建築協会事業課：〒530 大阪市北区梅田1-1-3-2100　大阪駅前第３ビル21階　ＴＥＬ06-348-0633　ＦＡＸ06-348-0634）

※㈱ヘッズより協賛いただきました。

日　時　1990年**2**月**24**日㈯　開場13:30　開会14:00→閉会16:00
会　場　日本建築協会・ラウンジ
（大阪市北区梅田1-1-3-2100　大阪駅前第３ビル21Ｆ　ＴＥＬ06-348-0633）
講　師　ハービィ・シャピーロ氏（大阪芸術大学環境計画学科教授）
定　員　40名
会　費　会員1,500円　会員外1,800円〔消費税を含みます〕

◀講演会「ヴォーリズの建築と関西 1910～30年代の都市風景」

ヴォーリズは関西学院、神戸女学院、大阪教会、大丸(心斎橋店)、大同生命、旧主婦の友社、山の上ホテルなど、人を包み込むような印象深い建築を明治、大正、昭和と三代にわたって、全国各地に残した建築家です。

本講演は、ヴォーリズ建築の研究にかけては第一人者で、ヴォーリズ建築をこよなく愛しておられる山形政昭氏が、このたび、「ヴォーリズの建築－ミッション・ユートピアと都市の華」という本をまとめられたのを機会に行うものです。

また、講演終了後の午後３時から５時まで、肥後橋の大同生命ビルと大阪教会を山形氏のご案内で見学する予定です。

多数のご参加をお奨めいたします。

＊

主　催　創元社・大阪府立文化情報センター
日　時　1990年**1**月**27**日㈯午後１時半～３時
会　場　大阪府立文化情報センター・多目的ホール
（大阪市北区中之島３－２－18・住友中之島ビル５階
ＴＥＬ06－444－1011）
講　師　山形政昭氏（大阪芸術大学建築学科講師）
参加費　500円（資料代含む）
申　込　㈱創元社編集部（担当：原）
（大阪市北区西天満１－４－２　ＴＥＬ06－363－2533）
見　学　講演会終了後、山形氏のご案内で大同生命ビル、大阪教会を見学しますが、見学のみご参加の方は、講演会終了時間に講演会場にお越しください。　**―日本建築協会後援―**

南海サウスタワーホテル大阪見学会

●建築概要
所在地　大阪市中央区難波5-1-60
建築主　南海電気鉄道
設　計　日建設計
監　理　南海電気鉄道、日建設計
施　工　大林組・竹中工務店・南海建設ＪＶ
敷地面積　33,886.38㎡
建築面積　28,759.22㎡
延床面積　67,778.37㎡（ホテル部分）
構造規模　ＳＲＣ＋Ｓ　Ｂ３、36Ｆ、Ｐ２
高　さ　地上147m
客室数　548室
駐車台数　511台
工　期　1988年１月～1990年１月
開　業　1990年３月29日



平成元年10月14日撮影

南海電鉄難波駅の直上に立地するこの超高層ホテルは、昭和47年より始まった同駅改造整備計画の最後を締めくくるとともに、関西国際空港の開港に向けて始動しつつある難波ターミナル地域周辺再開発の先導的役割をも担っており、大阪ミナミ・難波の時代到来のシンボルとしての期待がこめられた建物である。

既存建物の上に立地するため、ホテル玄関への明解なアクセスが設計上の大きな課題であったが、車に対しては地上から駅屋上へ一気に昇れるＳ字状ランプを設け、ウォークインのお客に対しては１階や３階駅コンコースからのシャトルエレベーターやエスカレーターを設けるなどして、一連の既存建物を生かしながら案内の良い多様な動線を計画した。

また、外装の軽量化や面取りによる風対策で、すでに建設が完了している下部構造の上に、当初より高いタワーを建て、新しいミナミのシンボルに相応しい外観を追求した。

大阪を代表するターミナル、人と車の集中するここ難波も、国際級ホテルが加わることで、大阪の新しい玄関口としての体裁が整うことになる。この南海サウスタワーホテル大阪は「国際花と緑の博覧会」開催にあわせ1990年３月29日に開業される。　（日建設計）

日　時　1990年2月21日㈬ 集合14:00－解散16:30
集合場所　現地（大阪市中央区難波5-1-60）
※地下鉄・南海電鉄「難波駅」下車すぐ、なんばCITYの上
定　員　80名
参加費　会員500円、一般1,000円（含、消費税）
※当日、受付にていただきます。

申込方法　ハガキ、ＦＡＸ、電話で、２月13日㈫までに、㈳日本建築協会事業課へお申込みください。催し名（南海サウスタワーホテル大阪見学会）、氏名、会員・一般の別、勤務先、参加証送付先、電話番号をお知らせ願います。
㈳日本建築協会事業課　〒530 大阪市北区梅田1-1-3-2100
FAX06-348-0634 ☎06-348-0633
※追って参加証をお送りします。なお申込者多数の場合は抽選にて決定します。

◀シンポジウム「建築におけるCADの現況と将来について」－日本建築協会協賛－

このシンポジウムでは、特に先進的な実例を紹介する。これらの事例は、ＣＡＤ利用の目標設定に役立つものと考えられる。さらに、海外の事例や教育問題を含んだ広範な考察から将来のＣＡＤシステムについて展望し、将来のＣＡＤシステムの研究事例も紹介する。

主　催　日本建築学会近畿支部
日　時　1990年 2 月 7 日㈫ 10:00～16:30
会　場　建設交流館８階グリーンホール
（大阪市西区立売堀 2-1-2 ＴＥＬ06-543-2551）

プログラム
建設業におけるＣＡＤ運用事例／西河　清（竹中工務店）
日建設計におけるいろいろなＣＡＤ利用のあり方／榊原克巳（日建設計）
建築ＣＡＤ今後の方向(1)－意匠設計とその周辺で－／山口重之（京都工芸繊維大学）
小設計事務所のＣＡＤだけによる建築設計／池上宗樹（バス）
競技設計とＣＧプレゼンテーション／森野武雄（森野設計事務所）
建築ＣＡＤ今後の方向－プレゼンテーションから３次元設計へ／笹田剛史（大阪大学）
討論会（15:20～16:30）　－司会－　松岡進士郎（大林組）

＊

参加費　本会会員10,000円、協賛団体会員11,000円
その他　12,000円（テキスト代含む）

申込方法　必要事項を明記のうえ、参加費を添えてお申込下さい。現金書留の場合は、参加券送付用の封筒（62円切手貼付、宛名記入）を同封。銀行振込みは取り扱っていません。
申込締切　２月１日㈭（ただし、申込先着順）
申 込 先　日本建築学会近畿支部
〒550 大阪市西区靱本町１－８－４
☎06－443－0538　FAX06－443－3144

◀建築関係９団体合同新年交礼会開催時間変更について

先に会告し、参加申込みをいただいております上記交礼会の開催時間が、他団体との調整を要するなどの事情により、次のとおり変更になりましたので、お間違いのないようお含みの上、ご出席下さいますようお願いします。

日　時　平成２年１月４日㈭
午後２時～３時を**２時半～３時半**に変更
会場、その他は変更ありません。

訂正とおわび

本誌平成元年10月号25頁に掲載しました－「住宅の照明」の著作権を協会に寄贈－の表題および記事中に、「著作権を本会に寄贈された」旨の文面がありましたが、これは「著作権に伴う印税の寄贈」の誤りでした。訂正いたしますとともに、関係の皆さんにおわび申し上げます。　日本建築協会事務局編集部

1917創刊
1990
71集
建築と社会 © ARCHITECTURE AND SOCIETY
CONTENTS
JOURNAL OF THE ARCHITECTURAL ASSOCIATION OF JAPAN

「建築と社会」1月号表紙

表紙写真撮影　柄松　稔

出石の辰鼓楼

鉄道からとり残されたのが幸いして、出石の町には歴史が今なお息づいている。円山川の支流の出石川沿いに栄えたこの城下町は、かつて但馬の中心として栄えた証拠があちこちに垣間見られる。大好きなそばを食べ終わって外に出たら、かつて辰の刻に時を知らせていた辰鼓楼がすぐ目の前に見えた。

■特集予告

2月号／ニュータウン・ルネサンス
3月号／スケール感
4月号／プレハブ住宅技術の現在と未来

1 通巻 814

会　長　佐野正一
副会長　足立　孝・市川　宏
　　鴻池藤一・薬袋公明
編集委員会（平成元年度）
■編集理事
金井　弘次
金多　潔
小島　雄
城　憲一
須賀　好富
竹中　錬一
長谷部朔郎
松村　慶三
若山　繁
渡辺　忠
■編集委員長
長谷部朔郎
＊上田　信也
■編集顧問
東　孝光
■編集委員
★計画系分科会
☆計画系
角島　健二
河端　秀直
小浦　久子
鈴木　克彦
○田中　直人
平岡　博
山尾　弘子
吉村　英祐
☆建築計画系
上杉　秀隆
江副　敏史
○加藤　晃規
北村　潤
鳴田　聖二
庄野　利博
西川　純一
前川　治彦
牧野由美子
三宅　淳
＊森田　晴美
矢野　裕芳
山中　恵子
山本　匡
☆インテリア・住宅
石倉　健彦
一ノ瀬満雄
大塚　慶子
○加藤　力
神谷　剛
＊北浦かほる
北山　喜与
駒田　哲男
細田　泰彦
増地　秀夫
★構造分科会
和泉　一義
清　孝好
馬場　研介
○福山　国夫
山崎　雅生
和田　勉
★設備分科会
安倍　浩一
石野　幸義
遠藤　進
梶井　宏修
河津　隆之
○佐藤　秀彦
別所　清
村上幸三郎
★施工材料分科会
有光　利治
河戸　隆
○志水　史典
田添　寿昭
丹羽　稔
松村　勝実
★法令分科会
＊大前　博司
佐藤　勝
広瀬　丈洋
松井　昭
南出　和延
■作品作風小委員会
荒川　朱美
遠藤　公介
岡本　隆
北澤　修一
玉崎　良和
○塘　伸夫
富田　昌義
福地　一彦
松田　善弘
宮下　幹雄
＊水川　尚彦
宮崎ひろ志
■会員企画小委員会
赤井　富弘
伊藤　郁郎
稲木　裕子
＊今井　邦夫
北村　恭一
小林　孝一
佐伯由紀子
柴田　厚
○高田　光雄
高橋　麗子
塚口　明洋
冨永　明子
増渕　昌利
溝口　正人
■広告企画小委員会
＊池渕　俊男
佐野　寛志
○下村　甫
橋本龍二郎
原田　常介
藤田　孝吉
山下　修司
○渡辺　忠
○印 副委員長と幹事　＊印 同代行

印　刷　平成2年1月20日
発　行　平成2年1月25日
発行人　社団法人日本建築協会
発行所　社団法人日本建築協会
　　大阪市北区梅田1-1-3-2100
　　電　06－348－0635
　　振替口座 大阪1-39975
印刷所　日本写植印刷株式会社
　　電　06－606－1111(代)
　　青葉印刷株式会社
　　電　06－351－5428(代)
定　価　980円（本体価格951円・送料共 消費税29円）
表紙デザイン／藤田治彦

年頭のことば
本年の抱負
会告

作品作風・新建築

being
デザインコンクール
GBRCニュース
新建材紹介コーナー
建築の眼

特集

総論
論文

エッセー
レポート
アンケート

資料

若い会員の集いレポート
追悼文
月報
レポート

特集●商品化住宅のデザイン

SPECIAL FEATURE ON DESIGN OF HOUSES AS COMMERCIAL PRODUCT.

1990年を迎えて／会長・佐野正一 — 3
常設委員会・本年の抱負／長谷部朔郎・西村良平・片倉健雄・須賀好富・金井弘次 — 4
鰻谷チルドレン・ミュージアム－若林広幸氏に聞く－．「これからのガラス－ハイテクからローテクまで－」．エコロジカルアーバンプランニング「生態計画から見た大阪府下の住宅開発」．南海サウスタワーホテル大阪見学会．講演会「ヴォーリズの建築と関西1910～30年代の都市風景」．シンポジウム「建築におけるCADの現況と将来について」．建築関係9団体合同新年交礼会開催時間変更について — 5
神戸市新庁舎 — 設計監理：神戸市住宅局営繕部・日建設計 — 10
施工：竹中工務店・大成建設・熊谷組・西松建設共同企業体
イトーキ大阪ニューオフィスギャラリー — 設計監理：日建設計 — 16
施工：清水建設・大林組共同企業体
藤花学園　尾山台高等学校・藤花幼稚園 — 22
設計監理：安井建築設計事務所・浜詰測量設計事務所(造成)
施工：真柄建設・清水建設共同企業体
サウスサイドコート — 設計施工：大林組 — 26
出光ナガホリビル — 設計監理：日建設計　施工：大成建設 — 30
ホテルアルパ大阪 — 設計監理：東畑建築事務所　施工：不二建設 — 34
比良ゴルフ倶楽部・クラブハウス — 設計施工：戸田建設 — 36
「吉兆」の新春を寿ぐ御料理／池辺修一 — 38
第35回工高生デザインコンクール(テーマ：リゾート地に建つ「ペンション」) — 41
高温強度特性に優れた建築構造用鋼材を用いた柱の載荷加熱試験 — 46
マルチラバーベアリング(高機能免震ゴム)／中川　徹 — 49
消えゆく建築学科／前川道郎．咲くやこの花館／森岡　進．私が建築創りに考えること(1)
組織と個人／徳岡昌克．お座敷野球／楠　正世 — 56

商品化住宅のデザイン

商品化住宅のデザインと地域の町づくり — 大野勝彦 — 60
商品化住宅と乗用車のデザインプロセスの比較
商品としての工業化住宅 — 河村友文 — 62
商品化住宅のデザイン — 井上　潔 — 66
乗用車のデザイン開発 — 柳原良樹 — 70
アメリカにみる限りなく〝家〟に近い〝自動車〟 — 北浦かほる — 74
商品化住宅の街並み — 北浦かほる — 76
商品化住宅の限界／内井昭蔵．消費の欲望をそそる器／貴志雅樹．商品化住宅のイメージ／塚口明洋．プロダクトデザインの確立／北村陸夫 — 78
商品化住宅の歴史 — 石倉健彦 — 81
過去・現在の代表的商品化住宅のプラン — 京都工芸繊維大学加藤研究室 — 85

音楽と建築—バロックをあなたに—／横田隆司 — 90
濱田瑞穂先生の訃／中島　一 — 91
日本建築協会月間の動き(平成元年11月分) — 111
メディアとしてのデザイン—建築デザイン会議'89 高野山で開催 — 112

神戸市新庁舎

設計監理　神戸市住宅局営繕部・日建設計
施　　工　（建築）竹中工務店・大成建設・熊谷組・西松建設共同企業体

所 在 地　神戸市中央区加納町6－5－1
敷地面積　9,495.45㎡
建築面積　2,550.28㎡
延床面積　54,398.07㎡
構造規模　RC・SRC・S、B3F、30F、P2
工　　期　1987年1月～1989年8月
最 寄 駅　JR・阪急・阪神・地下鉄三宮駅

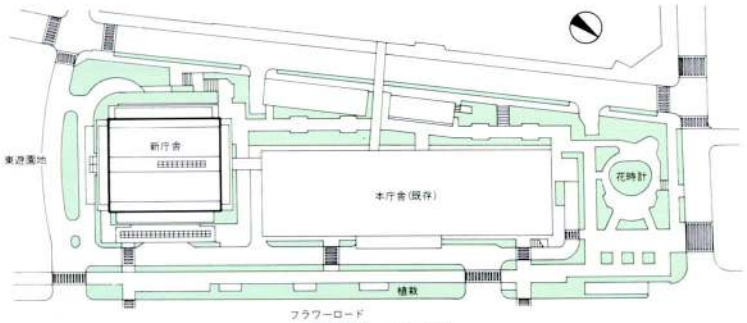
撮　　影　滝田良彦







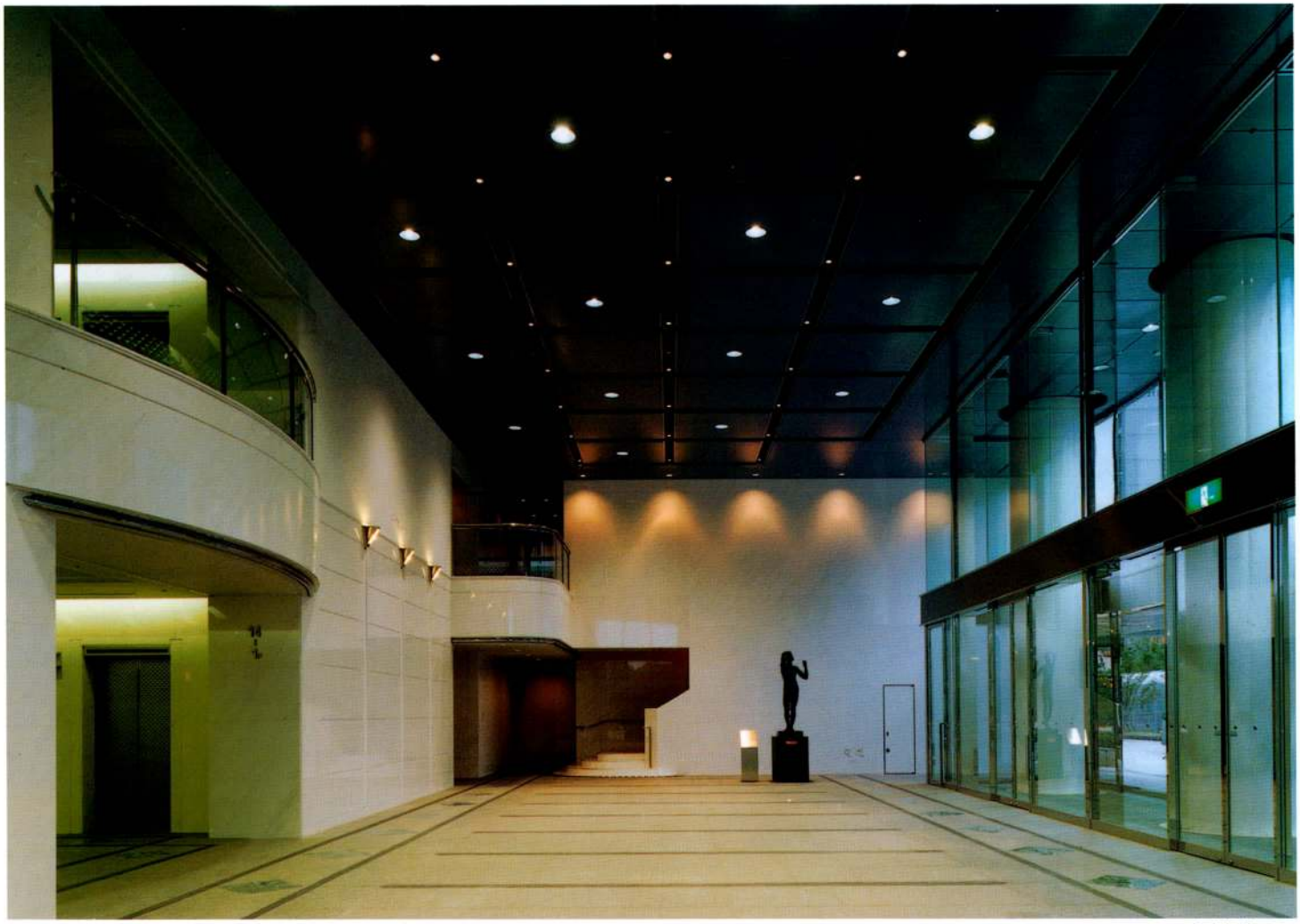




配置図　1：2500



議会玄関



行政玄関ロビー

神戸市新庁舎は、庁舎の狭あい化解消をめざし市政100周年にあたる平成元年9月、旧議会棟跡地に建設された。

土地の高度利用をはかるため議会機能と行政機能とをあわせもつ超高層ビルとして計画し、25～30階を議会ゾーン、3～23階を行政ゾーンとして明快にゾーニングし、1階にはそれぞれの玄関ロビーを設けている。

後背の六甲の山並みに映るさわやかな外観を意図し、白色の花こう石の格子と青いガラスの組合せによる軽快かつ繊細な構成とし、都市の新しいシンボルとなることをめざしている。特に格子に囲まれた外装のガラスはＳＡＧ（Structual Adhesive Gasket）工法を採用し、格子とガラスの組合せの単純化をはかっている。

同時に、市庁舎周辺の歩行者空間の整備を行い、既存庁舎と東遊園地との一体感を強化し、敷地西側の中庭を遊歩道として整備し、一般市民に開放している。さらに1、2階の市民ロビー、24階の展望ロビー・レストラン等を市民に開放し、老人および身体障害者の方々にも配慮した市民に親しみやすい庁舎をめざしている。

一方、市職員の執務環境改善と今後のＯＡ化に対応した機能的で快適なオフィス環境をつくりだすためのさまざまなインテリジェント機能を備えており、庇・高性能熱線反射ガラスの採用、既存庁舎と新庁舎のエネルギー一元化、換気窓の採用等による省エネルギー・省力化にも充分配慮している。

今後、この新庁舎が都市のシンボルとしてのみならず、市民の心のシンボルとして深く刻み込まれていくことを念ずるものである。

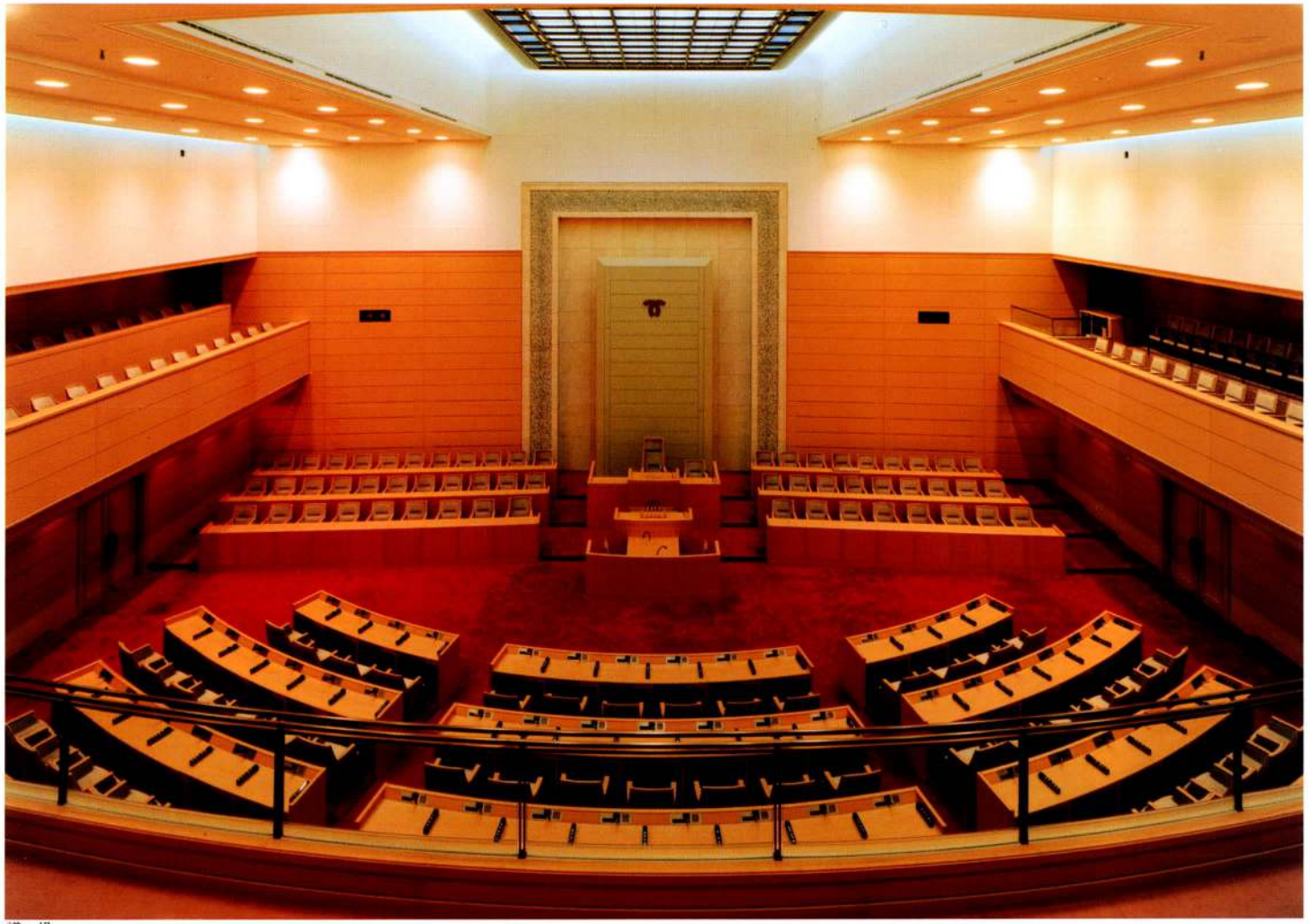
（川島克也／日建設計・大阪）



エレベーターホール



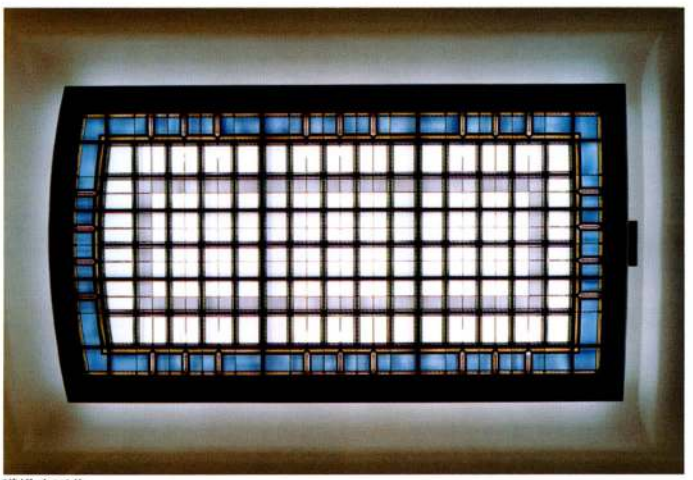
市民ロビー



議　場



議　場



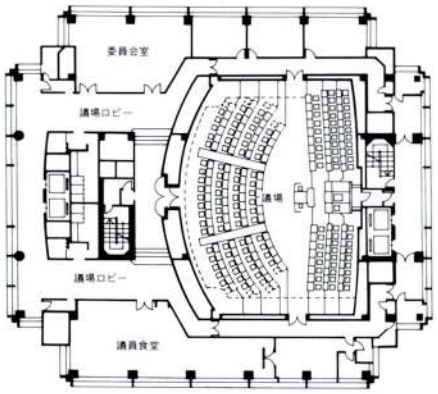
議場光天井



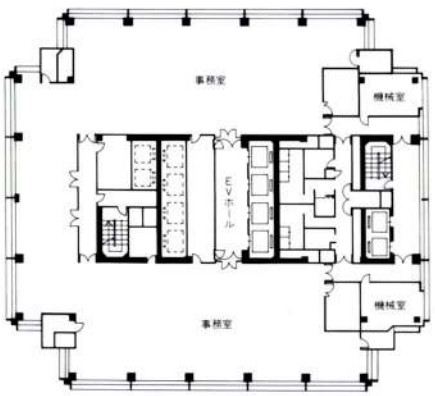
27階代表者会議室



14階特別会議室



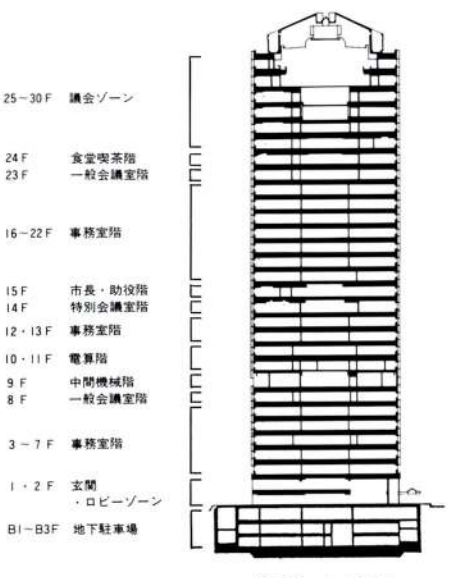
29階平面図　1：800



基準階平面図　1：800



1階平面図　1：800



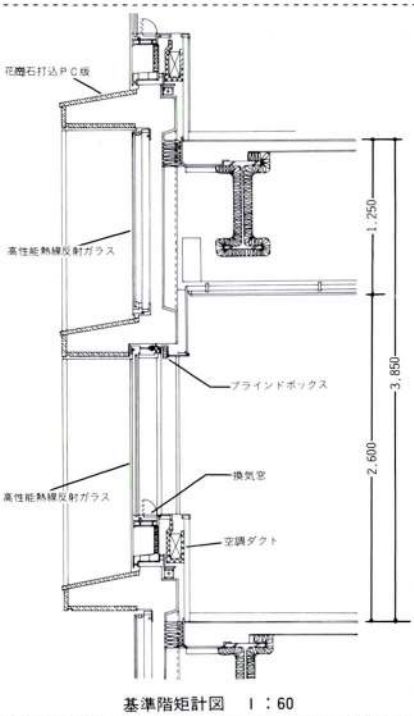
断面図　1：2000



15階特別応接室



24階レストラン



基準階矩計図　1：60



換気窓(閉鎖時)



換気窓(開放時)

イトーキ大阪ニューオフィスギャラリー

設計監理　日建設計
施　　工　清水建設・大林組共同企業体



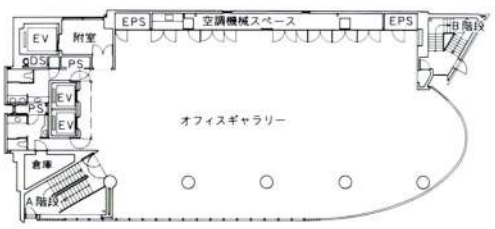
大阪堺筋に面したこの敷地は、イトーキ創業の地であり、このビルは100周年を迎える今年に合わせた記念事業として建設された。

昨今のニューオフィスブームによって、快適なオフィス空間に関心が高まっている中、このビルはオフィスの未来像を実際にトータルに提案するスペースにふさわしい内容が追求されている。

ここでは、外壁材料として乳白色のガラスブロックをステンレスフレームで組み上げる工法がとられた。これを楕円による大きな曲面形態にすることで、ユニークなアイデンティティを獲得している。この光を透過する「壁」は季節や時刻のうつろいを室内に映し出すスクリーンとしてオフィスワーカーが忘れかけた自然の感覚を呼び起こさせる効果をもっている。また展示空間になるオフィス部分はすべて H＝300のフリーアクセスフロアを採用して高いフレキシビリティをもたせ、空調も床から行う方式にしてパーソナル対応を実現する。この先進的なギャラリーが今後の堺筋の活性化にオフィス文化の面から貢献していくことを願っている。　（日建設計・大阪）

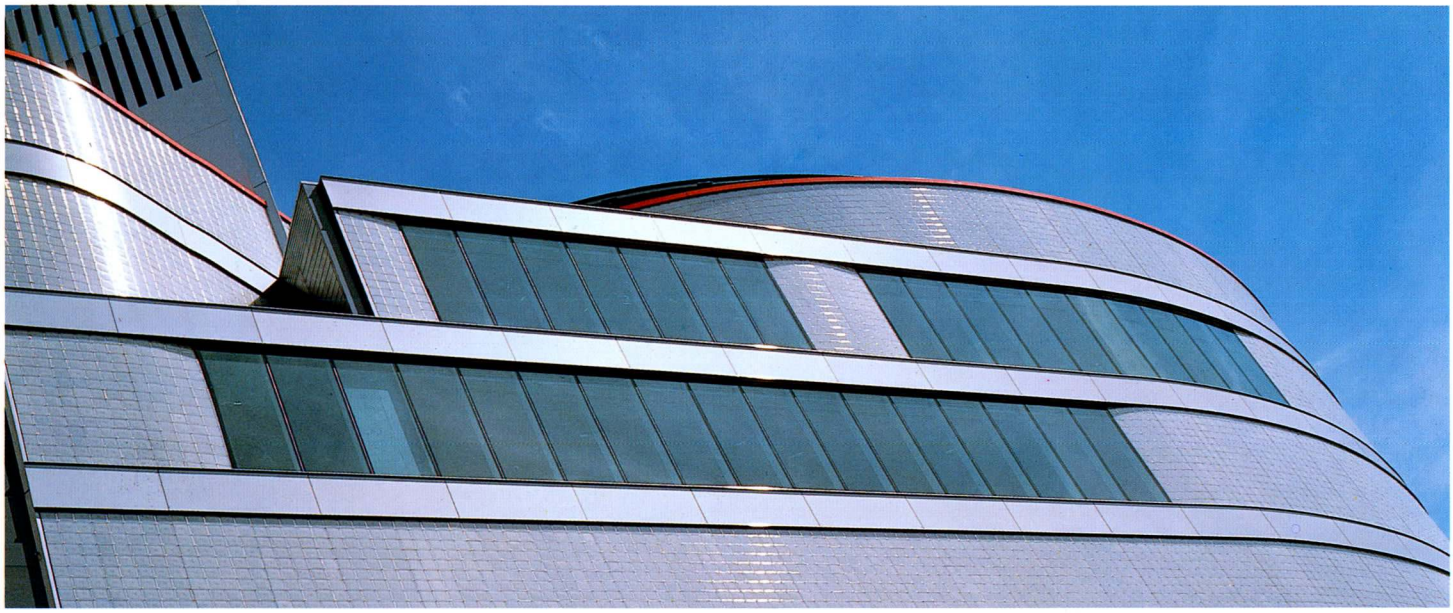
所 在 地　大阪市中央区淡路町1－6－11
敷地面積　696.19㎡
建築面積　588.17㎡
延床面積　5,996.74㎡
構造規模　SRC、B2F、9F
工　　期　1987年12月～1989年9月
最 寄 駅　地下鉄堺筋線北浜駅

撮　　影　三島　叡



7階平面図　1：800

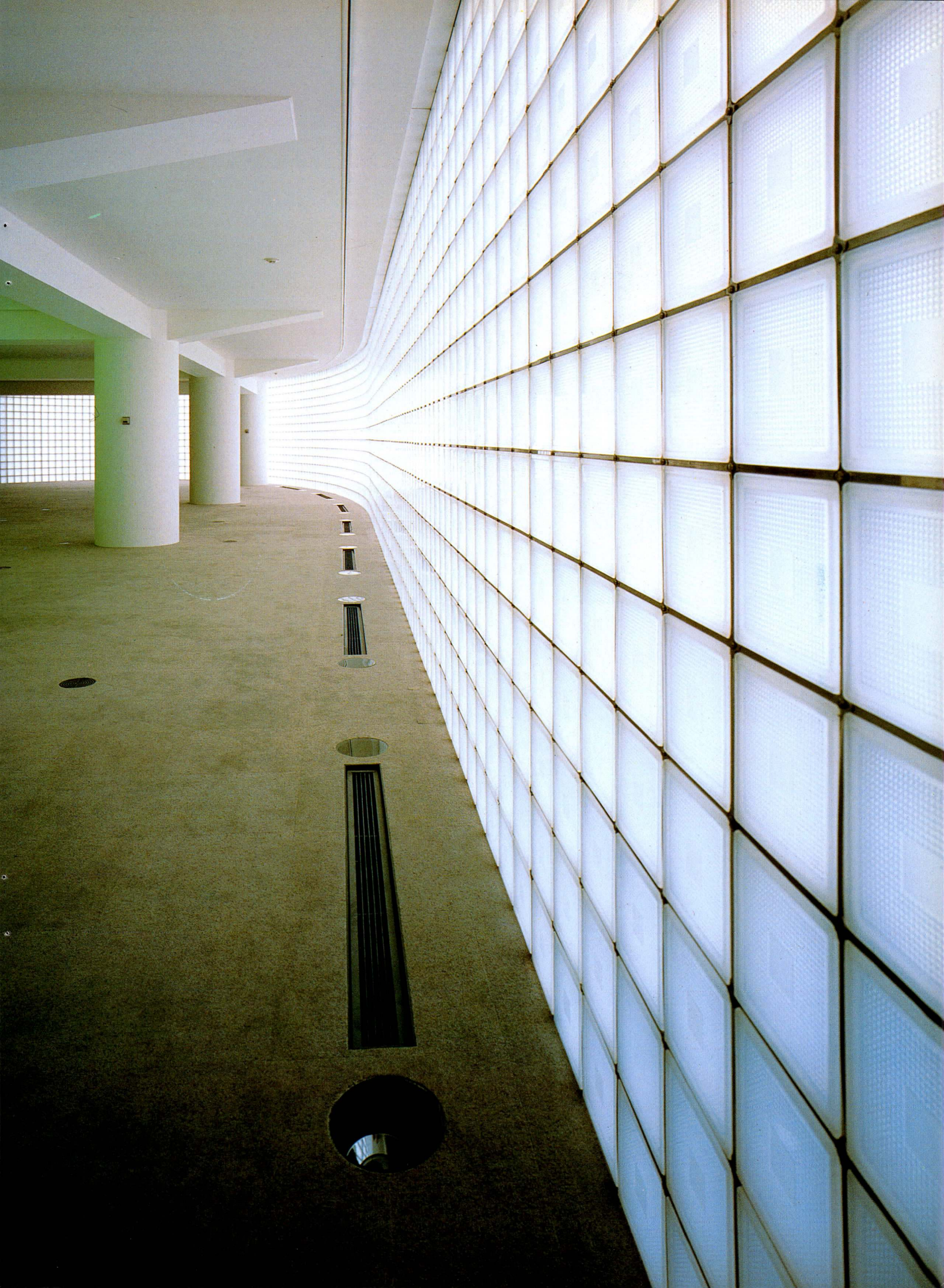

盲人用信号
盲人用信号



外観ディテール

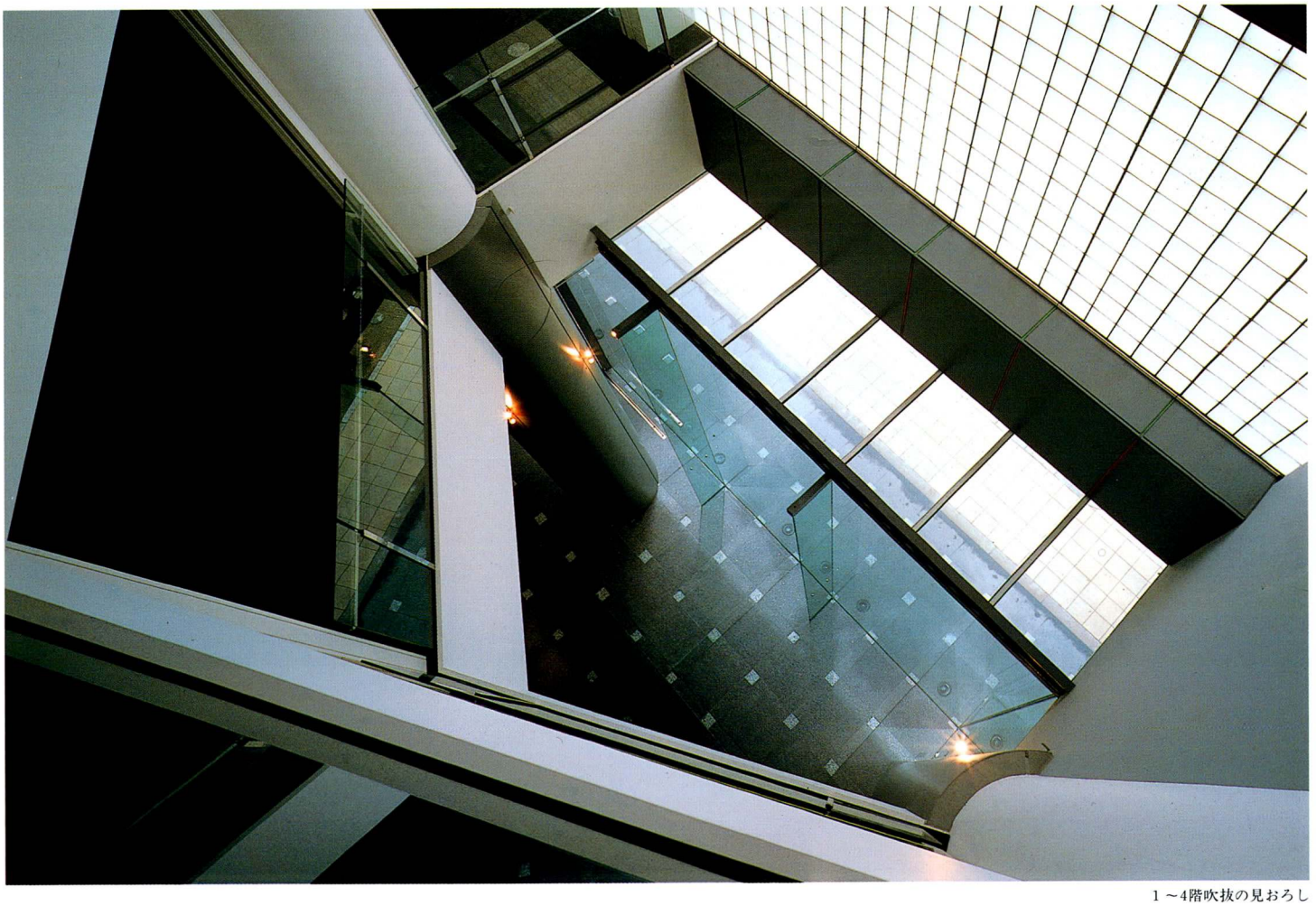


早朝の全景





9階ホール



1～4階吹抜の見おろし



5階ライトフロア



8階サロン



高校正門

藤花学園 尾山台高等学校・藤花幼稚園

設計監理　安井建築設計事務所
　　浜詰測量設計事務所(造成)
施　　工　真柄建設・清水建設共同企業体
　　給排水衛生・空調　柿本商会・日栄商事共同企業体
　　電　　気　柿本商会・第一電気工業共同企業体
　　造　　成　真柄建設・加賀建設共同企業体
　　作 法 室　安井杢工務店
　　備　　品　大和ハウジング



全景鳥瞰



管理・特別教室棟(玄関)



左：第１体育館、右：講堂

当学園は大正11年、浄土真宗本願寺派金沢別院輪番の石原堅正を校長として設立された「金沢高等予備校」に始まる。その後学制改革などいくたびかの変遷を経て、昭和52年に藤花学園尾山台高等学校と改称し現在に至っている。高等学校は１学年８クラス、生徒数1,080人の男女共学で、普通科と商業科をもち、幼稚園を併設している。

旧校舎は金沢市の中心部尾山町にあったが、生徒数の増加にともない校地が狭隘となり、校舎も老朽化したので郊外に新築移転することとなった。

新しい校舎は金沢市郊外の南西部、北陸自動車道金沢西インターから西１kmの田園地帯に建設された。南北に長い敷地は北側を校舎ゾーン、南側を運動場ゾーンとし、敷地東側の道路から校地への進入道路は幅15m、長さ約100mあり、その両側には紅葉の美しいアメリカフウを植え、並木の通学路とした。

校舎の配置は校章のついたシンボルの塔を中心として、管理・特別教室棟、普通教室棟、講堂、第１体育館、第２体育館の５棟から成り、それぞれが渡廊下で結ばれている。

外観は金属の勾配屋根と深い庇をもち、外壁の茶系統のタイルと白いバルコニーを対比させ、重厚さと格調の高さを表現し、さらに各棟の高さの変化で遠望の印象を強めている。

特徴ある施設として、阿弥陀如来像が安置された1,200人収容の講堂、本格的な能舞台と大広間・茶室で構成する作法室がある。

併設する幼稚園は¼円の平面形で、遊戯室には円形大小10個のステンドグラスを嵌め、外壁をピンク系のタイル貼りとして躍動的で楽しい雰囲気の建築とした。

（竹田正治／安井建築設計事務所）



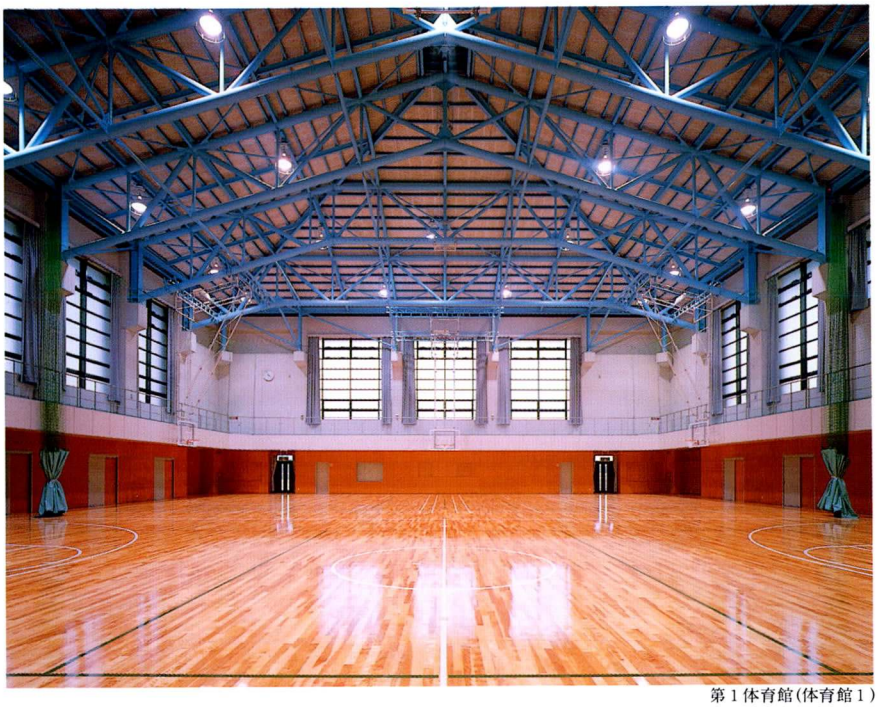
幼稚園



幼稚園（遊戯室）



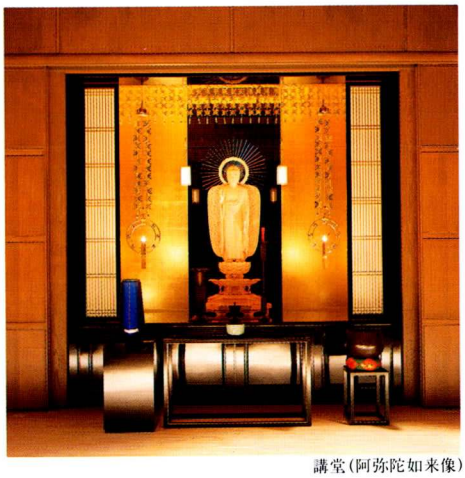
管理・特別教室棟(1Fロビー)



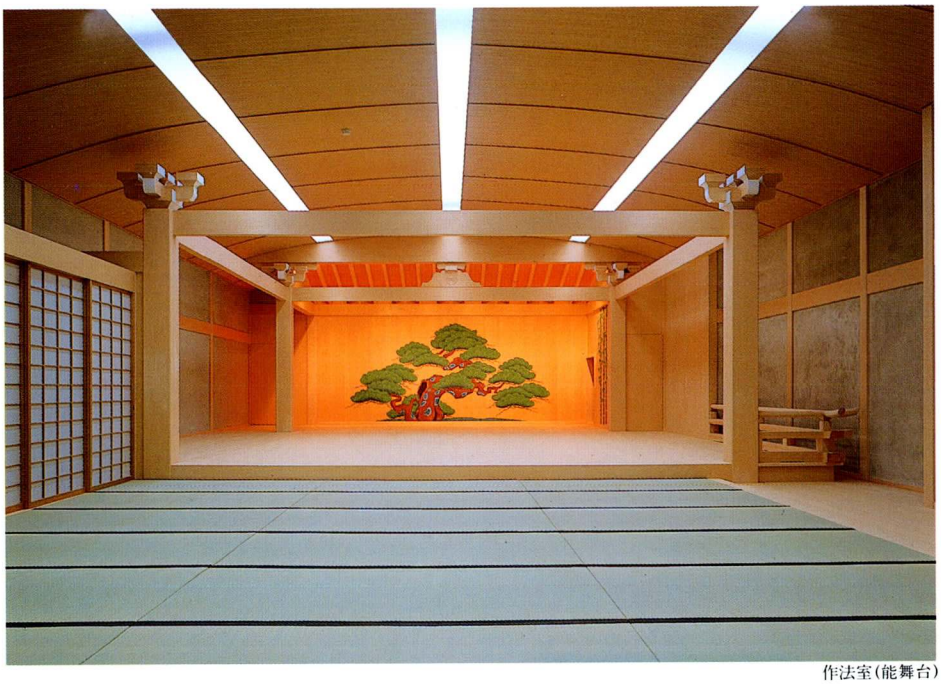
第1体育館(体育館1)



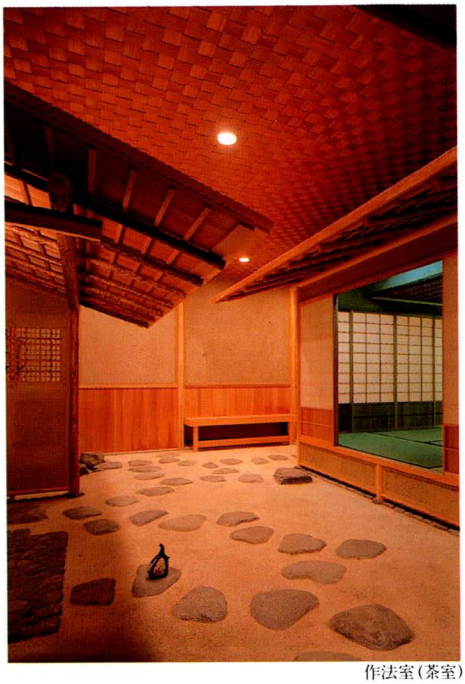
講堂(緞帳「飛天」)



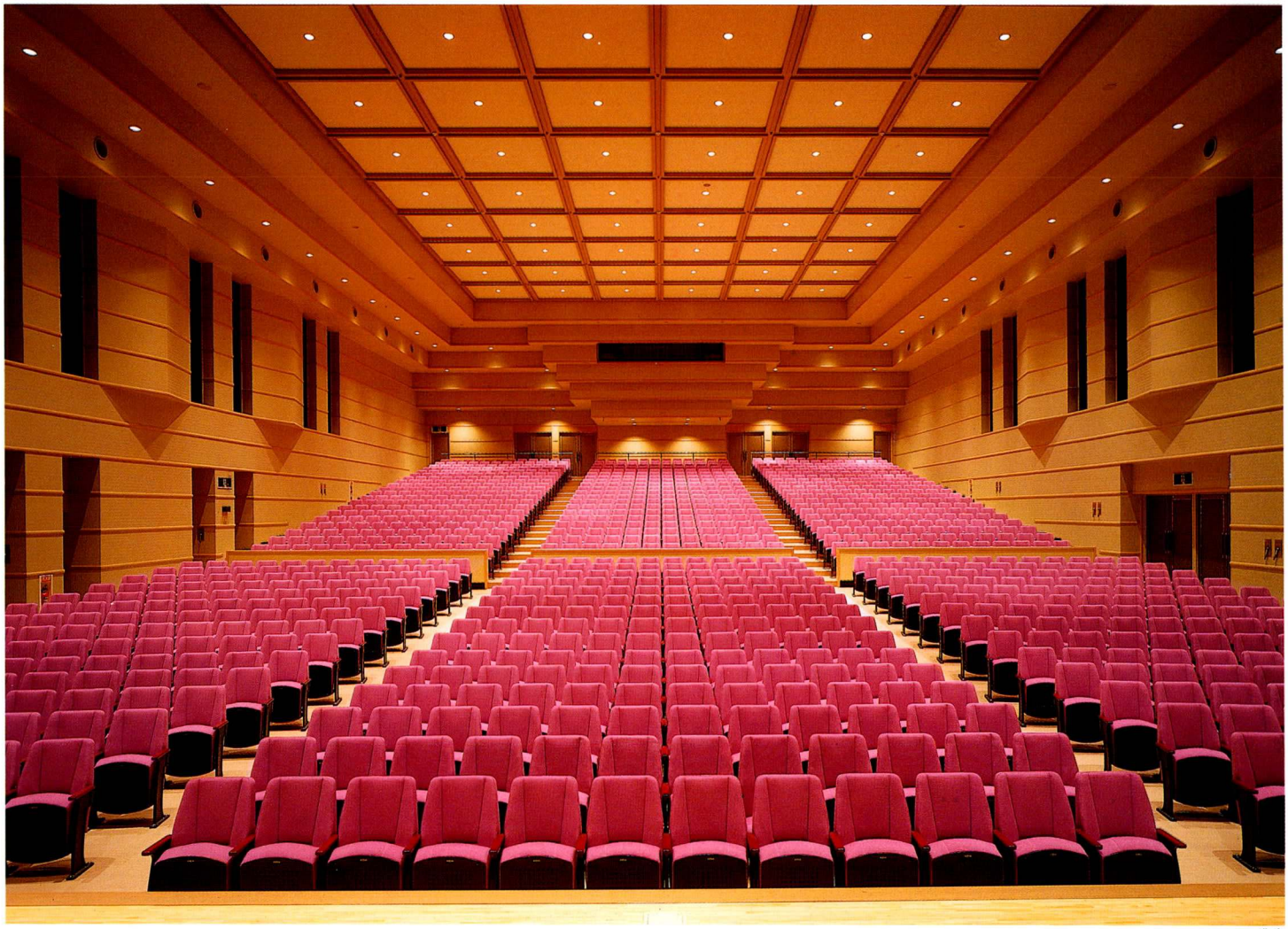
講堂(阿弥陀如来像)



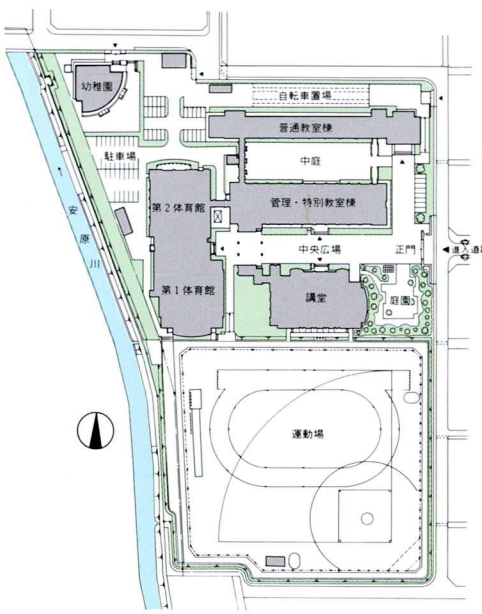
作法室(能舞台)



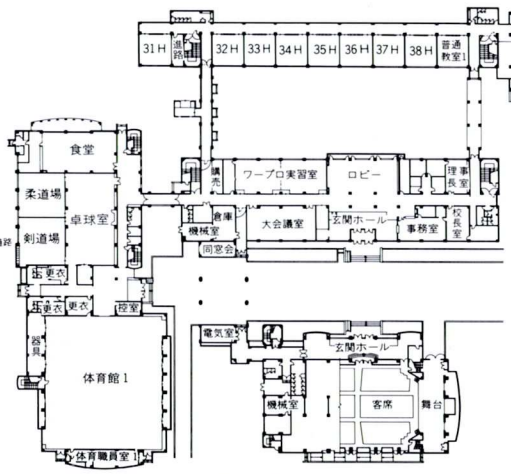
作法室(茶室)



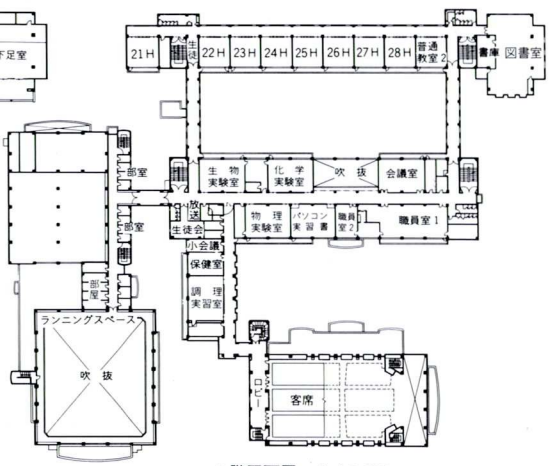
講堂



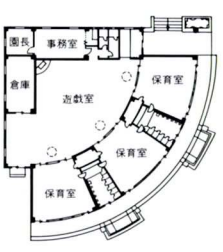
配置図　1：4,000



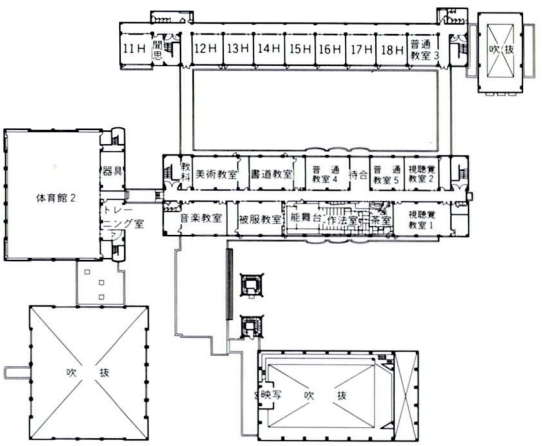
1階平面図　1：2,000



2階平面図　1：2,000



幼稚園1階平面図　1：1,000



3階平面図　1：2,000

所在地　石川県金沢市上安原町169－1
敷地面積　40,685.96㎡
建築面積　10,030.85㎡
延床面積　17,807.64㎡
構造規模　RC(一部S)、3F
工　期　1988年9月～1989年11月
最寄駅　JR北陸本線野々市駅
撮　影　島　修一

サウスサイドコート

設計施工　大林組



この建物は、「新しいスポーツライフの提案」をテーマに掲げる美津濃株式会社の新規事業展開の一貫として計画されたものである。施設は、ショールームとしての機能をもったフィットネスクラブと、若者をターゲットとした1ルーム主体の住宅とによって構成される。

三角形に近い敷地形状を活かして、フィットネスクラブという動的な機能を建物形状に反映するとともに、ストラクチャーと壁面を明快に分け、その2つの異なる機能を外観に表現することを試みた。

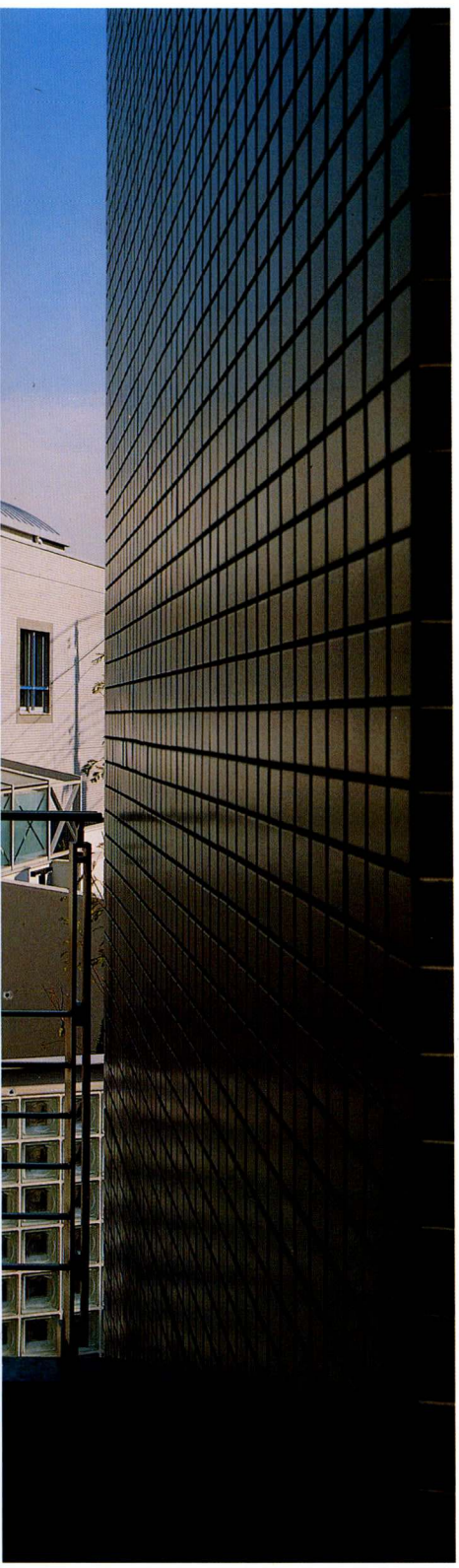
建物の形状は、中庭（コート）を中心として住戸をロの字型に配した中層棟と、アスレチックジム、スイミングプール等の大空間による低層棟との二棟に分けている。その結節点にロビー空間を設けることによって、ロビーを中心として各室を配するとともに、施設への導入部であるその空間を建物のポイントとして象徴的に扱っている。

また、住宅部分はロの字の平面型を基本としながらも、廊下の突当りを開口として周辺の緑を見通せる様に計画し、ゆとりある中庭とともに伸びやかな解放感のある空間の創出につとめた。

外装は、薄いグレーとシルバーを基調に金属フレームとパンチングメタルを用いて、都会的な雰囲気と明るく健康的なイメージを創っている。

インテリアについては、淡いローズピンクをポイント色に用いて雰囲気を柔げながら、外装と同様にグレーを基調としている。施設としての統一性とともに、ここで活動する人々を主役として引きたたせることを意図した。

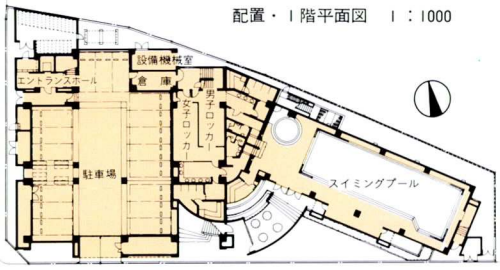
（林　浩二・梶原一幸／大林組）



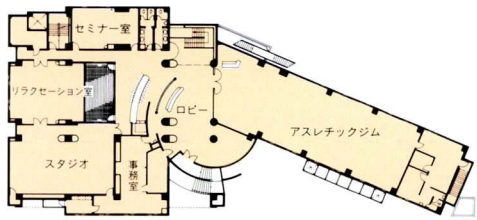




配置・1階平面図　1：1000



2階平面図　1：1000

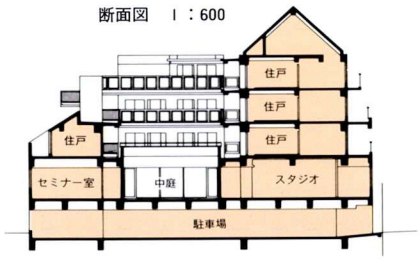


所在地　大阪市阿倍野区西田辺1－23－1
敷地面積　1,535.00㎡
建築面積　1,073.05㎡
延床面積　3,378.71㎡
構造規模　RC、BIF、6F
工　期　昭和63年10月～平成元年10月
最寄駅　地下鉄御堂筋線西田辺駅

撮　影　東出清彦

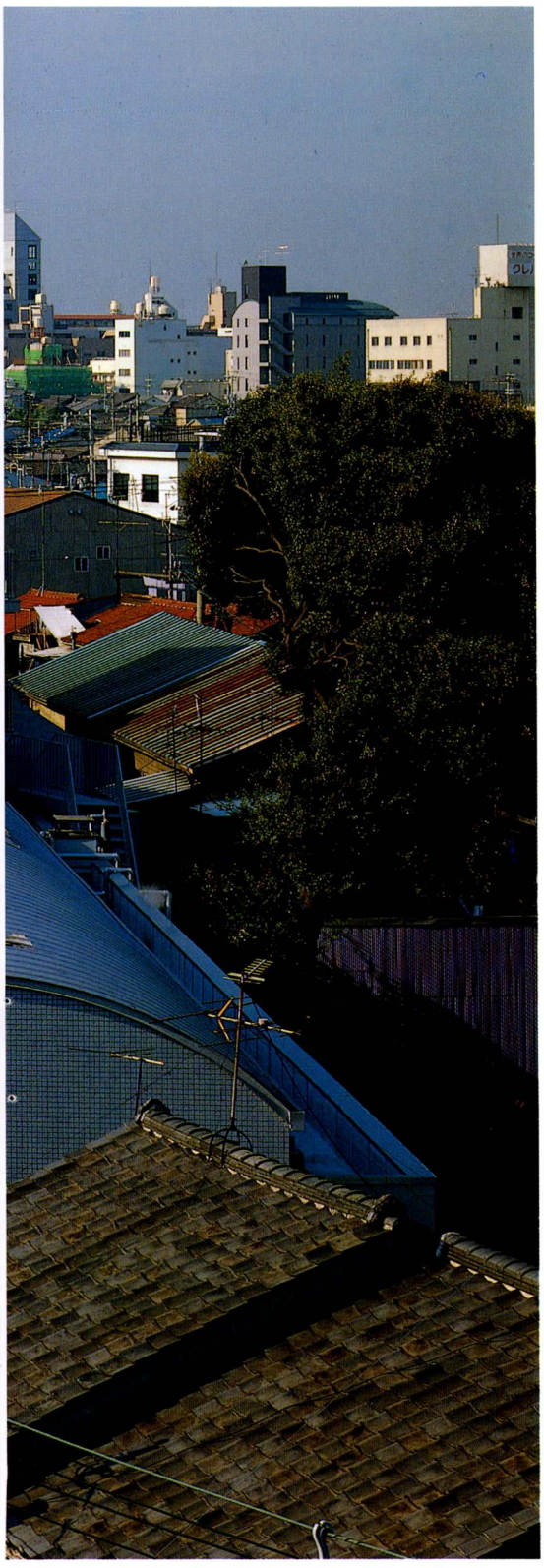


断面図　1：600











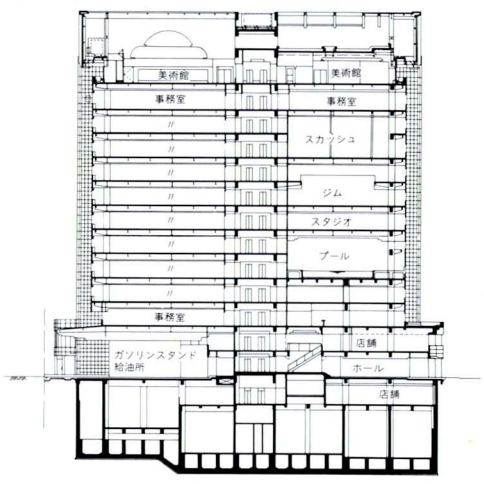






出光ナガホリビル

設計監理　日建設計
施　　工　大成建設



断面図　1：1200


GREEN
BLDG
IKOH



美術館展示室1

出光ナガホリビルは、大手石油会社の出光興産と貴金属製造・卸会社のナガホリが共同で建設した建物で、出光興産が昭和32年から直営で開いていた心斎橋給油所を高層化した複合用途のビルである。建物の1・2階にガソリンスタンド、宝石、ブティックなどの店舗、地階にレストラン、3階以上に貸事務所、スポーツクラブ、美術館が入る。出光興産では、所有地を有効利用するために都心にあるガソリンスタンドの高度利用化をすすめているが、規模の大きなものとしては、出光ナガホリビルが第一号である。

建物は、ガソリンスタンドへの出入を容易にするため柱を建物の四隅に集約する大スパン架構の構造を採用した。建物の外観についてもコーナーの柱部分を花崗石で仕上げ、その間をガラスカーテンウォールで被い、架構法を素直に表現するデザインとした。

このビルの特色の一つは、最上階に美術館を設置したことである。東京、福岡に続く三番目の出光美術館である。出光の美術コレクションは、日本、中国の古書画、陶磁器を中心に一万点以上にのぼるが、その一部を日常的に観賞することが可能となった。美術館の少ない大阪にとって貴重な財産が一つ増えたことになる。美術館は、ボールト状の屋根を架け建物形態上の特色としてデザインした。ボールト屋根の妻面は、ガラスブロックを使用し、夜間は内部の照明によって明るくなり通行人にビルを印象づける効果とした。また、ビルのコーナーは曲画とし街角に対するやさしさを表現した。

（山口祥悟／日建設計）



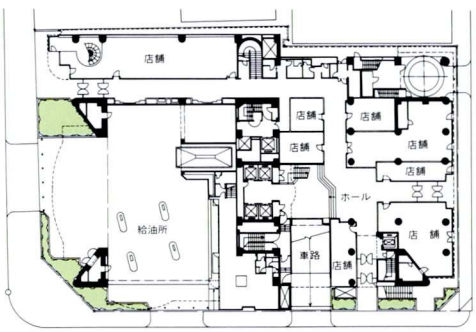
エントランスホール



スポーツクラブ(スカッシュコート)



美術館展示室1



1階平面図　1：1,000

所 在 地　大阪市中央区南船場3－4－26
敷地面積　2,549.36㎡
建築面積　2,188.38㎡
延床面積　22,403.70㎡
構造面積　SRC(一部RC・S)、B2F、13F、PI
工　　期　1987年12月～1989年10月
最 寄 駅　地下鉄御堂筋線心斎橋駅

撮　　影　稲住泰広



スポーツクラブ(25mプール)



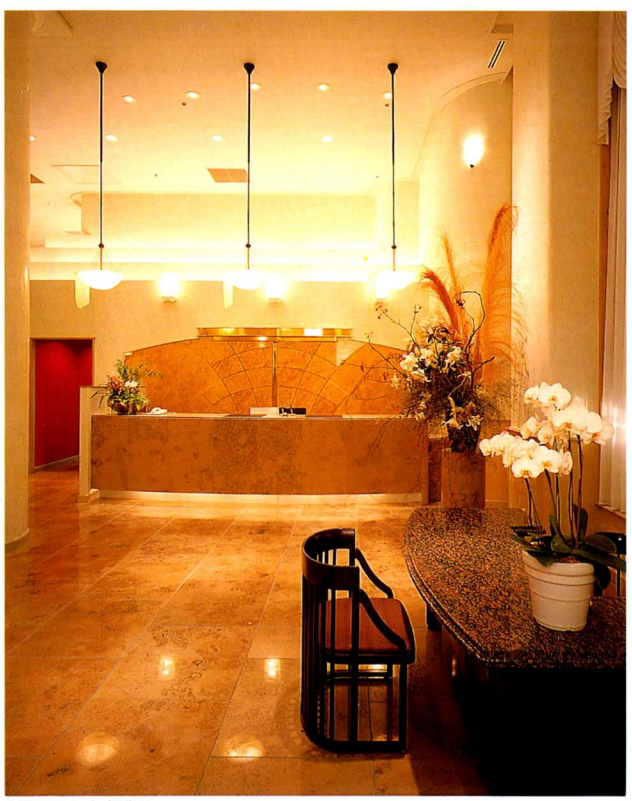
スポーツクラブ(ジム、ランニングデッキ)

ホテルアルパ大阪

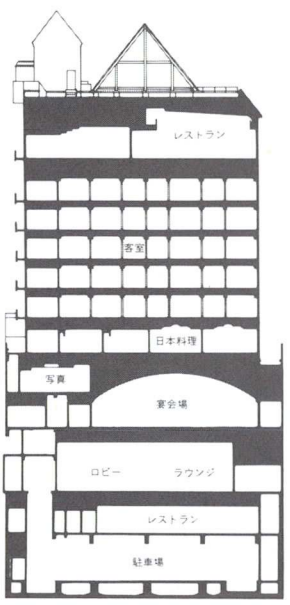
設計監理　東畑建築事務所
施　　工　不二建設



北面よりの見上げ



1階フロントを眺む



断面図　1：800

当ホテルは、緑豊かな西区の靱公園に面し、関西新空港の新たな主要幹線と期待される〝なにわ筋〟と、緑の広がる靱公園に隣接している。秀吉公が名付けたと言われる靱が矢を入れる武具を意味するところから、ギリシャ神話の狩猟の女神アルテミスをイメージし、聖木でもあり、歓待のしるしでもあるオリーブで飾られた、〝小さな茅葺の小屋〟とすることを設計コンセプトとした。

靱公園の木洩れ陽を通り抜けサンクンガーデンの水音を耳にしながらエントランスに立たずむと、東側にアポロンの光が、西側にアルテミスの光がフロントロビーを包み込み、天井に描かれたフレスコ画が語りかけてくる。

シースルーエレベーターで四季おりおりの木々の様相を見ながら10階へ、ここにオリーブの実をモチーフにしたペントハウスを位置させ、北梅田の夜景が広がるメインバーを併設した。このバーとペナントハウスは、ペアーガラスで仕切られ一体利用が可能なようプランニングし、或る時はドレープで飾られたバコスの部屋として、或る時は透明のベールを通してグラスを傾けながら映像・音・光の演出が満喫できるリイリィカルなイベントルームとした。

5～9階のゲストルームには、ギリシャの風土と歴史をモチーフにしたラインティングフォルムを取り入れ、パークフロントの朝の光の中で日曜日のブランチを楽しみたい人々にも満足してもらえる茅葺の部屋を用意した。4階は日本料理でエーゲ海に浮かぶ矢形舟をテーマとし、光と石とじゅらくと濃紺をゆるやかな曲線で織り重なり合わせアルパの中での日本のエスニックを表現した。

2階バンケットは床に敷き詰められたギリシャ文様と朝の光に輝く海の壁と幾重にも連なるオリュンポスの峰の中にシャンデリアを融合させ、あたかも野外劇場の中で語り、飲み、食べ集う……そんな理想郷をテーマとした。B1階メインダイニングは、天井から射し込む月の光とサンクンガーデンから湧き出ずる泉と柱列とを融合させ、テーマのアルテミスが体験できるスペースとした。

訪れる人々に〝東方の夕暮と西方の曙……〟、〝夜の帳と朝のかたち……〟、を感じさせるホテル。それがホテルアルパ大阪である。

（本持一博・藤村　禎／東畑建築事務所）

所 在 地　大阪市西区靱本町2－2－20
敷地面積　697.52㎡
建築面積　541.21㎡
延床面積　4,879.58㎡
工　　期　1988. 5～1988. 10
構造規模　RC、SRC、S、B2、10F、PH2
最 寄 駅　地下鉄四ッ橋線本町駅

撮　　影　庄野　啓、桑島写真室



1階ロビー廻り



2階宴会ロビー



10階ペントハウス



10階バー



地下1階メインダイニング



4階日本料理



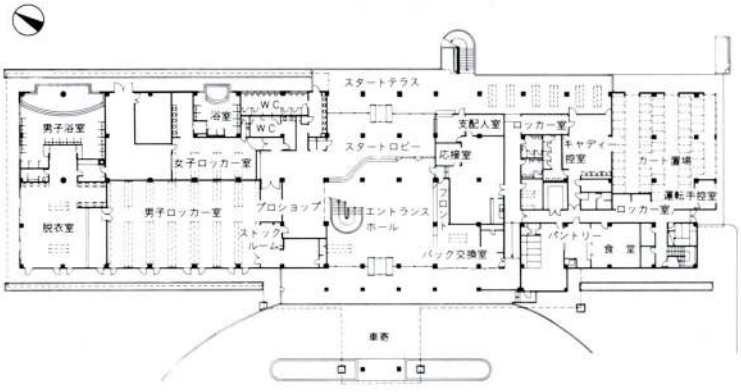
正面外観

比良ゴルフ倶楽部・クラブハウス

設計施工　戸田建設

所 在 地　滋賀県滋賀郡志賀町大字小野
敷地面積　977,463.80㎡
建築面積　4,054.52㎡
延床面積　4,418.85㎡
構造規模　RC＋S造、平家、一部2F
工　　期　平成元年1月～平成元年9月
最 寄 駅　JR湖西線堅田駅

撮　　影　伸和実業



1階平面図　1：1000



男子浴室

エントランスホール

比良ゴルフ倶楽部のクラブハウスは真のクラブライフが満喫でき、また選ばれた方々の社交場にふさわしい空間造りがテーマでありました。
自然との対話が出き、くつろげるレストラン、落着いた心打ち解けるラウンジ、入浴を楽しみ心が洗えるような浴室等この施設をゴルフプレイヤーがいかに楽しく有効に用いられるかを考えて計画しています。

建物の外観はいぶし瓦で葺かれた切妻、じゅらく色の外壁、これらの自然の素材を持つほんものの豊かな表情は周辺の自然環境に調和し、風格の高いものになっています。
内部は松とじゅらくとの組み合せとこれに調和した家具、それに比良の山並みを表現した光のオブジェにより明るく爽やかな中、格調の高いゆとりある空間をつくりあげています。

その他、男女浴室、ロッカーにかけても大空間で豪華さを演出し、ホンモノの良さで豊かなくつろぎの場をしつらえてあります。
ゴルフという伝統あるスポーツを心おきなく堪能できる機能を発揮し、倶楽部ハウスに滞在する一時をこの上なく豊かなもの、価値あるものになる事を信じております。

（松田利男・森田久夫）



2階食堂



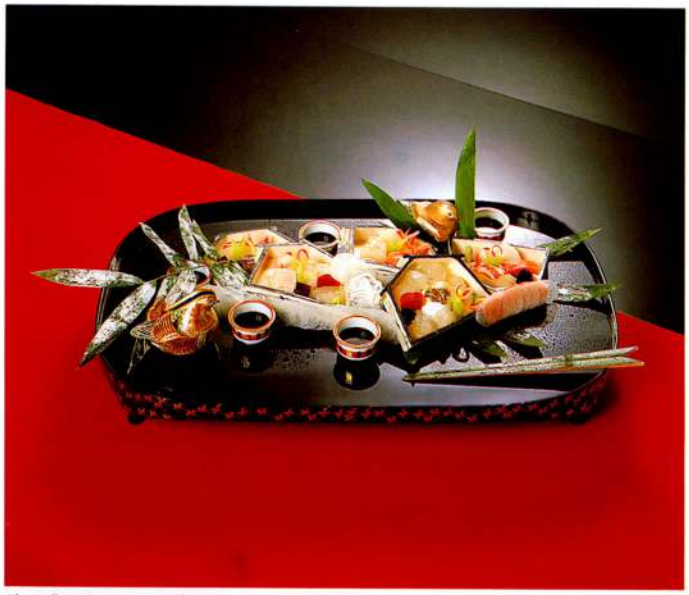
2階ラウンジ

being 18
吉　兆

「吉兆」の新春を寿ぐ御料理」



八付　　尾長蒔絵八角盆（厚焼卵　車海老二煮焼　金柑すずこ　黒豆松葉打　からすみ大根　よもぎヶ島）



造り盛り合せ　千鳥盆（伊勢海老　鯛　鯖　平目　烏賊）



椀物　鶯宿梅（オウシュバイ）（鶏しんじょ）



あの吉兆である。

典型的な都市の風景、オフィス街の真中、高麗橋に、ふと時が佇んだ様に店がある。今や日本料理の代名詞「吉兆」も、昭和の初めに初代湯木貞一氏が大阪宇和島橋で創業して以来、60年。茶人でもあり、利休以来の茶料理を、見事なまでに日本料理の粋まで高めた初代を父に持ち、さらに世界へ飛躍すべく吉兆を支える２代目湯木敏夫氏。料理の基本は、「一期一会、おいしく食べるのが一番、おふくろの味が一番」とし、「日本料理はお客様に教えて頂く」という姿勢。今でこそ、敷居の高い!?吉兆も「戦前は御家族連れが多かった」由。家庭料理を基本に、「人のサービスが基本、人力無比」と、ソフトの大切さを強調される。「一見さんお断わり」が象徴的に、サービスの基本を言い表わしているという。「お客様の顔を思い浮べて御料理をつくり、同じ方には同じ料理は出さない」。勿論、部屋の趣きも、器も、掛軸もである。そういえば、ディズニーランドも基本はホスピタリティー。最近のリゾート開発も、人間抜きには、成立しない。古くて新しい課題なのだ。戦後の日本は、「庶民化し、均質化して、金に明かして物を創る人が、いないため文化が荒廃していく」高度情報化社会の現代こそ、「お茶の精神が基本」と、戒め、最近の本物志向を「日本人が日本人である事に目を向けはじめている」と、看破する。「ひとよりも、ちょっと変わった事をする。変えられないかを常に考え、新しいものに果敢に挑戦していく精神が伝統になる」という。また、超一流の、器、書画、骨董を集め、湯木美術館※で見れる他、四季の料理に合わせ惜しげもなく使い、バカラのカットを使う進取の気性も合わせ持っている。21世紀へ向って日本料理の空間は、「高級化しつつ、大衆化する」。このパラドクス。不連続を連続させるのが、吉兆の日本料理であり、「料理というのは無駄があってこそ文化になる」「食べるという事に、これだけのエネルギーを注ぎ、食べる事の儚さに、情熱を傾ける」。吉兆の日本料理は、ごまかしのきかない、パフォーマンスなのだ。

（池辺修一・記）



◀湯木敏夫氏

※ 湯木美術館：大阪市中央区平野町3−3−9
開館時間　午前10時～午後４時半（月曜日休館）
TEL.06−203−0188

「建築と社会」誌21年●特集一覧——昭和44年～平成元年

「建築と社会」誌は、昭和42年からＡ４変形判となり、特集と作品作風頁を二本柱に、シリーズものの頁を織り込み、その時々の社会を反映したテーマを選んで掲載してきた。売価は、消費税導入に伴い980円(消費税込)に改訂する。

購読希望者は事務局（06－348－0635）へ。

＊印は欠号

巻＼号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
昭和44年（50集）	●建築産業の構造と方向	鉄筋コンクリート構造耐震設計の再検討	計画と住民—中部からの報告	老人とすまい	●建築史の方向—現代にえるよみがえる過去—	●建築行政の期待するもの	転換しつつある住宅生産	●解決をせまられる公害問題	●海洋開発	●民家の系譜と保存計画	●第16回青年技術者	●九州からの報告
昭和45年（51集）	現代社会とは何か	建築と安全	日本万国博と技術開発	設計のシステム化	グッドデザイン運動	高層建築問題	欧米における契約	建築家の課題と責任	●工事計画	ディベロッパー	第17回青年技術者	山陽・山陰からの報告
昭和46年（52集）	住宅—60年代の総括と70年代の展望	都市エネルギと無公害化ビル	建築基準法	都市生活とみどり	●企画と設計のプロセス	解体工学	都市と港湾	転換期のニュータウン	軟弱地盤と震災	変貌する建築生産	第18回青年技術者	●自然とレジャ空間
昭和47年（53集）	冬期オリンピックと札幌	600号記念号	インテリアデザイン	●都市交通問題	●水利用	量産住宅の設備	●一般号（桂中学）		都市住環境へのアプローチ	●都市防災	第19回青年技術者	北陸の新建築
昭和48年（54集）	建築教育	●泉北ニュータウンのコミュニティ施設	大阪大林ビルディング	レジャーと施設	大阪国際ビルディング	老人コミュニティ	住宅—建築家のすまい	●新用途地域制と環境	構造と施工	仕上と材料	第20回青年技術者	●ヨーロッパのまちづくり
昭和49年（55集）	歴史的環境保全	明日の建築はどうなるか	保養所作品	既成市街地の住宅地整備の方策	北摂ニュータウン計画	建築生産と流通機構の変容	ビルの省エネルギ化	高層プレハブ住宅の構造設計	●みどり	●屋根防水工事の失敗例とその対策	第21回青年技術者	ビル防災に関する12章
昭和50年（56集）	図書館	東海の新建築	●インテリア	PC板を使用した工業化住宅	社会・建築・法	●都市の景観と施設	建築とプレストレストコンクリート	生活排水処理施設のあり方	●人間環境としてのターミナル	騒音対策と防音材料	第22回青年技術者	●集合住宅の設備
昭和51年（57集）	証言'76—建築デザインの動向	建築基礎構造の問題点	医療施設	床工法と材料	建築防災と法	●市街地整備	工場建築と設備	鉄骨構造のジョイント	集住体のハードとソフト	●結露防止対策と断熱材料	第23回青年技術者	設備からみた建築の問題点
昭和52年（58集）	●デザインの動向—部分と全体	兵庫県—その風土と建築・建築界	●日本建築協会60周年記念号 ●ニュータウンの管理	コンクリートの品質管理と行政指導の方向	日影規制と法	●身障者施設	照明設備	埋立地における構造問題—大阪南港と芦屋浜を例として	日本住宅公団と建築作品	ミニ乱開発から計画的ミニ開発へ	建築における省エネルギー化	第24回青年技術者
昭和53年（59集）	デザインの動向—新旧のコントラスト	●水	医療施設—病院建築と情報システム	外壁塗装材料	電波障害と建築	組合方式による集合住宅計画	住宅設備	新しい耐震設計	CAD—設計とコンピュータ	●一般号	第25回青年技術者	ビル環境
昭和54年（60集）	●転換期の再開発	大阪南港ポートタウン	商業空間	コンクリートのひびわれ	日影規制	ホテル建築と情報システム	農村施設の変貌	建物の終局強度の検討	庄内のまちづくり	80年代のインテリア	第26回青年技術者	建設業の労務事情
昭和55年（61集）	80年代の都市と建築—まちづくりの歴史と展望	●今後の省エネルギーの趨勢 ●建築金物	●最近の銀行建築 ●安井建築設計事務所作品集	住宅の耐久性	建築行政と法規	最近の防水工法	都市景観とアメニティ	屋内体育施設の設備	水ぎわのまちづくり	今後の外装吹付仕上材	●第27回青年技術者 ●転機にたつマンション・集合住宅	設計のための新耐震設計法
昭和56年（62集）	職能論	中国の論文—北京の都市計画	ポートピア'81	台所まわりの計画と設備	シーリング材の知識	災害と法—安全な環境をめざして	都市住宅—住まい手からの発想	●建築物と風—デザイナーのために ●日建設計作品集	住宅・都市整備公団—関西における都市整備を中心とした新公団の役割	間仕切壁の性能評価	第28回青年技術者	障害者の暮らしやすい環境と設備
昭和57年（63集）	新たな商業空間の展開	省エネルギーと開口部	医療施設—地域医療と設備計画	近畿の地盤と地質	都市景観—まちなみ美観への誘い	大阪市庁舎（第1期）	音とホール建築	大スパン構造	昭和設計作品集	●桧舞にみるすまいとまちづくり ●オー・エム・ホテル日航ビル	●第29回青年技術者 ●地方の庁舎建築	風土・空気と人間
昭和58年（64集）	●関西の建築文化を考える	マイコンの建築への利用	●多様化する運動施設	建築と品質管理	計画におけるコミュニケーションとプレゼンテーション	大阪駅とターミナルビル	維持管理と設備更新	東海の将来と文化を考える	オフィス・インテリアの変革	プレストレス（鉄筋）コンクリート構造	●第30回青年技術者 ●大阪城国際文化スポーツホール	集合住宅と生活音
昭和59年（65集）	21世紀への関西—魅力あるまちづくりを問う——	関西の超高層ビル	ビルのリフレッシュ—内外装補修技術の現状と発展—	建設産業とロボット開発	住環境と法制度	●まちの活性化と商業空間 ●京都駅南口再開発ビル（アバンティ）	消防設備のポイント	みどりとそれをとりまく人々	高齢化社会と生活空間	床の構工法	●第31回青年技術者 ●ディテールの思想	光応用システムと建築
昭和60年（66集）	大阪湾物語	東海の現在と近未来	●自由様式への道—建築家安井武雄 ●建築物の基礎を考える	情報化をめぐる建築・都市事情	ホール—それが生みだす文化—	建物の表情—最近の外壁材料	大阪国際見本市新会場	●建築と水の演出 ●神戸研究学園都市	都市と健康スポーツ	●接合 ●日建設計作品	●村野藤吾の一断章 ●東海特集	第32回青年技術者
昭和61年（67集）	これからの住空間—都市型集合住宅にみる	屋根—そのデザインと素材	●現代デザインポストモダニズム10年 ●これからの防水工法	インテリジェントビルの建築・設備計画	自治体営繕と公共建築	●建築防災と法 ●大阪市庁舎	21世紀の住居と設備	●開発 ●ツイン21	CAD—その応用と展開	オフィス空間の構成	第33回青年技術者	インテリア・イクステンションとリニューアル
昭和62年（68集）	入浴物語	腐食	創立70周年記念号	躍動する東海へ	●保管・貯蔵施設 ●大阪府立体育会館	室内の仕上床	駅	行政建築家の可能性	シティホテルの設備	宝塚のまちづくり	●建物と街並みの接点 ●昭和設計作品集	第34回青年技術者
昭和63年（69集）	ホテル物語	●軟弱地盤と基礎 ●文化と伝統—東海からの報告	●設備におけるLCCとリフレッシュ ●東畑建築事務所作品集	建物の外装リフレッシュ	都心居住	中国地方の展望とのひろしまの街なみ	21世紀への照明	制振	超高層住宅を考える	●大阪府営横 ●集合住宅のリフレッシュ	●第35回青年技術者 ●800号記念	讀賣テレビ
昭和64年平成元年（70集）	夢をのせる輸送設備	●竹中工務店創立90周年記念 ●リゾート情事	●色の復権 ●東海の新建築と伝統技術	省力化のための材料・工法	まちづくりと法	博覧会とまちづくり	都市環境創造と設備Ⅰ	建築とアート	構造の省力化	都市環境創造と設備Ⅱ	第36回青年技術者	最近の博覧会パビリオン

第35回工高生デザインコンクール

設計課題　リゾート地に建つ「ペンション」

主　　催　日本建築協会　　締　切　日　平成元年９月22日
応募校数　30校　　審　査　会　平成元年10月14日
応募作品数　134点　　表　彰　式　平成元年11月18日

審査総評

審査委員長　狩野忠正

リゾート地に建つペンションは高校生の若々しく、新しい感覚が十分に生かされた設計課題であった。応募校も全国から30校を数え、地域性を有効に取り入れた、ユニークな案が多かった。そのため、審査に当り評価判断が分かれ、討論に討論を重ねる結果となった。今回の特異性は、設計の前提となるプログラムを重視しており、計画地のリゾートとペンションの運営を、いかに配慮しているかを審査基準としたことにある。個性的な場の設定により、建築の配置計画に新しい提案が行われた。入選作品は、いずれも建築設計が優秀であることと、配置計画に工夫が加えられていることであった。

建築デザインは、多様なデザインの追求が行われていた。一つは伝統を踏まえながら、新しいデザインレベルの向上を行ったものであり、二つ目は、建築を芸術的分野へ取り込もうとするアート性の重視である。そして三つ目は、先端技術を考慮し現代建築を目指すものであった。

伝統性を意識した入選作は松尾案、甲斐案、東浦案、阿井案であり、アート性の追求を行ったのは清水案、安東案、原案、千明案に見られ、技術をうまく生かしたのでは金井・境野(共同制作)案であった。最優秀となった工藤案は、三つの分野を巧みに取り入れ、配置計画にあっては、人の動きを時間のレベルでとらえながら場面展開を行った秀作である。

入選作は、レベルの高いものが並んでいたが、建築デザインと配置計画において、工藤案が一歩先行した案として高い評価を集めた。全般的には、作品の多様性がありながら、流行に影響された案は少なく、高校生の建築に対する姿勢が着実に向上していることが理解された。

審査記録

９月22日　応募作品受理
10月４日　予備審査―応募作品について応募規定の点検（工高生教育小委）
　　規定不適合事項のある作品131／134点
10月13日　事前審査―審査会欠席の審査員２名による。
10月14日　審査会　　審査員13名
　　募集規定不適合事項のあるものも含め、全応募作品について投票討議意見交換によって審査を進める。（審査時間13：45－18：20）

審査経過

1次　予備審査において著しい規定不適合事項のある作品（２点）について検討し、他については従来通りの審査方法で進めることを確認する。
全応募作品について審査員１人が10点を選び、投票する。
欠席の審査員２名の事前審査投票（10点）も含める。
（審査時間　14：00－16：00）審査員計13名

集計結果

得　票	14	12	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
作品数	1	1	1	1	1	3	1	3	4	4	7	13	94

＊得票３以上の作品（20点）は、１次審査を通過とする。
＊得票２・１の作品（20点）を１点ずつ検討し、２次に残す作品（９点）を決める。
＊得票３以上の作品（20点）についても、問題点があるかどうか検討する。

2次　審査の論点として、作品の内容がデザインとプランニングのどちらを重視して描かれているかが話題となる。
１次審査通過の29点の作品について、審査員１人が10点を選び、投票する。
（審査時間　16：00－17：20）審査員計13名

集計結果

得　票	13	11	9	8	7	6	5	3	2	1	0
作品数	1	1	1	2	2	4	3	4	4	5	2

＊得票５以上の作品（14点）は、２次審査を通過とする。
＊得票３以下の作品（15点）を１点ずつ検討し、３次に残す作品（４点）を決める。　（４／15）18／29

3次　上記18点の作品について審査員１人が１作品について５点満点で評価し、合計の得点により順位をつける。
（審査時間　17：20－18：00）審査員計13名

順　位	1	2	3	4	5	6	7	10	12	14	17	18
得　点	62	50	48	43	41	40	35	33	30	29	28	21
作品数	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1

＊得点35点以上（順位１位～７位）の作品（９点）については、入選とする。　９／18

4次　３次審査において得点29点以上33点まで（順位10位～14位）の作品（７点）について審査員１人が１点を選び、投票する。
（審査時間　18：00－18：10）審査員計12名

得　票	4	3	2	1	0
作品数	1	1	1	3	1

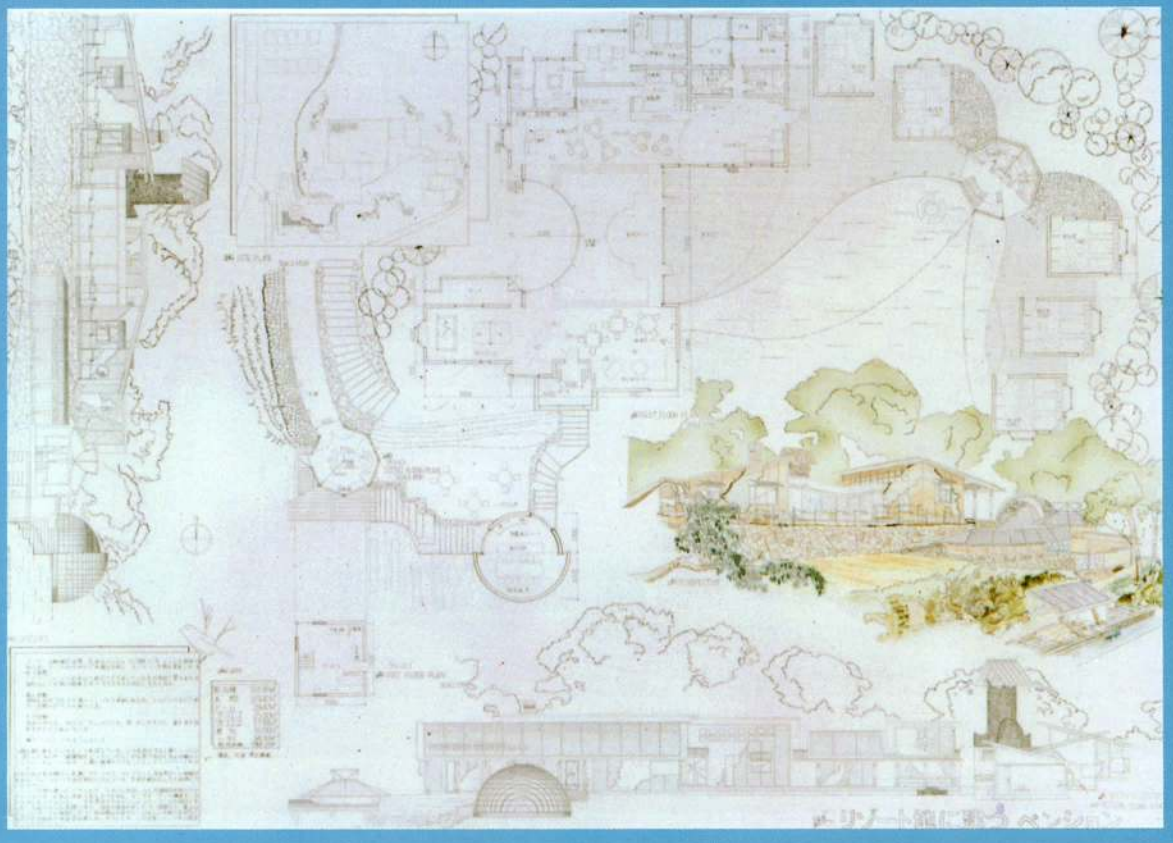
＊上記７点より得票４の作品（１点）を入選とし、３次審査で選ばれた９点と合わせて入選作品10点を決定する。　１／７

5次　入選作品10点の作品より最優秀作品１点・優秀作品２点について検討する。
３次審査の結果などをふまえながら討議し、最優秀作品１点・優秀作品２点を決め、審査会を終了する。
（審査時間　18：10－18：20）審査員計12名

審　査　員

委員長　狩野忠正／㈱竹中工務店大阪本店設計部長

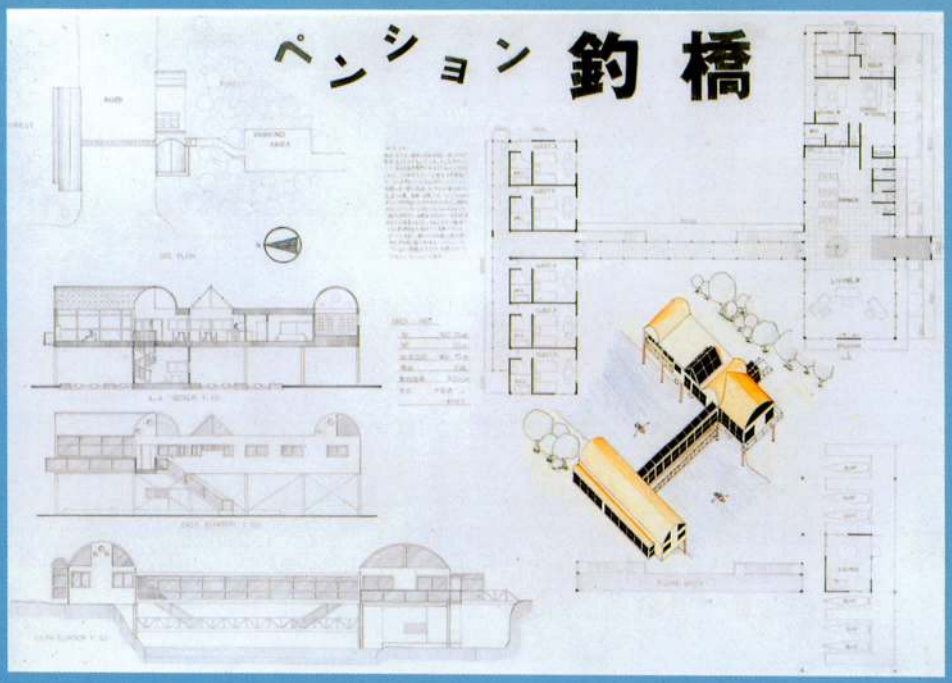
委　員　池上俊郎／池上俊郎建築事務所所長
歌一洋／歌一洋建築研究所主宰
岡島毅／鹿島建設㈱大阪支店建築設計部専門部長
北浦かほる／大阪市立大学生活科学部住居学科助教授
久保清一／大阪芸術大学芸術学部建築学科講師
重村力／神戸大学工学部環境計画学科講師
瀧光夫／瀧光夫建築・都市設計事務所所長
中川洋一／㈱安井建築設計事務所設計部長
西村征一郎／京都工芸繊維大学工芸学部造形工学科助教授
野田泰弘／㈱日建設計大阪スタジオ設計室長
平山明義／平山明義一級建築士事務所所長
三谷幸司／㈱大林組本店建築設計第一部設計課長
山崎正史／京都大学工学部建築学科助手
吉村篤一／㈱建築環境研究所所長

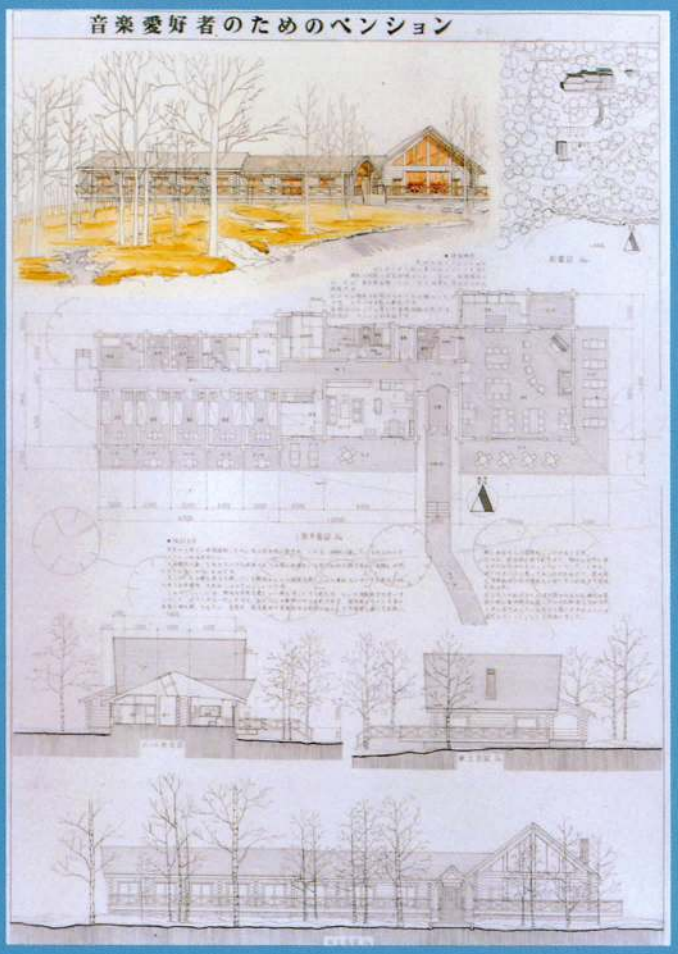


入選・最優秀賞　工藤武範（大分県立大分工業高等学校・3年）

リゾート地という立地から、いろいろな施設を利用することができる。そこで、建物自身はオーナーの趣味をおもてなしのメインとし、利用者が1日中ゆっくりと滞在できるように、"音"、"光"、"風"の空間が自然の中にのびのびと広がる平面構成をとりました。

まさか、このようなすばらしい賞をいただけるとは思っていなかったので、通知を受けた時大変うれしかった。これをはげみに、一層努力していきたいと思います。



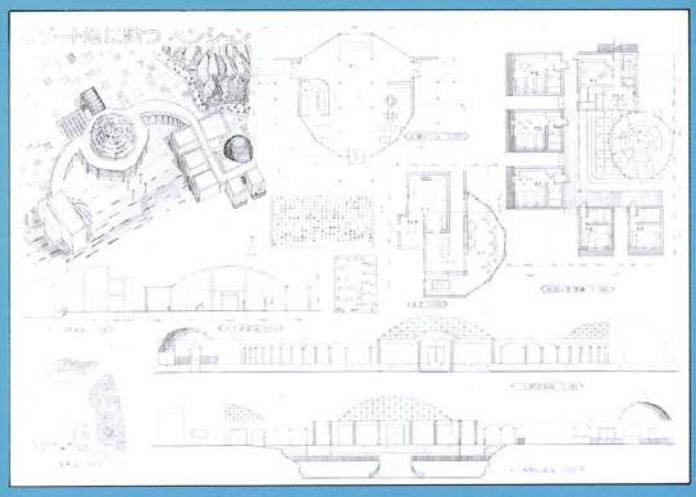


入選・優秀賞　清水淳史（群馬県立前橋工業高等学校・3年）

このペンションは、窮屈な都会で生活する人々に釣りを通して、休日をゆっくりと過し、疲れた体をいやしてもらうことを目的に計画しました。建物は、湖に流れ込む川の両側に集合部と独立部を分割して建て、その2つを橋で結びました。集合部は利用客のふれ合いの場として、独立部は個人あるいは家族のプライベートな場として計画しました。高校生活の中で、これほどうれしいことはありませんでした。どうもありがとうございました。

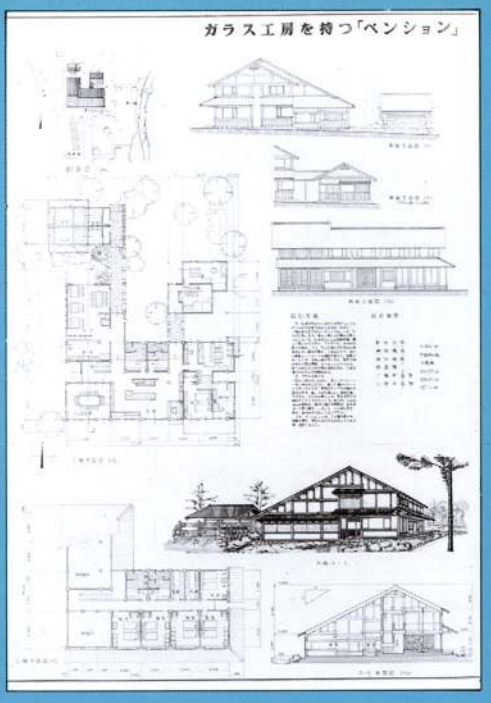
入選・優秀賞　松尾征子（大分県立鶴崎工業高等学校・2年）

原生林に囲まれた湖畔に建ち、都会で毎日を過ごす人々に、心の疲れをいやしてくれる一時を与えてくれるペンションです。このペンションには、「陽気な音楽で楽しい一時を過ごして欲しい」というオーナーの思いがあふれています。見知らぬ宿泊者どうしが食堂や屋外での演奏会をきっかけに心を通わせ、都会からそう遠くない場所にいても、都会を忘れ自然の中に溶け込んでいる自分を感じる、そんなペンションです。入選するとは思ってもいなかったのでとてもうれしかった。



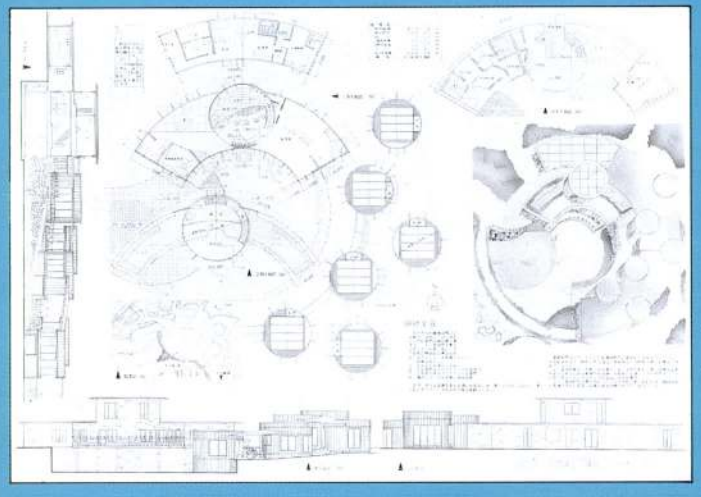
入選　安東伸高（大分県立大分工業高等学校・2年）

とにかく、どこまでできるかやってみようと思いこの作品に取り組みました。このペンションは、不特定の多くの人達でにぎわう海水浴場の近くに計画するのではなく、プライベートビーチをもつペンションとして計画しました。完成だけを目標にしていたので、入選できてとてもうれしく思います。この入選をきっかけに、いろいろな建物の設計に挑戦していきたいと思います。



入選　甲斐信恵（大分県立鶴崎工業高等学校・2年）

私達の求めている、一時のやすらぎが和風の家にあると思い、田舎家風のペンションを計画しました。また、なつかしい思いの中で、我を忘れて1日を過ごし、ガラス工房では創作の感動を味わえ、明日への活力を与えてくれるようなペンションをと願って計画しました。初めての出品で入選するとは思ってもいなかったので、すごく嬉しく思いました。何日も夜遅くまで残ってがんばった甲斐がありました。



入選　原　法子（大分県立大分工業高等学校・3年）

四角いコンクリートジャングルの中で、毎日を過ごしている人々にやすらぎを与えるような、光により様々な表情をもつやさしい曲面に挑戦してみました。大自然の中の小さな自然（中庭）を中心に、人と人との出会い、人と自然との出会いがいたるところである建物を計画しました。このペンションへは、車はもちろんボートでも来ることができ、人々はトンネルをくぐって、ふれ合い広場へと導かれます。この作品に与えていただいた評価を大切にし、自分自身をこれからも鍛えていきたいと思います。

入選賞牌



賞牌の原案は、サモトラケで発見された「ニケの像」をモチーフとしたものです。

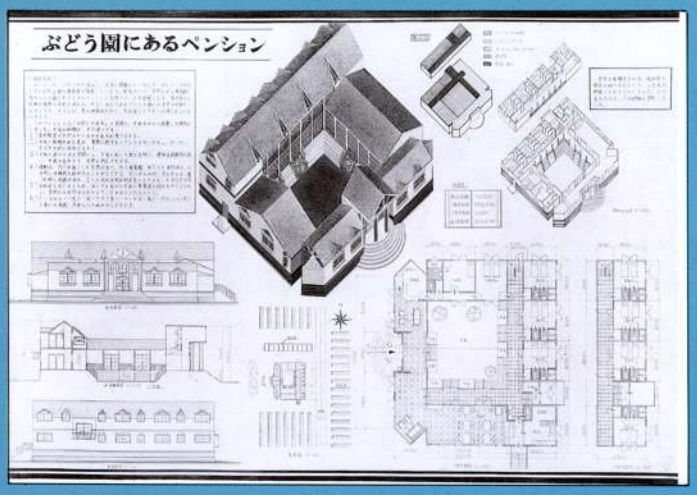
課題の主旨

週休二日制の定着など、我々の生活の中に徐々に生まれつつある時間的・精神的な「ゆとり」を満たすために、さまざまなリゾート地が開発されてきた。また、それに伴って従来のホテルや旅館・民宿にはない新しい感覚の宿泊施設としてペンションなどがつくられるようになってきた。

「ペンション」はヨーロッパで生まれた、家族で少数のお客を相手にする宿泊施設で、オーナーの個性あふれる「おもてなし」にその特徴がある。我が国においてもオーナーが、自分の趣味や自然の環境などを生かした宿泊施設をつくっているが、建築的にみて、画一的なものが多くなってきている。

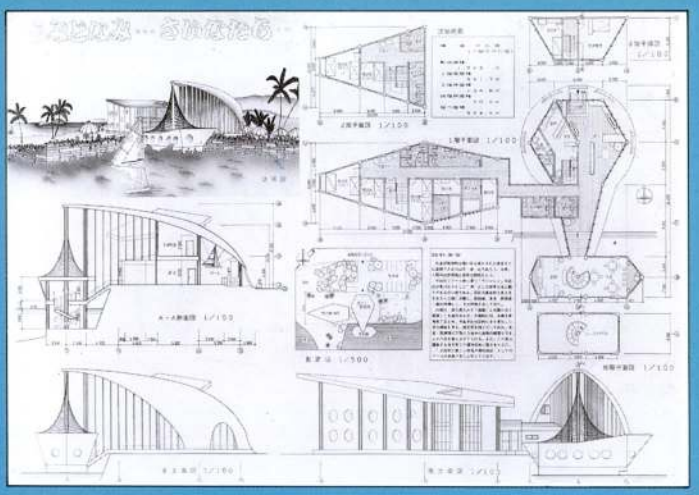
本課題は、リゾート地に建つ「ペンション」にスポットをあて、想像力豊かな個性のある提案を求めるものであり、オーナーの趣味*を生かした、利用者に憩いや安らぎを与えるような、楽しく若々しいものであることを期待する。

※スキー、テニス、音楽などにとどまらず、天体観測、陶芸、ガラス細工やバードウォッチングなど、さまざまなものが考えられる。



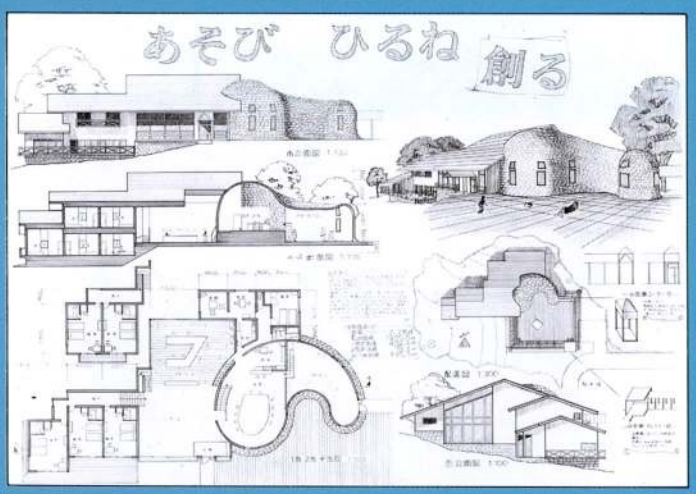
入選　東浦摩利子（大阪市立工芸高等学校・3年）

窮屈な都会に住まう人々は、休日を利用して解放感を求め、リゾート地へ足を運びます。このペンションは、オーナーが長い間暮していたフランスのボルドーの気候によく似た地の山腹に建ち、自然との共存がはかられ、中庭を利用客のコミュニケーションの場としてもっています。入選の通知を受けて、とてもうれしく思いました。これからも一層、頑張っていきたいと思います。



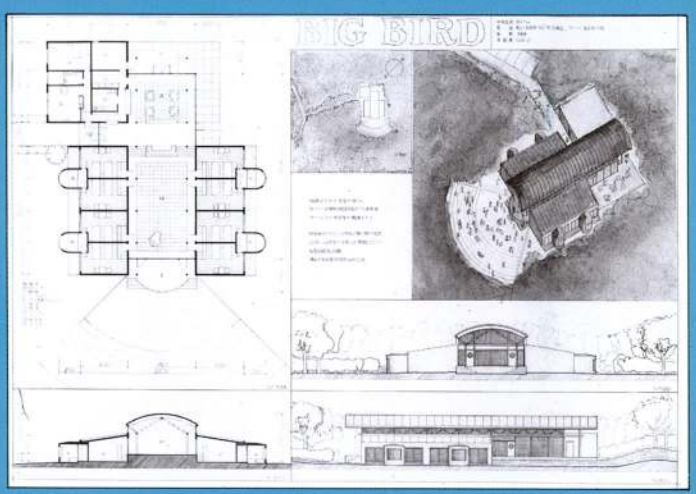
入選　金井俊江・境野昌代（共同制作）（群馬県立高崎工業高等学校　2年・2年）

海のない群馬県に住む私達は、あこがれをもち、立地として海のリゾート地を設定しました。そして、海をイメージして浮かんだ波・船・サーフボードの形を建物にとり入れようと思いました。そこで、海岸から突き出た管理棟の屋根（波）、食堂・魚観察室（船）、宿泊棟（サーフボード）が計画されました。目標をもって、一生懸命取りくんだことが、こんな喜ばしい結果となり、設計の楽しさが増しました。これを機会に色々なことに挑戦してみたいと思います。



入選　千明典子（群馬県立前橋工業高等学校・3年）

わずかな傾斜をもつ、緑あふれる林を立地として設定し、私自身の好きな曲線をもつ建物を設計しようと思い、結果として"まが玉"のような形になりました。サブタイトルの"あそぶ　ひるね　創る"はあそぶこと、昼寝をすることで身心ともにリフレッシュしてもらうこと、彫刻やねん土細工をすることで思い出づくりもしてもらおうという、このペンションのねらいを表わしています。今回の入賞だけに満足せず、なお一層頑張りたいと思います。



入選　阿井忠士（横浜市立鶴見工業高等学校・3年）

自分が音楽をしているので、オーナーの趣味として音楽を設定しました。都会では、満足な音は出せません。そこで、伊豆高原を立地として設定し、自然の中で思いきり音を出せるペンションを計画しました。去年のコンペでは入選できなかったので、今年は意地になって頑張りました。入選できてとてもうれしく思います。

※上記入選者の感想文は、誌面の関係上委員会にて要約の上掲載しました。（文責・武田雄二／教育委員会委員）

設計条件

1．敷　　地：自　由。
2．規　　模：延べ面積500㎡程度。階数、構造は自由。
3．収容人員：15名程度。
4．所 要 室：オーナーの趣味などから必要と思われる室
　および面積　宿泊室　5～8室程度、食事室・厨房・浴室・便所・倉庫など任意、オーナープライベートスペース　2DK程度
5．屋　　外：駐　車　場　10台程度
　その他必要と思われる屋外施設を計画する。

所要図面

1．配　置　図：縮尺は自由（道路、駐車場、屋外施設などのほか方位を記入する）
2．平　面　図：縮尺1：100（建物周囲の状況を示し、方位を記入する）
3．立　面　図：縮尺1：100（2面以上）
4．断　面　図：縮尺1：100（設計意図のわかる断面を1面以上）
5．透　視　図：外観着色仕上げ。
6．設計説明：設計主旨および建築概要（敷地面積、建物の構造・階数および床面積など）を簡明に記入する。
7．そ の 他：平面図・断面図には室名・主要寸法を記入する。

高温強度特性に優れた建築構造用鋼材を用いた柱の載荷加熱試験

1．はじめに

鋼構造の新しい耐火設計技術のニーズに対応すべく、高温時の耐力が従来の一般建築用鋼材（以下、一般鋼と呼ぶ）に比較して極めて高い建築構造用耐火鋼材（Fire Resistant Steel以下FR鋼と略す、FR鋼は新日本製鐵株式會社の商品名）が開発された。ＦＲ鋼を使用することにより、耐火被覆を大幅に削減することができるとともに、建築物の火災性状・設計条件によっては無被覆の鉄骨建築物の設計が可能となる。

今回、ＦＲ鋼を実大柱に使用した場合の高温強度特性の確認試験を行ったので、その概要を報告する。

詳細については、当試験所機関誌「ＧＢＲＣ」57号(平成２年１月)をご覧いただきたい。

2．試験の概要

2.1 試験体

試験体はＨ－300×300×10×15、試験体長さは、試験装置の寸法から3,500㎜である。

試験体に使用したＦＲ鋼の化学成分を**表－１**に示す。

鋼材はＳＭ50Ａに相当するＦＲ鋼であり、**表－２**に鋼材の常温・高温時の機械的性質を示す。

試験体に被覆した湿式ロックウールは、耐火構造の通則指定を取っている材料である。

試験体は、被覆厚さをパラメーターにした３体であり、その一覧表を**表－３**に示した。

2.2 載荷及び加熱方法

試験は、JIS A 1304－1975『建築構造部分の耐火試験方法』による載荷加熱試験とし、(財)日本建築総合試験所の柱用耐火試験炉で行った。試験装置を**図－１**に示す。加熱有効長さは3,000㎜である。載荷は中心圧縮載荷とし、長期座屈許容応力を載荷した。試験体は加熱炉の中央に垂直に設置し、加熱を受けない柱脚部より、荷重支持が出来なくなるまで定荷重を加えた。

2.3 測定項目及び測定方法

試験中の試験体の伸びと局部座屈による急激な変形を把握するため、試験体全体の伸び量を加力部ベースプレートの４箇所で測定した。さらに、試験体中央部で水平方向の変位を測定した。温度については、炉内加熱温度、Ｈ形鋼のフランジ及びウェブの鋼材の温度を測定した。

3．試験結果

試験結果の一覧表を**表－４**に示す。**図－２～４**に試験体10Ａ、20Ａ及び30Ａそれぞれについて、炉内の加熱温度と鋼材の平均温度(**ａ図**)、垂直変位及び水平変位曲線（**ｂ図**）を示す。

何れの試験体とも、鋼材温度が 100℃付近で被覆材料の水分の蒸発による温度の停滞域の後、鋼材温度はほぼ加熱時間に比例して上昇した。鋼材の鉛直変形は、鋼材の平均温度が 600℃あたりまでは、柱の鉛直伸びが鋼材温度にほぼ比例して生じ、600℃を超えてから柱の伸びが停止し、崩壊にいたる。伸びの停止点は、熱膨張による柱の伸び出しと、温度上昇による鋼材の強度低下及び柱の水平変形による柱の縮みが釣り合った点である。試験終了後被覆材を除去し、破壊性状の確認をおこなった。３体ともＨ形鋼のフランジに軽微な局部座屈が発生していた。

何れの試験体についても、被覆材のフランジ面に小さな亀裂が発生したが、試験終了まで被覆の剝離は認められなかった。崩壊時の平均鋼材温度は、いずれの試験体とも 620℃を超えている。鋼材温度上昇速度（崩壊時の平均温度／崩壊時間）は、被覆材料にほぼ逆比例しており、今回の試験結果では、ＦＲ鋼に10、20、30㎜の被覆を施せば、それぞれ１、２、３時間耐火の性能を有することが確認された。

4．結論

試験結果から、以下のことが確認された。

1）ＦＲ鋼は、素材試験により求めた高温強度性能を、実大の部材においても発揮する。

2）ＦＲ鋼を使い 600℃まで許容することにより、湿式ロックウール10、20、30㎜でそれぞれ１、２、３時間耐火性能を発揮することが確認された。つまり、ＦＲ鋼の使用により、従来より大幅に耐火被覆厚を削減することが可能である。

（耐火・防火試験室　吉田正友）

表－１　供試材の化学成分（%）

C	Si	Mn	P	S	Ceq	Pcm
0.10	0.33	0.99	0.010	0.003	0.50	0.22

Ceq＝C＋Mn/6＋Si/24＋Ni/40＋Cr/5＋Mo/4＋V/14（%）
Pcm＝C＋Si/30＋Mn/20＋Cu/20＋Ni/60＋Cr/20＋Mo/15＋V/10＋5B（%）

表－２　供試材の機械的性質

	板厚(㎜)	常温引張			高温引張(600℃)		
		YP	TS	EL	YP	TS	EL
		(kg/㎟)		(%)	(kg/㎟)		(%)
柱用　フランジ	15	43.7	54.6	22	22.2	31.4	42
ウェブ	10	43.8	53.3	25	22.1	31.3	52

YP：下降伏点又は0.2%耐力、TS：引張り強さ、EL：伸び

財団法人 日本建築総合試験所
所 在 地…吹田市藤白台5－8－1 〒565
電　　話…(06)872－0391　FAX…(06)872－0784
業務時間…平日：9：00～17：00
　　土曜：9：00～12：00(第2、第4土曜休日)

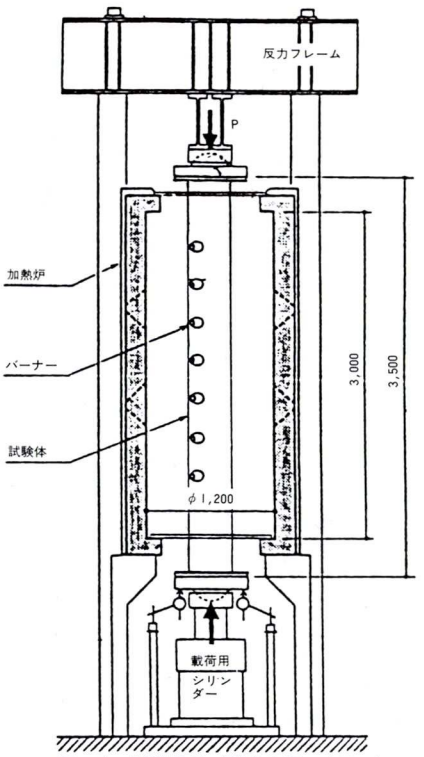
表－3　試験体一覧表

試験体記号	耐火被覆厚 (mm)	鋼材断面積 (cm²)	断面二次半径 iy (cm)	座屈長さ lk (cm)	細長比 λ	許容圧縮応力度 fc (tonf/cm²)	載荷荷重 (ton)
10A	11.2	114.9	7.61	350	46.0	1.86	213.8
20A	22.3	115.6	7.60	350	46.1	1.86	214.8
30A	32.7	114.6	7.59	350	46.1	1.86	213.0

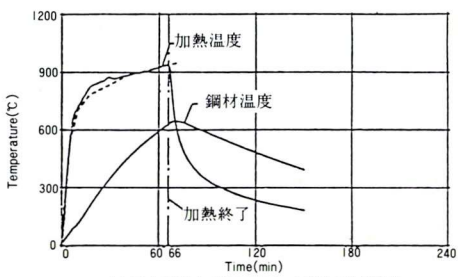
鋼材はSM50A－NFR、F値＝3.3 (tonf/cm²)

表－4　試験結果一覧表

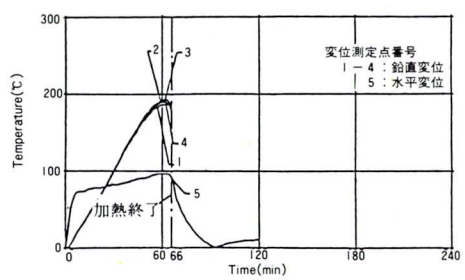
試験体記号	被覆材	耐火被覆厚 (mm)	試験結果 伸び停止時 加熱時間(分)	伸び停止時 鋼材平均温度(℃)	伸び停止時 鉛直変位(mm)	崩壊時 加熱時間(分)	崩壊時 鋼材平均温度(℃)	崩壊時 鉛直変位(mm)	鋼材温度上昇速度(平均値)(℃/分)	加熱中の観察事項
10A	湿式ロックウール	11.2	62	605	19.0	66	629	17.8	9.53	被覆材(フランジ面)に小さな亀裂発生、進展・試験中の剥離なし。
20A		22.3	108	601	19.3	120	648	15.9	5.40	被覆材(フランジ面)に小さな亀裂発生、進展・試験中の剥離なし。
30A		32.7	186	579	18.4	202	625	15.0	3.09	被覆材(フランジ面)に小さな亀裂発生、進展・試験中の剥離なし。



図－1　試験装置（柱耐火炉、寸法mm）

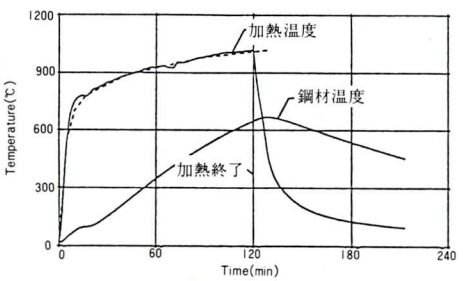


(a)炉内平均加熱温度及び平均鋼材温度

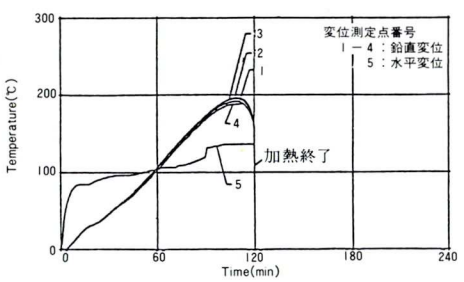


(b)鉛直変位、水平変位

図－2　試験結果(10A)

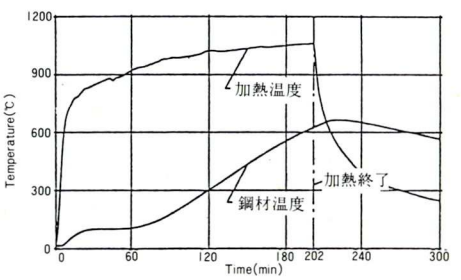


(a)炉内平均加熱温度及び平均鋼材温度

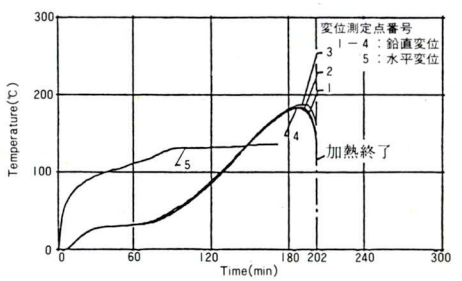


(b)鉛直変位、水平変位

図－3　試験結果(20A)



(a)炉内平均加熱温度及び平均鋼材温度

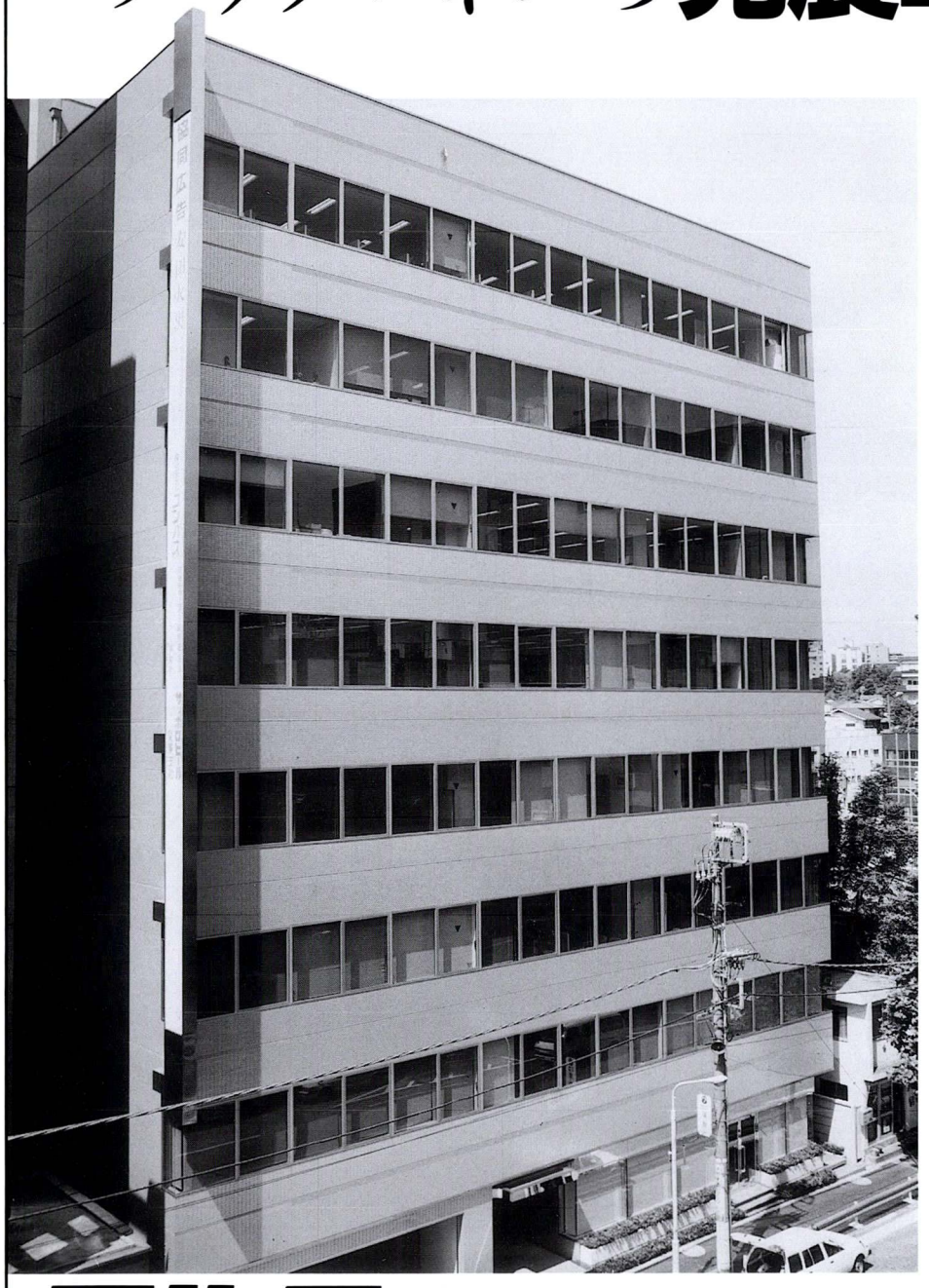


(b)鉛直変位、水平変位

図－4　試験結果(30A)

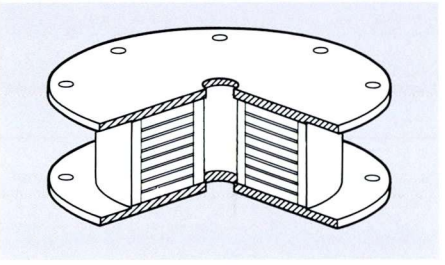
BRIDGESTONE

このビルを支えているのは——
ブリヂストンの免震ゴムです。



免震ゴム採用のビル・マンションが
続々誕生しています。

耐震構造から免震構造へ。いま、地震に対する建築工法が大きく変わろうとしています。その主役は「免震ゴム」。ゴムと鉄板を交互に積層し、地盤と構造物を絶縁して地震動を免れる画期的な製品。
なかでもブリヂストンのゴムに関する豊富な経験と技術を結集した「マルチラバーベアリング」は、その高い性能と品質で各ゼネコン及び建築各社で採用。いま全国に免震ビルが続々と誕生しています。



詳しい納入実績表や
各種データを
差し上げます。
ご請求ください。



●ブリヂストンの免震ゴム「マルチラバーベアリング」の各地における納入実績や詳しいデータ等のパンフレットを各種用意しております。お気軽に下記宛ご請求ください。早速ご送付申し上げます。

マルチ
ラバーベアリング

株式会社ブリヂストン
化成品開発営業部
東京都中央区京橋1-10-1　〒104
TEL.(03)563-6922　FAX.(03)563-6704

マルチラバーベアリング 高機能免震ゴム

株式会社 ブリヂストン
化成品開発営業部
ブリヂストン工業用品大阪販売㈱

東京都中央区京橋1－10－1
TEL03－563－6922

大阪市中央区南船場4－12－8
関西心斎橋ビル
TEL06－245－5681

1．はじめに

最近、地震から建物や内部の設備機器を守る方法として、免震構法が注目を浴び、研究・開発から実用段階に入り熱い視線を受けている。
その多くは積層ゴム（免震ゴムとかアイソレーターと呼ばれている）を応用したもので、今まで建築分野であまり見られなかったゴムという材料が、建物基礎の一部として重要な役割を果たしている。そこで今回は、免震構法と㈱ブリヂストン製の免震ゴムを紹介する。

2．免震構法とは

地盤と構造物を絶縁して、地震動を低減し、構造物と内部設備機器等の安全性を高める建築構法が免震構法である。例えば、大きな船が激しい波を受けた時でもゆっくりとしか揺れないように、構造物が地震動を受けた時、構造物の揺れがゆっくりとした周期に変わるようにして地震を免れる。したがって免震構造によって建築された構造物は、倒壊しにくいばかりか、内部の家具、備品までも安全に保つ。実際には、地盤と構造物の間に免震装置を設置して、構造物と地面が別々に動くように設計・施工する。この構造物が地震動を受けた時の応答速度（慣性力）は、従来構造物に比較して⅓～⅙に減衰し、揺れ周期も平行にゆっくりとしたものに変わり、これにより地震を免れるわけである。代表的な免震構造は**図1**の通りで、免震ゴムが建物の重量を支え、地震時には建物を水平方向にゆっくり往復運動させる「バネ機構」を持ち、一方のダンパーは地震時の水平変位を一定値以内に押えると共に、地震動の終息後は揺れを出来るだけ早く「減衰させる機能」（ダンピング機能）を有している。

3．免震ゴム（マルチラバーベアリング）の構造

免震ゴムは**図2**に示す通りゴムと鉄板を交互に積層し外周部は耐候性に優れたゴムで被覆し上下に固定用フランジを有し、ゴム特有の接着法（加硫接着）によって強固に一体成形された構造である。ゴムをこの様な層状にすることにより、鉛直方向には大きな剛性（大荷重支持能力）、水平方向には小さな剛性（柔らかいバネ機能）が得られ、免震構法の主要部材として最適な構造となるわけである。

4．免震ゴム（ＭＲＢ）の特徴

従来の天然ゴム系免震ゴム（別にダンパーを併用のもの）と、新しく開発された高減衰免震ゴムの2タイプがあるが今回は後者の「減衰させる機能」を持った、高減衰免震ゴム（特許出願中）を紹介する。

◇高減衰ゴムの減衰特性とは

新開発されたゴムは、種々のゴム材料を特殊配合することで、ゴム分子間に特別な構造を持たせて減衰機能を発揮させるもので、**図3**の様に地震外力により、①ゴム分子自体が弾性的に伸び縮み（バネ要素）し、②複雑に絡みあったゴム分子同志が擦れ（摩擦減衰要素）、③ゴム分子間に特殊配合した粘性体による抵抗（粘性減衰要素）の3要素が同時に複合した形で起こることにより、滑らかなループを描く履歴特性を示す。

●高減衰免震ゴムの特徴

◆免震装置に必要な、荷重支持能力と、復元力（バネ）、減衰力の3要素が一体となっている為、高減衰免震ゴムだけで免震装置機能を有する。
◆履歴ループは粘性的な減衰を持っている為、滑らかな曲線を描き、減衰能力は15%（等価減衰定数）を保有している。又、バネ剛性（等価剛性）は振幅依存型を示すが、小変形ではバネ剛性が高いが、変形が大きくなる程バネ剛性が柔らかくなる非線形性を有している。それゆえ、風荷重等に対しては高い初期剛性がトリガー機能として有利に作用する。又、過大な大変形に対しては、ゴムがハードニング現象を起こし、剛性・反力とも大きくなるので万が一の場合でも、建物を安全に保持出来る。
◆大地震後も残留変形が殆ど残らず、取替が不要。
◆温度条件に対するバネ剛性及び減衰性への影響度が少なく、特に低温性に優れており広範囲の地区で使用出来る。
◆積層部の外周に、特殊被覆ゴム層を一体成形した構造の為、内部ゴムをオゾン・紫外線等から保護でき、耐久性も十分信頼出来る。

これらの特徴から施工性・設置箇所減少効果・メインテナンス（維持管理）等も容易で、コスト的にも有利な免震装置と思われる。

（中川　徹／建材委員）

減衰要素モデル図

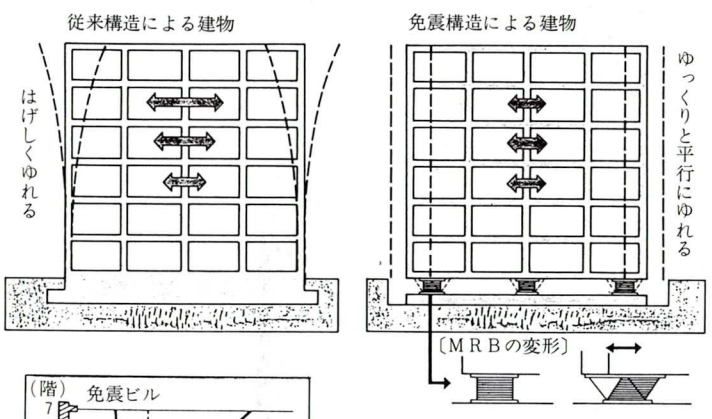


図1

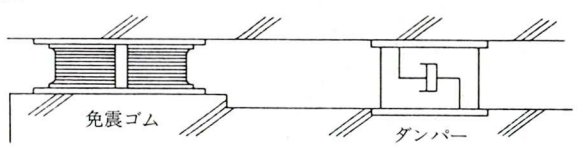


図2

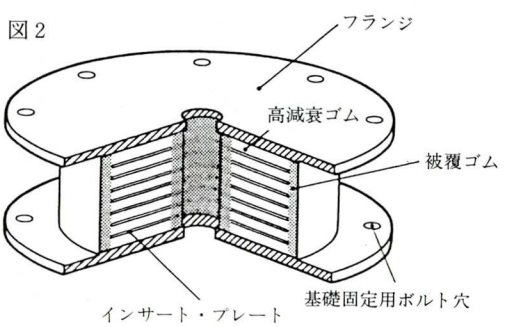
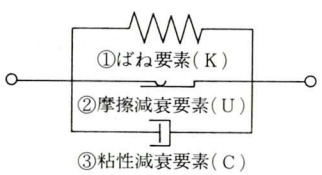


図3



多彩かつシンプル…インテリジェント化に対応する

メンテナンスのノウハウを生かした近電工の総合設備管理システム

先進の技術と豊かな経験を背景に、メンテナンスのノウハウを集約し、お客さまの立場で構築したシステムです。
多重伝送方式による制御線の省力化、ハード構成のユニット化など、シンプルな構成によって省力化、工期の短縮がはかれ、
またフレキシブルなシステム展開ができ、合理的な群管理システムの構築も可能です。



エネルギー・情報・環境…設備総合エンジニアリング

近電工

近畿電氣工事株式會社

大阪市北区本庄東2丁目3番41号 〒531 TEL.06・375・6000

●平成2年4月1日から〈株式会社きんでん〉に社名を変更いたします。

新年の御挨拶

1990年元旦　　(50音順)

青山幸夫

株式会社 青山建築積算事務所 代表取締役
〒550 大阪市西区京町堀1-10-19江南ビル 電話06(443)0430
〒610-11 自宅・京都市西京区大原野上里勝山町14-6
電話075(331)8082

浅井泰

株式会社 笠谷工務店 専務取締役
〒659 芦屋市業平町4－1 電話0797(22)0703
〒659 自宅・芦屋市翠ヶ丘町13－5 電話0797(22)5291

会長 浅海正雄
社長 浅海伸之

浅海電気株式会社
〒530 大阪市北区西天満3丁目7番4号 電話06(362)8701
〒665 自宅・宝塚市御殿山2丁目31番50－109号
電話0797(85)0745
〒665 自宅・宝塚市栄町2丁目10番26－712号
電話0797(81)1174

井上隆

井上窯業株式会社 代表取締役
〒543 大阪市天王寺区生玉町11番28号 電話06(771)2851代
〒659 自宅・芦屋市川西町4番23号 電話0797(22)5930

飯田精三

共同設計株式会社
〒530 大阪市北区西天満5丁目10番14号 電話06(364)5836
〒560 自宅・豊中市本町2丁目2番24号 電話06(848)0775

生島道春

社団法人 日本建築積算協会関西支部 支部長
〒542 大阪市中央区東心斎橋1-10-7 市川ビル2F
電話06(245)6645

泉沢哲史

株式会社 泉沢建築設計事務所 代表取締役
〒530 大阪市北区神山町14番3号 木津信ビル
電話06(364)9071代

市川繁雄

日本管工業株式会社 取締役社長
〒601 京都市南区西九条豊田町20 電話075(681)5101～6
〒606 自宅・京都市左京区下鴨芝本町37 電話075(781)0289

市川宏

株式会社 東畑建築事務所 取締役社長
〒541 大阪市中央区伏見町4－4－10 電話06(202)0391
〒658 自宅・神戸市東灘区住吉山手4丁目4－32
電話078(811)0216

今井忠臣

イマヰ建設工業株式会社 代表取締役
〒547 大阪市平野区加美北5丁目11番12号 電話06(792)4425
FAX06(792)5837
〒547 大阪市平野区平野北2－9－15 電話06(792)4404



今西茂雄

株式会社 今西建築デザインルーム 代表取締役
〒550 大阪市西区北堀江1丁目13番21号 今西ビル5F
電話06(541)3051～3

今西祥郎

財団法人 大阪住宅センター 理事長
〒542 大阪市中央区南船場4丁目4番3号
御堂筋アーバンライフビル4F
電話06(253)0071～3
〒591 堺市新金岡町3丁1－23－102 電話0722(51)1902

今村祐三郎

社団法人 大阪建設業協会 専務理事
事務局長
〒540 大阪市中央区北浜東1番30号 電話 06(941)4821
〒630 自宅・奈良市南永井町344－8 電話0742(62)0784

専務取締役 岩崎弘
常務取締役西日本本部長 吉竹寛

株式会社 教育施設研究所 大阪事務所
〒550 大阪市西区立売堀1丁目13番1号 電話 06(531)0916
大信ビル FAX 06(541)7301
〒630 自宅・奈良市法蓮立花町1046-2 電話0742(22)2217
〒560 自宅・豊中市東寺内10－36 電話 06(339)3550
グリンパークハイツ304

上西圭治

株式会社 大気社 代表取締役会長
〒530 大阪市北区中之島3－2－18 住友中之島ビル7階
電話06(448)3603
〒659 自宅・兵庫県芦屋市浜町12－14 電話0797(22)5949

植野寿雄

株式会社 寿建築積算事務所 所長
〒542 大阪市中央区東心斎橋1丁目16-29つるのすビル
電話06(244)1561代
〒588 自宅・堺市大美野5－9 電話0722(37)1162

尾亀清四郎

株式会社 三晃空調 取締役会長
〒540 大阪市中央区城見2丁目1番61号ツイン21MIDタワー11階
電話06(949)1371
〒573 自宅・枚方市岡山手町15－4 電話0720(41)3427

尾原重信

株式会社 コアプラン設計 代表取締役
〒550 大阪市西区新町2丁目3番8号 電話06(531)4488
〒532 自宅・大阪市淀川区十三東3-14-13 電話06(302)1051

多井(オオイ)幸男

多井建築研究所 所長
〒541 大阪市中央区今橋1丁目1番地 1番館ビル
電話06(226)0008
〒657 自宅・神戸市灘区曽和町3丁目1－11
電話078(821)6133

新年の御挨拶

1990年元旦　　(50音順)

大西孝夫

株式会社 日建設計　専務取締役 大阪統轄
〒541 大阪市中央区高麗橋4丁目6番1号　電話06(203)2361

岡澤勇

岡澤建築設計事務所　所長
〒530 大阪事務所・大阪市北区西天満4丁目4番12号 近藤ビル6F　電話06(362)6082代表 FAX06(362)6084
〒567 茨木市藤の里2丁目16番6号　電話0726(43)5230・8953

岡本行善

株式会社 昭和設計　代表取締役社長
〒550 大阪市西区新町1丁目5番7号　四ツ橋ビル 電話06(532)3421代
〒659 自宅・芦屋市岩園町35－7　電話0797(31)3201

奥村紘行

奥村重兵衛株式会社　取締役社長
〒530 大阪市北区西天満5丁目3番7号　電話06(312)4131代
〒662 自宅・西宮市南郷町14番34号　電話0798(71)0011

加藤忠三郎

株式会社 平田タイル　取締役 相談役
〒550 大阪市西区阿波座1丁目1番10号 電話06(532)1231代
〒601 自宅・京都市南区東九条北烏丸町24電話075(691)1334

数井利美

株式会社 西村建築事務所　取締役社長
〒652 神戸市兵庫区荒田町2丁目1-8 楠六パレスビル 電話078(521)0205～0207
〒654-01 自宅・神戸市須磨区白川台2丁目39－13 電話078(792)5862

亀井晃治

一級建築士事務所 株式会社 A.R.I.(あり)建築事務所　代表取締役
〒542 本社事務所・大阪市中央区谷町7丁目3番4－203 新谷町第3ビル2F 電話06(768)1771代 FAX06(768)1406
〒577 アトリエ・東大阪市上石切町2－14－35 電話0743(73)6137
〒631 自宅・奈良市藤ノ木台3丁目33番5号 電話0742(43)1226

亀田六夫

株式会社 増島製作所 大阪営業所　取締役所長
〒530 大阪市北区西天満3丁目13番18号 島根ビル 電話06(364)1951
〒560 自宅・豊中市刀根山元町8－12　電話06(855)5356

鎌谷秀男

修成建設専門学校　理事長
〒555 大阪市西淀川区大和田5丁目19-30 電話06(474)1644
〒665 自宅・宝塚市千種3丁目8番23号 電話0797(72)1380

川岸繁夫

株式会社 川岸窯業商店　代表取締役会長
〒550 大阪市西区西本町1丁目13－33　電話06(532)0461代 FAX06(535)5181
〒563 自宅・池田市天神1丁目10－10　電話 0727(61)8598



川瀬甲子雄

扶桑管工業株式会社　代表取締役
〒616 京都市右京区太秦和泉式部町12番地　電話075(861)1157 大阪支店 電話06(304)0777　東京支店 電話03(263)0501
〒565 自宅・吹田市津雲台6－7－2　電話06(834)1734

河井覚弘

河井建築事務所　所長
〒631 奈良市中山町西3丁目210－25　電話0742(44)8100 0742(45)4378

河裾和夫

螢光産業株式会社　代表取締役
〒531 大阪市北区本庄西3丁目9番20号 電話06(371)5146代
〒560 自宅・豊中市中桜塚4丁目6-4　電話06(852)4148

木下國男

内外パーキング施設株式会社　取締役社長
〒550 大阪市西区江戸堀2丁目6－25　電話06(441)0477代
〒665 自宅・宝塚市逆瀬台6丁目15番11号 電話0797(73)3228

小西弘治

日本住宅パネル工業協同組合　理事長
〒170 東京都豊島区南大塚3丁目46番3号 大塚セントコアビル　電話03(945)2311大代

取締役会長 小西岬
取締役社長 橋本正章

株式会社 小西設計
〒550 大阪市西区立売堀1丁目12－16　電話06(532)4051

鴻池藤一

株式会社 鴻池組　代表取締役会長
〒541 大阪市中央区北久宝寺町3丁目6番1号 ダイヤルイン電話06(244)3500(受付台)
〒603 自宅・京都市北区平野鳥居前町86 電話075(461)1526

会長 佐野正一

株式会社 安井建築設計事務所　代表取締役会長
〒540 大阪市中央区島町2丁目4番7号　電話06(943)1371代
〒662 自宅・西宮市雲井町4の9　電話0798(72)1569

斉藤國義

株式会社 斉藤工業所　代表取締役
〒557 大阪市西成区岸里2丁目6番5号　電話06(661)3325代
〒557 自宅・大阪市西成区岸里東1丁目21番3号 電話06(652)0208

新年の御挨拶

1990年元旦　　(50音順)

堺　徳吾

西日本建設業保証株式会社　取締役社長
〒550 大阪市西区立売堀２丁目１番２号　電話06(543)2553

白石登喜男

名誉正会員

株式会社　藤木工務店　常務理事
〒540 大阪市中央区常盤町１－３－９　電話06(944)1468
〒558 自宅・大阪市住吉区墨江1―7―39　電話06(671)3792

城口庸平

株式会社　大阪城口研究所　取締役社長
〒530 大阪市北区角田町２番15号　電話06(372)7151代

須賀好富

近畿大学理工学部建築学科　教授
〒577 東大阪市小若江３－４－１　電話06(721)2332
内線4519
〒577 自宅・東大阪市小阪３－４－B911
電話06(789)8114

菅谷　節

ダイダン株式会社　代表取締役社長
〒550 大阪市西区江戸堀1丁目9番25号　電話06(441)8231
〒158 自宅・東京都世田谷区等々力６丁目３番18号
電話03(703)1027

田中忠明

大阪エスピー紙工株式会社　代表取締役社長
〒540 大阪市中央区玉造２丁目25番20号　電話06(765)5650代
FAX06(765)5655
〒614 自宅・八幡市八幡福禄谷98-7　電話075(971)0395

田中　優

株式会社 ユソニアン一級建築設計事務所　代表取締役
〒530 大阪市北区天神橋2丁目5番25号　若杉グランドビル10F
電話06(354)2781
〒112 東京都文京区春日１丁目８番６号
ムトウユニパック春日ビル２F　電話03(5684)2871
〒536 大阪市城東区成育４丁目20番２号　電話06(931)8857

田村真二

株式会社　竹中工務店　取締役副社長
〒541 大阪市中央区本町４丁目１－13　電話06(252)1201
〒663 西宮市浜甲子園２丁目５－19　電話0798(41)4300

高橋慶夫

取締役会長

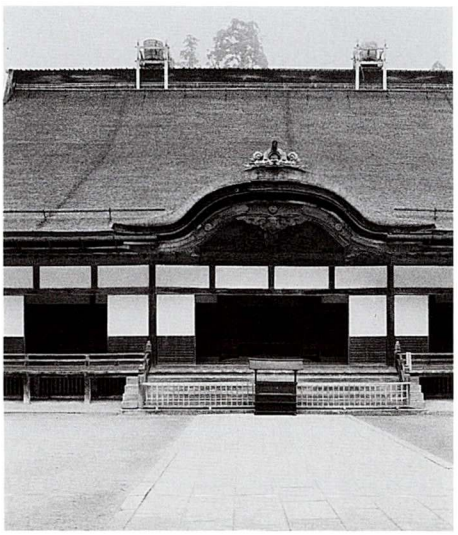
上田宏二

取締役社長

株式会社　高橋上田設計事務所
〒550 本社・大阪市西区新町１－４－21 大幸ビル
電話06(533)0971～3
〒113 東京事務所・東京都文京区本郷3-5-4
朝日中山ビル5F　電話03(818)5173

竹内　哲

日本電設工業株式会社 大阪支店　取締役支店長
〒531 大阪市北区豊崎３丁目17－15　電話06(372)3533
〒560 自宅・豊中市蛍池東町２－７－６　電話06(841)3822



橘　泰治

東邦パーライト株式会社　代表取締役
〒540 大阪市中央区森之宮中央２丁目７番15号　電話06(941)9445～9
〒590-01 自宅・堺市若松台3丁26番3号　電話0722(91)2267

立野一郎

株式会社　ユニオン　代表取締役
〒550 大阪市西区南堀江２丁目13番22号
電話06(532)3731代

谷　進

浦安工業株式会社　取締役大阪支店長
〒530 大阪市北区天満２丁目３－５　電話06(351)7502
〒530 自宅・大阪市北区天神橋3丁目10-30-507
電話06(358)6900

知見義夫

元・本会理事
〒601 自宅・京都市南区西九条春日町48　電話075(691)3860

塚本猛次

名誉会長

株式会社　日建設計　最高顧問
〒541 大阪市中央区高麗橋4丁目6番2号　電話06(203)2361
〒665 自宅・宝塚市清荒神２－６－27　電話0797(87)1940

辻本　豊

株式会社　ツジモトユタカ設計事務所　代表取締役
〒640 和歌山市東長町中の丁12－３電話0734(26)2030代
FAX0734(26)2032
〒640 自宅・和歌山市東長町中の丁12-3電話0734(26)2030代

津村芳仁

オリエンタルメタル製造株式会社　代表取締役社長
〒660 尼崎市昭和南通３丁目26番地　電話06(412)5131代
〒330 埼玉県蕨市塚越５丁目６番32号　電話0484(42)3115

傳馬正明

ムツミ産業株式会社　代表取締役
〒550 大阪市西区靱本町１丁目17番15号
電話06(441)0378大代
〒558 自宅・大阪市住吉区長居東３丁目14番22―515
電話06(698)7895

東畑謙三

名誉会長・名誉正会員

株式会社　東畑建築事務所　取締役会長
〒541 大阪市中央区伏見町４－４－10　電話06(202)0391
〒658 自宅・神戸市東灘区住吉山手4-4-35　電話078(851)5043

新年の御挨拶

1990年元旦　　(50音順)

徳岡昌克

株式会社徳岡昌克建築設計事務所　代表取締役

〒530 大阪市北区西天満6丁目3番11—205号　電話06(314)1688
〒661 尼崎市次屋3丁目6番60号　電話06(499)0701
〒810 福岡市中央区大名1丁目8番33-703号　電話092(716)5110
〒532 自宅・大阪市淀川区新高6丁目6番18号　電話06(391)1438

内藤正克

株式会社 内藤建築設計事務所 代表取締役会長

〒675-13 兵庫県小野市上本町240 小野ビル　電話07946(2)4757代
〒675-13 自宅・兵庫県小野市久保木町1063　電話07946(2)4668

中原英雄

株式会社 創美設計　代表取締役

〒530 大阪市北区末広町3番21号 新星和扇町ビル
電話06(312)3587代
〒565 吹田市桃山台4丁目3番1—808

長澤孝行

日本住宅パネル工業協同組合大阪支所　支所長

〒553 大阪市福島区大開2丁目3番1号　電話06(462)1600
〒598 自宅・大阪府泉佐野市佐野台20-52 電話0724(63)1260

西村昭三

大鉄工業株式会社　代表取締役社長

〒532 大阪市淀川区宮原4丁目4番44号
電話06(394)1281
〒663 自宅・西宮市上甲子園1丁目6-27-202
電話0798(41)3082

蜷川守男

大阪装飾株式会社　代表取締役

〒550 大阪市西区京町堀1丁目13番24号　電話 06(444)1410
〒665 自宅・兵庫県宝塚市社町3番10号　電話0797(72)6045

野村文英

野村建設工業株式会社　取締役社長

〒541 大阪市中央区高麗橋2丁目1番2号　電話06(226)9502

林唯夫

株式会社 昭和設計　代表取締役副社長

〒550 大阪市西区新町1丁目5番7号　四ッ橋ビル
電話06(532)3421
〒565 自宅・吹田市青山台3丁目41—11　電話06(872)3608

原精一

コーナン建設株式会社　代表取締役

〒532 大阪市淀川区十三本町2丁目4番28号
電話06(308)1551大代
〒662 自宅・西宮市名次町12番9号　電話0798(72)1504

伴昭秀

株式会社 西原衛生工業所大阪店 代表取締役社長

〒531 大阪市北区中津6丁目8番4号　電話 06(458)3628
〒563 自宅・池田市石橋3—11—14　電話0727(61)8652



福永薫

株式会社　建設技術センター　代表取締役

〒532 大阪市淀川区西中島5丁目7番17—602号
電話06(304)1148代　FAX06(304)0935
〒542 自宅・大阪市中央区南船場4丁目7—3
電話06(243)3736・(252)8626

藤木鐵三

株式会社 藤木工務店 取締役社長

〒540 大阪市中央区常盤町1—3—9　電話06(944)1468代

堀亀久治

三機工業株式会社　常務取締役

〒541 大阪市中央区北浜2丁目2番21号　電話06(202)3071
〒664 自宅・伊丹市北本町1丁目110番1号
伊丹パークホームズ2—406　電話0727(75)3095

堀内史郎

第一工業株式会社大阪支店　専務取締役支店長

〒530 大阪市北区西天満3丁目6番14号　電話06(364)6661代
〒573 自宅・大阪府枚方市朝日丘町12-18 電話0720(41)5396

前田平一郎

ゼネラル事務機株式会社　社長

〒550 大阪市西区靱本町3丁目2番7号 第1横井ビル
電話06(441)1462代
〒560 自宅・豊中市上野東1丁目16—21　電話06(849)5764

前田敏男

財団法人　日本建築総合試験所　理事長

〒565 本所・吹田市藤白台5—8—1
電話06(872) 0391
〒531 大淀分室・大阪市北区長柄西2—1—18
電話06(351)7217
〒592 堺分室・堺市浜寺石津町西2—1—34
電話0722(44)3912
〒612 京都分室・京都市伏見区中島前山町24—2
電話075(622)0713
〒675-01 加古川分室・加古川市別府町新野辺字畑下1311-3
電話0794(35)5811

松田恒彦

株式会社 ART建築設計事務所　代表取締役所長

〒530 大阪市北区東天満2丁目3—10 トップス天満ビル
電話06(357)5351代
〒546 大阪市東住吉区西今川2丁8—7　電話06(702)6738

松原満佐子

有限会社　柳々堂　代表取締役

〒550 大阪市西区京町堀1—12—3　電話06(443)0167~8
FAX06(443)1826
営業所：鴻池ビル1階　電話06(251)8233

松本重太郎

マツ六株式会社　取締役社長

〒543 大阪市天王寺区四天王寺1丁目5番47号
電話06(774)2200

新年の御挨拶

1990年元旦　　(50音順)

名誉正会員
松本与作
建築家 第一生命保険相互会社 顧問技師
〒145 自宅・東京都大田区田園調布3-17-3 電話03(721)4723

三品哲夫
財団法人 大阪市建築技術協会 理事長
〒541 大阪市中央区北浜4－1－21 住友生命淀屋橋ビル4階 電話06(208)8144
〒560 自宅・豊中市上野東1-10-45-205 電話06(848)9067

三谷忠義
株式会社 三谷設計 代表取締役
〒694 島根県大田市久手町波根西777の1 電話08548(2)8121代
〒694 自宅・島根県大田市久手町波根西65－1 電話08548(5)8320

三輪泰司
株式会社 地域計画・建築研究所 代表取締役会長
〒600 京都市下京区四条通高倉西入ル立売西町82番地 大和銀行京都ビル 電話075(221)5132代
〒540 大阪市中央区石町1丁目1番1号 天満橋千代田ビル2号館 電話06(942)5732
〒105 東京都港区芝大門2丁目3番14号 一松ビル1号館402 電話03(437)3405
〒460 名古屋市中区丸の内3丁目18番30号 ツボウチビル 電話052(962)1224

薬袋公明
株式会社 日建設計 取締役社長
〒541 大阪市中央区高麗橋4丁目6番2号 電話06(203)2361

水間義雄
株式会社 水間組 代表取締役社長
〒534 大阪市都島区東野田町1丁目1番4号 電話06(352)3121代
〒538 自宅・大阪市鶴見区今津南4-10-15 電話06(961)0785

宮後浩
株式会社 コラムデザインセンター
株式会社 大阪パースアカデミー 代表取締役
〒542 大阪市中央区南船場4－13－15 コラムビル 電話06(245)4631
〒546 自宅・大阪市東住吉区山坂5－19－24－704 電話06(607)7571

村石全
浪速合板株式会社 代表取締役社長
〒556 大阪市浪速区幸町2丁目5番3号 電話06(568)3671
〒659 自宅・芦屋市岩園町25番15号 電話0797(34)0835

室谷山水
室谷商事株式会社 取締役会長
〒650 神戸市中央区三宮町3丁目7-6 神戸フクトクビル 電話078(331)0881
〒650 自宅・神戸市中央区山本通4丁目17－17 電話078(221)5050

毛利哲三
松尾橋梁株式会社 取締役社長
〒551 大阪市大正区鶴町3丁目4番18号 電話06(552)1551代表

森淳
三和電気土木工事株式会社 取締役社長
〒530 大阪市北区南森町1丁目4番19号 電話06(361)6451代
〒596 自宅・大阪府岸和田市別所町2丁目3番5号 電話0724(22)7710

八木喜美蔵
YAGISO BRICKS
八木惣株式会社 代表取締役社長
〒593 堺市津久野町3丁28番10号 電話0722(62)3838代
〒593 自宅・堺市津久野町3丁28番10号 電話0722(62)0722

八十島健二
株式会社 竹中工務店 特別顧問
〒541 大阪市中央区本町4丁目1－13 電話06(252)1201
〒663 自宅・西宮市甲子園二番町5－30 電話0798(41)0598

矢野卓生
中央電気工業株式会社 取締役社長
〒530 大阪市北区太融寺町3番24号 電話06(312)8881代表

山内恒男
株式会社 石本建築事務所 大阪支所長
〒542 大阪支所・大阪市中央区島之内1-20-19 白水ビル 電話06(251)7507
〒102 本社・東京都千代田区九段南4-6-12 電話03(262)7161
札幌・名古屋・九州・仙台・横浜

山本貴士
朝陽電気株式会社 代表取締役
〒530 大阪市北区中之島3丁目2番4号 電話06(385)1361代 朝日ビルディング内
〒565 自宅・吹田市藤白台4丁目23番8号 電話06(871)0851

和田眞一
株式会社 東和組 代表取締役
〒530 大阪市北区西天満4丁目5番14号 電話06(363)4051
〒659 自宅・芦屋市公光町3番8号 電話0797(22)3282

和中勝
株式会社 和中商店 相談役
〒531 大阪市北区豊崎5丁目8番11号 電話06(371)0731～5
〒150 東京都渋谷区桜丘町11－5 電話03(464)9723
〒453 名古屋市中村区黄金通3丁目34番地 電話052(481)7338
〒659 自宅・芦屋市楠町16－18 芦屋フラッツ201 電話0797(31)7950

渡辺忠
東洋シヤッター株式会社 相談役
〒540 大阪市中央区常盤町1-3-8 日本生命谷町ビル 電話06(943)6571代
〒560 自宅・豊中市緑丘3丁目21番8号 電話06(856)0988

渡部慶一
株式会社 松田平田坂本設計事務所 大阪事務所 取締役所長
〒530 大阪市北区堂島2－2－25 電話06(344)7821
〒530 自宅・大阪市北区中之島5－3－92 ルイシャトレ中之島622号 電話06(448)5645

事務局一同
社団法人 日本建築協会

建築の眼



前川道郎
九州大学教授

森岡進
大阪市建設局咲くやこの花館
展示課長代理

徳岡昌克
徳岡昌克建築設計事務所代表取締役

楠正世
戸田建設大阪支店設計室長

消えゆく建築学科

国立大学が建築学科という名称をすこしづつ放棄しつつあるのが知られているだろうか。ひところ数多く新・増設された建築関連学科も大部分は、建築学科ではなく、建設工学科、環境○○学科、社会○○学科等々だった。近年の国立大学工学部における学科再編成の波は、建築学科をより大きな（主として）技術系の複合学科に吸収し、建築学科という総合的に独立した単位が徐々に消滅しかけている。学問が学際的に展開するのはむしろ重要なことであるし、技術領域の枠組がとり払われるのも時代の必然であろう。建築学もその例外ではない。人間環境の整備や社会開発が現代の緊急課題であることは言をまたない。もともと土木技術と建築技術のある種の同一性も否定しえない。しかしまた、もしこの複合的再編成が、建築とは何かという反省なしに、偶然的・便宜的に行われたとしたらどうであろうか。建築という主体の確認（アイデンティフィケーション）を忘れてはならないだろう。
それともこれは、建築という名の消えゆくのを惜しむ単なる懐古趣味、センチメンタリズムにすぎないのだろうか。建物ならざる「建築」という言葉には特別の意味が籠っている。（M.M）

咲くやこの花館

1990年。時は今。今年４月に、大阪市の鶴見緑地で、「国際花と緑の博覧会」が開催される。1970年の日本万博以来、20年振りに開かれる大阪での国際博で、アジアで初めての国際園芸博覧会である。この国際園芸博を契機としながら、大阪市では、市制100周年記念事業の一環として、また、花の万博での市の出展パビリオンとして、さらに博覧会後には、花の万博のモニュメントとして、鶴見緑地に残し、市民の皆様方に利用していただくために、「咲くやこの花館」（大温室）を建設している。
この館は、昭和62年６月から建設を始め、昨年３月にすでに建築工事は完成したが、併行して現在内部の修景や植栽工事、花飾りなどの準備作業を鋭意進めており開幕を待つばかりとなっている。
この大温室「咲くやこの花館」は、鉄骨造（一部鉄筋コンクリート造）の総ガラス張りで、地上２階建（一部地下１階）、高さ約30ｍ、建築面積約4750㎡、延床面積約6900㎡の建築物で、ガラスの使用枚数が約5000枚（１枚平均２㎡）である。この咲くやこの花館は、小生個人の夢であるが、学生の頃、某新聞の記事で読み興味を覚えた大阪市の鶴見緑地の青写真の中に描かれた、「世界の森」の一環としての「大温室」の20数年ぶりの具現なのである。（S.M）

私が建築創りに考えること (1)組織と個人

花が咲き食べられる実のなる樹が好きで入手出来る色々な果樹をつくっている。子供の頃は、縁日で小道具も買いそろえて箱庭造りを楽しんでいた。戦中戦後の食糧難の時代を経てきたので、実のなるものを求めた面もあるし、子供達に私が思春期をすごした田舎の方にも親しんで欲しいとの想もあった。だから、四季にしたがい、花が咲き、実をつけている樹々を見れば、興味も持ち時々は手伝いもするだろうと期待していた。今、子供達は成人して夫々に忙しい。しかし、私自身も自発的にはじめたのは、34～35歳位か、アメリカの事務所にスタートする前の思い出にミカンを植えたのが始まりだった。ミカンの白い花やその香り、熟れた黄色い実がたわわになるのは、とても豊かな感じがすると母が喜んでくれていた。果樹作りの基本は、土地にあったものが楽、よく耕して元肥（もとごえ）をやり、支柱を立て・倒れるのを防ぐ。活着後は、太陽の恵みを受け風雨を通して樹が充分に育つよう剪定を注意深くする。豊かな土壌に良い苗木を育てることは、私達の職業にも当てはまることと思う。
土壌即ち組織、苗木即ち個人、この両方を育てあげねば良い果実即ち立派な建築を末広がりに、又、末永くつくっていけないように思っている。晩秋から、ほころび始めた枇杷の白い花、澄みきった空気のなかに、そのかおりがすがすがしい。（M.T）

お座敷野球

昨夏の夜、大阪事務所協会第６支部のお世話で東京ドーム球場を見学した。17年前当時世界で唯一の屋内球場であったアストロドームを見た時とはかなり違った印象であった。９月末のヒューストンは、酷暑で冷房された建物や車から外に出ると眼鏡が一瞬にしてくもった。ヒューストンは油田地帯を控えているせいか、マイカー中心で球場周囲は広大な駐車場で大ドームといえども荒野の中にぽつんと建っているという風情であった。エアードームと違い外気に開放された部分も相当あるにかかわらず、強烈に冷房されており昼間のバス数台分の見物客は寒くて困ったものだった。当時雨もりも新聞だねになっており、かえっておおらかな印象が残った。今度の見学ではゲームをみることが出来たが「野外スポーツがお座敷野球になった」という気がしてならなかった。風雨、寒暑、日射、グランドの硬軟、凹凸も関係ない理想の条件である。長く描いていた夢が実現したにしては満足度が低かった。ゲームを構成する要素のうち、自然条件をＦＩＸしてしまったことに一因があると自答している。自然もゲームをドラマティックにする重要な要素である。開閉式ドームは、この意味でも究極のものであろう。（M.K）





こんばんは、春日局です。
このたびは、進化するユニットバスをご紹介します。

戸建住宅用 ユニットバス フロピア

TOTO

東陶機器株式会社
カタログご希望の方は、〒530　大阪市北区曽根崎2-3-7 梅新第一生命ビル東館　東陶機器㈱大阪支社までご請求ください。……☎06(364)1181



Space New

魅力ある空間の創造と演出。

街は多くの人々が集まる、大きな空間です。
そこには、高度化、多様化を極める
現代の建築様式が溢れています。
山本金属は、創業以来60余年
豊富な経験と最新の技術を生かして
21世紀の街づくりに目を向け
様々な建築様式にマッチする空間を
創造・演出します。
ヤマキンは、常に技術革新の手を緩めず
メタルワークのトップを目指します。

株式会社 山本金属製作所
本社及び工場　〒542 大阪市中央区谷町6丁目11番15号　☎(06)761-0127(代) FAX(06)768-5770
東京営業所　〒105 東京都港区芝2丁目5番22号(坂詰ビル)　☎(03)453-8439(代) FAX(03)453-9709
守口工場　〒570 守口市浜町2丁目1番地　☎(06)993-7192(代) FAX(06)993-7194
株式会社山本金属製作所一級建築士事務所・大阪府知事登録・(ハ)第7979号



特　集

商品化住宅のデザイン

総　論
商品化住宅のデザインと地域の町づくり
大野勝彦
論　文
商品としての工業化住宅
積水ハウス・河村友文
商品化住宅のデザイン
三井ホーム・井上　潔
乗用車のデザイン開発
ダイハツ工業・柳原良樹
エッセー
限りなく家に近い自動車
北浦かほる
レポート
商品化住宅の街並み
北浦かほる
アンケート
商品化住宅の限界
内井昭蔵
消費の欲望をそそる器
貴志雅樹
商品化住宅のイメージ
塚口明洋
プロダクトデザインの確立
北村陸夫
資　料
商品化住宅の歴史
石倉健彦
過去・現在の代表的商品化住宅のプラン
京都工芸繊維大学加藤研究室

生産の合理化、標準化などを目的として生まれたハウスメーカーの戸建住宅は、様々な批判をあびながらもシェアーを拡大し、今や一大マーケットを構成するに至っています。

これらの住宅は、いわゆる「建築」の分野からは傍系としてみられてきましたが、むしろそれを逆手にとって、車や家電製品と同じように、消費生活のイメージを植えつけることで「商品としての住宅」なる領域を成立させてきました。

しかも最近では、建築家がこの分野に進出することで、ブランド化、デザインの質の向上、さらには単体だけではなく街づくりへの参加など、多様な展開もみられます。そこで今回「商品化住宅のデザイン性」をテーマに取り上げ、デザインプロセスやデザインの変遷などについて整理し、今後の動向などについてさぐってみました。　（加藤　力）

本特集企画　インテリア・住宅計画分科会
加藤　力、北浦かほる、石倉健彦、一ノ瀬満雄、大塚慶子、神谷　剛、北山喜与、駒田哲男、細田泰彦、増池秀夫

商品化住宅のデザインと地域の町づくり

大野勝彦

プレハブ住宅から商品化住宅へ

戦後の焼け跡の中から都市部を中心にバラックが雨後のタケノコのように大量に建ちはじめる。

そんなころ前川国雄とＭＩＤＯによる先鋭的な「プレモス」などもかなりの数が生産、建設された。また復興住宅の展示会が日比谷公園で行なわれたり、工場に残された材料や技術を使って、「クランケンＣ型」などプレハブ住宅の開発の試みなども各地各社で行なわれたようである。

昭和26年になると世の中もいくらかおちつきはじめ、金融公庫の制度がスタートすることになる。６坪住宅とか12坪住宅などといって平面図集がつくられ、ダイニング・キッチンやリビングといった洋風の生活様式の導入がこころみられることになった。

かって、地域毎に伝統性をふまえた地場生産システムとしてつくられてきた日本の木造住宅の新たなスタートであった。

特に貸家と長屋が主体であった大都市では大量の流入者のために郊外住宅の持家としての戸建住宅と「住宅を買うために金をかりる」というシステムが全国的な制度としてスタートすることになった。

ほぼ同じころ「モダン・リビング」誌が創刊され、洋風の生活様式やキッチンのスタイルなどの紹介がされはじめる。また池辺陽の最小限住宅など建築家による住宅のスタイルとデザインの試みが住い手向けのメディアに広くのせられるようになっていた。

30年代に入ると都市郊外のスプロール化は、さらにすすみはじめ材料不足や大工不足によるコストアップも問題になりはじめた。そんなころ鉄骨系・木造系・コンクリート系の「プレハブ住宅」の開発が行われ販売されはじめた。当初は平屋で現場小屋風のシンプルなものであったが、部品や構造の開発により、しだいにシステムとしての完成度を高めていった。

「プレハブ住宅」から「工業化住宅」とよびかえられるようになるころには平面的にはほぼフリープランで対応できるようになっていった。日本の経済レベルの向上とともに住い手の要求も高度化、多様化しはじめ、とくにデザイン面での要求がつよまりはじめていった。アーリーアメリカンとかイギリス風とか西欧のデザインや要素をとり込むこと、また一方で和風回帰する方向、またグレード差を大きくつけるなど商品の多品種化・多デザイン化が急速にすすんでいった。識者からは、本来の工業化の理念はどこへいってしまったのかといった批判も込めて「商品化住宅」などと呼ばれる事になりはじめた。

一方の見かたをすれば大手住宅メーカーの総合力、開発力、販売力は大きな力をつけはじめ、ハードだけでなくソフト面での工業化を実現しつつあることを示していることになる。かって工務店住宅や設計者住宅、そして海外の住宅のまねをしてきた工業化住宅が今や逆にデザイン面でも先頭にたってひっぱっていくという現象すらではじめている。社内にも数多くの設計者をかかえているが、さらに外部の有能なる建築家との共同作

業が急速にふえはじめている。あるメーカーは構法・商品システムを特定し、複数の有名建築家に個人ブランドの設計を依頼するという例もではじめている。また２、３の都市型住宅メーカーは、多数の設計事務所を下請方式で組織化して、個別設計をこなしていく方式を売りものにしはじめている。

戸建住宅の分野だけでなく木賃アパートの分野でもプレハブアパートのシェアは確実にのびてきており、更に３、４階建の低層マンションの商品化が急速にすすみはじめている。

住宅メーカーの社会的役割

また団地開発や建売住宅の分野では「町づくり設計」の試みも行われはじめ、大手ゼネコンを下請に使うメーカーも出現している。つまり大手住宅メーカーのパワーは住宅ゼネコンとして大手ゼネコンにならびはじめ、それだけに社会的役割も問われる時代をむかえはじめているといえよう。

全国ネットの販売力、生産力、商品開発力がマスメディアと一体となってデザインや生活イメージをユーザーに確実にうえつけはじめたのである。当然の事ながら単体としての「住宅」を商品化してきた結果、一方でいくつかの社会的問題が発生しはじめている。一つには町並みの一体性、地域社会の風景などを混乱させはじめたことである。地域の伝統や風土、そして生活様式の独自性といった居住文化のつみかさねを乱したりしながら、都市から田園地帯まで近似した風景を、またはチグハグな風景をも商品化してしまう恐れすら出はじめているのである。

住宅だけを商品として切り出してしまった結果、外構、集会場、小さな公共施設など町づくりの道具などは「地元まかせ」ないしは「あなたまかせ」になりがちであり、更に住居と町並みとのアンバランスさを増幅させていくことになってしまっている。とくに大都市圏の住宅の建て替えでは、近隣問題や町並みの乱れなどの問題が多発しており、新たなデザイン手法の開発がもとめられている。さらに町づくり施設・店舗・公園づくりなどの手法を合わせた「住宅販売」から「町づくり事業」への展開が要請されていくものと思われる。

地域のまちづくりとの関係

第２の問題は、地域の木造住宅供給をになってきた職人達の町場生産組織（設計者を含む）と、どういった形で「すみ分ける」か、「協同していくか」の問題がうかびあがってくる点である。

地域独自の住宅づくり、町づくりと継続的なメンテナンスのためには地域に住みついた職人ネットワークと住宅ネットワークの編成が不可欠であり、相互に総体としてどうなじましていくのかが地域社会の形成、ハウジングコミュニティの形成にとって大切な事だからである。自治体を中心とした「地域住宅計画（ホープ計画）」の各地での活動はそのきっかけとなるものと思われ、今後の成果が期待されるが、今のところ両者がいい形で連同した事例は少ないことも事実である。この両者のせめぎ合いは「大手スーパー対地元小売店」と同様な問題を含んでおり、地域の総合的計画の視点の中で判断されるべきものと思われるが、今や大企業に育ちあがったメーカーサイドに社会的役割として正しく認識してもらわねば、問題はさらに深刻さを増すことになりかねないのである。

一時、めちゃめちゃとも思われた各メーカーのデザイン競争も、住宅のグレードアップとともに、いくぶん落ちつきをとりもどし、ここ１、２年のデザインは本格派、都市型、町並型の試みの方向へいくぶんシフトしはじめてきているものと思っている。ユーザーの認識がいくぶんでも周辺環境とのなじみを考えはじめるようになってきた原因は新築住宅主流の時代から、「建て替え住宅」中心へと変化してきたからだと思われる。

大手住宅メーカーにのぞみたい事は地域の、町の、そして町並みの独自性に寄与しうる「町づくり型住宅」のデザインシステム、そして新しい供給システムの開発に全力をあげてもらいたいことである。

また、戸建、アパート住宅中心から、そのノウハウを生かしながら集合住宅の設計・生産システムの開発にとりくみ，総合的な「ハウジング・メーカー」として「総合的な地域の町づくり事業の展開」をきめこまかく進めていく体制づくりに取り組んでほしいものだと望んでいる。

（おおの　かつひこ／大野建築アトリエ所長）

商品としての工業化住宅

積水ハウス商品化住宅の考え方&企画・開発から建築までのプロセス

河村友文

現在では「住宅は購入する物」という感覚が一般化してきているが、本来それは住まい手自身が主体的に参加して「つくり出す物」であった。各地の総合住宅展示場に行けば、各社競い合った外観や内装の住宅が商品として建ち並び、顧客はその中から自分の気に入ったものを捜し求めるという、自動車や家電製品を購入する時の商品セレクトと同じ行為を行っている様に思える。

しかし、住宅は一般耐久消費財と異なり、展示場で見た住宅をそのまま購入するというものではなく、顧客の注文によって一棟・一棟設計され、建築して初めて顧客に引き渡されるものである。

また顧客の注文も、「生活する器をつくる＝生活を創造する」という観点から、生活行為やテイストにかかわる嗜好性、地域性、住環境の問題等、多々の要求が含まれている。

ここに、一般耐久消費財と異なる消費行動が生まれ、住宅が社会のニーズを反映した「商品」として認識されるようになった現在でも、工業生産手法から生まれた商品なのか、特殊解としての個別対応商品なのか論議の分かれるところである。

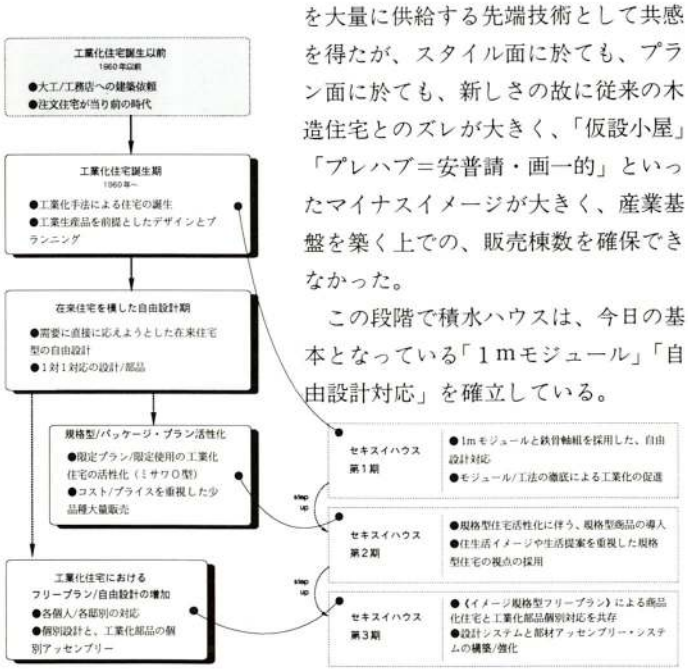
成熟化した「商品化住宅」への道程

深刻化する都市勤労者の住宅絶対量の不足と、都市不燃化の要請および諸工業の新しい需要開拓の要求とを背景に、1960年に積水ハウスが初めて工業化住宅を登場させて以来、デザインという観点から見ると下記の段階を経て今日に至っている。

①生産手段が売り物になっていた工業化住宅摸索期

プレファブリケーションといった生産手段が、良質で安価な住宅を大量に供給する先端技術として共感を得たが、スタイル面に於ても、プラン面に於ても、新しさの故に従来の木造住宅とのズレが大きく、「仮設小屋」「プレハブ＝安普請・画一的」といったマイナスイメージが大きく、産業基盤を築く上での、販売棟数を確保できなかった。

この段階で積水ハウスは、今日の基本となっている「1mモジュール」「自由設計対応」を確立している。



②在来住宅を模し、更に越えようとした自由設計期

摸索期の反省から工業化住宅は、外観や内装といった目に見える部分に在来住宅のもつ「なじみ」の要素を導入し、スタイル（屋根形状・勾配）および、プラン（矩形から接続棟／凹凸の附加）の開発が活発となった。これらスタイル・プランの変化は、「自由設計・高級化」の言葉のもとに、在来住宅との競合力をつけ、高度経済成長期の新しい主役「住宅産業」として期待通りの成長を遂げた。

③規格型&企画型／パッケージプラン導入期（商品化住宅初期）

1973年末のオイルショックは住宅業界にも大きな打撃を与え、74年の新設住宅着工数は一気に60万戸近くもダウンし、これを境に住宅産業も低成長時代を迎えた。そのため、市場競争が激化し、住宅メーカーにとっては、自社商品を他社商品や在来木造住宅とどう差別化していくかが、生き残りの重要課題となった。

商品としての独自性・差別性を前面に出し、付加価値のアピールをするためには、商品の性格付けを強くし、一目見ただけでその商品イメージが消費者の頭に焼き付くようにしなければならない。そのため、独創的なコンセプトを表現したプラン・スタイルに限定し、それを演出する様々なオリジナルデザイン商品群を搭載する「規格型・企画型住宅」が登場した。

④本格的「商品化住宅」の登場

1980年代に入ると、各社とも「企画型商品化住宅」方式をとる様になり、在来住宅＝高級・自在、プレハブ住宅＝中級・画一的といった通念を打ち破り、あか抜けた外観・内装・各種設備や、そこから連想する新しい生活のイメージの氾濫となり、中小工務店や大工等がデザインやプランの研究に、施主とともに展示場へ来場する風景が随所に見られるようになった。

又、量的な拡大は、コーディネイトするための様々な部材群のオリジナル開発を推し進め、住宅・住宅部材群のイメージリーダーは、それまでの、建材・内装材・設備等のメーカーから工業化住宅メーカーに移行した。

現在まで続く「商品化住宅時代」は、日本の住宅レベル向上に貢献しながらも、数々の問題点を抱え、今また新しい時代に移行しようとしている。

商品化住宅＝グッドデザイン&グッドクオリティ

「とにかく家が持てればいい」という状態から、「よりよい質の高い暮らしを楽しむことができる住まいを求める」という、住宅の量から質への転換に際して、工業化住宅は「商品化住宅」でその第一段階に応えることができた。

しかし、現在の住宅を取り巻く情況は、地価の高騰、物価の上昇、職人の減少等の社会変化や、建替え需要の増加（一戸当り床面積の

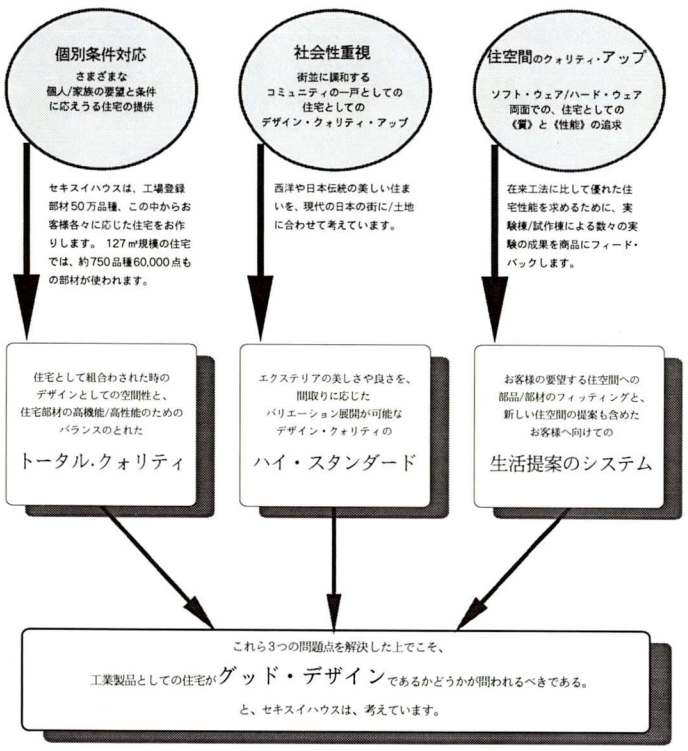
増大)、住宅への高いクオリティの要求増大等のユーザー要求の変化があり、これまでの「良い住宅とは？」「良いデザインとは？」という概念では、捉えられなくなっているのが実情である。

住宅に関する事情に変化が生じると同時に、国民の生活水準向上に伴う周辺機器のデザイン・クオリティアップと、住宅供給サイド／顧客の消費行動の両面から大きな変化が現われている現在、『住空間＝インテリア＋エクステリアのGood Design & Good Quality』こそ重要な課題だと思える。

そこで、積水ハウスでは　①個別条件対応のための「トータルクオリティ」　②社会性重視のための「ハイスタンダード」　③住空間クオリティアップのための「生活提案システム」の3点を、グッドデザインの重要課題だとしている。

①個別条件対応の「トータルクオリティ」

現在当社では、一棟を完成させるための材料は、平均10万点前後と言われている。そのうち、約50%を工場から、残り50%を現場で調達している。工場出荷材は、鉄骨部材・外装部材・開口部材・内装下地材および品質や性能を保証する主要部材にとどまっている。現場調達材は、内装仕上材・設備機器・装備品等、生活向上やイメージを形成する顧客の意思に負うところの部材が、中心になっている。



当然、工場出荷材は専用部品であるが、現場調達材も、魅力的な付加価値を得るためのオリジナル品と、当社が認定した市場品を、積水ハウスデリバリールートを通じて現場に搬入している。

この様に、膨大な部材を組み合わせて、様々な個人／家族の要望と条件に応えうる住宅を提供しているわけであるが、用意されている品種・部材の多い事が多様な要求に応え得る条件ではない。この部材群を住宅として組合わせた時の、デザインとしての空間の快適性と、高機能／高性能の住宅部材とのバランスのとれた「トータルクオリティ」を生み出すシステムが必要である。

②社会性重視の「ハイスタンダード」

〝西洋や日本の伝統の美しい住まいを現代の日本の街に〟を目標に、敷地に合わせ、街並みに調和するコミュニティの一戸（住宅）としてのデザインクオリティアップが必要である。

商品の持つ外観の美しさや良さは、敷地／家族構成に合わせた間取りに対応させても、デザインクオリティがダウンしないことがポイントである。そのため、システム的なデザインの企画と、アソートマニュアルによるデザインクオリティの制御とが必要となる。

③住空間クオリティアップのための「生活提案システム」

在来工法に比して優れた住宅性能を求めるために、実験棟／試作棟による数々の研究・実験の成果を商品にフィードバックするハードウェアの質と性能の追求。そして、それらハードウェアをベースに顧客の要望する住空間への部品／部材のフィッティングと、新しい住空間の提案も含めたソフトウェアの開発を「生活提案システム」として確立すること。

そして、以上3点をトータルに運用するためのシステムおよびマニュアルが完備された時、工業製品としての商品化住宅がグッドデザイン＆グッドクオリティであるかどうかが問われると考えられている。

フルラインアップ構想

さて、商品化住宅というと、ともすれば外観デザインのみの論議に終始しがちであるが、自動車や家電製品が、機能・性能そしてスタイリングを含めたすべてで商品を表現しているのと同様に、住宅においても、『生活（暮らし方・住まい方）』を中心とした、平面計画、外観計画、内部空間計画、設備計画、性能計画等すべてがトータルにプランニングされて初めて商品化住宅と言える。

このことは、工業化住宅であっても在来の注文住宅であっても同様のことであり、商品化住宅と言われるものが特別の手法を持っているものでもない。

住宅は、本来住まい手自身が主体的に参加して「つくる」物であった。ところが現在では「家を建てる」という言葉が影を潜め、「家

1986年発売



1986年発売



1989年発売



を買う」という言葉が使われることが多くなった様に思うが、このことが商品化住宅の性格を端的に物語っているように思える。

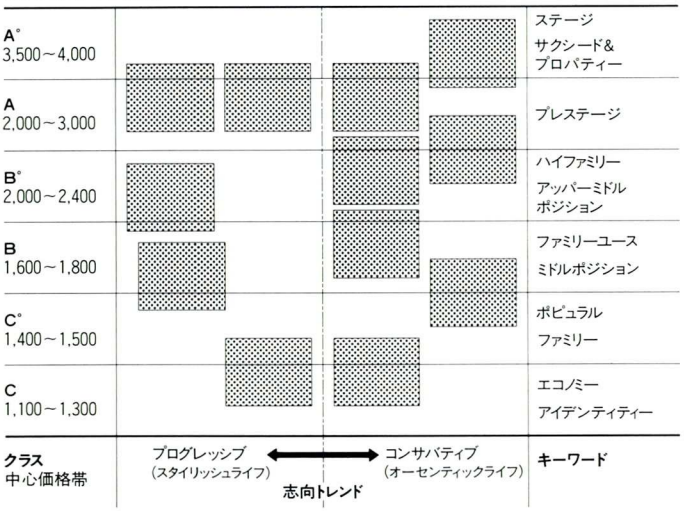
急速な、社会変化・生活変化・情報過多の中で、住まい手＝顧客は、求めている生活、求めている住宅（将来の生活を含めて）の姿を見失っている。この前提で、住宅メーカーの役割を考えてみると、顧客の求めている生活、求めている住宅を、潜在的な要求レベルにまで立ち入って分析し、それを具体的に生活が想定できる〝家〟という形に表現した「住宅＝商品」を提示することで、顧客の新しい生活（住宅）を形成していく「情報発信」をすることであろう。

住宅を建てようとする顧客は、総合展示場で自分の生活観・価値観やイメージに合った住宅を捜し求めることから、〝消費〟を始める。そのため、十人十色の顧客が満足し納得のいく商品が系統的に用意されねばならないというところから、住宅総予算とテイストを軸とした多様なモデルを登場させたのが、「フルラインアップ構想」である。

このフルラインアップ構想から登場する情報発信モデルは、全国一率のものではなく、地域特性、環境特性を踏まえたエリア別ラインアップの構成になっている。

地域・環境を考え、そこに住まう顧客の生活と、テイストを中心にセグメントされた情報発信モデル群すべてをとらえた時、はじめて積水ハウス「商品化住宅」の全体像を見ることができる。

フルラインアップ構想



商品化住宅の企画・開発プロセス

商品化住宅＝積水ハウスでの情報発信モデルは、生活観・価値観の違う、不特定多数の顧客をセグメントし、具体的な人物像と、その生活シーンを特定するところからデザイニングは始まる。

ここでは、積水ハウスの住宅のデザインプロセスと、そのクオリティコントロールを説明（右頁）するとともに、1987年発表の「木もれ陽のある家SX」(西日本地域対象商品)のプロセスを一部紹介する。

今回のテーマは、右図による　●コンセプトの作成・検討　●デザインスタディが中心となるが、商品化住宅企画・開発のプロセスとなると、社会動向・市場調査・販売実績分析から、コンセプト・デザインスタディ、実寸大モデルを経てコーディネイトのシステム、部品・部材の設定から販売・設計・建築のマニュアル、展示場モデルハウスの運営まで、一貫したビジネスのシステムを企画・開発することすべてが重要なポイントとなる。

右図に従ってフローを追ってみると……

①初めに、販売予定地域に於ける「価格帯別（総額・坪単価)」、「購入者プロフィール・イメージ別」等の自社・金融公庫・着工数実績等を分析し、開発ターゲットを決定。

②開発商品の狙い（ターゲット像と、規模・目標価格等）の決定と、フルラインアップでの、位置付・周辺商品との差別化要素の検討。

③生活観・テイスト等を独自のマーケティング手法で、不特定多数の顧客をセグメントし、特定クラスターに分解する。次に、セグメント時抽出した記号をキーワード化し、分析することで、開発コンセプトを決定する。

その抽出された記号の再生産が、その後のデザインワークとなる。

このあとは、スケッチ・パース・模型・部分実寸大試作・実寸大一棟試作等を繰り返し、基本設計完了へと進めていく。

おわりに

現在、「商品化住宅時代」と言われ、開発競争は激化しているが、商品＝規格･企画型ではなく、「商品から発信される情報を具体化する、自由設計のシステム」全体が、商品化住宅であると捕えなければ、デザインや設計の手法だけにポイントがあると誤ってしまいがちである。

商品化住宅のポイントは、工業化住宅を前提とした、人・行為・環境等の分析による、マーチャンダイジングから生まれた顧客一人一人にとって、魅力ある住宅づくりのシステムと、商品化住宅を構成する魅力的付加価値のある部品・部品群の企画・開発（本項では、紙面の都合で触れられなかったが）の２点に集約できると思える。

これからの工業化住宅は、「商品としての住宅」だけでは満足を得られず、その延長線上に住宅メーカーと住まい手（顧客）との双方向コミュニケーションを目指して、設計行為および設計プロセスを

1984年発売



1988年発売



木もれ陽のある家／1987年発売

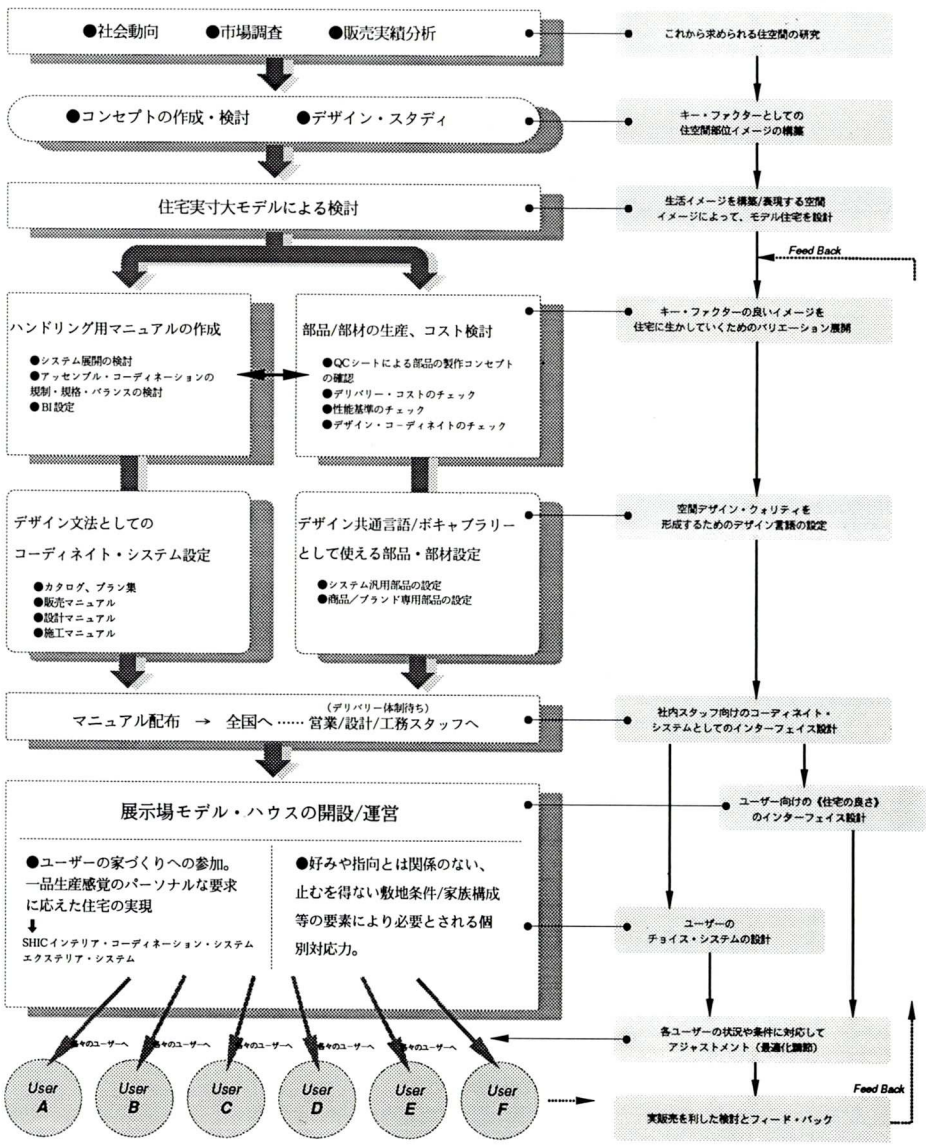


商品とした「設計の商品化時代」に入ろうとしている。

このような流れの中で、工業化住宅を商品として捉えた時、他の工業製品と同列に「商品＝物＝デザイン」ではすべてを論じられないため、新しい概念を持つべきであろう。

参考文献：松村秀一監修「工業化住宅考」（学芸出版社）
太田博信著　「商品としての工業化住宅」（Design News 195）

（かわむら　ともふみ／積水ハウス株式会社　技術本部主幹部長・試験研究所長）



☆　コンセプト

a．商品コンセプト／人・暮らし・文化の創造。
　　長く愛していただける住まいづくり。
b．開発コンセプト／生活テイストの高度化。
　　多様化する高感度ニーズの対応。
c．設計・デザイン／現代日本住宅の
　　今日的アイデンティティを求めて。

☆　商品イメージ

＊端正な美しさが香る現代日本住宅シリーズ
＊和洋の共存と洗練された現代感覚イメージ

☆　ターゲット像

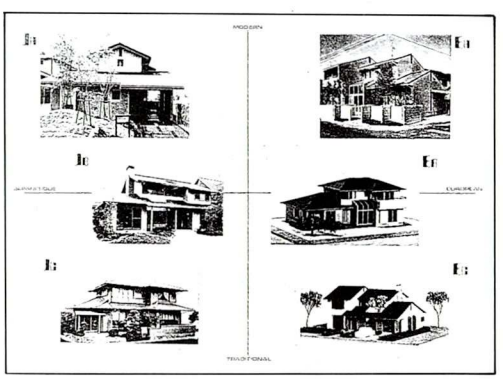
＊年齢：40～50才　　＊職業：中間～高級管理職。
＊指向：ニューオーソドクシー、高感度ファミリー

☆　開発の視点

a．暮らし方を売る家（要素空間、要素部品開発）
b．4寸一部2階切妻・寄棟の洗練化
c．外壁吹き付け仕様のコストダウン化

☆　フルラインアップ上の位置付

＊Bクラス／アッパーミドルポジション
＊オーセンティックライフポジション

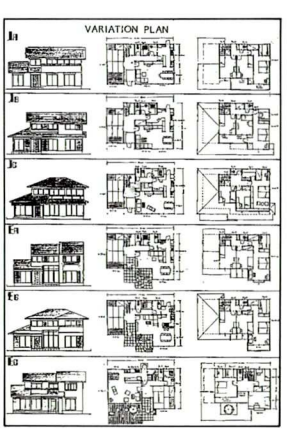


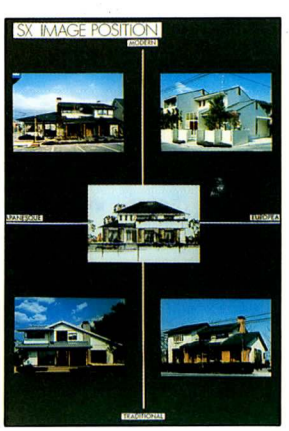












試作棟による検討←模型による検討　　ラフスケッチによる検討　　プラン展開検討

商品化住宅と乗用車のデザインプロセスの比較

商品化住宅のデザイン

三井ホームの事例に基づくデザインのプロセスと手法

井上　潔

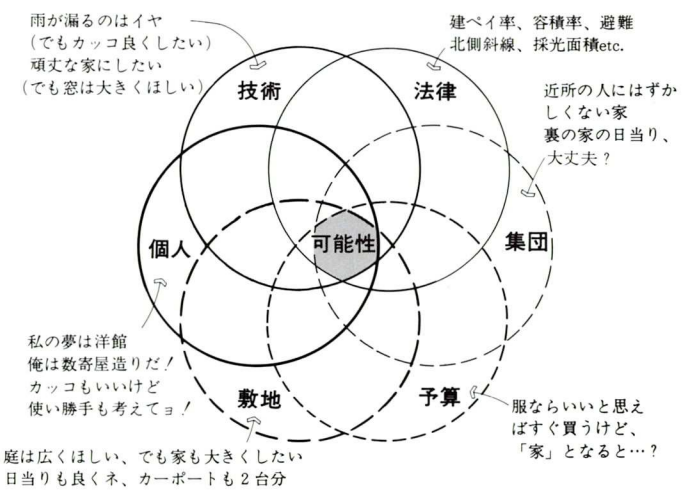
Ⅰ．はじめに

商品化住宅のデザインの手法とは、？……　起承転結に言うなら、残念ながら乗用車のデザインのようには、今だに確立されていないと思える。

住宅とは、常に一品生産的な要因が強く、さらに多業種との比較しがたいシステムも多く、それが起因してか、デザイン化に関して、ある意味で遅れているとも言える。

では、同じ住宅である注文住宅（住宅メーカーに依頼しない、地元工務店が施工する。）との違いに触れてみる。ここでも結論から言うと、商品化住宅と注文住宅のデザインの手法に大きな差異があるとは思えない。

住宅メーカーが商品化しているもの、それは、そのメーカーの提案であって、日々の販売に際しては、ある顧客が存在し、その条件の元に、その提案が様々に変化し、完成されるものであり、又、施工にあっても注文住宅と同様の技能や、システムが基本となっている部位が大半である。このように商品化住宅も結果として注文住宅となんら大きく変る事のない工程を踏んでおり、デザインの決定にも新しい手法は見当らない。



商品化住宅の可能性













ここで、もし、注文住宅との差異を上げるとしたら、それは、デザインの手法ではなく、それに至る過程（ステップ）であろう。と言うのも、その過程にある原則の１つに「量販」(ただし、同一のデザインのみが多量に売れる事ではなく企業としての総戸数。）という前提があるからで、それがゆえにマーケット全体を知り、ある特定の顧客のニーズに答える事を当然としながら、多数の顧客のニーズの傾向を知る事にも、かなりの重点を置かれる為である。

※商品化住宅のデザインの可能性

住宅とは、近年の日本の土地事情では、今だに、と言うより、さらに「一生に一度の買物」というイメージが強い。この事が一般消費財との大きな違いである。又、住宅を建てる為の条件とは、多岐に渡り、複雑に重なり合い、商品化の可能性の範囲は、実に狭いものとなってしまう。

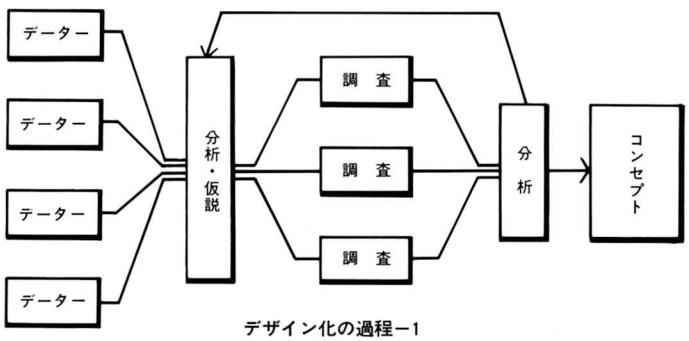
しかし、この不確実な条件も拡大的に解釈、設定すれば、単純に可能性の範囲も広がる。

例えば、敷地の大きさを一千坪と評定するだけで、かなり自由に出来る。が、これでは、商品化住宅の原則の「量販」には、ほど遠いものとなり現実的とは言えず、当然一般顧客のニーズも捉えきれなくなってしまう。

II．デザイン化の過程（調査）

不確実性の中の可能性（現実的）に、商品化（デザイン）を求めるには、まず、諸々のデーター・情報を日常的に収集し、分類する事により、ある条件を設定する必要がある。さらに、データー・情報の分析をおこない、その結果に基づき、ある仮説を設ける事が重要な事である。

そして、その仮説を立証すべく（時としては崩すべく？）ターゲット調査を実施し、分析する事により結果を導く事がデザイン化の過程の大きな第１ステップと考えられる。

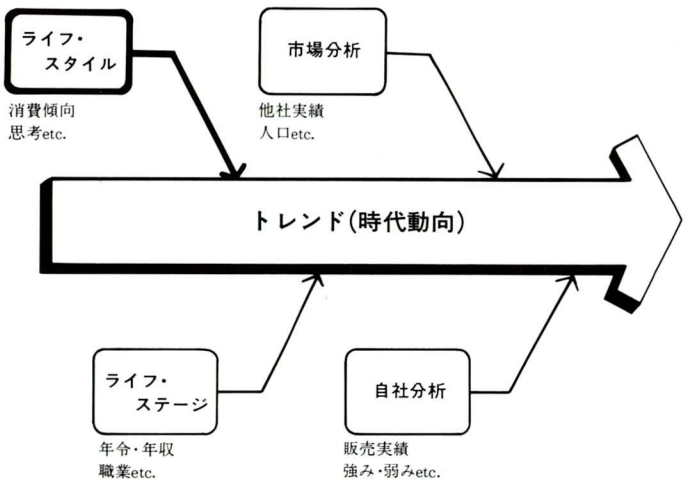


デザイン化の過程ー1

III．デザイン化の過程（分析）

ターゲット調査等を繰り返し、その結果としてコンセプトを創造する事が、デザイン化の過程における、ある最終目的であるが、そこに至るまでにも当然のようにステップがある。

それは、ここでも又、いくつかの情報により方向性を見い出す事ではあるが、その為に時代動向（トレンド）を大きな流れとして、捉える事が考えられる。



デザイン化の過程ー2

この「トレンド」とは、住宅業界に限らず、どの業種でも多かれ少なかれ答を求めていると思われる。しかし、トレンドとは、常に流れているもので、水をすくうように、ただ単に手を合わせただけでは、こぼれ落ちてしまう。これを確実にすくうには、又、何らか








の形ですくったトレンドから「商品」を生み出すには「ライフ・スタイル」の研究・確立が必要となってくる。

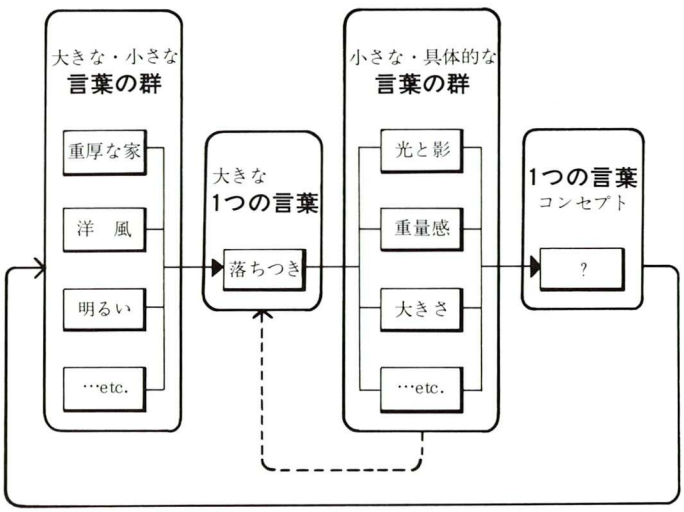
そして、このライフ・スタイルを第1のチェックとするなら、第2に「ライフ・ステージ」、第3に「マーケット動向」、第4に「自社分析（強み、弱み）」という4つの大きなチェック・ポイントを持ち分析する事が重要となる。

Ⅳ．デザインの言葉化

コンセプトを確立するステップ、又は、コンセプトをデザイン化するステップとして「言葉」にこだわる事が考えられる。

具体的には、調査、分析から得られた数多くの言葉を、ライフ・スタイル等と絡めながら「大きな1つの言葉」に絞り込み、次にその言葉を基に、いくつかの具体的な「言葉の群」を作り、その言葉の群を、さらに「1つの言葉」に集約する方法である。

これは、コンセプト化する時のみでなく、実際にデザインする時においても、まず「言葉」を整理・認識する事によって、なんらかの形を見い出せるというメリットのあるステップとも言える。



デザインの言葉化の例

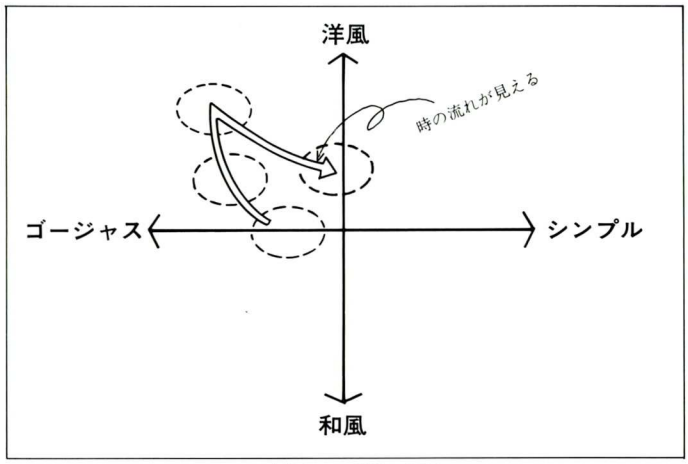
Ⅴ．デザインの軸化

デザインを言葉化すると共に、その言葉ないしは、デザインを系統だてて見る事も必要である。

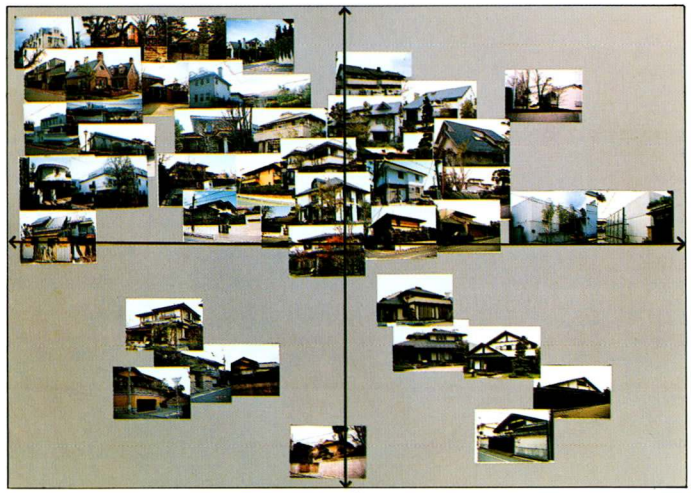
それは、いくつかのデザイン軸を持つ事が前提となる。

例えば、住宅の外観に関するものの比較的単純な軸の1つを考えてみると、軸の両端に純和風と完全洋風を置き、中間点に言わゆる和洋折衷を置く、デザイン軸が見えてくる。さらに、それを一歩進めた形で、その軸（和風↔洋風）に、シンプル↔ゴージャスという軸を重ね合わせてると、ある程度の中身の濃さが出てくると言えよう。

この軸に言葉を落し込み、さらにフィールド・サーベイ等によるデザインの実例を加える事により方向性が見い出せる。



デザインの軸化の例(1)



デザインの軸化の例(2)

※ある軸による流れ（事例）

当社のデザイン傾向は、一般的に「洋風住宅」と言われ続けて来ている。しかし、この一言で言っている洋風住宅の路線の中にも方向性を持った流れの変化がある。

1978年に洋風住宅の路線の先駆けとなる「ウィンザー」を発表した。これは、和洋折衷の外観が主流であった当時、色々な意味でマーケットにインパクトを与

ウィンザー　コロニアル'80　チューダー・ヒルズ



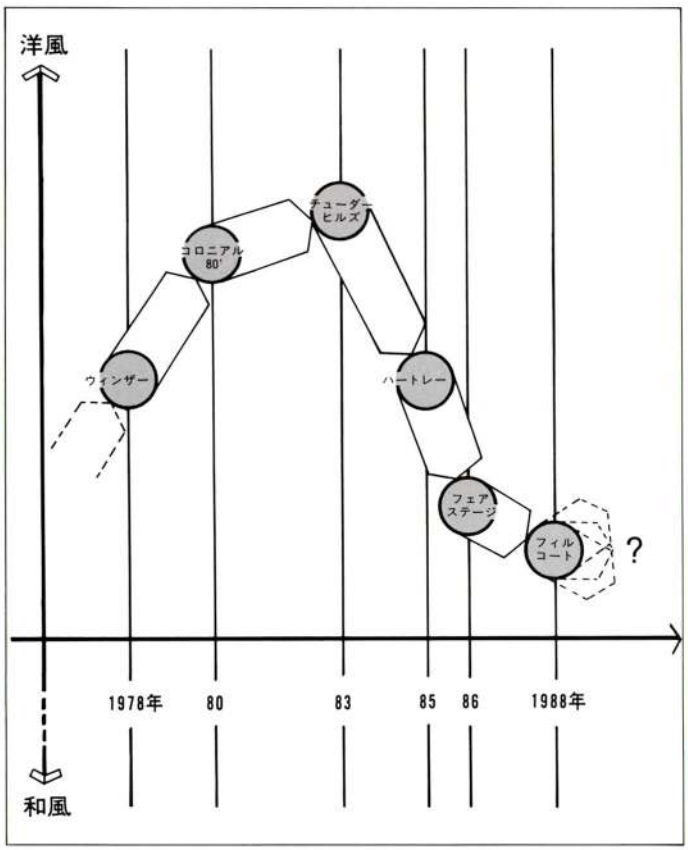




え顧客ニーズにも答える形となり、当社として言わゆるヒット商品となった。そして80年に「洋風住宅」の路線を確立すべく「コロニアル'80」を発表、続き83年に「個性派完全洋風」とまで呼べるデザインの「チューダー・ヒルズ」を発表し、この時点で、洋風化路線のある頂点に上り詰めた感があった。

1985年に発表した「ハートレー」、これも完全洋風のライン上と、位置付けはしているが、コロニアル'80 やチューダー・ヒルズの完全洋風（様式）とは異なるデザインであり、翌86年に発表する「フェアーステージ」の路線へと連なるデザイン傾向を持ったものであった。

そして1988年に、当社の新しい洋風住宅の路線を明確にしたと言える「フィルコート」を発表するに至ったのである。



ある軸による流れ（事例）

Ⅵ．X、Y軸からZ軸へ

デザインの軸を持つ事により、ある方向性（時として形）が見い出せるが、近年の顧客ニーズの多様化に対しては、例えば和風⟷洋風、シンプル⟷ゴージャスのような2軸（X、Y軸）のみでは、必らずしも有効と言いきれない。これからは、先にも触れたライフスタイルの調査・分析をし、トレンドを絡めた、3軸（Z軸）を持つスタイル（手法）を研究・完成する事が大きな課題であろう。

Ⅶ．おわりに

商品化住宅のデザインとは？－1

デザイン化のステップをいくつか述べたが、多様化の時代においては、さらに調査・分析を繰り返しおこない、このようなステップ（言葉化、軸化）の研究を続ける事が、さらに重要になってくるであろう。

しかし、ここで逆説を一部述べる事となるが……

1つのデザインとは、完璧なまでのデーターや手法があったとしても、完成されるものではない。

デザインの発想とは、あくまで自由であり続けなければならないものである。

データーや手法と、デザインの発想とは、ある意味で相反する要因を持っているように思われる。しかし、それでは、デザイン化するのに何の根拠（データーや手法）もなく勝手にやっていたのでは、この多様化の時代に答えられるとは、なんら言えない。そこで、これからは、デザインとデーター（＝トレンド＋ライフ・スタイル）をいかにコーディネートあるいはマネージングするかが、大きなポイントであり、それをコントロールできる人の価値がより一層クローズアップされるであろう。

商品化住宅のデザインとは？－2

商品化住宅＝外観デザインとなるイメージが一般に根強くあるが、本来、我々住宅メーカーの商品開発に係る人間が一番、基本としているものは、コンセプト（＝暮し）である。この事について最後に一言触れておきたい。

デザインとは「外見」だけで成り立つものでないのは、周知の事であるが、先にも述べたように商品化住宅については、ややもすると、外見（外観）だけが主な論議の対象とされている傾向が、時としてある。

住宅をデザインする事とは（商品化住宅であろうと注文住宅であろうと）それは、「暮し」を出来る限り自然な形に表現（プランニング）する事であろう。

「暮し」とは、その人（顧客）によって価値感の異なる部分は多いが、住宅の基本性能（雨風を凌ぐは当然として、安全、動線、収納等）は、常に大事にしていかなければならない「暮し」であろう。そして、この基本性能にプラス・アルファとして何か（ゆとり、遊びetc.）を加味したものがコンセプトであり、商品化住宅のデザインの一つの方向性でもある。

（いのうえ　きよし／三井ホーム株式会社商品開発部開発課長）

ハートレー　　フェアーステージ　　フィル・コート





商品化住宅と乗用車のデザインプロセスの比較

乗用車のデザイン開発

ダイハツ工業の事例にもとづくデザイプロセス

柳原良樹

1．はじめに

今、我国の自動車産業は転換機にあるといわれている。

海外市場は仕向先の輸入規制の強化、NIESの台頭などによって輸出台数は頭打ちの状況が続いており、国内市場も成熟機を迎えて量から質の時代を迎えようとしている。

このような状況の下で、デザインの商品力に占める比重、業界での役割りはますます大きくなってきている。以下、自動車デザインの開発プロセスを紹介しながらデザインの今後への視点、考え方を述べてみたい。

2．機器としての自動車の特性

今日、自動車は、我々の生活の中で家庭電化器具と同じように極めて日常的に使われている機器の１つである。しかし、人と心とのかかわりにおいては、他の機器とは違う特異な側面をもっている。

デザインプロセスの話に入る前にこれについて触れておきたい。

2－1．プライベートな居住空間をもった移動の道具である

乗用車は、自分が望む時に、望む所に、自分が操縦して移動できるプライベートな居住空間である。太古から、速か、かつ安全に楽に移動することは人類の根源的な欲求であって、牛車、馬車など形は変ったが連綿と用いられてきた基本的な道具の１つである。自動車は、操縦する機械と、持主の趣味にかなった快適なインテリア空間という２つの側面をもっているのである。

2－2．戸外で使用され、人眼に触れる道具である

人眼に触れるというところから、人は無意識の内に社会的、経済的スティタス、価値観、ライフスタイル、趣味性までも表現しようとする。同時にそこに画一化、差異化の力学が働きファッションが形成される。

2－3．操作に技術と習熟を必要とする



アイディアスケッチ



レンダリングスケッチ



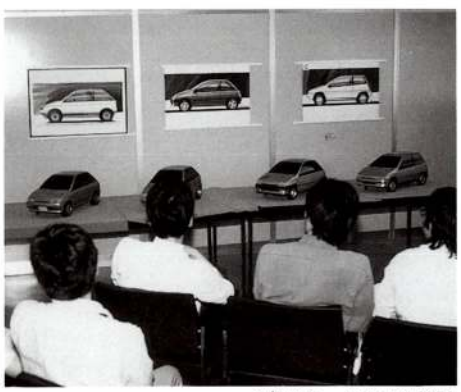
1/5スケールモデル



イメージスケッチ



インテリアイメージスケッチ



1/5スケールモデル検討

一般に、人が日常使用する機器は、誰にでも扱えるようになっており習熟を殆ど必要としないが、自動車を運転するには技術を習得してライセンスを取得しなければならない。その上、更に習熟して技術が向上すればする程自動車のもっている高い性能が引き出せ、運転そのものを楽しむことができるという、娯楽性、スポーツ性をもっている。

2－4、強い情緒性をもっている。

自動車は、ドライバーの操作によって「走り」「曲り」「止る」ので、発揮する性能は全くドライバー次第である。このようなことから、ドライバーとの一体感「人車一体」が生れ、擬人化が行われたりする。地上を「疾駆」するところから、俊敏な動物のイメージを重ね合せることもある。その形の上でも、動物や、人の身体の一部に比喩したりすることは、誰しも経験があると思う。

3．乗用車のデザイン開発プロセス

自動車は、その構成部位の複雑さ、耐久性、安全性の保証の厳しさなどから、企画から生産開始までのいわゆるリードタイムはほぼ4年かかる。そのうち企画からデザイン決定までで18ヶ月の時日を要する。以下、そのステップと内容の概略を示す。

(1) コンセプトデザイン
　i）競合商品に対して優位性をもったデザイン上の差異点の決定
　ii）コンセプトを端的に表現するスタイルの方向の模索
(2) 室内のレイアウト、寸法検討及び外形プロポーションの検討、主要なコンポーネントの配置をベースにして、居住性を検討しながら室内寸法を配分し、外形寸法の概略を決める。
(3) 生産型の外形スタイル、インテリアデザインの開発
　i）スケッチ、レンダリングによるアイデア開発
　ii）立体モデルによる造形と細部意匠の造り込み
　iii）諸条件への適合
(4) デザインの商品性の評価
(5) 次工程への伝達のための情報化

3－1．コンセプトデザイン

コンセプトとは、一般的には、ものの様態を概念的に説明したものといえようが、商品のコンセプトは、もっと端的にその商品の競合性に対する優越感、有益な差異を明らかにすることである。

デザインの場合は、結果か形であるから、それ以前のステップで立案された商品コンセプトをベースに、事、物、現象を問わず、狙うものをイメージし易い言葉で表現する。少々極端な例であるが、「ミラ」という商品のモデルチェンジの際に「ミラを凌ぐミラ」という表現を使ったが、これなど現商品のコンセプトをキープしつつ、その特性を全般的に改善、向上することを一口で言い表したユニークな表現であったと思っている。こういったワードを念頭において、そのイメージを極端に表現できる基本的な造型モチーフをスケッチ、モデル等で模索するのが、コンセプトデザインである。

模索は次のような視点でチェックしながら行われる。

　i）デザイントレンドへの適合と先進度
　ii）独自性、オリジナリティの確保
　iii）ブランドアイデンティティとの適合
　iv）時代性の表現

デザイントレンドは自然発生的に出来るものではなく、作られるものと考えて良いと思う。商品の反響、メーカーが発表するプロトタイプなどから予測して各社のデザイナーが描く未来の形は期せずして一致している。したがって、トレンドの軸上のどの辺りに狙いを定めるかがポイントである。独自性やオリジナリティも、その軸の延長上での距離の度合いであると、一般的には考えられる。

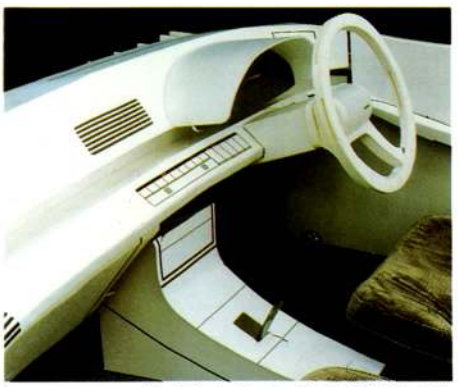
ブランドアイデンティティも独自性の1つであるが、この場合は



フルサイズモデルの製作



フルサイズモデル



インストルメントパネルの簡易モデル



インテリアモックアップ

時系列によるトレンドの変化と安全に合一しないで不変の特徴を意図的に残すことである。このことによってメーカー独得のテイストが醸成されるのである。理想的には、メーカーやデザイナーの物造りへの哲学、信念といったものが頑くなな形への固執となって現れ、それがデザインアイデンティティとして世に認められることであろう。欧州の一部のメーカーにその例を認めることができる。

時代の変化がデザインに表現されていなければならないことは云うまでもないことであるが、デザイナーの立場からすれば、これは最も難しいことである。具体的な方法論はなく、強いて挙げれば、その商品の機器としての普及度合いによる価値の変化、一方に、社会風潮、経済事情などからくる価値観の変化等が着目点であろうが、いずれにしても、これこそデザイナーの感性そのものの発露であり、デサイナーの最も重要な作業である。

3－2．デイメンションの検討

(1) レイアウト、スペース配分

一口で云えば内外の寸法を決めるステップで、ここでは機能上必要なエンジン、ミッションなど主要なコンポーネントの配置をベースにして、予めほぼ定められた全体寸法の中に居住空間を適切にレイアウトする作業が行われる。

先にも述べた様に、自動車は動く機械であるからドライバーの視界、計器類の視認性、ハンドル、ペダルその他の操作性は極めて重視され、ここでは、疲労の軽減、敏速かつ楽な操作といった人間工学面から見た配慮が行われる。更に、自動車はドライバーも含めて乗員の居室、インテリアであるから、快適かつ疲れない姿勢が要求される。

(2) スペースモックアップ

スペースの計画は、初めは図面、CADなど2次元の検討を行うが、これの確認は必らず現寸大の骨組みの中にハンドル、ペダル、シート等を取りつけたモックアップに実際に中に入って体感することで行われる。殊に、乗降性などは実際にモックアップでやってみないと問題点は検出できない。

自動車の室内外の寸法及びスペースの配分は、その車のコンセプト表現にとって極めて重要な位置づけにある。例えば、結果として、重心の低い車は速いスポーツカー的イメージを与え、全高が高く座乗位置の高い車は運転し易くチョイ乗りに適したタウンカー的イメージを与える。コンセプトをデイメンションに表現した例とし当社の「ミラ」について下に述べる。

昭和50年代に入って顕著になったのは有職女性の増加と主婦の行動域の拡大でそれは女性免許取得者の急増に表れていた。彼女達は、主人の車とは別に自分の車を持ち始めていたが、それは高価な新車ではなく手頃な価格の中古車であった。

我々は、この現象に着目し、小ぶりで取まわしが楽な軽自動車こそこの目的に合ったものと考え、女性にターゲットを絞った新しい軽自動車を開発することにし、ポイントを下記に定めた。

i）シート座面を高くして見通しを良くすると同時に、開放的な明るい感じを与える。

ii）全高を思い切って高くして、買物等での頻繁な乗降を楽にする。

iii）ボンネットを短かくすると同時に先端を下げ、狭い露地での取まわしをし易くする。

結果として出来上った車は、当時としては異様に背が高く、鼻の短かいズングリしたスタイルになったが、結果的には非常に強い支持を受けて良く売れ、10年経った今もトップの座を占め続けており、そのスタイルは競合商品にも影響を与えて、今や、軽自動車のスタイルとして様式化した感さえある。この事例は、女性に優しく扱い易い車というコンセプトをデイメンションに端的に表現して成功した事例である。

3－3．外形スタイル、インテリアデザインの開発

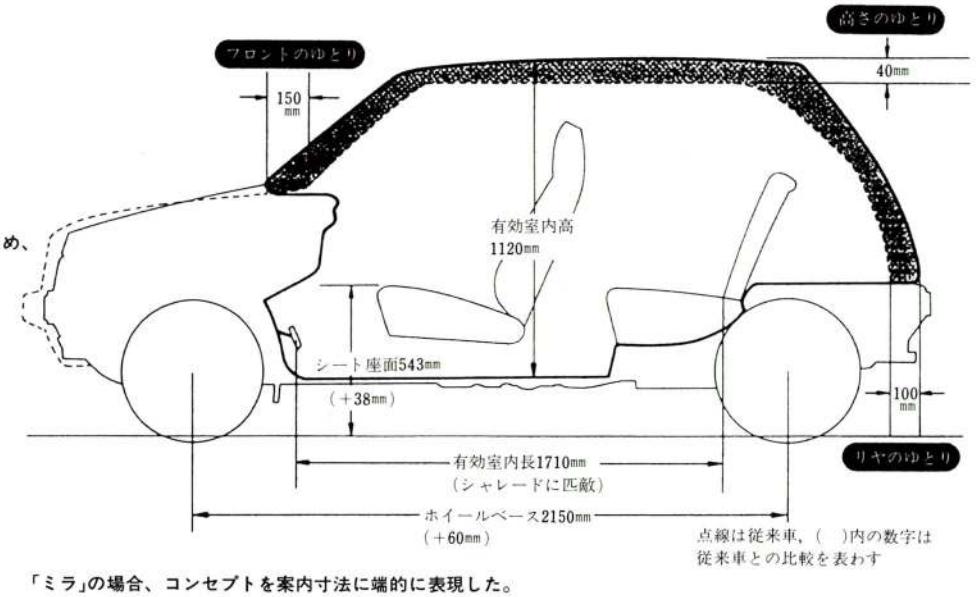
(1) スケッチによるアイデア開発

この過程は、与えられたコンセプト(デザイン)、デイメンション計画図に沿って、美的価値を付与するための造形処理、自動車のスタイルに普辺的に具備されるべき安定感、軽快感、信頼感といった要件を満足させる造形処理、更にはコンセプトデザインで示された造型モチーフの一層の強調、又は緩和、調整などといった作業をスケッチによる試行錯誤で行う。スケッチの描法は定められたものはなく、デザイナーの企図が明確に表現できればどの様な方法でも良い。重要なことは、先にも述べたように、自動車は極めて情緒性の高い造形を要求されるので、スケッチにも立体として醸し出すで



（■■■■ は2BOX）

一般にキャビン部分とエンジン部分で2BOXと呼ぶが「ミラ」はキャビン部分が大きいことを表示するため、1.5BOXと呼んだ。



「ミラ」の場合、コンセプトを案内寸法に端的に表現した。

あろう雰囲気、質感まで表現されることが理想的で、スケッチはデザイナーにとっていわば言葉として描画技術がとりわけ要求されるのである。

(2) 立体モデル

スケッチの検討の結果、数案に絞りこまれたアイデアは立体での検討に移行する。このステップの目的は、2次元のスケッチで表現された形を立体に置き換えて、錯誤の修正と、更なる発展を行うことにある。理想的には最初から現寸大のモデルで検討するのが良いのであるが、当然のことながら修正に大きな労力と時間を要するので、初期段階で1/5、1/4などの縮尺モデルを制作する。

縮尺モデルで更に絞り込んでから普通は2～3案を現寸大のモデルに拡大する。ここでは主として、現寸大でのプロポーションの補正と曲線と面の微妙な造り込みと調整を行う。

最近の自動車のデザインの傾向は、シルエットやプロポーションに特異さや訴求点を求めるのでなく、流れるような曲面、ソフトな丸みで、暖いヒューマンなタッチを表現し併せて質感を高めることが基調となっているので、この現寸大のモデルでの練り込みが非常に重要視される。この制作に当るのはクレイモデラーと呼ばれる専門技能者達であるが、彼等の感性、制作の技能がデザイナーの能力と同等にデザインの成果を左右するのである。

このモデルは、樹脂系の粘土で出来ているが、最終的にはガラスを取つけ、ダミーのランプ類を装着されて、実物と殆ど同等の外観に仕上げられる。最近は、デザインの多様化の要請に応えるため制作されるモデルの数が増加する傾向にあり、開発リードタイムの短縮化のニーズなどから、モデルの制作は仕上げ段階を除いて殆どがNCによる切削機で制作される。

インテリアデザインは、個々にデザインされたハンドル、メーターなど小物部品に至るまで、プラスティック、クレイ、木材などで精巧なモデルに造り上げられて、現寸大の室内に取付けられる。

ここでは、スペースモックアップで決めた寸法の再確認と、色、テクスチュアも含めたインテリアの全体の雰囲気が確認、検討される。

(3) 諸条件への適合

i) 空力特性

外形デザインに大きくかかわるものに空力特性がある。これは自動車の高速性能が向上するにつれて重要視され始めたものであるが、高速走行時の安定性、燃料消費、騒音などに強く影響を及ぼすもので、これへの対応は不可欠である。これの性能は縮尺モデル、現寸大モデルで各々風洞でテストされ、改善される。最近のスタイルが丸っこく滑らかなのは、好みもあるがこの空力の要件を満足させることが強く寄与されている。

ii) 法規適合

自動車はその特性から、安全性、信頼性については他の機器とは比較にならない程高いレベルを要求されており、適合すべき法規要件も多い。デザインに関しては安全に係るものが主で、例えばランプ類、バンパーの高さなど細かく規定されている。

(4) デザインの商品性評価

自動車は日用機器の中では最もスケールが大きくかつ複雑で、膨大な数の商品で構成されており、その生産のための投資は100億を超える規模のものである。従って、その商品の成功は開発段階で充分に保証されなければならず、殊にデザインは商品力に占めるウエイトが大きいだけに評価は重要である。

組織の中でのオーソライズはここではおいておくとして、開発過程における商品性評価の一つのやり方として社内パネル評価について説明する。

自動車の場合、開発のリードタイムが長いせいもあって機密の保持には特別の配慮を行っており、開発商品のユーザー評価を行うことは困難である。そのため、社内のユーザーに近い属性の者を集めてパネルを構成して、その評価を参考にするケースが多い。個々のパネラーを良く吟味してそのイノベーター度合い、感性などをしっかり把握しておけば市場との相関はかなりとれると思われる。

実際問題として、自動車の場合、開発リードタイム4年に販売期間4年を加えると実に8年先の状況まで勘考したデザインであるから、これの正当性を評価することは非常に難しいことである。

これはいわゆる社内の職制上、組織上のオーソライズ、評価にもあてはまることであって、コンセプトの評価も含めて往々にして厳しい評価は、切れ味の良いデザインをスポイルしたり、革新的なデザインを生む土壌を失なうケースこそあっても、それらを促進することにはなり難い。経験的には、デザイナーとその周辺の関係者、評価の任に当る者が常に社会に窓口を持ち、高い感度を維持する努力を払うことが大切なことと考えるのである。

(5) 次工程へ伝達のための情報化

デザインの最終的なオーソライズを受けると、試作設計のステップに入る。ボデー及び部品は各々CADによって処理されて設計部門に対して数値情報の形で送られる。このCADのシステムは、メーカーによって独自のシステムが開発されているが、クレイモデルの忠実な再現、滑らかな曲面を表現するための微細な計算システムが内蔵されており、システムとしては高度のものである。

同時に、この数値情報はボデー及び樹脂部品の金型製作のNCにかけられて試作金型、生産金型が製作される。

4．まとめ

以上、乗用車のデザインプロセスの概略について述べたが、紙数の都合で充分意が尽せなかったことが悔まれる。ここで若干補っておきたい。

自動車の特性を項でも述べたように自動車はそもそもが情緒的であり、趣味的要素を持った機器である。それがモーターショウの入場者190万人といった形で現れるのであろうか、近年、ますますその機器としての性能、機能の便益から、人の心とのかかわり、自己の表現の手段へ、その質の変換の度合いを強めており、デザイン本来の目的であった機器と人との関係の最適化から、更に進んで人そのものの表現に変化しつつある。先に紹介した「ミラ」の事例はそういった意味では、機器の本来あるべき姿をストレートに表現することで成功した例であって、今後のデザインは、そうシンプルではなくなってくる筈である。

そのような状況にあって、デザインの方法論は、ユーザーの価値観、心を肌で感じ読み取ることであり、更に1つは、その読み取った心を物の形にメッセージとして表現してゆくことであろう。

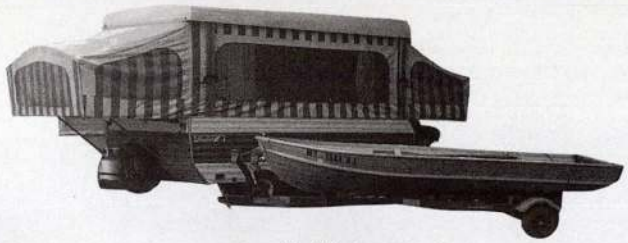
とかく、ファッション化し、多様化してくるとデザイナーは表面に現れた形、現象に心を奪われて、伝えるべきメッセージを誤ることが多い。

デザインマネジメントの立場から今後取組むべきことは、多少大袈裟表現であるが、デザイナーの全人格的育成による情報選択能力の向上と、豊富な情報を直接的に得ることのできる環境整備であろうと考える次第である。

（やなぎはら　よしき／ダイハツ工業株式会社デザイン室長）

アメリカにみる ── エッセー

限りなく〝家〟に近い〝自動車(クルマ)〟



北浦かほる



キャンピングカー天国

昨秋アメリカ大陸をシカゴからロッキー山脈の麓のデンバーまで、レンタカーで横断する機会を得た。アメリカ中西部の、古き良きアメリカ的な所が最も残っていると言われている地域である。

9月下旬のウイークデイ、果てしなく続くとうもろこし畑の中の道を走っていると、キャンピングカーや船やモービルハウスを引いた車によく出会った。モービルハウスビレッジがあちこちに立ち並び、キャンプサイトには何台ものキャンピングカーが集まっていた。バカンスの季節でも週末でもないのに、何とキャンピングカーやモービルハウスの多い国だろうと驚いた。そういえばリタイアしたら、モービルハウスをひっぱってあちこちを旅行してまわるのが夢だと、知り合いになった何人かのアメリカ人が口をそろえて言っていたのを思い出す。

またアメリカ人は身の回りの品物を出来る限り持って移動するのが好きな民族だと言う印象を受けた。実に多くの荷物を何から何まで持って移動している。空港で荷物を預けている人をみても、自転車から子供用の椅子まで日本人なら持ち運びそうにないものが目につく。レンタカーに積み込んでいる荷物を見ても、たいてい一人で特大のバッグが3～4個はある。

アメリカ人の中に今なお生き続けているフロンティア精神と、快適な日常生活を求めて、物を持ち歩く心がこれらのモービルハウスやキャンピングカーに結実したのだと考えるとなんとなく納得がいく。

アメリカでは車と家は同じ感覚で扱われていた。マンハッタンという最先端の都市だけを見つめていた時には見えてこなかったものが、ここでは見えてくる。家と車の間にキャンピングカーを当てはめると、それらは一直線につながっていたのだ。そして車にも、家に求められるのと同じ居住性が求められている。少なくともインテリアをデザインする精神は家と車では全く同じレベルに感じられた。

ふかふかのカーペット

日本の室内と違って、インテリアの歴史を持つ欧米の住宅の内部空間は廊下・階段・室内の別なく、毛足の長い絨毯で包み込まれている。それと同じように車の内装にも内部空間としての居心地のよさが強く求められていた。そして車のトランクの内部や蓋の裏側にまで、ふかふかのカーペットが貼りまわされていたのには驚いた。トランクの中にはそこにじっと丸まって居たい様なやわらかな、魅力的な空間が出来上がっていた。

それに対して対照的だったのが、タクシーの内装の機能的でそっけない事だった。どのタクシーの内装も、シートも黒いビニール張りでどことなくうす汚れた感じがし、人を運ぶ道具に徹している合理性が感じられた。きっとタクシーはここでは車と考えられていないのだろう。

DIYの精神と数多いパーツ

アメリカでいつもながら感心する事のひとつに、ＤＩＹの精神がある。ニューヨークで見た幾つかのロフトもミシガンで見た子供部屋も、音楽家・アーティスト・自動車組み立て工と、つくり手の階層・職業などはさまざまであったが、みんな自分達の手作りであった。そしてそのどれもが共通してなかなかの出来ばえだった。一瞬、アメリカ人の方が日本人よりも器用なのかと言う錯覚にとらわれた。

伝統的なフロンティア精神と、アメリカ特有の機械・工具の普及で、誰にでも比較的簡単にあるレベル以上の物がつくれるのだろう。それがこれほどＤＩＹを盛んにした原因だと考えられる。そのため、驚く程沢山のＤＩＹのパーツが売られている。住宅関連部品は設備配管部品、木製部品などと大きく4～5のセクションに分けて売られていた。

自動車部品もそれと全く同じ扱われ方をしていた。店舗の間口を広くして、マフラー、タイヤ、エンジン等と4～5のセクションに



分かれて並んでいた。そしてここではあらゆる部品が手に入るように思えた。例えば、日本では売っていない、ウインカーのスイッチ部品や自動変速器のオイルストレーナーまで置いてあった。

ここでは何でも入手出来るかわり、何でも自分の手でする事が日常化していた。そしてそれが容易に出来るようなシステムになっていた。車も家も同じようにＤＩＹの精神に支えられており、そしてそれを助ける、おびただしい数のパーツを売る店があった。

トラックを運転する女性ドライバー

ミシガンで、数日間インタビューの仕事を手伝ってくれていたマリリンが、オフィスに大型ワゴン車を乗り付けて来ていたのを知った時にはビックリした。彼女はつい最近、専業主婦からパートでセクレタリーとして働き始めたばかりの40歳前後の女性である。

それ以後注意して見ていると、若い女性がその可憐な姿に似つかわしくないような、きたないトラックや大型のワゴン車に乗っているのをよく見かけた。スクールバスの運転手も殆ど女性のように思えたし、空港でレンタカーまで連れて行ってくれるバスの運転手にも女性が多かった。

アメリカの中西部のように広大な農地が広がり、鉄道やバスも発達していないとなると、農作業をするにも、買物に行くにも、友人の家を訪れるにも、車なしには毎日の生活自体が成り立たない。社会的にも免許年齢が問題にされるように、車の運転はここでは大人の生活の必須条件であった。

日本で車の免許は普及したと言うものの、まだそこまでになっていない。日本の40～50代の女性が自転車に気がるに乗っているように、アメリカでは自転車感覚で車が使われている。家と同様、車は生活そのものになっていた。

そして、この間まで専業主婦だったマリリンは自分専用の車が持てないため、普段空いているレジャー用の大型ワゴンを仕方なく使っていたのだと合点がいった。

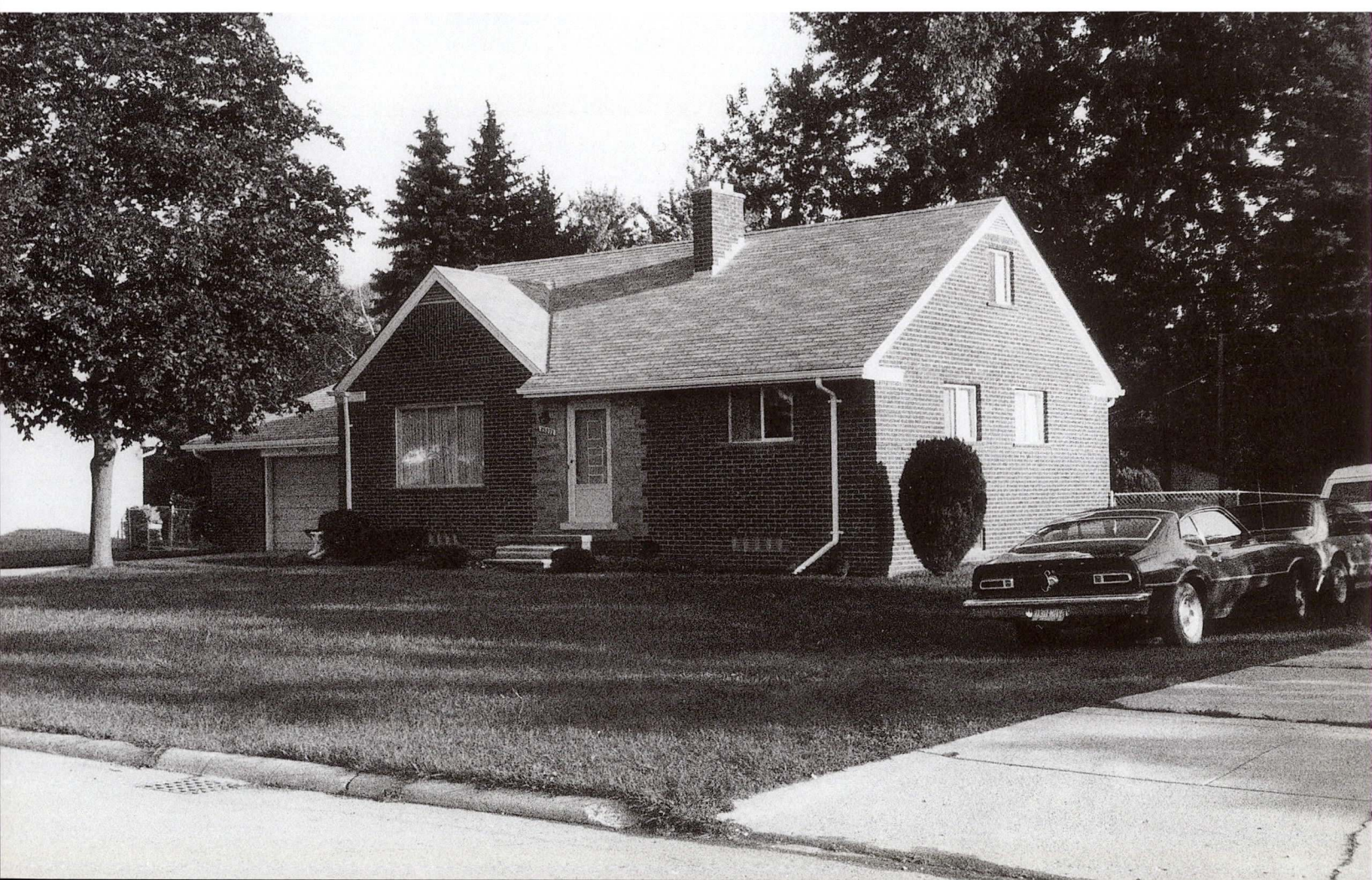
アメリカでは車も家も、外装よりも内装に重点がおかれていると言う点まで、似ているように思われた。

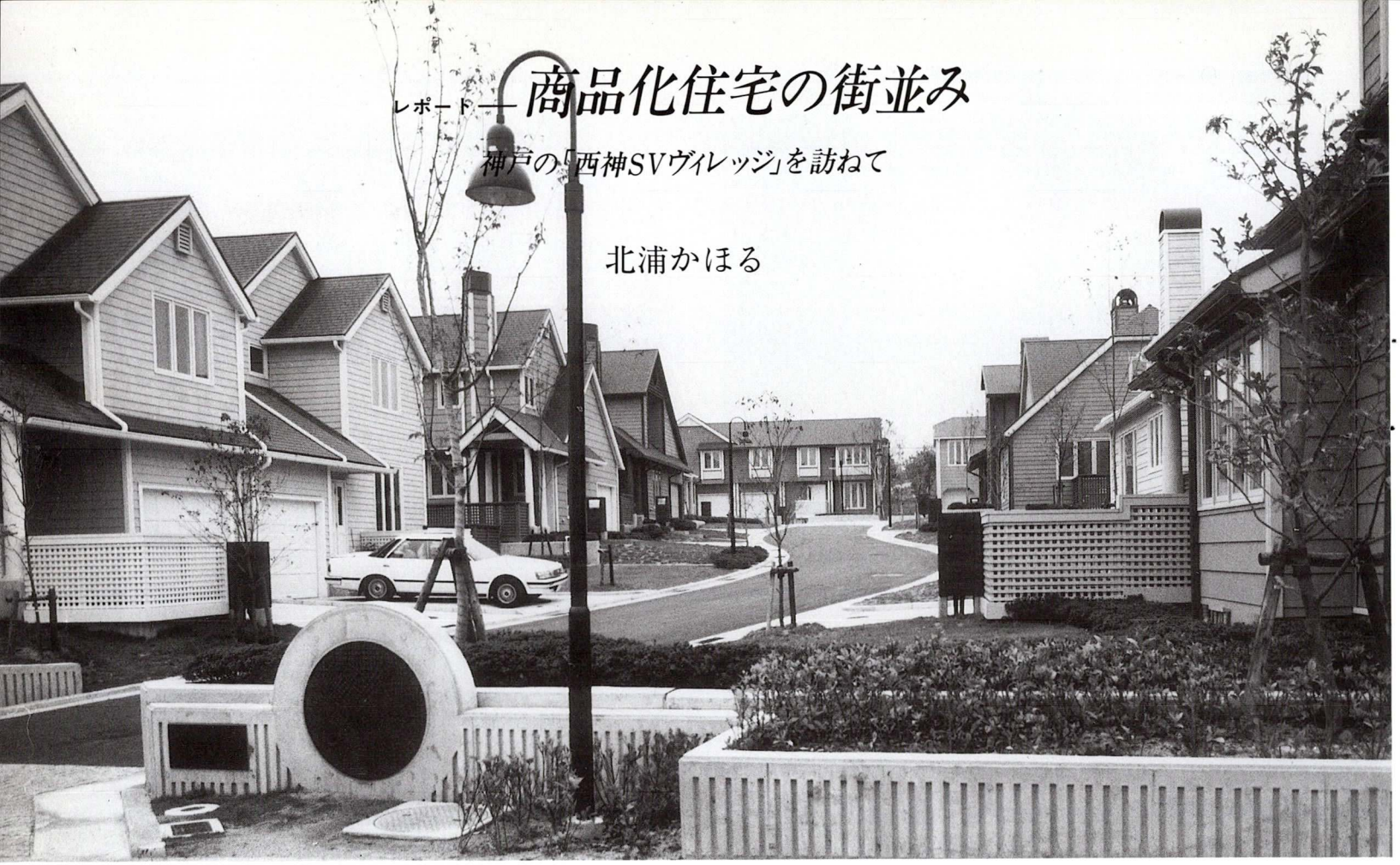
荒っぽくペンキを塗った、刺のささりそうな、ざらざらの木のサイティングの壁を見ていると、まさにアメリカを感じさせられた。それに対して、柔らかく居心地よさそうに包み込まれているインテリアの内装。これもアメリカそのものであった。

そして、そこには車の外装の手入れの無頓着さに対して、その内装が意外なほど美しく、快適に装われているのと同じ感覚が見られた。

やはりアメリカ人にとって感覚的にも、車は動く家だったのだとあらためて強く思った。

（きたうら　かほる／大阪市立大学生活科学部住居学科助教授）





レポート

商品化住宅の街並み

神戸の「西神SVヴィレッジ」を訪ねて

北浦かほる

何を商品化住宅と呼ぶかというむずかしい話になると、きっと一家言お持ちの方が多いと思われる。しかし、この神戸市住宅供給公社の建てた「北米輸入住宅村」、話題性を持ち、しかも現代の消費者ニーズをうまく捉え、平均でも87倍、最高300倍の応募者が殺到したと言うだけで、もう商品化住宅としての条件は充分あるとみなしていただけるだろう。

現在、商品化住宅といえるものは多いが、街並みまで意識して、1団地として造られているものはまだない。そう言った意味で、これは是非見ておきたいと思った。

そこで引渡しも終わって、ぼつぼつ入居が開始され始めた頃、神戸市住宅供給公社の増渕昌利課長に案内していただいて商品化住宅の街並み拝見と言うことで念願を果たした。

この北米輸入住宅村は米国のシアトルヴィレッジ13戸と、カナダからのバンクーバーヴィレッジ13戸の計26戸からなっている。工法はすべて2×4で、資材のほとんどが現地から直輸入したものである。そのうえ本場のフレーマー（大工）やドライウオーラー（乾式壁下地工）を招いて、工法もそのままに組み立て、北米の街並みを再現しようと言う意図でつくられている。

建設事務所の吉田光男所長に、公社のこのような「丸ごと輸入」のねらいについてお伺いしたところ、第1には、貿易摩擦解消の一助とすると共に、円高傾向を利用して資材を安く入手し、安価な住宅を供給しようと考えたことがあげられると言う。

第2には、公社は15年前から戸建て住宅を日本式2×4工法で建ててきたが、この辺りで原点に戻って北米の在来工法である2×4を勉強し直してみようと考えたこと。

第3には、居住者の住宅ニーズの多様化の要求に対応して、新しいタイプの住宅を供給していきたいと思っていたことと合致したためと言うことであった。

これらの住宅の専有敷地面積は、約187～268㎡（平均　約240㎡：共有地約56㎡を除く）、建築延床面積は111.0～150.7㎡(平均132.4㎡：但し、ガレージ約18㎡を除く）で従来の公社が供給していたものより少し大きく、価格も6300万円前後となっていた。

そのためか入居者は医師や文化人が多く、高収入で年齢的にも高い層にかたよっていると言うことであった。

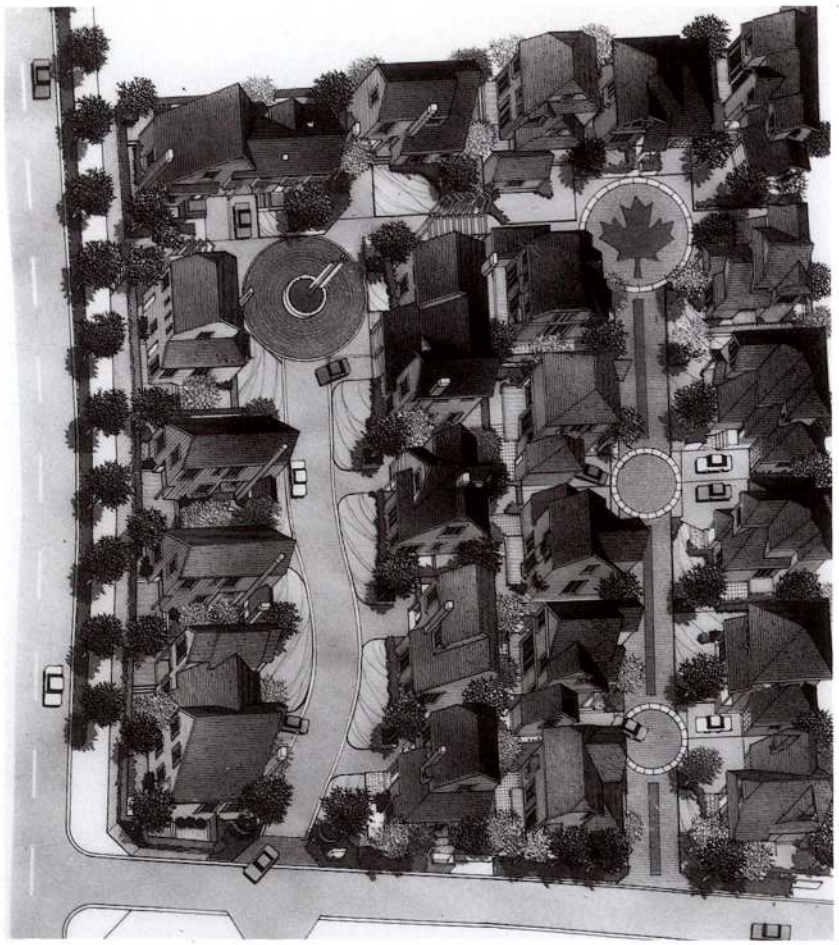
SVヴィレッジを訪れた第一印象は、「シアトル、バンクーバーから新しい暮らしをはぐくむ街がやって来ました。ゆったりとした家並み。個性的な外観。開放感が街を広く見せ、心まで大きくなりそう…。」と言う公社のキャッチフレーズ通り、西神ニュータウンの他の地域と違って、エキゾチックな感じがした。特にシアトルヴィレッジのゆるいカーブを描いたアプローチは、アメリカの新しい住宅地の雰囲気をぴったり表わしていた。そして電柱の無いすっきりした街路がそこにあった。

しかし、街並み全体の色調が灰色がかって感じられ、意識的に、日本的なカラーコーディネートがしてあるのかなと言う感想を持った。

アメリカの小住宅の外観の色は地域によって、この様に茶・灰色系で色味の乏しい傾向のものと、郊外でよく目にするカラフルなものに分かれている。そしてどちらかと言えばカラフルな街並みを想像していたため、そのような印象を受けたのだろう。

しかし、いずれにしろ住宅選びにあたって道路から見た住宅の外観は、アメリカでは日本以上に重要な要素と考えられているようだ。住宅の魅力のほとんどがそれにかかっており、その外観の決め手となるのが、仕上げ・屋根・窓の3つの要素であると言う。

このSVヴィレッジのデザインも、幾つかの棟の組み合せと言い、縦長の小さめの窓、荒っぽい木製のサイデイングの仕上げ、そして各



鳥瞰図



チムニーのある外観



縦長の窓

戸につけられたチムニー、それらはすべて魅力的なアメリカの家の外観そのものであった。そしてガレージの木製のオーバーヘッドドアは家とマッチして落ちついた感じを与えていた。

ベイウインドウ、ドーマーウインドウなどさまざまな窓がデザインされていた。これらの窓は枠ごとアメリカから運んできたものであるという。なるほど窓にはまっているガラスに映る像のゆがみに昔のガラスを思いだし、なんとも懐かしい感じを受けた。そう言えばロスの高層ビルのカーテンウオールのガラスもゆらめいていた。これがアメリカの工業製品の精度なのかと思ったが、それがかえって家のあたたかい雰囲気を醸しだしていた。

狭い敷地の周囲を塀で囲んでいる日本の住宅に比べて、隣家との間に柵のない、開放的な、広々とした芝生の前庭が最もアメリカ的なところであり、魅力的なところでもある。

このＳＶヴィレッジでもその魅力的な前庭がつくられていたが、あいにく敷地のスケールが違い過ぎたようだ。前庭を広くとろうとしたために、後庭や左右の建物との間隔がとれず、建物の配置に苦労しているのが目立った。これは外観よりも室内に入った時により感じられた。と言うのは、隣家の窓が鼻の先に見える所が何ヵ所かあったからである。

また街並みとしての前庭の開放感を失わず、しかも道路や隣家との境界をある程度保つようにということで、隣家との境に低い塀や垣を設けたり、低木を植えたりしてあった。この計画にあたってアメリカとカナダの設計をアレンジした、日本側の一色建築事務所と蔵建設事務所の苦労の結果であろう。敷地面積の不足と日本人のプライバシー感覚に対する一つの解決策がここに示されていた。前庭のつながりが薄れた感はあったが、この程度の妥協がなければ日本人には住みにくいのかもしれない。そして将来の変化を予測してか、現在の街並みを保つために、垣や塀の設置を禁止する建築協定が設けられていた。

アメリカの美しい前庭のうしろには、週に１度の芝刈りという住み手の大きな努力があり、それは住んでいる地域への責任感に支えられている。それがアメリカでの近隣関係のつきあい方を象徴していると言える。地域に黒人や低所得者層が多くなってくると、中産階級やそれ以上の層が流出して行くと言う話をアメリカでは始終耳にする。日本に比べて社会階層がくっきりしており、環境をよくする努力を怠らず、自分達の環境を守ろうとするからだろう。それが開放的な近隣関係を可能にしているものと思われる。それはアメリカ人の中に幼い時から植え付けられている社会的マナーと同質のようにも思われる。

それに対してこう言った社会的マナーに不慣れで、自分の家を塀や垣で囲い込み、囲いの中で自由気ままに振舞ってきた日本人にとって、囲いのない近隣関係は初めての経験である。国際化が叫ばれ、日本人の生活態度も住意識も随分変わってきたと言われている。

多少アレンジされているとはいえアメリカ的発想でつくられた外部空間が、日本的風土の中で新しい近隣関係をつくりあげられるのか、それとも何年か後には環境に合わせられない人達が脱落することになるのか興味ある所である。

何はともあれ、住宅と街並みを一体的にデザインし、調和した景観をつくりあげるというのは、なかなか面白い試みだと思う。現在の商品化住宅も、一つの魅力的な街並みを構成できるような明確なコンセプトを持って、設計されデザインされる必要があろう。その時には、商品化住宅のデザイン精神も大きく変わることになるだろう。

この全国初の思い切った街並み景観を試みた、神戸市住宅供給公社に大きく拍手を送りたい。

（きたうら　かほる／大阪市立大学生活科学部住居学科助教授）

商品化住宅の限界

内井昭蔵

①商品化住宅の功罪

住宅の商品化という考え方は私としてはあってはならないと思う。私は建築の設計をなりわいとしているが、建築の設計を単なる経済行為として考えていないからである。確かに生活をする上で非経済行為というわけにはいかない。しかし、営利的な行為とは考えていないわけである。

住宅はもとより、今日の建築が持つ社会性は誠に大きくなったと思う。それらはひとり所有者、利用者のためにあるのではなく、広く社会公共のものでもある。住宅は人間の生活基盤であり、その空間の質はここで育つ子供達や家族の成長に大きな影響を与える。それが営利目的に走り勝ちな商品化住宅ともなれば、本質的な問題を避けて目先を驚かす挑発的なデザインや見てくれの良さを追うといった危険性をもつものである。

しかし、すべての商品化住宅が悪いといっているわけではない。中には真面目に新しい住宅像を目指して国民住宅をつくる努力をしている会社もある。しかも大量に供給し、製品の品質管理も行き届いているという利点もある。

しかし私が残念に思うのは、あまりにコマーシャル的であって売れることが良い住宅といった風潮があることだ。商品化住宅であれば当然だろう。しかし、住宅は車ではない。性能や品質が良いだけではないということである。

②商品化住宅の現状の評価

デザイン的、性能的にはだいぶ良くなってきたと思う。しかし、前述の如く売れることを追うあまりに住宅の持つべき本質面が欠けてしまう。例えば、なぜそんなにオートマティックにしなければいけないのか、なぜ装飾過剰となるのか、ということが疑問となる。

もう一つは、あまりに宣伝が多すぎる。つまり、意図を建築そのもので示していないということなのだろうか。この商品化住宅のレベルを引き上げるとすれば、社会性をもっと加味するべきである。

例えば家だけではなく、周辺の造園・植栽、道との接合のさせ方等、その場に即した独自デザインをするべきである。そのためのコーディネーターの役割は重要である。

③これからの商品化住宅の可能性

商品化とか産業といったこれまでの発想では頭打ちとなると思う。この際、発想を変えることが必要でしょう。

住宅産業というのは、材料、部材、部品産業であるべきで住宅や都市を商品化したり産業化して果たして理想的な生活空間が出来るのだろうか。これまでの商品化住宅は“本もの”でないというコンプレックスがあった。常に代替品であり、在来工法の建築にかなわなかった。なぜ“本もの”でないのかを考えるべきではあるまいか。

④商品化住宅への建築家の参加

私は商品化住宅の設計に参加した経験がある。その会社は優れた能力をもち、大メーカーであり、今日でも指導的立場をもっているが、そこでの経験で私は建築家が参加するには限界があるのを悟った。商品化住宅の方向は建築家的発想と全く反対であるということだ。

しかし、私に商品化住宅に建築家が参加することが無意味だとは思っていない。ある限界内ではやっていく意味も役割も充分あると思う。

今や住宅の作り方は大転換の時期なのであろう。建築家はそこに住む人間は具体的な人間をイメージする。しかし、商品化住宅は人間をセグメントして抽象的に扱う。いわば容れ物に人を合わせる方法である。しかも住宅はフロー的で消費的なシステムが優先する。だが、商品化住宅を“本もの”とすることを考えるならば建築家のアドバイスと協力が不可欠と思う。そうすることが住宅に公共性を付加することとなると思う。

（うちい　しょうぞう／内井昭蔵建築設計事務所主宰）

消費の欲望をそそる器

貴志雅樹

工業化社会への信頼と、拡張経済の世相の中で、時代の申し子として、プレ・ファブリケィションの住宅が生み出されてきた。当時発表された作品群は、生産に対する倫理観・発展という神話をコンセプトとした完成度の高いものであった。生産社会から消費社会への移行に伴い、住宅には表層的な欲望をそそる何かが求められるようになった。「住むための機械」から「消費の欲望をそそる器へ」の移行は、住宅をも消費の対象にしてしまった。

(1)　商品化住宅が今日まで社会に与えた影響としては、住宅のハードな技術の発展に貢献したという点だ。それは、大きくは素材の面と、構法の面において言える。素材に関しては、工場生産による事で一定の質をもったものを、大量かつ安価に供給する事が可能になったし、新素材の開発は、建材を多様化させた。構法においては、工場でのプレ・ファブリケィションは現場での工期を短縮させ、施工技術のマニュアル化に成功した。

この結果、安価で技術的に一定の水準に達した住宅を、大量に供給してきた。しかしこれは同時に、画一化とフレキシビリティーのなさという欠点ももっていた。それの処し方として、空間の使い捨て、つまり経済成長に裏付けられた成長の論理が用意されていたのだが……。

(2)　商品化住宅の現状の評価としては、肯定できる面を見つけ出す事は非常に難しい。というのは、私は、商品化住宅というのはテクノロジーの産物としては、評価できるという立場にあるので、住宅の性能以外に付加価値をつけてゆくという商品化住宅の現状を、あまりこころよく思わない。というのは、この付加価値こそ、今はやりのソフトに立ち入ってくる事で、その行為は個人の欲望なり価値感、あるいは社会的な問題まで、表層的にすくい上げ、各商品住宅を差別化するための手段にしているにすぎないからだ。これは、住宅のもっている社会的問題、個人的問題を掘り下げる事なく、商品の価値へとすり替えてゆく。

(3)　今後の商品化住宅の可能性としては再度、技術の革新がいかに

住宅に反映させてゆくかという点に注目したい。

例を上げると、最近では少し下火ではあるが、省エネルギー住宅に対する各住宅メーカーの取り組みである。住宅の建設戸数の大半を占める、商品住宅の一戸一戸が省エネルギーを達成すると、その積み重ねが社会に与える影響は大きいと言える。また、住宅設備に関しても、必要以上に贅沢な機能や、見かけの豪華さなどの追求にも、双手を上げて賛成しかねる。

確かに、住み手の意識を住宅設備に向けさせ、生活の快適さを考える契機を与えるという点では評価するが、今後ますます、物理的に余裕のある住スペースの確保が難しくなるので、いかにコンパクトで高機能のものを開発するかに力を入れるべきである。

(4) 商品化住宅への建築家の参加は、最近増えつつあるし、今後もこの傾向が続くと思われる。建築家のサイドに立てば、自分の住宅に対する考え方を大量に社会にアピールできるというメリットはある。しかし、メーカー側から見ると、建築家も一つのブランドにすぎないし、建築家の価値は、いかに売れる商品住宅を創るかということに最終的には収斂してゆく。つまり使い捨てなのだ。ただし、一戸住宅を離れて、街という観点でみると、もう少し肯定的に考えてもよい。最近の住宅メーカーによる一団地開発に建築家が参加した例を見ると、良好な環境が作られていて、今後も期待できる。

以上、今日の消費社会において、商品化住宅が、人間の存在基盤としてのモノを創る行為まで、消費の対象にしてしまうのではないかという危惧を、絶えず感じ続けている。

(きし　まさき／貴志雅樹＋環境企画室)

商品化住宅のイメージ

塚口明洋

ぼくが思うに「商品化住宅」は親切なんです。そこに住む人が何を望んでいるのか、細かいことまですべて考えてくれます。「あなたの好きな住宅は、こんな住宅です。」というように、「ぼく」がまだはっきりとわかっていないことまで教えてくれます。きっと将来、「ぼく」がイメージした住宅をコンピューターがそのまま実現してくれたとしても、それが本当にぼくが望んだ住宅なのか、そんなことぼくにだってわからないでしょう。人の望みなんて、次から次に移り変っていくものではないでしょうか。それを一つ一つひろいあげてみたって何もできやしないと思います。ぼくは「商品化住宅」のそんな親切なところが、見ていて疲れてしまうんです。

「商品化住宅」は本当に親切です。お金さえあれば、何でも簡単に手に入れることができます。でも、本当に何でも手に入れることができるのでしょうか。たとえば、ぼくの住んでいる近くには市場がありません。立派なスーパーがあるだけなんですが、そこでの買物は何でも売っていて、とても便利なんです。でも新鮮な魚を食べることができません。くだものもほとんどがビニールパックの中に入っています。あらゆるものが親切に、清潔さを大切にするためにパックされています。そして値段も割高になっています。手に入れることができるものは、商品化が可能なものだけなのです。

また、簡単に手に入れることのできるということは、喜んでいいことなのでしょうか。フェデリコ・フェリーニが、こんなことを言っています。「映画とは、ある話を撮影している最中に、その映画の登場人物と同じぐらい素晴らしい人たちと、また別の冒険を生きるという、二重の喜びを奇跡のように与えてくれる芸術だと気づいた。」この魅力あふれるプロセスをぼくは大切にしたいと思います。

でも、「商品化住宅」は「商品としての住宅」を追求した住宅ですから、当然商品価値は高いものです。今後ともますますその商品価値を高めていくでしょう。すべてのものを巻き込んでしまう。本当は商品化住宅の外側にあるものと思われるものさえもどんどんその中に吸収して行ってしまう。建築家の提案も、未来への夢も、過去へのノスタルジアもすべて商品化してしまうのでしょう。ぼくは、商品化住宅は親切すぎると言ってきました。こう言えば、きっと「親切すぎない」商品化住宅が出て来るでしょう。もし、ぼくが商品化住宅を好きになれないとしたら、あなたのそんなところです。

「商品化住宅」は本当に親切なのかもしれない。世の中は、こんな住宅を望んでいる。現代人の住宅は、こうあるべきだ。というように世の中の動きに敏感です。でも、ぼくは、ぼくにこだわることを大切に思っています。そのきわめて個人的なこだわりに、他の人も共感をもってくれればいいなあと思うんです。かって、ぼくが感動したことを覚えている日常の風景、迷路のような路地、長い廊下あそぶのに楽しい階段、物干し、屋根。そんなものを、もう一度とらえてみたい。これは、過去を単に懐しむという意味でのノスタルジアでは決ってしてないと思います。森田芳光監督の映画「家族ゲーム」の中で、好きなシーンがあります。「夕暮れの把握」主人公の中三の少年が、家庭教師（松田優作）に国語の教科書に出てくるわからない語句を全部抜き出し、その意味を書くように言われた時、彼は「夕暮れ」と何ページもノートに書く。そのあと、彼が何とも満足感にひたった表情で、「いま、夕暮れを完全に把握しました。」といったシーン。映像ではその時すばらしい夕暮れが映し出されます。そんなシーンがとても好きです。知識じゃないんです。情報じゃないんです。世の中、情報が多くなりすぎているような気がします。

でも、商品化住宅への建築家の参加は賛成です。ぼくは建築家の仕事の範囲を限定する必要は全くないと思います。現代社会の中で仕事をしていくわけですから、時代によって仕事の内容が変わるのは当然だと思います。ただ、その中で自分へのこだわりはなくしてはいけないと思います。

最後に、商品化住宅について考える時に、隈研吾さんの「10宅論」をたいへん参考にさせていただいたことを書いておきたいと思います。「10宅論」は、「今日の日本人が実際にどういう住宅にどんな気持ちで住んでいるかをできるだけ正確に記述しようと思った。」という主旨で書かれているわけですが、その中の「アーキテクト派」と「住宅展示場派」は読んでいて非常におもしろかった。「アーキテクト派」の中で、建築家に住宅を依頼する人は何を求めて建築家に自分の家の設計を頼むのか。「建築家との知的交流に意味を認めて…」ではないだろうか。「デパートの外商の人間では多少物足りないと考える奥方も、建築家との打ち合わせ、世間話、芸術談義からは充分な満足を得ることができる。」と書かれているあたりは、奇妙な説得力があった。

(つかぐち　あきひろ／塚口明洋建築研究室代表)

プロダクトデザインの確立

北村陸夫

(1) 商品化住宅の功罪は、共に大量生産であることに尽きると思う。

功のほうは、一定の技術レベルは維持しつつ、大量の住宅を供給し続けたということがまず挙げられるだろう。

罪のほうは、目先の多様さ、つまり屋根の形や、出窓、クラシック調の玄関ドアなどのあまり本質とはかけはなれた部分での多様さでもって、「いかにも、一般大衆に受けそうなもの」に腐心しすぎていることである。

(2) 最近の住宅展示場などに行くと、各メーカーとも、「デザイン」を売りにしているのが良く分かる。そして、それは大いに歓迎すべきことではあるが、次の2点を指摘しておきたい。

まず、良くなって来ているとはいえ、まだまだレベルが低いということである。わたし自身よく経験することだが、経済的なゆとりもあり、教養もある人が、いざ建築となると絶望的に知識もセンスもまるでダメという人に出会うことが多いのですが、それを考えると、一般ユーザーのレベルが低すぎるからかも知れない。

次に、選択の幅がほとんど無い、つまりワンパターンのなかで、わずかな差異を競っている状態であり、ユーザーの本質的な欲求には答えきれないということである。自動車であれば、セダン、スポーツカー、ワゴン、それに軽四輪からハイソカー、はては、ン億円の骨董品までの選択肢があるが、商品化住宅はいわば、4ドアセダンのみ、あとは飾り物が少し違う程度のことだろう。

(3) 我々はともすれば住宅というものに、過去のノスタルジーを含め何かかけがえの無いものに想い過ぎるところがあるようだ。もちろんそれはそれで良いのだが、もっと軽く、カジュアルに、車やファッションのように考えても良いと思う。そう考えれば、商品化住宅はもっとプロダクト・デザインとして確たるものになるだろう。そして工業製品としての質の高さと、本来の意味でのバラエティを持ち得るのではないか。現在はまだ未成熟な段階であるが、いずれは自動車業界並の成熟が期待されるだろう。そしてそうなるために、様々な生活パターン、周辺環境に対する配慮などが特に望まれるところである。

それに商品化住宅を公正に批評する場、それは公の機関であれマスコミであれ、そのような場を通じてメーカーの、大衆の無知に迎合する姿勢を正してゆくことも必要であろう。

(4) 「建築家」とは何かということがはっきりしないと答えにならないので、私の考えをまず言います。

例えば、絵を描いて生計を立てている人がいる。ある人は陶器の絵付けをしており、またある人はキャンバスに描き画廊で発表している。根本的に何が違うかと言えば、前者は無名性、匿名性であり、後者は作者の名前を付け「作品」としている。もちろん、エライかどうかの話ではない、自分自身でどう決めているかということの違いである。

わたしは「建築家」を後者と思っていますし、自分自身そう規定しております。正確に言うなら「作家建築家」と言えば良いでしょう。

その建築家がハウスメーカーの住宅を、直接設計するのは出来なくもないが、両者の利害が一致するのは、なかなか難しいでしょう。そうゆう試みもあるようですが、あまり成功しているようには思えません。

私の係わったケースですが、「施主の干渉のない住宅」として、5人の建築家が、思い思いの住宅をつくるという、これはディベロッパーからの依頼でやったことがありました。これはいわばDCブランド住宅として、作家建築家を利用したものでした。

このようにある限定された、そしてうまい仕掛けのある形であれば、メーカー側も利用価値があるだろうし、建築家側も新しい領域を広げていくことにもなる。

私は古き良き、旧・建築家協会のいう「建築家」像にこだわるつもりは、全くありませんし、ゼネコン、ディベロッパー、ハウスメーカーなんでも組んでできるなら、それでも良いと思ってますが、あくまで作家であり、作品を創っているのだということが自分の根幹であるということであります。

（きたむら　りくお／ズーム計画工房主宰）

アンケート設問

(1) 商品化住宅の今日までの功罪（擁護論、懐疑論）について、お聞かせ下さい。
(2) 商品化住宅の現状の評価（デザイン性、社会性）について。
(3) これからの商品化住宅の可能性（期待、否定）、ありかたについて。
(4) 商品化住宅への建築家の参加（肯定、否定）について。

商品化住宅の歴史

商品化住宅の流れ

萌芽期

1950

□□□

過去・現在の代表的商品化住宅のプラン

誕　生　期　　展　開　期　　爛　熟　期　　転換期→

1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989

平面プランの動向



1. セキスイハウスA型（1960）
2. 松下1号（1961）
3. セキスイハウスB型（1962）
4. ダイワハウスA型（1962）
5. ミサワホームフリーサイズ（1962）
6. セキスイハウス2B型（1964）
7. ナショナル住宅R2N型（1965）
8. ミサワホーム規格型（1966）
9. ダイワハウスB型（1967）
10. セキスイハウス2B型（1967）
11. セキスイハウスH型（1968）
12. ミサワホーム・ホームコア（1969）
13. ナショナル住宅大屋根のある家（1970）
14. ダイワハウスニュー春日（1970）
15. セキスイハイムM1型（1970）
16. 大成パルコングランドライフ（1970）
17. ナショナル住宅R2N－900（1972）
18. ミサワホームF－350（1972）
19. ミサワホーム・ホームコア75（1974）
20. セキスイハウス2B型（1974）
21. ミサワホームO型（1976）
22. 三井ホームマッキンレー（1977）
23. 三菱地所アセット101（1978）
24. ナショナル住宅ソラーナ寄棟（1978）
25. セキスイハウスBKV（1979）
26. ミサワホームM型2リビング（1980）
27. ミサワホームニューセラミックの家（1980）
28. ダイワハウスチムニーのある家（1981）
29. セキスイハイムスカイワード（1981）
30. 大成パルコンエクセル（1981）
31. ダイワハウスルグラン25NEW（1985）
32. セキスイハウスクレォート（1989）
33. ナショナルハウス55ニューイングII（1989）
34. ミサワホームチャイルダー（1989）
35. 三井ホームアメリカンウエストウッド（1989）
36. セキスイハイムツーユーホーム（1989）

（作成　國方　一憲）

素材がくらしを進化させる

生・活・進・化

イノベーション INNOVATION+RENOVATION リノベーション

ABC商会のショールームにいらっしゃいませんか。

くらしが本物を求めはじめています。高級指向のトレンドに対応して、世界からラインアップした素材の数々。
見て、触れて、本物だけがもつ輝きを確かめてください。
ABC商会の世界の一流素材が提案するのは、そんなこころ豊かな生活進化です。

ショールームへどうぞ。

■札　幌 011(231)7060 ■東　京 03(507)7117 ■大　阪 06(943)2839 ■名古屋 052(263)1455 ■広　島 082(243)8228 ■福　岡 092(272)3122

お問い合わせは/札幌011-231-7904●仙台022-297-1811●大宮048-642-2624●千葉0472-41-6125●東京03-507-7111●立川0425-25-2331●横浜045-681-8131●静岡0542-83-4541●新潟025-228-8867●金沢0762-43-2424
名古屋052-251-4411●京都075-361-7266●大阪(商)06-943-2831●神戸078-371-3077●岡山0862-25-0188●高松0878-31-6966●広島082-243-3096●福岡092-272-3222●熊本096-385-1712●沖縄0988-53-3722

カタログをご請求ください/〒100 東京都千代田区永田町2-12-14 ㈱エービーシー商会 宣伝部SR係　TEL.03(507)7111(代)

ABC shokai

建築と社会 '90.01

新刊　全国書店で好評発売中！

「建築技術」12月増刊号

実践　建築工事検査Ⅱ

鉄筋・型わく・コンクリート工事の検査・試験方法を、それぞれ項目をおって解説していく品質確保のための必携マニュアル。

亀田秦広　監修　A4判　300頁　税込定価3,300円

床構造入門

スラブのはなし

さまざまな構造形式のスラブを、それぞれの特徴を上手に生かして使い分けるためのガイドブック。

松井源吾　著　A5判　167頁　税込定価2,300円

欠陥だらけの施工だから……

指標　場所打ち杭工法

20余年間も土を掘り続けてきた著者が、基礎の施工でいかに欠陥が多いかを痛感して新しく書き下ろした警告の書。

北中克巳　著　A5判　500頁　税込定価7,500円

株式会社 **建築技術**

〒151 東京都渋谷区幡ヶ谷1-1-2 福西ビル

TEL.03(5371)3811　FAX.03(5371)8282

建築技術者必携の専門誌 **建築技術2**

1月18日 全国書店一斉発売
税込定価 1,240円

●●●特集●●●

ベスト配筋の決め手

―最近の配筋事情と合理化―

今月の特集では最近の配筋事情と鉄筋工事の合理化に焦点をあて、複合化工法を大きく取り上げます。

CONTENTS

1. 鉄筋工事の自主管理と受入れ体制
2. JASS 5　配筋指針と各事業体の配筋基準の比較
3. 設計・施工上の問題点
   ①RC造　②SRC造　③壁式構造
4. 鉄筋のかぶり厚さの確保
5. 最近の配筋事情
6. 鉄筋工事の合理化
   ①吾妻橋高層住宅における鉄筋工事
   ②HiRC工法の鉄筋工事
   ③中層建物の鉄筋工事の合理化
   ④高層RC造の鉄筋工事
   ⑤三郷ニュータウンの鉄筋工事

連載◉建築法令を考える

検証 建築強度規定の変遷と建築構造技術 7

―関東大地震と構造強度規定―

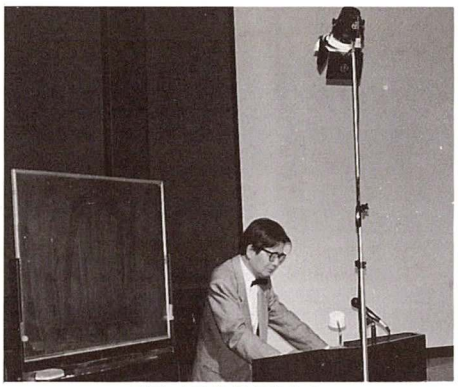
明治中頃、本格的な建築法制を望む声を機に開始した"市街地建築物法令"紆余曲折を経てここに施行される!!

平成元年度・第2回若い会員の集い

“音楽と建築”

—バロックをあなたに—
〈講演会＋演奏会〉

レポート



講演する渡部貞清先生

昨年10月21日㈯に、「音楽と建築」と題して、バロック時代の建築と音楽について造詣の深い渡部貞清先生の〈講演会〉とアムジー室内合奏団による〈演奏会〉という、協会の企画としてはユニークな催しが、中之島中央公会堂において開催されました。

この催しは、若い会員の集い小委員会が今年度企画したなかで最も大規模なもので、さまざまな方の協力を得て、“雨が降ったら人が来ない？”という委員の心配をよそに、当日は暑いくらいの晴天に恵まれ、総勢200名を超える観客をお迎えし、成功裏に終えることができました。

もともとこの企画は、渡部先生の講演会を企画したのが、演奏会も併せて行おうと発展したものでありますが、振り返ってみると、担当委員ががんばったというよりも、直々に何度も打ち合わせに加わっていただいた渡部先生とアムジーの稲本嬢のバイタリティあふれる協力のおかげで実現したといっても過言ではありません。

また開催会場も、中央公会堂に決定した後、5倍という抽選倍率にもかかわらず見事に会場を確保できたり、ポスターも、内仲氏によるデザインで本格的なものにできたのは幸運であったと思います。

中之島中央公会堂のトッカータとフーガ

さて当日、開演時刻の6時を少しまわり、何の前触れもなく次第に照明が落とされるのに伴い、会場内のざわめきが止んだころ、いきなりJ.S.バッハの〈トッカータとフーガニ短調〉が流れ始め、びっくりされた参加者も多かったのではないでしょうか？　その音楽が消えると今度は、サン・ピエトロ大聖堂のスライドが、渡部先生のナレーションとともに映写されていきました。



アムジー室内合奏団の〈二声のインヴェンション〉が流れる

今回の企画では、〈講演〉と〈生演奏〉にスライドやテープを加え、さらに、天井照明やスポット照明をいろいろ効果的に利用しようと、かなり欲張った演出を試みました。といっても、ほとんどぶっつけ本番の状態でしたから、そうした演出機器が一通り無事に作動したことがわかったあと、ほっと一息ついたというのが正直な感想でした。

以下、実際の講演と演奏の内容を、当日の進行順に説明します（といっても、筆者は当日、裏方作業で内容など構っておれなかったというのが本音ですが……）。

音楽と建築の共鳴

講演はまず、〈音楽と建築の共鳴〉ということで、バロック時代における音楽と建築の相似性についてお話が始まりました。

サン・ピエトロ大聖堂におけるまばゆい空間とあふれる音楽への感動という渡部先生自らのご経験をもとに、音楽も建築も単なる技法や物として存在するのではなくて、その内包する象徴的もしくは超越的空間の存在論的意味がその生命である。さらに、これらの芸術の根底には、調性、律動性、対象性、構築性、統一性などがあり、これらにしたがって建築は空間に秩序を与え、音楽は時間の流れを秩序化するが、それらの表象様態を超えた素晴らしいアイデンティティがバロックの作品にあるという。こうした建築空間の持つ根源的ともいえる先生のご指摘には、ファサードにのみ凝ったデザインが横行している今日、われわれは耳を傾けるべきだと考えます。

ここで、〈音楽の捧げもの〉より〈王の主題による無限カノン〉の演奏。このように、講演の合間合間に演奏を入れるようにしました。

ボルロミーニの音楽的律動

さて次は、本題の〈ボルロミーニの建築における音楽性〉についてです。

バロック建築は反古典の精神で満ちあふれているが、そのなかでもボルロミーニの建築は反古典の極地にあり、しかもその半面、古典精神の芸術の基本をも追求しており、こうした両義性が前人未踏の作品に結実している。サンカルロ教会堂を例にとると、全周16本の円柱がきわめて強い律動性を持つとともに、それらの持つ位相それぞれの個性が不協和音でもあるが、しかし、教会堂をとりまく壁体は、円柱の背後にあってしなやかに波打っており、あたかもバロック音楽における通奏低音のように、空間の統一性をなしている。こうした空間の秩序に基調を与える壁体と円柱の律動は、バッハのフーガの視覚化であることが述べられました。

こうした音楽的律動は、ボルロミーニの他の教会堂作品にもみられるということで、スライドによる説明が行われ、続いて、〈無伴奏ヴァイオリンのためのパルティータ第3番ホ長調〉より〈プレリュード〉が演奏されました。

バッハの空間的構成力

一方、〈バッハの音楽における建築性〉では、バッハの音楽には、多様で異質なものの統一性に加えて、和声と対位法の融合にみられるような優れた空間的構成力、転調の推移や歌曲構成の変化などにみられる対称性、聖なるものへの熱情、そして宗教的慣例さえも超えたその純音楽的総合性がみられ、これらは、前述したようにボルロミーニの教会堂にもみられるというご指摘がありました。

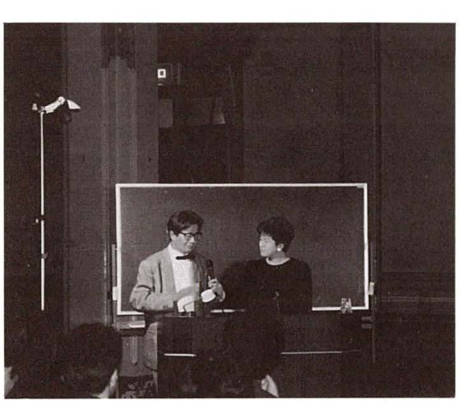
なお途中で〈二声のインヴェンション第1番〉の一部が説明のために演奏されました。

ここで、講演の前半が終了し、〈コンサートタイム〉ということで、〈フルート・ソナタ第2番〉より〈第2楽章 シチリアーノ〉、〈管弦楽組曲〉より〈G線上のアリア、ポロネーズ、バディネリ〉が演奏されました。

対比と調和

さて、休憩のあと後半に入り、〈バロック芸術の特質〉では、まず〈対比的調和〉と呼ばれる、対比と調和という相互に反発しながら緊密でなければならない両義的な性格を内包する調和の原理が、サンカルロ教会堂の波打つ壁面の動勢と円柱の律動や、バッハの内声部よりも外声部を重視する構成にみられることが述べられました。また、ボルロミーニは、作品の施工段階においては必ずしも設計図にとらわれなかったことや、バッハの外声部の重視は、内声部を演奏時に付加することへの期待がこめられているという〈即興性〉のご指摘がありました。

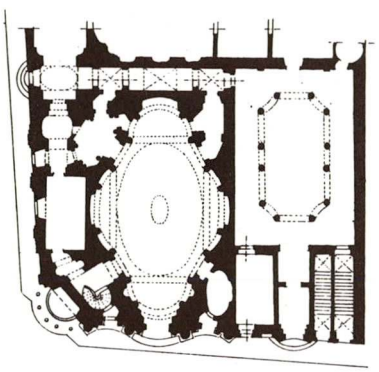
ここで、ジャック・ルーシェの、〈プレイバッハ



ちょっとインタビューを／インタビュアーは稲本さん



バロック音楽とネオ・クラシックな建物の共鳴



サン・カルロ教会堂平面

〈二声のインヴェンション第８番〉〉のジャズ演奏が流れました。

バロック芸術の論理的構成と詩的想像力

講演の最後〈バロック芸術の現代的視点〉では、論理的構成の原理を堅持しながらも、それに限定されない夢想を持つ詩的想像力の自由な飛翔が、音楽や建築の創造にとって重要なことであること、そして今日、バッハの音楽はジャズなどに編曲され、変奏され、即興を加えられたものが多いが、バッハの持つ本質と音楽性は崩れることはなく、ここにも、両義的本質と、即興性を持つ寛容な音楽性をバッハは持っており、ボルロミーニの建築にも同じことが言えるとの鋭い指摘がありました。

最後に、クセナキスのまさに音楽と建築の共鳴ともいえるポリトープを取り上げ、こうした作品は、その作品の享受者も創造過程に招請されるが、これはプレフィグナチオン(先形象)の性格を持つためであり、このことは本質的にバロックの作品にも色濃くみられる、との指摘のあとで実際に、クセナキスの〈プレイアデス〉をテープで流しました。

残りの時間には、〔マタイ愛難曲〕をBGMとして、イタリア、フランスのバロック建築等のスライドによる説明がありました。

207名の２時間半

以上、バロック時代における音楽と建築の特性をボルロミーニの建築とバッハの音楽を例として非常にわかりやすく説明していただいたと思います。そして、バロック芸術が現代にもその影響を与えていることなど興味深い内容がたくさんあり、また堅苦しくなりがちな講演会において、先生や演奏者へのインタビューといった雰囲気を和らげるような司会のアドリブがあったりして、２時間半の時間があっという間に過ぎてしまったようです。

今回の企画には、会員外の方の参加も多かったようですが、特に女性の参加が目立ち、このような方面への女性の関心の高さがうかがわれ、今までにない企画だったと自負しております。

ただ、時間の制約から先生への質問を受ける時間もなかったなど、細かい点でいたらないところが多々あっただろうと思います。今後の参考にもなりますので、今回の企画に対し、ご意見、ご感想がありましたら、協会の方までよろしくお願いします。

最後になりましたが、手伝っていただいた若い会員の集い小委員会の大川委員、アムジー関係の方々をはじめ、多くのお世話になった方々に感謝する次第です。

（レポーター　横田隆司／大阪大学工学部）

日　時　平成元年10月21日(土)
開会18：00 → 閉会20：30
会　場　中之島中央公会堂　中集会室
講　師　渡部貞清氏
演　奏　アムジー室内合奏団（４名）
司　会　稲本　直
企　画　本会若い会員の集い小委員会
主査／田畑重明
委員／内仲　毅、龍野豪利、横田隆司
協　力　大川和彦
参加者　207名（招待者を含む）

●訃報

正会員 濱田瑞穂先生の訃



故　濱田瑞穂氏

元評議員、元東海支部監事浜田瑞穂先生は平成元年10月26日午前７時、心不全のため名古屋国立病院で逝去されました。享年80歳。

先生は、明治42年３月５日生まれ。高知県中村市のご出身。昭和３年３月、関西高等工業学校建築科を卒業後、直ちに大阪渡辺建築設計事務所に就職。６年１月、名古屋市中区丸の内３丁目７番21号に濱田建築事務所を開設、建築設計監理に従事され、32年７月株式会社濱田建築事務所に組織変更、代表取締役に就任、後、会長として建築設計監理の第一線に活躍をされてきたのであります。

先生は、温厚にして緻密、已に厳しいところをもち合わせておられましたが、いっぽう卓越した識見と優れた人格を備えておられたため、信望はきわめて厚く、建築界はもちろん、社会人としての風評は夙に高いものがありました。

先生の、建築関係団体に対する事績については、枚挙に暇がありません。なかでも（社）愛知建築士会については、44年より48年まで会長に就任し、この間、会員の指導育成に努められ、建築技術の進歩向上と、建築士業務の改善に大きな成果をあげられ、また建築各団体の友好と連絡協調に努められ、建築士業務を通じ建築行政事務の強力な推進に貢献されました。いっぽう（社）愛知県建築士事務所協会設立の議が起こり、この設立発起人代表として、設立に献身的に尽力され、設立されるや求められた会長に就任され、53年４月から５年にわたり、建築事務所の適正な運営と業務の進歩改善に寄与されたのであります。

(社)日本建築協会には、22年に正会員として入会され、現在に至っております。戦時中一時支部会員が四散し、活動が停止状況がありましたが、本部よりの強い要請もあり、支部結成に率先してご尽力をいただき、22年12月、建築関係者とともに見事支部の創立をいただいたことは感謝に堪えません。

先生は、39年４月より２年間、東海支部監事、42年より２年間、本部評議員として、本会並びに支部の運営に積極的なお力添えをいただき、今日の支部に盤石の礎を築いていただいたことは、先生の本会をこよなく愛していただいた賜と重ねて深く謝意を表するものであります。

今日、先生を失ったことは、私どもにとって、痛恨の極みでございます。ここに、先生のご遺影と略歴の一端を記して、謹んで哀悼の意を表し、ご冥福をお祈りいたします。

社団法人日本建築協会東海支部長　**中島　一**

新年のご挨拶
1990
設計事務所有志



株式会社
A.R.I 建築事務所

代表取締役所長　亀井晃治

本社事務所　大阪市中央区谷町7丁目3番4-203号 新谷町第3ビル2F　TEL(06)768-1771(代)
テレファックス(06)768-1406
アトリエ　東大阪市上石切町2丁目14－35　TEL (0743) 73−6137



株式会社 アーバンライフ建築事務所

代表取締役　小沼俊平

大阪市北区梅田1丁目3番1−500号　電話　大阪　06 (341) 2451−5番
東京都港区六本木3丁目3番29号　電話　東京　03 (582) 2451−5番

株式会社 伊東建築設計事務所

代表取締役　竹原永一郎

〒556 大阪市浪速区元町2丁目12番30号 難波KIビル　電話 大阪(06)646-0161㈹

株式会社 伊藤建築設計事務所

代表取締役社長　鋤納忠治

本　　社　名古屋市中区錦3丁目3-6(日経錦別館)　電話〈052〉951-1110㈹
東京事務所　東京都千代田区神田美土代町五番地二(第2日成ビル)　電話〈03〉294-6061㈹



株式会社石本建築事務所

会　　長　長野八三二
代表取締役社長　古畠誠一
大阪支所長　山内恒男
本　　社　〒102 東京都千代田区九段南4−6−12　電話03 (262) 7161
大阪支所　〒542 大阪市中央区島之内1-20-19(白水ビル)　電話06 (251) 7507代
支　　所　札幌・名古屋・九州　　出張所　仙台・横浜

株式会社 泉沢建築設計事務所

代表取締役　泉　沢　哲　史

〒530 大阪市北区神山町14番3号(木津信ビル)　TEL(06)364-9071㈹

URABESEKKEI 株式会社 浦辺設計

URBAN DESIGN & ARCHITECTURE FOR BEAUTIFUL ENVIRONMENT

代表取締役　松　村　慶　三

大阪市北区梅田1丁目12番39号・新阪急ビル〒530　電話 06(341)1727

東京事務所　電話 03(263)9758　岡山事務所　電話 0862(33)6010

株式会社 小西設計

取締役会長　小　西　　岬

取締役社長　橋　本　正　章

本　　社　大阪市西区立売堀1丁目12番16号　電話(532)4051代表

大阪事務所　大阪市西区阿波座1丁目15番15号(第一協業ビル)　電話(532)4051代表

東京事務所　東京都千代田区神田鍛冶町3－3(大木ビル内)　電話(256)9301代表

広島事務所　広島市中区小町3番3号(原田ビル)　電話(246)0144

SHOWA SEKKEI 株式会社 昭和設計

代表取締役社長　岡　本　行　善

代表取締役副社長　林　　唯　夫

本　社　〒550 大阪市西区新町1－5－7　四ッ橋ビル　Phone 06－532－3421

東　京　〒107 東京都港区赤坂3－12－5　赤坂田町ビル　Phone 03－583－2086

神　戸　〒651 神戸市中央区八幡通4－2－17　郵船航空ビル　Phone 078－251－0651

株式会社 AAA(スリーエース)総合設計

代表取締役社長　浅　井　潤　一

大阪市中央区東心斎橋1丁目6番27号(朝日プラザ心斎橋東ビル2F)　〒542　TEL 06(243)7300

株式会社 創美設計

代表取締役　中　原　英　雄

〒530　大阪市北区末広町3番21号 新星和扇町ビル6階　TEL 大阪(06)312－3587代表

株式会社 大建設計

取締役社長　吉田　周

大阪市西区江戸堀1－12－8 安田生命大阪ビル　電話 06－441－9351(代)
東京・横浜・名古屋・京都・福岡・札幌・広島

株式会社 東海設計

代表取締役社長　小坂忠勝

本　社　名古屋市中区栄2丁目6番1号(白川ビル別館) 〒460 TEL052-202-1241(代表)
東京事務所　東京都中央区京橋1丁目14番4号(東信ビル) 〒104 TEL 03-561-0815(代表)

東西建築サービス株式会社

取締役社長　山口幸治

本　社　〒541 大阪市中央区高麗橋4丁目7番6号　電話　06-202-3626(代)
支　社　〒103 東京都中央区日本橋馬喰町2丁目1番1号　電話　03-663-1765(代)
(住友銀行浅草橋ビル4階)

株式会社 東畑建築事務所

取締役会長　東畑謙三
取締役社長　市川宏

本社 大阪事務所　大阪市中央区伏見町4丁目4番10号 電話 (06)202-0391
東京事務所　東京都千代田区永田町2丁目4番3号 (永田町ビル) 電話 (03)581-1251
名古屋事務所　名古屋市中村区名駅3丁目25番9号(堀内ビル) 電話(052)571-8471
九州事務所　福岡市博多区博多駅前2-2-1(福岡センタービル) 電話(092)472-8737

株式会社 長田建築事務所

長田正雄

〒542 大阪市中央区上汐2丁目4-12　ケーエスビル　TEL(06)768-6121
FAX(06)768-1002

株式会社 日建設計

取締役社長　薬袋公明

〒541 大阪市中央区高麗橋4丁目6番2号
電話 06-203-2361(大代表)

日積工務株式会社

代表取締役　生島道春

本　　社　〒540 大阪市中央区谷町3丁目1番9号（MG大手前ビル）　TEL (06) 944—2755代表
東京支所　〒110 東京都台東区東上野3丁目16番5号(サンク・ユービル)　TEL (03) 836—1271代表
本社分室　〒542 大阪市中央区東心斎橋1丁目10番7号（市川ビル）　TEL (06) 245—7685代表
㈱京都日積　〒602 京都市上京区今出川通室町東入今出川町333番地(第2高橋ビル)　TEL (075)441—5690

株式会社 林設計事務所

代表取締役　林　茂

大阪事務所　〒531 大阪市北区長柄中3丁目1番8号　電話 (06) 351—6831
和歌山事務所　〒646 和歌山県田辺市稲成町東沓代231番地の6　電話 (0739) 22—8227

有限会社 婆佐羅建築工房

代表取締役　村中壽夫

〒532 大阪市淀川区西中島3丁目19番15号(第3三ツ矢ビル3F)　TEL 06(305)5378

株式会社 安井建築設計事務所

取締役会長　佐野正一
取締役社長　椚座正信

本　社　大阪市中央区島町2丁目4番7号　電話 06(943)1371(大代)



金剛三昧院

新年のご挨拶
1990
建設業者有志

株式会社 あめりか屋

取締役会長　前野慶太郎

〒530　大阪市北区中之島四丁目3番25号　電話（06）444－1501

株式会社 淺沼組

取締役社長　淺沼禎夫

本社・大阪本店　大阪市天王寺区東高津町12番6号　電話 06(768)5222
東京本店　東京都新宿区荒木町5番地　電話 03(357)0201
名古屋支店　名古屋市中村区名駅南三丁目3番41号　電話052(571)5571
支店　札幌・仙台・横浜・広島・福岡

技術と誠意で未来を築く

安藤建設株式会社大阪支店

取締役支店長　宮貴久雄

大阪市福島区福島6丁目3番21号　電話代表 06（453）2190
本社・東京都港区芝浦三丁目12番8号　電話 大代表 03（457）0111
支店・名古屋・仙台・静岡・九州・広島・横浜・札幌
営業所・千葉・横浜・水戸・盛岡・新潟・神戸・京都・沼津・札幌・宇都宮・北九州・熊本

株式会社 今西組

取締役社長　今西壽雄

本社　大阪市天王寺区上本町6丁目6番23-309号　電話06(779)3361
支店　東京都新宿区内藤町1番地　電話03(354)0581
営業所　京都・奈良・西宮・神戸・埼玉

大之木建設株式会社

取締役社長　大之木一雄
支社長　稲葉登

本社　呉市中央3丁目12番4号　電話 0823(21)1511番
支社　広島市中区本川町3丁目1番5号　電話 082(231)5244番
支店　東京都港区麻布台2丁目2番12号 三貴ビル4F　電話 03（585）3655番
〃　福岡市城南区神松寺2丁目13番24号　電話 092(863)7171番

株式会社 大林組

取締役会長　大林芳郎
取締役社長　津室隆夫

東京本社・東京都千代田区神田司町2丁目3番地　電話　03（292）1111番
本　　店・大阪市中央区北浜東4番33号　電話　06（946）4578番
支　　店・札幌・東北・横浜・北陸・名古屋・神戸・広島・四国・九州

株式会社 奥村組

取締役社長　奥村俊夫

本　　社　大阪市阿倍野区松崎町2の2の2　電話 大阪(06)621－1101(大代表)
東京本社　東京都港区元赤坂1の3の10　電話 東京(03)404－8111(大代表)
支　　社　東京・大阪
支　　店　札幌・仙台・浦和・横浜・千葉・新潟・名古屋・神戸・広島・高松・北九州・福岡

鹿島建設株式会社

代表取締役社長　鹿島昭一
取締役大阪支店長　小島雄

本　　社　東京都港区元赤坂1－2－7　電話　03(404)3311(大代)
大阪支店　大阪市西区阿波座1－3－15　電話　06(536)3311(大代)

海原建設株式会社

代表取締役　海原壹一

〒530 大阪市北区梅田1丁目2番2－300号(大阪駅前第2ビル3F)　電話06(346)1900番

株式會社柄谷工務店

取締役社長　柄谷順一郎

本　　社　尼崎市玄番南之町4番地　電話大阪 06(415) 2 8 0 0 (代)
営 業 所　大阪・西宮・神戸・高砂・豊田・三田

共立建設株式会社 大阪支店

取締役支店長　加藤毅夫

支　店　大阪市中央区内本町2丁目2番5号　TEL　06－942－2491(代表)
　　FAX　06－942－2498
本　社　東京都渋谷区道玄坂1丁目16番10号　TEL　03－461－6141(代表)

今日を鍛え、明日に挑戦する

株式会社 近畿建設

取締役社長　川崎健市

本　社　大阪市西区江之子島1丁目2番2号　電話 06 (448)5601代
東京支社　東京都港区芝大門2-6-4　芝大門笹野ビル　電話 03 (578)9123代
神戸支社　神戸市中央区加納町3丁目1—25　電話 078(392)5191代
滋賀支社　滋賀県栗太郡栗東町岡193の1　電話 0775(52)1361代
営業所　北大阪・南大阪・難波・守口

株式会社 熊谷組 大阪支店

取締役社長　熊谷太一郎
常務取締役大阪支店長　小池孝之

本　社　東京都新宿区津久戸町2番1　電話03(260)2111番(大代表)
大阪支店　大阪市都島区片町2丁目10番5号　電話06(352)1151番(大代表)

コーナン建設株式会社

代表取締役　原精一

大阪市淀川区十三本町2丁目4番28号　電話(06)308—1551大代表
東京都中央区京橋3丁目13番10号(中島ゴールドビル)　電話 (03)564—5711代表
神戸市中央区磯上通5丁目1番24号　電話 (078)221—6293代表

公成建設

代表取締役社長　絹川治

本　社　〒600 京都市下京区五条通西洞院西入　☎075-341-0501
大阪支店　〒531 大阪市北区豊崎2丁目4番3号　☎ 06-375-1121
名古屋営業所　〒453 名古屋市中村区若宮町3丁目48　☎052-471-1223

株式会社 鴻池組

代表取締役社長　鴻池一季

本　社
大阪本店　大阪市中央区北久宝寺町3丁目6番1号　電話 大阪(244)3500(ダイヤルイン受付台)
東京本店　東京都千代田区神田駿河台2-3-11　電話 東京(296)7700(ダイヤルイン受付台)
支　店　神戸・京都・横浜・名古屋・北陸・広島・四国・山陰・福岡・南九州・仙台・北海道

株式会社 金剛組

代表取締役　金剛利隆

本　社　〒543 大阪市天王寺区四天王寺1丁目14番29号　TEL 大阪06 (779) 7731㈹
FAX 大阪06 (779) 7133
関東支店　〒350-02 埼玉県入間郡鶴ヶ島町脚折町1丁目40—12　TEL 埼玉0492 (87) 0301
FAX 埼玉0492 (87) 0300

佐藤工業株式会社

取締役社長 佐藤嘉剛　常務取締役大阪支店長 梅木正二

本　　社　東京都中央区日本橋本町4-12-20　電話　東京(661)1231(大代)
大阪支店　〒541 大阪市中央区北浜1丁目1番6号　電話　大阪(203)7221(代表)

都市24時間・進化させる街づくり

才門建設株式會社

代表取締役　才門正男

本社　大阪府岸和田市下野町3丁目10番25号 〒596
☎(0724)38-2121(代)　FAX(0724)23-3681
支店　東京・神戸　　営業所　大阪・堺・和歌山

三和建設株式会社

取締役社長　森本晴夫

本　社　大阪市淀川区加島1丁目55番6号　電話 06(301)6636
支　店　東京都荒川区東日暮里4丁目10番10号　電話 03(891)8871
支　店　京都市右京区西院高田町31番地1　電話075(311)8897

SHMZ

清水建設株式会社

社　長　吉野照蔵
取締役 大阪支店長　久保力

本　　社　東京都中央区京橋2－16－1　電話03(535)4111
大阪支店　大阪市中央区本町3－5－7　電話06(263)2811
支　　店　横浜・千葉・名古屋・広島・高松・福岡・金沢・仙台・札幌

SEKISUI HOUSE

積水ハウス株式会社

代表取締役社長　田鍋健

本　　社　〒530 大阪市北区中之島6丁目2番27号(中之島センタービル)　☎06(446)3111
東京支社　〒160 東京都新宿区西新宿1丁目6番1号（新宿エルタワー）　☎03(346)6500

大地への愛　人間への愛

錢高組

社長 錢高一善

本　　社　大阪市西区西本町2丁目2番11号 大阪(06)531－6431
東京本社　東京都千代田区一番町31番地 東京(03)265－4611
支社・支店　大阪・東京・北海道・東北・北関東・千葉 横浜・北陸・名古屋・広島・四国・九州

大成建設株式会社

取締役社長　里見泰男
専務取締役大阪支店長　平島治

本　社　東京都新宿区西新宿1丁目25番1号 新宿センタービル　TEL 東京(348)1111大代表
大阪支店　大阪市中央区北浜3丁目7番12号　ＴＥＬ大阪(203)1131大代表
支　店　東京・名古屋・九州・札幌・東北・広島・横浜・北信越・四国

限りない未来への挑戦

大日本土木株式会社

専務取締役大阪支店長　牧野保

大阪支店　〒530 大阪市北区堂島二丁目2番2号 近鉄堂島ビル　電話 06 (341) 5931
東京本社　〒162 東京都新宿区市ヶ谷田町２丁目35番地　電話 03 (268) 5511

株式会社 竹中工務店

取締役社長　竹中統一

〒541 大阪市中央区本町４丁目１－13　電話 大阪 (252) 1201番(大代表)

鉄建建設株式会社大阪支店

専務取締役支店長　安藤昭太郎

〒541 大阪市中央区瓦町３丁目３番７号　電話06(201)1881(代表)
〒101 本社・東京都千代田区三崎町二丁目五番三号　電話03(262)3411(代表)

戸田建設株式会社

代表取締役社長　戸田守二
常務取締役大阪支店長　西川秀信

本　社　東京都中央区京橋１丁目７番１号　TEL東京03(562)6111
大阪支店　大阪市西区西本町１丁目13番47号　TEL大阪06(531)6095
支　店　東京・関東・横浜・北陸・名古屋・札幌・東北・広島・四国・九州

東海興業株式會社大阪支店

専務取締役支店長　三富和

本　社　東京都中央区銀座７－13－10　電話 東京(545) 5111
大阪支店　大阪市北区堂島浜2-2-8 東洋紡ビル　電話 大阪(348) 5602
支　店　名古屋・東北・札幌・九州・横浜・広島

飛島建設株式会社 大阪支店

専務取締役支店長　石　原　昭一郎

大阪市中央区島町２－２－21　〒540　TEL　０６（９４２）２４８１
本社/東京都千代田区三番町２　〒102　TEL　０３（２６３）３１５１
支店/札幌・東北・東京・横浜・名古屋・北陸・大阪・広島・四国・九州

南海建設株式会社

取締役社長　松　川　義　一

本　社　大阪市浪速区難波中３丁目５番19号　電話 06(644) 7809番
東京支店　東京都千代田区神田須田町1丁目5(新須田町ビル)　電話 03(251) 8431番
岸和田支店・和歌山支店　営業所　堺・泉佐野・橋本・神戸・枚方・京都南・西宮

明日をささえる

西松建設

代表取締役社長　柴　田　　平
取締役関西支店長　瀬　尾　貞　甚

本　　社　東京都港区虎ノ門１－20－10　電話 03(502)0211
関西支店　大阪市中央区釣鐘町２－４－７　電話 06(942)1131

株式会社 日興

取締役会長　平　本　俊　秋
取締役社長　平　本　俊　友

本　社　広島市中区国泰寺町1丁目8番4号　電話（082）244－2111番

限りない可能性を追求する

日本建設株式会社

社　長　積　山　吉　興

本　社　大阪市中央区備後町１丁目６－15　TEL(06)226－０６３０(代)
東京本社　東京都文京区小石川２丁目６番22号　TEL(03)818－６０８１(代)
支　店　東京・大阪・名古屋・福岡・札幌・仙台・広島

野村建設工業株式会社

取締役社長　野　村　文　英

本　社　大阪市中央区高麗橋２丁目１番２号　電話(226)９５０２代表
東京本部　東京都千代田区大手町２丁目１番１号　電話(241)４１７１代表

HASEKO

長谷工 コーポレーション

代表取締役社長　合田耕平

本　社　東京都港区芝2－32－1　電話 03（456）5451(大代表)

FUJIKEN

不二建設株式会社

取締役社長　山口慎一郎

大阪本社　大阪市中央区農人橋1丁目1番22号 〒540　電話06－946－2241
FAX06－946－2316
東京本社　東京都新宿区西新宿4丁目5番2号 〒160　電話03－377－5171代表
FAX03－374－2217
札幌・名古屋・福岡・ロスアンゼルス・仙台・静岡・大垣・京都・広畑・広島

不動建設株式会社

取締役社長　庄野勝

大阪本社　大阪市中央区平野町4丁目2番16号　電話 06（201）1121番
東京本社　東京都台東区台東1丁目2番1号　電話 03（831）9111番
支　店　北海道・東北・千葉・横浜・名古屋・神戸・広島・四国・南四国・九州・北九州

FUJIKI

株式会社 藤木工務店

取締役社長　藤木鐵三

本　社　〒540 大阪市中央区常盤町1-3-9　☎ 06-944-1468代　本支店　大阪・東京・倉敷・四国・京都・福岡
東京本社　〒160 東京都新宿区三栄町23－4　☎ 03-357-1600代　営業所　埼玉・多摩・横浜・静岡・名古屋・宇治・泉南・神戸・岡山・広島・徳島・新居浜・松山・長崎・南九州

地域社会に貢献する
総合建設

株式会社 前田組

取締役社長　前田覚

大阪府寝屋川市大成町1－1　TEL（0720）24－1111

前田建設工業株式会社大阪支店

取締役支店長　西利治

支　店　大阪市都島区東野田町2丁目4番20号　電話 大阪（353）7891(代表)
本　社　東京都千代田区富士見2丁目10番26号　電話 東京（265）5551(代表)

株式会社 道田工務店

代表取締役 道田泰平

本　　社・兵庫県川西市中央町18番21号　電話0727(57)9777番
神戸営業所・神戸市中央区八幡通4丁目2番24号　電話078(261)1581番

三井建設 株式会社 大阪支店

常務取締役大阪支店長 高尾清次

大阪支店　大阪市中央区本町4－4－25(本町三井ビル)　TEL　06－243－3411
本　　店　東京都千代田区岩本町3－10－1　TEL　03－864－3456

海と陸の明日を拓く技術のムラズミ

源 村角建設株式会社

代表取締役社長 土山喜代士

本社　大阪市住之江区浜口西2丁目12－9　TEL 06－675－8101
支店　北海道・東京・神戸

村本建設株式会社

代表取締役 村本豊嗣

奈良本店　奈良県北葛城郡広陵町安部547番地　電話 0745 (55) 1151(代表)
大阪本社　大阪市天王寺区四天王寺一丁目5番43号　電話　06(774) 2111(代表)
東京本社　東京都千代田区二番町3番4　電話　03(238) 2111(代表)
支　　店　札幌・東北・横浜・名古屋・三重・京都・神戸・和歌山・中国・九州他

望月建設株式会社

代表取締役社長 望月小太郎

本　　社　大阪市北区中崎西2丁目3番12号　電話 大阪 (375) 2345(代表)

株式会社 森　組

取締役社長　森　幸彦

本　社　大阪市中央区道修町4丁目5番17号　電話２０１－２７６１(代)
支　店　東京・東北・横浜・北陸・名古屋・奈良・神戸・中国・四国・九州
営業所　甲府・滋賀・京都・和歌山・紀泉・西宮・松山・徳島・熊本

株式会社 森長工務店

代表取締役　森　長　堯　熙

大阪市旭区中宮１丁目１番11号　　電話 代表 06－952－3331

保存と
開発に
取り組む…

総合建設業

株式会社 安井杢工務店

代表取締役　安井洋太郎

本　社　〒617 京都府向日市上植野町御塔道42
TEL (075)933－0012(代)　FAX (075)933－4931

株式會社 米田工務店

代表取締役　米　田　良　男

本　社　〒543 大阪市天王寺区逢阪1丁目1番7号 TEL 大阪(06)771-7771代表
FAX 大阪(06)779-2676代表

寄神建設株式会社

取締役社長　寄　神　美　好

本　社	〒652	神戸市兵庫区七宮町２－１－１	☎078－681－3121
東京支店	〒103	東京都中央区日本橋茅場町１－６－12	☎ 03－668－1871
横浜支店	〒231	横浜市中区翁町１－６－４（新翁ビル）	☎045－681－5085
名古屋支店	〒456	名古屋市熱田区森後町８－27	☎052－681－8661
大阪支店	〒551	大阪市大正区三軒家東４－１－18	☎ 06－552－2551
姫路支店	〒672	姫路市飾磨区須賀294(姫路ポートセンタービル)	☎0792－35－7748
九州支店	〒812	福岡市博多駅前1-15-20(日本団体生命ビル9F)	☎092－482－4300
営業所		岡山・四国・淡路・横須賀・北九州・広島・熊本	



蓮華定院

新年のご挨拶
1990
団体・報道・建材・設備工事有志

財団法人 大阪建築防災センター

理事長　小西　岬

〒540 大阪市中央区常盤町1丁目2番17号(大阪フコク生命ビル5階)　電話 06(943)7253

社団法人 日本建築協会京都支部

支部長　井手正己

〒604 京都市中京区押小路通柳馬場東入 建設会館別館　電話075(211)2857・2877

社団法人 日本建築協会中国支部

支部長　平本俊秋

〒730 広島市中区国泰寺町1丁目8-4日興ビル内　TEL 082(244)6830

社団法人 日本建築協会東海支部

支部長　中島　一

〒460 名古屋市中区栄4丁目3－26(昭和ビル5階)　電話052(261)1451

社団法人 日本建築協会和歌山支部

支部長　北山　俊

〒640 和歌山市ト半町38番地 建築士会館内　電話0734(23)2562

創業35年

もっとも信頼され、読まれている情報紙

株式会社 **建設日報社**

代表取締役社主 重村 登龍

本　社　〒550 大阪市西区靱本町2－5－2 TEL 06(444)2405-9
別　館　〒550 大阪市西区江之子島1-6-2 TEL 06(444)6431-4

大阪で唯一の

株式会社 **日刊建設新聞社**

代表取締役社長 中山敏夫

大阪本社　〒541 大阪市中央区高麗橋1丁目2番4号(高麗橋ビル)　電話 202—6861(代表)
FAX 202—8651
社長室　〒541 大阪市中央区高麗橋1丁目2番4号(高麗橋ビル)　電話 229—0341・0346
分　室　〒541 大阪市中央区東高麗橋1番10(ユニ高麗橋)　電話 941—6847(代表)

株式会社 **日刊建設通信新聞社関西支社**

常務取締役関西支社長 向後定男

大阪市西区京町堀1－6－23　エハラビル　電話 06（444）4451代表
本　社・東京都港区西新橋2－11－4　電話 03（502）8581代表

技術と信頼で人と企業に貢献する

青葉印刷株式会社

代表取締役社長 依藤孝行

〒534 大阪市都島区中野町2丁目10番11号　TEL(06)351—5428㈹
FAX(06)351—5299

株式会社 梅彦

取締役社長 松永嘉一郎

営業所　大阪市北区中崎西2丁目1番3号　電話 06（312）6171代
茨木工場　茨木市豊川3丁目1番6号　電話0726（43）5185代

建築用板硝子販売施工

キムラ硝子建材株式会社

代表取締役 木村雅秀

〒540 大阪市中央区内平野町3丁目2番11号　電話 06(941) 4181㈹

クリヤマ株式会社

代表取締役社長　栗山芳雄

本　社　大阪市淀川区西中島1丁目12番4号〒532　TEL. 06—305—2871大代表
TELEX. 523—3908
東京支店　東京都渋谷区南平台町15番13号〒150　TEL. 03—463—1841代表

写真製版

株式会社 コスモカラー

代表取締役　長崎和志

〒543 大阪市天王寺区空堀町14番1号　福保ビル2F
TEL (06)763—4358～9　FAX (06)768—1437

人工軽量骨材（特許品）　セメント系
マイルドサンド・EBタイル(EBフレスコ)

株式会社林セメント工業

代表取締役社長　林　力

本社工場／〒684 鳥取県境港市外江町3660番地—1　TEL0859-42-6261㈹
東京営業所／〒170 東京都豊島区東池袋5-7-3 長島ビル6F　TEL03-988-6241㈹
大阪営業所／〒560 大阪府豊中市立花町1—4—1—103　TEL06-854-7131㈹

結露防止に卓効のある　湿度を調節する断熱建材

防火 防音 **モクセン板** 防腐 防虫

神戸不燃板工業株式会社

〒673-05 兵庫県三木市志染町三津田　TEL (07948) 7—3121㈹

まったく新しい床工法のロットデッキ　製造販売

ロット・エンジニアリング株式会社
LOT ENGINEERING INC.

〒540 大阪市中央区徳井町2丁目3番2号　電　話(06)945—9331番㈹
住友生命 大商東ビル7階　FAX(06)945—9341番

装飾合わせグラス
レインボーグラス　セーフティオパール
JIS表示許可工場　UL規格認承工場

株式会社 サトーセン

大阪工場　〒557 大阪市西成区南津守5丁目12番3号　TEL (06)658-1305㈹
東京工場　〒144 東京都大田区東糀谷5丁目12番7号　TEL (03)743-5851㈹
東京支店　〒105 東京都港区東新橋2丁目6番3号(昭栄ビル4F)　TEL (03)435-9221㈹

経験を基礎に新時代のニーズに応える

三精輸送機株式会社

代表取締役　太田昭比古

本　　社：大阪府吹田市江坂町1丁目13-18 〒564 ☎ 06（385）5621㈹
東京支店：東京都渋谷区千駄ヶ谷5の29の11 ☎ 03（356）5651
福知山工場：福知山市長田野町2丁目45番地 ☎ 0773（27）1211
出張所：札幌・青森・秋田・仙台・名古屋・金沢・広島・福岡・沖縄

システム工業株式会社

代表取締役社長　宮本計吾

〒759-01　山口県宇部市大字善和字大旦187－2
本社・工場・研究室/TEL62－1100(代表)　省エネルギー事業部/TEL62－1103(代表)
アートストーン事業部/TEL62－1165(代表)　電子機器部/TEL62－1241(代表)
FAX62－1104(専用)　営業所／東京・大阪・松山・熊本・大分・山口

クリーンルーム
実験動物室空調
設計施工

よりよき環境へ技術で挑む――

株式会社 精研

代表取締役会長　和田正八郎

代表取締役社長　桐山司郎

本　　社　大阪市中央区瓦屋町2丁目11番16号(オートセンタービル)　電話 768－5031㈹
東京支店　東京都千代田区九段南2丁目2－5(九段ビル)電話 262－3241㈹
四国営業所　徳島県鳴門市撫養町小桑島前浜28－3(西谷ビル)　電話0886－85－0924㈹

東西アスファルト事業協同組合
西日本床工事事業協同組合

株式会社 タテバヤシ商店

代表取締役　舘林彦四郎

〒601 京都市南区西九条大国町37　電話（075）681－7221(代)
FAX（075）681－7224

TAJIMA

株式会社 タジマ

東京営業本部　〒101 東京都千代田区岩本町3－11　電話（03）866－6101
大阪営業所　〒550 大阪市西区京町堀1－10－5　電話（06）441－5951

田島ルーフィング株式会社

東西アスファルト事業協同組合

東　京：〒101　東京都千代田区岩本町3－11－14　電話（03）862－8531
大　阪：〒550　大阪市西区京町堀1－10－5　電話（06）443－0431

東亜印ルーフィング　日本工業規格表示許可工場 許可番号585038

東亜工業株式会社

建設省計振発
第５５号認可　東亜アスファルト防水事業協同組合

本　社　〒581 大阪府八尾市南太子堂６丁目４番27号　電話0729－94－5682　ＦＡＸ0729－91－3172
東亜アスファルト防水事業協同組合　〒581 大阪府八尾市南太子堂６丁目４番27号
電話0729－91－1536　ＦＡＸ0729－23－6496
営業所　東京・名古屋・九州　　工　場　大阪・東京・和歌山

東洋シヤッター株式会社

代表取締役社長　岡　田　　敏

本　　社　〒540 大阪市中央区常盤町１－３－８（日生谷町ビル）電話(06)943-6571㈹
東京本社　〒106 東京都港区六本木6-3（第一地所麻布ビル）電話(03)497-2911㈹

造園土木　　設計施工

株式会社 西川造園

〒573 大阪府枚方市北中振３丁目27番17号
ＴＥＬ　０７２０－３３－８９９８代

株式会社 西原衛生工業所大阪店

代表取締役社長　伴　　昭　　秀

大阪市北区中津６丁目８番４号　電話 大阪（06）458－3628

マルエス印▲ルーフィング▲シングル▲メルタン21（トーチ工法）

日新工業株式会社 大阪支店

大阪支店長　山　本　則　行

本社営業所　東京都足立区千住東２－23－４　☎東京(882) 2424 (代)
大阪支店　大阪市西区新町１丁目12番22号　☎大阪(533)3191大代表
出張所　名古屋・広島・福岡・札幌・山形・工場／東京・埼玉・山形

日本アスファルト防水工業 協同組合 関西支部

大阪市西区新町１丁目12番22号　日新工業株式会社大阪支店内
電話（533）３１９１大代表

印刷システム設計・コンピュータ組版・電算写植

日本写植印刷株式会社

代表取締役　神田都義

本　　社　〒545 大阪市阿倍野区阪南町７－５－30　電話06(606)1111代
東京営業所　〒105 東京都港区西新橋２丁目27番７号　電話03(578)8501代
広島営業所　〒739-01 東広島市八本松町米満109－５　電話0824 (28) 6253
津山写植センター　〒708 津山市福田１３７２－１　電話08682(８)4377
日本写植センター　〒892 鹿児島市名山町４－７　三宝ビル　電話0992 (26) 4371

文化シヤッター株式会社
BUNKA SHUTTER CO., LTD.

代表取締役社長　岩部金吾

本　　社　東京都板橋区志村３－26－４　電話 03－968－6600
関西地区統括部　大阪市淀川区宮原４－１－14（住友生命新大阪北ビル）　電話 06－399－2777

ムツミ産業

三協アルミニウム工業株式会社代理店　日立化成工業株式会社代理店
アルケン工業株式会社代理店　新明和工業株式会社代理店
菱和工業株式會社代理店　近畿車輛株式会社 代理店
信越ユニット株式会社代理店　住友ゴム工業株式会社代理店

ムツミ産業株式会社

代表取締役　傳馬正明

〒550 大阪市西区靭本町１丁目17番15号　電話 (06) 大代表 441－０３７８番
出張所：東京・広島　　工場：大津・竹原

建築工事金属製品の
UNION

株式会社ユニオン

代表取締役　立野一郎

本　　社　大阪市西区南堀江2-13-22　〒550 電話 06(532)3731(代)
東京営業所　東京都江東区白河2—9—5　〒135 電話 03(630)2811(代)
名古屋営業所　名古屋市東区筒井町1-14-9　〒461 電話052(935)6021(代)
大阪ショールーム　大阪市西区京町堀1-17-16　〒550 電話 06(443)6620(代)

シート防水は リベットルーフ　目地材はクラクタイト

山出興産株式会社

代表取締役社長　山出敬二

〒564 大阪府吹田市江の木町24—10 TEL (06) 385—1268 FAX (06) 386—6271
支店・営業所　東京・仙台・大宮・千葉・横浜・名古屋・大阪・広島・福岡



普賢院

日本建築協会

月間の動き

平成元年11月分

編集委員会

第13回 being幹事会
1日 6時半～8時 於本会会議室
出席者 北村幹事ほか2名
議事 12月号以降の企画と報告

第4回法令分科会
6日 2時～4時 於本会会議室
出席者 大前幹事ほか4名
議事 (1)「法令コーナー」の企画
(2) 特集の件
(3) 最近の話題

第8回会員企画小委員会
7日 6時～7時半 於本会会議室
出席者 今井委員ほか2名
議事 「建築と社会」(シリーズもの) の掲載内容(報告と今後の企画) について

第8回編集委員会
9日 4時～6時 於本会会議室
出席者 長谷部委員長ほか3名
議事 (1)11月号「第36回青年技術者」特集報告
(2)12月号「最近の博覧会パビリオン」特集経過報告
(3)1月号「商品化住宅のデザイン」特集経過報告
(4)2月号「ニュータウン・ルネサンス」特集の企画
(5)3月号「スケール感」特集経過報告

第8回作品作風小委員会
9日 6時半～8時 於本会会議室
出席者 塘副委員長ほか8名
議事 (1)「新建築調査表」の作品の選定
(2)最近の掲載状況・予定の報告
(3)「Gallery」内容報告と今後の検討

3月号「スケール感」特集第4回幹事会
15日 6時半～8時半 於本会会議室
出席者 加藤幹事ほか4名
議事 平成2年3月号「スケール感」特集案検討

表紙デザイン打合せ
15日 6時～7時半 於本会会議室
出席者 長谷部委員長、上田委員長代行、當山悦司氏、カメラマン(柄松稔、稲住泰広、竹井通仁、黒田青巌)
議事 来年の表紙の方針とスケジュール

第5回計画分科会ー計画系ー
16日 6時～9時15分 於本会会議室
出席者 田中幹事ほか4名
議事 (1)3月号計画系合同企画の特集報告
(2)2月号「ニュータウン・ルネサンス」(仮称) 特集の企画

第9回施工材料分科会
21日 4時～6時 於本会会議室
出席者 志水幹事ほか4名
議事 (1)「施工材料の頁」の企画
(2)4月号「プレハブ住宅の過去・現在・未来」

第8回広告企画小委員会
28日 4時～6時 於本会会議室
出席者 長谷部委員長ほか2名
議事 (1)11月号「青年技術者」特集広告収入報告
(2)収支状況報告

第4回設備分科会
29日 4時～6時半 於本会会議室
出席者 佐藤幹事ほか2名
議事 (1)「設備の頁」の企画
(2)設備特集の企画

事業委員会

第5回広報小委員会
1日 6時～7時半 於本会会議室
出席者 寺井幹事ほか7名
議事 (1)前回事業委員会の報告
(2)研修分科会からの報告と今後の企画
(3)教室分科会からの報告と今後の企画

第5回若い会員の集い小委員会
7日 6時半～8時半 於本会会議室
出席者 宮野副委員長ほか5名
議事 (1)前回事業委員会の報告
(2)「いま 関西がおもしろい」実施報告
(3)「音楽と建築」実施報告
(4)「エコロジカルアーバンプランニング」
(5)「北村陸夫氏」個展・講演会
(6)「関西の祭事の研究」

第9回若い会員の集い「関西の祭事」研究会
8日 6時半～8時半 於本会会議室
出席者 大森主査ほか1名
議事 (1)予備調査の写真セレクト
(2)予備調査のレイアウト

第6回エコロジカル企画分科会
9日 6時～9時 於本会会議室
出席者 ゲスト ハービィ・シャピーロ氏(大阪芸術大学教授)
宮野副委員長ほか3名
議事 (1)実施時期の検討
(2)会場の選定
(3)テーマ・内容の検討

第5回見学会小委員長
9日 6時～7時半 於ニューミュンヘン北大使館
出席者 南・南方両幹事ほか6名
議事 (1)前回事業委員会の報告
(2)9・10月の見学会の報告
(3)11月以降の見学会の予定
(4)今後の見学会の検討
(5)分科会からの報告と検討

第5回事業委員会
16日 1時40分～3時 於本会会議室
出席者 西村委員長ほか4名
議事 (1)各小委員会からの報告
(2)今後の企画についての検討
(4)1989年建築関係団体合同忘年懇親会について

「音楽と建築」企画分科会
21日 6時半～8時半 於本会会議室
出席者 ゲスト 渡部貞清氏、稲本直氏
宮野副委員長ほか4名
議事 今回の反省、次回の企画

第5回教室分科会
22日 6時～8時 於本会会議室
出席者 奥村幹事ほか3名
議事 (1)話題建築を聞く
(2)ビデオ映写会

第10回若い会員の集い「関西の祭事」研究会
29日 6時半～9時 於本会会議室
出席者 大森主査ほか1名
議事 中間報告の検討

出版委員会

第7回委員会
17日 5時～6時 於本会会議室
出席者 須賀委員長ほか3名
議事 (1)〈プロのノウハウ〉と特装本の経過報告
(2)今後のテーマと執筆者選定について
(3)プロのノウハウ講座シリーズ第3回「インテリアコーディネートの100ポイント」

教育委員会

第35回工高生デザインコンクール表彰式
18日 2時～5時 於本会会議室
設計課題:「リゾート地に建つペンション」
出席者 狩野審査委員長ほか3名
片倉・中野教育正副委員長ほか4名

建築関係団体合同忘年懇親会

第2回実行委員会
20日 3時～5時 於本会会議室
出席者 鶴田実行委員長ほか12名
議事 (1)賛助・景品寄贈の申込状況について、報告と検討
(2)参加者お土産について
(3)司会・余興について
(4)会場配置について
(5)当日の進行スケジュール及び作業分担について

建築クラブ

第211回朝食会
14日 8時半～10時 於大阪グランドホテル
参加者 63名
演題 「日本の近代美術と梅原龍三郎」
講師 小倉忠夫氏(京都国立近代美術館館長)

役員会
27日 4時～5時 於本会会議室
出席者 塚本代表ほか6名
議事 (1)建築クラブ新年宴会開催について
(2)2月以降のスピーカーについて
(3)平成2年度の会費などについて
(4)東畑謙三氏米寿祝賀会について

住宅管理研究会

第3回作業委員会
24日 1時半～5時 於本会会議室
出席者 高田座長ほか 11名
議事 (1)作業状況報告について
(2)2段階供給について

11月の入会者 (敬称略)

〔団体会員1社〕
室町ビルサービス㈱大阪事業所
〔個人会員2名〕
植西 正明 (松村組)
斉藤 仁 (日本不動産研究所)

黒部から高野山まで、そして将来へ

戦後生まれの建築家約100名が一堂に会した「建築デザイン会議」は1987年、88年の2回にわたり富山県黒部で開催され、89年度はその地を高野山に移して第3回会議が行われた。

会議の発端は、戦後を境とした世代間にどこか異なる時代感覚が横たわっており、建築は変わっていくという実感と、その現象について意識を傾けてみようというものであった。

そこには確固たる討論のテーマよりも先に全国から建築家が集まるという出来事を通して、一般的な情報では伝わらない体験から何かが生まれないかという期待感に思いを寄せたものであった。その点ではかつてのＣＩＡＭの会議のような宣言文を出すことよりは、現代の情況と各自の位置づけをそれぞれに発見しようとする主旨であった。それを浮き出させるテーマとして、テクノロジー、コマーシャリズム、メディアがとり上げられた。それは今に生きる建築家にとって避けて通れない問題として、現代を特徴づける基層となっているからだ。たとえばコマーシャリズムを推進することも拒絶することも、いずれにしてもコマーシャリズムが大きな影響力として働いていることを意識せざるを得ない。かつて建築のあるべき姿を求めて、モラルに向けられた視点は、次第にそれをとり巻く時代の現象に移されて来ており、その視線のズレは世代の移り変わりを目測する指標となる。

「テクノロジー」をテーマとした第一回は、リチャード・ロジャースをゲストに、100名が一堂に会する会議となり、技術に対する千差万別の立場が各人から提出された。しかし、問題を深める点では100人の会議はコミュニケーションという点で反省が残り、第2回では分科会方式が採用されることになった。ここでは「コマーシャリズムの中のデザイン」について、3つの異なるサブテーマとして、それぞれ「商業空間のパラダイム」「消費社会の中の住空間」「虚像化する都市空間」があげられ、プロデューサー、美術評論家、文化史研究家、建築家をゲストとし、さらに、アジア各国からの同世代の建築家約10名をまじえての討論となった。それぞれの会議録は既にデルファイ研究所から、建築デザイン会議実行委員会編として出版されている。

この2回の実績を踏まえて、1989年度は「メディア」の時代とその及ぼす影響について、分科会はさらに5つの小グループに分けられ、ゲストとしてはドームスをはじめとして世界の建築雑誌を代表する海外ジャーナリスト4名の参加を得て行われた。

ここでは、メディアの変容が人間の精神に働きかけ、さらにそれがメディアを変えていくという加速化された情況において、メディアは単なる媒体を越えて人間の身体と深くかかわっているという時代の特殊性を探ることが大きなテーマとなった。

100人の会議は次第に細分化されることによって、より具体的で突っ込んだ議論に入るようになって来た。またそれぞれが顔見知りになり、相手の考え方を知るようになり、各人はそれぞれ自分のスタンスを見極めることが出来るようになって来た。同時にこの3回の議題は、戦後生まれの建築家達をとり囲んで来た特殊性を意識のレベルに引き寄せたようだ。

今後この会議は継続されていく予定になっている。しかし時代の変容に向けられた視点を継続するためには、会議自体も変容していかなければならない。この3年間でシステムは確立された。実行委員会も新陳代謝されなければならない。あらたにのぼるであろう議題はこれから検討され、時代の多様な断面を浮き上がらせていくことだろう。準備は進行中である。報告の最後にデルファイ研究所の協力と、ＹＫＫ吉田工業の協賛が、この会議を支える舞台裏にあったことをしるしておきたい。

（**本多友常**／竹中工務店）

第1分科会「メディオコスモスとデザイン」

「メディオコスモス」とは、ゲストスピーカーの一人室井尚氏による呼びならわしである。メディアの宇宙では、様々なメディアが互いに関係性をつくるだけで、バラバラに散らばっている。今日のようにメディアがデジタル化されると、メディアそれぞれのヒェラルキーはなくなるというわけである。さて、そういう状況のなかで、建築家のみなさん、いったいどうしますかという室井氏の先制攻撃から分科会は始まった。

建築家たちの反撃はいつものように個別的で、まとまった話にならない。また、ゲストスピーカーが提起する問題とはいつまで経っても意識のズレが残ったままであった。しかし、今回はそのズレをお互いがわきまえながら論じあえたようであり、中味の濃い議論が行われたとは思う。

時代は明らかに変わりつつある。クライアントをはじめ、建築家をとりまく環境にその変化が目立っている。もちろん、それはメディアの変貌を背に受けてのことである。そこで、ゲストスピーカーたちは問う。今や、建築家の表現は根底から変えてゆかざるを得ないのではないか、と。それに対し建築家は、新しいメディアの出現は、自分にとって表現の範囲を拡げるチャンスだ、と応じる。根底は変えない。変わりたくないのである。心の中では、変わらねばならない、と思っているにもかかわらず。両者が一番かみあわないのはこの点である。

建築家はあいも変わらず、自らのアイデンティティが強い表現意欲抜きではありえないと考えている。時代はどうあれ表現なるものの本質は変わらないのだ、と信じたがる。そんな物言いに、ゲストスピーカーは、他のアートの分野では、とっくにそんな前提は捨て去ってますよと切り返す。ここで建築家の信じているものは、近代における建築家像である。しかし、ゲストスピーカーの一人建畠晢氏が言うように、近代という時代はすでに「過渡期」に他ならない。一つの考えにこだわりつづけることがやがて矛盾をさらけだすことも明白なのであろう。



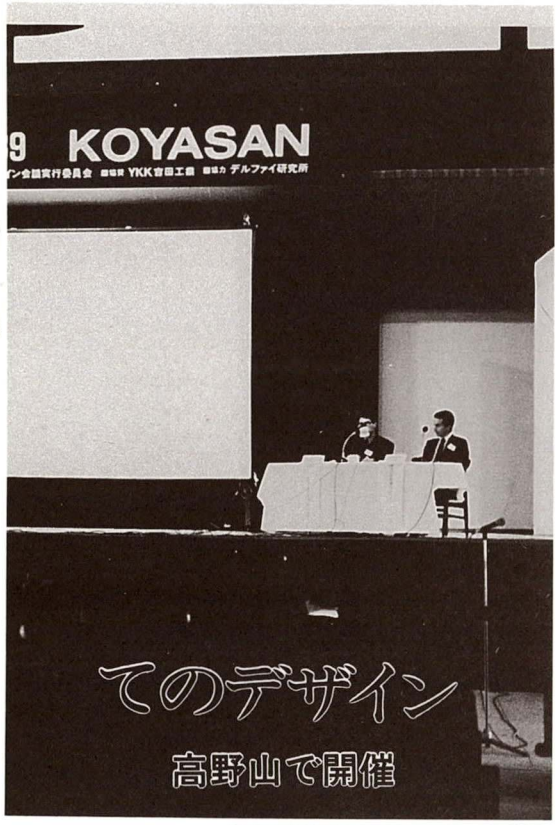
そうした議論の流れのなかで「建築家自体がメディアではないのか」という発言があらわれた。議論の本筋から少し離れてはいたが、その場の人々の静かな支持を集めた。たしかに核心を突いた発言ではあったが、そのために、せっかく開きかけた傷口をふさいでしまったようである。次は田原総一朗でも呼んできて、もっとズタズタにやりませんか。

（**佐野吉彦**／安井建築設計事務所）

第2分科会「メディアスーツ」

歌舞伎の女形俳優・嵐徳三郎さん紛する王女メディアのコスチュームが、「意外と薄手に作られていて、身体の線が妙に男っぽかったではないか。云々……」などという色っぽい議論かなと思いきや、まったく当が外れた。メディア（媒体）に建築は食われてしまったのだろうか、という実に悲しい真面目な会議だったのである。

そもそも誤解を招くメディアスーツの本来の意味は、ゲストスピーカー・伊藤俊治さんの小文を私なりに解釈すると、こうなのである。「高度なメディアテクノロジーの発展は、メディアを気紛れに選択できる立場から、いやがおうでも受け入れざるをえない状態にまで、我々を追いつめてきている。この呪縛のメディア環境では、メディアが人を包み込み動く建築物のような役目を果し始め、時には皮膚や服の機能の如き密度で我々にか



海外の建築ジャーナリストによる討論

かわってくる。即ち、我々はメディアのスーツをまとっているようなものだ』というのである。

この人間の感覚をもコントロールし始めているメディア環境の中で、身体に直結する建築デザインは、恐らく、その事実を最もダイレクトに受けとめていかなければならないジャンルである、ということになるのだそうだ。

うろたえる我々の浮足立った意見の交換の中から、一昨年の「建築はウォークマンに勝てるか(ウォークマンは、まったく別の環境を瞬時に作り出せる。)」の議論が再燃し、ようやくメディアに対する建築家のスタンスのとり方に4グループある事が浮び上ってきた。第1は、狂信的グループ。「大文字の建築は……ある。きっと、ある。ウォークマンごときに建築が左右されてたまるか……。」とつぶやく。

これに対して、第2は、ウォークマンを新しい支配者として崇拝するグループ。その中の女性建築家の発言。「こんなお話があります。小住宅で部屋数を一つでも減らしたい。そんな要望の施主がおりまして、一つの子供部屋に二人のお子達が、それぞれにウォークマンを掛けて別々の生活をしているのでございます。御夫婦もそろってウォークマンをお掛けになれば、個室が、たった一つで済み、もっと広々と使えてようございますのにね。全員で大笑いのあと、なぜか頬が引きつる。(多少、発言を脚色しております。これもメディアス一ツのなせる業、お許し頂きたいと存じます。)第3は、この狂信的建築家達とウォークマン崇拝派のテニスマッチを首のだるくなるのをがまんしながら見守る日和見グループ。第4は、逃避のグループ。メディアと名がつけばファクシミリのスイッチすら、できれば押したくないと恐れる連中なのである。

こうした情況をみて「王女メディア」のシーンが思い浮かぶ。4人の我子が苦しむ様をみて、メディアは復讐を果たした喜びに狂おしく叫ぶ「もっと苦しむが良い。私の受けた心の傷に比べれば、お前たちの苦しみなどは……」。

(**柏木浩一**／竹中工務店)

第3分科会「触発するメディア」

分科会ーIIIは「触発するメディア　音と光」をテーマに、ゲストスピーカーとして山内晴雄、庄野泰子の両氏をむかえての会議。山内氏は、舞台照明をはじめとする照明デザイナー。庄野氏は、都市・建築ともかかわりの深い音環境デザイナー。

会議は、庄野氏からのプレゼンからはじまった。

自然の存在を音を通して表現している例

騒音の中に異質な音を添加することにより、非日常的な空間を生み出した例

●ボストンの地下鉄駅の鐘

●西鶴屋橋のサウンドインスタレーション

(これは、低音域中心の交通騒音の激しい歩道橋に、人・車の発する振動を感知し、高音域の断続音をかすかに発生させる装置を設けた例)

"氏の意図とは別に「騒音」に議論が集中した。

「音を騒音ととらえるか情緒豊かなものととらえるかは時代・個人により変化する。絶対的な評価はできない」「滝の音も、ある人にとっては騒音にすぎない」「チンチン電車・物売の声も、かつては騒音であったものが、今はなつかしく思われる」など。

山内氏より問題提起。

演劇の世界においては照明も音響も俳優も演出も全て作者に奉仕しなければならない。ここでは、過剰な演出は、個人それぞれの理解を妨げ、メディアとして失格といえる。

「発信側と受信側では、必ずギャップがある。」「どこまでが過剰であるかの線引きは困難。各自で判断するしかない」など、過剰な演出の不当性には賛同しつつも、とまどいがあった。

以上の議論をふまえて、「現代の都市・建築デザインの状況も騒音の渦といえるが、音の世界のように異質なものを投入することにより、状況がかわるか。」「デザインそのものにおいても過剰な演出は受け手の選択の余地をなくす。例えば竣工後も触手を持っているような、オープンエンド・システムが考えられれば建築は人とともに変化・成長できる(=新メタボリズム)」「新メタボリズムはファッションになってしまう(メディア化の否定)」「これからは生の時代。生の音、光、空間は時と共に変化し、変化する空間は人に押付けがましさを与えない。」

■「テクノロジー」「コマーシャリズム」に次いで今回は「メディア」がテーマとして選ばれたが、実行委員会より「建築・都市はメディア=一過性の消費を目的とする記号にすぎない」という定義がされていました。この時点で「建築=メディア派」と「建築≠メディア派」に分れてしまい、どちらかと言えば後者の方が多かったように思われます。分科会での議論は「建築は消費されるものではない。あるいは、あってほしくない」といった立場を暗黙の内に認めた上での発言が多かったように思われます。かく言う私も、その一人です。消費されてしまう部分があっても、建築が消費されたあとに残るものは「無」でしょうか。もうすこし議論が必要なようです。

(**林　浩二**／大林組)

第4分科会「メディアとしての空間」

ゲストの川島透氏は〝虚構の空間〟の映像上の構築者としての映画監督。映像としての映画と、空間としての映画館は、深い文学的体験の世界を共有していた。今は、再開発という平均化されたキレイゴトの世界が代表するように、やせ細った体験のない世界になった。(映画館は、駅前にあり、再開発の対象となりやすい。)

映画ー映画館ー再開発ー均一化は、空間としてのメディアの変遷の典型である。現在の多様なメディアの変節は、都市空間の変節と平行して進んでいる。メディアが全体像を提供しようとした幸福な時代は終ったように、都市空間も、全体像を提供しえていない。映画においては、V.T.R.を通じて編集が茶の間化され、プロの領域も、薄っ平にアマチュア化された。都市においても、"ホワイトシティ=全体の街"から、"ディズニーランド型=部分の集積の街"に移りつつある。前者は東急型、後者はセゾン型として、戦略化されたメディアである商品としての空間にも取り込まれつつある。團紀彦氏が、"オデキ"と呼ぶ"都市の橋頭堡的な部分"は、本会議の参加者が形成しようとしている建築を表現する一つの言葉である。たとえ"オデキ"が真珠であるとしても、短編小説であり、長編小説としての過去の都市像を形成した建築空間にはなり得ないのではないかという議論があった。

川島氏の撮影可能な"東京"という街は、セットか、夜の街である。不要な情報が消え、"人々の考えている東京の姿"="心の実像"="虚像の実体"が獲得できるからだ。

建築家として、メディアとの距離は、①椎名英三氏、メディアからのがれようとする。②隅研吾氏、メディアの中にあって、流れながら考える。③團紀彦氏、倫理すら戦略になってしまったメディア社会にあって、古典的空間像を探るところから再構築を探る。④竹山聖氏、建築は、個人の表現行為ではない。建築家は、自分の信念・価値観を持った、社会の変圧器ではないか。⑤中埜博氏、メディアは、自分自身である。等であった。

一枚の写真が大切であった時代、かけがいのない一枚の写真を、今は、持ち得ない時代である。

（川島氏）混線したメディアの中に、日本の映画界があり、建築界があり、人間と空間の関係がある。

現実は、刺激的で、コンフォータブルであるが、無力感の漂よう世界が展開している。

川島氏より、極めて流動的な現在のメディア社会において、かけがいのない一枚の写真、一本の映画、一つの建築を、〝メディアとしての空間〟に関わる立場から一緒に探ってほしい。と述べられた。（**池上俊郎**／アーバンガウス研究所）



分科会風景

第5分科会「官能性と空間」

「官能性と空間」、恐らくこのテーマのみを見てこの分科会に参加した人々はゲストが話し始めた内容に、不断使われることの無い部分を少なからず刺激されたのではないか。文化人類学者であり宗教学者であるゲストの植島啓司氏は、まず最近の雑誌から米国の煙草メーカー、ベンソン&ヘッジス社のカラー広告をrandomに引き抜いて提出し米国の、特に食品、医療品、煙草等で行われている広告媒体におけるMedia exploitationについて語り始めた。

それらの広告には、煙草を売ることとは異質なものが様々に埋め込まれていた。一見しては楽しい場面であるのにその背後に、Sexや死のイメージが埋め込まれている。それも様々な形で。妊婦とおぼしき女性が煙草を吸い、インシュリンのケース（糖尿病の人にとって喫煙は命取りとされている）が何気なく置かれ、誕生パーティーの楽しい場に、喪服の人物が潜んでいたり、正に煙草にとってタブーですらあったイメージが潜まされ、それが煙草の売上を大きくあげているという。

1枚の広告は広告製作者（社）によって隅から隅までexploitationの場として徹底的に意図的につくられていること、それらは人間のサブリミナルな領域に向かって発信されているということ、そしてその構造はまだはっきりとは判っていないが、その構造への技術的、科学的アプローチが進んでいる。だから「ポストモダン」などトンでもない話で、いまやっと「モダン」が実践化され始めたのだ。——と植島氏は言う。

雑誌広告とは別に音と映像に関してもウィリアム・フリードキンの映画「エクソシスト」が取り上げられ、ビデオを見ながらフィルムに1／48秒間挿入されたデスマスクやら、音の世界で入れられた自然音（豚が屠殺されたときに出す悲鳴の複合音、巣を壊された蜂が出す怒りの音の複合音）、それらが多くの観客に吐き気や不快感を与え、かつ空前の入場者数になったこと、等々が語られた。むしろ「性」よりは「死」の方が取り上げられがちであった。

そこで官能性に話を向けることが提案され、まず、植島氏による官能とは性的感覚であること、その官能を感じるのに、今、流行りの「美少女」達を集めての森林浴ならぬ美少女浴は如何だろうかと。では建築家達にとっては官能的建築とは一体どんな建築をいうのか、何がkeyなのか？との問いが発せられた。

建築家達の反応、応酬についてはもう字数が尽きて書くことができないが、こうして身の回りをビッシリとメディアで埋められている中で、このようにメディアを丹念に読んで行くことを見せつけられると、Media-phobiaの状態に陥りそうになり、理解することを放棄しそうになるが、それが又、「メディア」側の思う壺で、放棄した情報は記憶の貯蔵庫に送り込まれてしまうという。つまり、マクルーハン流に言うと「人間に影響を与えるのは、理解できなかったことだ」という風になる。

当然「美少女浴」に無縁な我々は、メディア浴という日常を生きてゆくことになる。しかし植島氏の「モダンはやっとtake-offしようとしている。ポストモダンには反対だ」というstraightな意志表示はポストモダンに汲々としている建築家達には、別世界のように感じられたかも知れない。

しかし、私自身としては、モダンの技術主義的、科学主義的傾向には常々、不安を感じてきた。ともあれ、この分科会では少なくとも植島啓司という建築界には異質な知性が切り開いてみせてくれた世界に拒否反応をも含めて大きな刺激を与えたようには思えた。（**安原盛彦**／安原建築設計事務所）

オブザーバーとして

今回で3度目となるこの会議に、昨年からオブザーバーとして参加をした。今回は、前回までのＹＫＫ富山国際会議場を離れ、高野山に場所を移しての開催であった。それは高野山の場所性が設定されたテーマと極めて現代的に連関するであろうという目論見に基づいている。また今回も各々のテーマについて、5つの小分科会に分けられ会議は進行した。小人数化することで、よりテーマを深く堀り下げようとしたからである。こうした試行は、会議の一回性の臨場感と緊張を高め、参加した者にとっては最も有意義なことであったように思う。

今回のテーマは、前回までの「テクノロジー」「コマーシャリズム」に引き続き、「メディアとしてのデザイン」であった。テーマ自体、現代の建築を取りまく状況に極めて包括的に関わりながら、建築の本質的な部分を大きく左右する命題である。と同時に、建築が建築だけの問題ではなくなり、決して一つの解決法に収束していくことがないという現代の状況をよく反映したものだといっていい。

会議には、他分野からのゲストスピーカーが呼ばれ刺激的なプレゼンテーションが行なわれた後、自由なディスカッションが行われる。前回もそうであったが、彼らは、建築家が、社会的な責任とのせめぎ合いの中で、他分野よりも、より問題意識が先鋭化することを賞賛しながらも常に枠をつくり、自由にはばたききれないもどかしさも合わせもっていることに対して、果敢に攻撃を加えながら激励してくれるのである。その時に、建築そのものが、超克すべき問題を設定しにくい時代であるということと、それに対して抱かざるを得ない不安感をいやが上にも再認識させられる。少くとも自覚的である建築家にとっては、両刃の剣にもなりかねない不可視の領域—メディア—に対する各自のスタンスを改めて考え直してみる機会となったであろう。会議そのものが、結論を導き出すことなく、われわれ自身にとってひとつの契機でしかないことに意味があったように思う。

また、今回は、ＤＯＭＵＳを始めとする海外建築雑誌の編集長がパネラーとして参加され、各誌の編集を通して建築思想とでも言うべきものが語られたが、彼らの一貫性と、自らの立場に対する確信は、メディアにひとつのベクトルを与え、何よりもその背景にある強固な意志こそが、新しいものを創っていくのだということを、よく物語っていた。それは、建築そのものがメディアであり、カオティックな状況の中で、どう方向付けられるべきかということに、ひとつの示唆を与えていたように思う。（**松本　明**／浅井謙建築研究所）

空気調和・給排水・衛生・防災設備 設計・施工

株式会社 朝日工業社

本　社　東京都港区浜松町1-25-7　電話（434)6171(大代)
大阪支社　大阪市淀川区加島1-58-59　電話（302)2271(代)
支　店　北海道・東北・名古屋・中国・九州
営業所　釧路・函館・盛岡・横浜・静岡・京都・神戸

商品は空気です。



熱と空気のエンジニア
株式会社
大気社

●営業種目
空気調和設備　給排水衛生設備　塗装設備　公害防止関連設備の設計・製作・施工

本社・東京本店　東京都新宿区西新宿2-6-1　☎03－344－1851(大代)　大阪本社☎06－448－3603(代)
大阪支社 ☎06－448－5851(代)　名古屋支店 ☎052－211－1535(代)　中国支店 ☎082－247－5541
九州支店 ☎092－431－2147(代)　営業所：北関東・横浜・神戸・京都・岡山・四国

電気・空調・衛生・防災・産業廃水設備
設　計　施　工

ダイダン株式会社

本店・大阪本社　〒650 大阪市西区江戸堀1丁目9番25号　電話(06)441-8231
東京本社　〒102 東京都千代田区富士見2丁目15番10号　電話(03)261-8231
支　社　名古屋・福岡
支　店　札幌・仙台・新潟・大宮・千葉・横浜・金沢・京都・神戸・天理・岡山・広島・高松・熊本
営業所　帯広・函館・青森・秋田・盛岡・前橋・長野・静岡・豊田・津・富山・福井・徳山・松山・高知・北九州・鹿児島・那覇
出張所　旭川・福島・川崎・松江・徳島・下関・長崎・大分・宮崎
海外支店　シンガポール・ホンコン
技術研究所　〒354 埼玉県入間郡三芳町大字北永井390番地　電話(0492)58-1511

空気調和　搬送機設備
給排水衛生　設計施工

人に優しい環境づくり

第一工業株式会社

大阪支店　〒530 大阪市北区西天満3丁目6番14号
電話　06－364－6661(代表)
本　社　〒100 東京都千代田区丸の内3丁目3番1号
電話　03－211－8511(代表)

空気調和設備　産業設備
給排水設備　水処理施設
電気設備　環境施設

三機工業株式会社

取締役社長　白谷清二
大阪支店長　三田村嘉也

大阪支店　大阪市中央区北浜2－2－21　電話06(202)3071(代表)
本　店　東京都千代田区有楽町1-4-1　電話03(502)6111(大代)
支　店　名古屋・九州・北海道・中国・東北・北陸・四国

ガス設備の設計・施工のご相談は
大阪ガス指定工事会社・大阪ガス住設機器特約店

大晃設備株式会社

本　社
大阪営業所　大阪市北区西天満5-11-12　電 06－313－1846
枚方営業所　枚方市甲斐田東町9－3　電0720－49－2128

空気調和設備
衛生設備 設計施工

三建設備工業株式會社

大阪支店　大阪市北区紅梅町3番5号　電話（352）1131(代)
本　社　東京都中央区日本橋蠣殻町2—22　電話（667）3431(大代)
支　社　名古屋・仙台・札幌・広島・福岡・金沢・新潟・横浜

MODAIR
空気調和設備
換気・除塵設備 設計施工

東洋熱工業株式会社大阪支店

大阪市西区靱本町3－1－27　TEL(443) 8071
本　社　東京都中央区京橋2丁目9　TEL(562) 1351
支　店　名古屋・福岡

空気調和・衛生設備・設計施工

株式会社 三晃空調

本　社　大阪市中央区城見2丁目1番61号ツイン21MIDタワー　電話 06－949－1371
東京本店　東京都新宿区西新宿　新宿住友ビル　電話 03－344－1911
大阪本店　大阪市北区西天満4丁目6番18号　電話 06－363－1371
支　店　仙台市青葉区大町2丁目2番10号　電話022－261－3002
名古屋市中村区名駅南2丁目14番19号　電話052－581－8571
広島市中区紙屋町1丁目2番22号　電話082－247－4535
福岡市中央区大名2丁目4番22号　電話092－761－3795
営業所　札幌・横浜・京都・神戸・松江
出張所　青森・秋田・盛岡・大宮・千葉・川崎・富山・福井・和歌山・鳥取・岡山・高松・下関・熊本・鹿児島・沖縄

給・排水・衛生・消火・空調設備

株式会社 西原衛生工業所大阪店

大阪市北区中津6丁目8番4号　電話大阪(458)3628番
支店・営業所　福岡・京都・天理・川西・神戸

空調衛生・冷凍冷蔵・地盤凍結
よりよき環境へ技術で挑む

株式会社精研

本　社　大阪市中央区瓦屋町2丁目11番16号(オートセンタービル1．2階)
郵便番号542　電話 大阪（06）768－5031　代表
メンテナンス部　電　話　大阪（06）768－1651　代表
東京支店　東京都千代田区九段南2丁目2番5号(九段ビル2～4階)
郵便番号102　電話 東京（03）262－3241　代表

技術と信頼で人と企業に貢献する

青葉印刷株式会社

代表取締役社長 依藤孝蔵

〒534 大阪市都島区中野町2丁目10番11号　TEL(06)351－5428(代)
FAX(06)351－5299

空調・衛生・防災設備　設計並施工

日本管工業株式会社

本社及京都支店　京都市南区西九条豊田町20番地の1
電話(681) 5101～5・夜間専用(691) 1045
大阪支店　大阪市北区天満1-5-20　電話 (06)352－3501㈹
三重支店　津市栄町2－111　電話(0592)26－3610㈹
四日市営業所　四日市市西末広町　電話(0593)53－7431㈹
滋賀営業所　大津市中央2丁目4-28　電話(0775)22－9738㈹

Carrier　冷暖房はキャリア CARRIER

東洋キヤリア工業㈱デストビューター関西地区

日本冷熱工産株式会社

本社及大阪営業所　吹田市豊津町40番38号
電話 大阪 (384) 1201～7

電気・計装工事　設計施工

栗原工業株式会社

取締役社長　栗原信英

大阪市北区角田町1-1 東阪急ビル TEL 06-313-1101
支店　東京・名古屋・舞鶴・京都・天理
大阪南・神戸・広島・四国・九州

電気設備　設計施工

朝陽電気株式会社

代表取締役　山本貴士

本社　大阪市北区中之島3－2－4　朝日ビル　TEL 大阪06 (385)1361(代)
大阪営業所　TEL 大阪06(385)1361(代)　京都営業所　TEL 京都075(311)1185(代)
東京営業所　TEL 東京03(574)0665　福岡出張所　TEL 福岡092(771)6168

電気工事設計施工

株式会社 三興社

代表取締役　土井敏裕

本社　大阪市北区西天満2丁目6－8(堂ビル7階)
電話 (361) 3671 (代)
支店　東京都中央区日本橋箱崎町20番5号
電話 (671) 1478 (代)
出張所　川崎・相模原・堺・滋賀

電気設備工事設計施工

東光電気工事株式会社
大阪支社

専務取締役支社長　横田幸一

大阪市中央区高麗橋4丁目3番7号　電話大阪 (202)0325～9番
本社　東京都千代田区西神田1丁目4番5号
支社　札幌・仙台・丸ノ内・新宿・横浜・名古屋・九州
営業所・出張所　全国主要都市32ヶ所

――誠実と技術でお応えする――

住友電設株式会社

取締役会長　代谷正元
取締役社長　相馬一男

本社／〒553 大阪市福島区福島7丁目22-8 ☎(06)452-1151(大代)　東京／〒105 東京都港区芝2丁目2－17 ☎(03)454-7311(大代)

営業種目 設計・施工・監理

●電力工事
発変電設備工事
架空送配電線工事
地中送配電線工事

●設備工事
ビル電気設備工事
工場電気設備工事
防爆電気設備工事
計装工事
空調工事
給排水衛生工事
特殊配管工事
消防施設設備工事

●プラント工事
●情報システム工事
光伝送システム工事
CATVシステム工事
各種アンテナ装置工事

限りなきクリーンに挑戦する!!
電気設備・クリーンルーム・冷暖房設備
給排水衛生設備・計装制御設備・立体自動倉庫
エネルギー集中監視システム・回転式自転車置場
設計施工

三宝電機株式会社

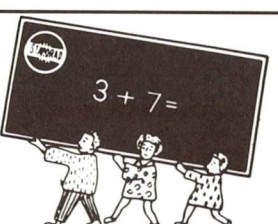
取締役社長　嘉納伝三

本社　〒530 大阪市北区西天満2－6－8(堂ビル)　TEL 06(364)1471
TELEX 523－3287
東京支店　〒105 東京都港区新橋2-16(ニュー新橋ビル)　TEL 03(504)0231
TELEX 222－6724
名古屋支店　〒462 名古屋市北区金城三丁目12－14　TEL 052(991)5131
神戸支店　〒657 神戸市灘区岩屋中町1-2-9(エビスビル)　TEL 078(881)5571

奉仕感謝の店
タイル工事施工

株式会社 川岸窯業商店

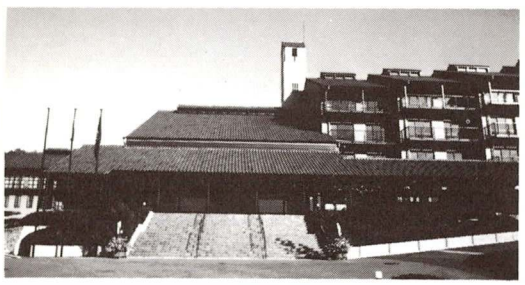
本社　〒550 大阪市西区西本町1－13－33
電話 大阪 06(532)代0461 〒550
天理営業所　天理市丹波市新町50



Standard　Board&Slate

フタバ工業

〒547 大阪市平野区加美北3－4－5　TEL 大阪06(792)5858(代)



あらゆる屋根工事の相談は、

ナニワ瓦株式会社

〒556 大阪市浪速区塩草一丁目二番三号
☎ 五六一～七四五四
ファックス 五六一～七四一六

活字のない印刷

日本写植印刷株式会社

代表取締役　神田都義

本社　〒545 大阪市阿倍野区阪南町7-5-30　☎06(606)1111代
日本写植センター　〒892 鹿児島市名山町4-7 三宝ビル　☎0992 (26)4371
津山写植センター　〒708 津山市大手町8番5号模範店会館　☎08682 (4)1771
沖縄写植センター　〒900 南風原村兼城　沖縄印刷団地　☎0988 (55)6100

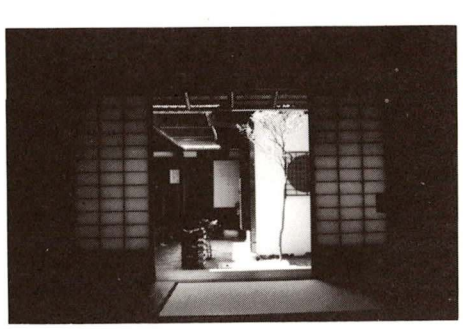
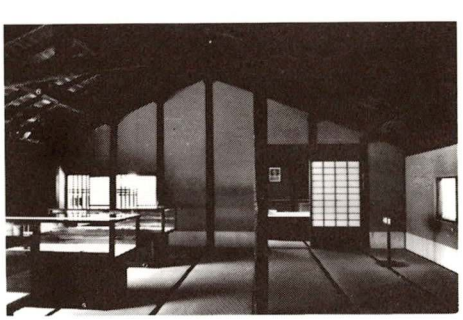
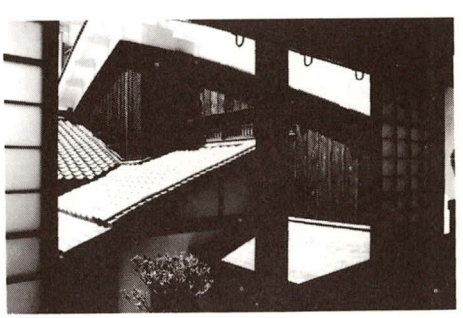
特殊壁装材製造販売　和室に最適
●聚楽壁紙●ホクシノン(無機質壁紙)
(株)ホクシンクロス
〒583 大阪府羽曳野市島泉８－173－１
TEL(０７２９)３９－３６１０
工場　〒580　大阪府松原市三宅中8丁目1番9号
第一　〒639-11奈良県大和郡山市小泉町２７４４
第二　〒597　大阪府貝塚市王子５０１

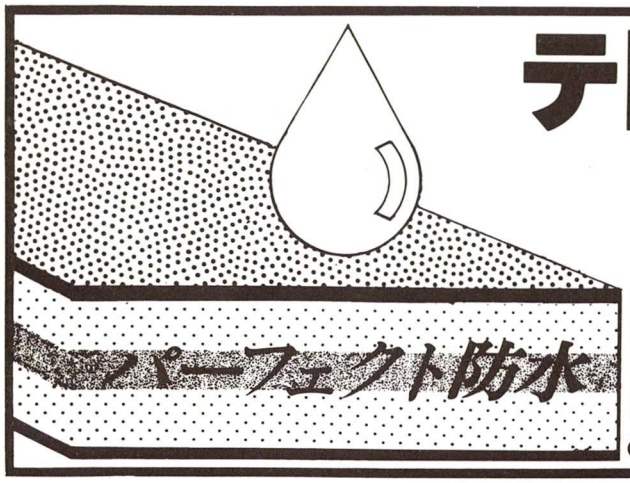
Construction chemistry for the future.
コンクリート用混和剤／コンクリート用補修材
高性能無収縮材／コンクリート用高性能床材
Master Builders Technologies
ポゾリス物産株式会社
日曹マスターピルダーズ株式会社
本　社：東京都港区六本木３－16－26 TEL03-582-8813
大阪支店：大阪市中央区北浜3-2-23(信愛ビル) TEL06-202-3294

営業種目
●防水工事　塗布防水・シート防水・モルタル防水
●樹脂注入接着工法　各種樹脂注入接着補修工事
●亀裂補修工事　各種樹脂注入・充填・コーキング
●シーリング工事　シリコン・チオコール・ウレタン・アクリル
●吹付工事　アクリル・リシン・弾性タイル・その他
◇建設業許可　大阪府知事許可（般－53）第51225号
◇日本シーリング工事業協会々員
大阪市北区末広町３－21
星和地所扇町ビル201S
TEL06(315)０７０１
(株)特殊技研

省エネルギー時代の断熱用シート防水材
日立バイナリーシートP
日立バイナリーシートPは，日立防水シートに発泡ポリエチレンを独自の貼り合わせ技術で積層した，二重構造の断熱兼用二重防水シートです。
日立電線株式會社　本社 東京都千代田区丸の内2丁目1番2号(千代田ビル)

デンカCSAファミリー製品
●デンカCSA（膨張性混和材）　コンクリートのひびわれ防止に
●デンカタスコン（グラウト用無収縮材）　鉄骨ベース、逆打部の充填モルタルに
●デンカキューテックス（止水・補修用急硬セメント）　コンクリート躯体の漏水補修に
●デンカES（土質安定用急硬材）　地盤補強用薬注入
●デンカΣ1000（製品用超高度混和材）　コンクリートパイルの早期出荷とハイモメント製造用に
電気化学工業株式会社
近畿地区販売店
浜宗産業株式会社
TEL 本社・京都・網野（０７７２７）２－２２２０
舞鶴（０７７３）７６－０１３３
金森藤平商事株式会社
TEL 大阪（０６）３３２－６８６１
TEL 東京（０３）２７２－８５０１
小浦産業株式会社
TEL 大阪（０６）４４３－６１８１
光洋物産株式会社
TEL 大阪（０６）２５２－６０００
株式会社トーゴー／本社
TEL 滋賀・守山(０７７５)８３－２３８１



テトカッパー防水層

防水事業の研究・経験から生れたすくない資源のパーフェクトな防水層です。
この防水層は（一層防水）施工するだけで、防水は完璧です。
温度変化に伸びがなく、柔軟性に富み、耐酸、耐薬品性に優れ、腐蝕しません。

カッパー防水帯　コーバータイト　新工法
オクロン防水帯　プレノテクト吹付工法

●お申込次第カタログ進呈

奥山化工業株式會社

本　　社	東京都中央区銀座８－４－９	電話03（571）2703
大阪事務所	大阪市淀川区東三国６－１－41	電話06（391）1081-2
埼玉営業所	埼玉県桶川市東１－３－30	電話0487(74)2845-6
厚木出張所	神奈川県厚木市金田259	電話0462（21）1761
名古屋出張所	名古屋市南区若草町33	電話052（811）3660
九州出張所	佐賀県佐賀郡諸富町大字諸富津450	電話0952（47）2945

新しい時代の、新しい扉をひらきたい。

TOYO Shutter

東洋シヤッター株式会社

本　社　〒540 大阪市中央区常盤町1－3－8（日本生命谷町ビル）
TEL（06）943－6571（代）
■東京/横浜/盛岡/仙台/水戸/静岡/岡崎/名古屋/富山/大津/京都/神戸/広島/高松/福岡/他全国主要都市

特　　許・耐酸被覆鋼板
耐久建築屋根・外壁材料

オリエンタルメタル

半世紀の実績が誇る技術とアフターケアー！

長尺物・色彩豊富・責任施工

品　種
- オリエンタルカラースーパーメタル(CSPM)
- オリエンタルスチールライト(ＳＴＬ)
- オリエンタルメタル(ＯＰＭ)
- 鋼板製オリエンタルフネンシングル
- オリエンタルオリセラム

波板規格　Ｓ小波・Ｓ大波・Ｖ波・ボックス波・Ｗジャンボ波・Ｖデッキ
ＳＶジャンボ波・ボルトレスルーフBL・其の他

用　途　平板・波板・棟包・雨押類・谷樋・竪樋・軒樋
各種換気装置〔モニター・ベンチレーター・ムーバー・エキゾスター(強制)〕
ボーロイド(断熱材)D.G.K.　※カタログを御請求下さい


体育館屋根フネンシングル

オリエンタルメタル製造株式会社

大阪本社　〒660 尼崎市昭和南通り３－26 松本ビル　電話大阪(06)412－5131(代)
大阪支店及工場　大阪・九州・名古屋・広島・東条・刈谷・姫路

東京本社及工場　〒335 蕨市塚越５丁目６番32号　電話 蕨(0484)42－3115(代)
支店及工場　東北・東京・関東・熊谷

おかげさまで25年。

エルミンは常に窓開口部を見続けています。





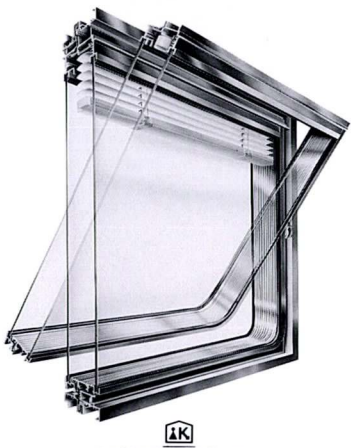




現代建築のクオリティを高める

エルミン窓

ブラインド内蔵二重硝子回転断熱窓



優良断熱建材認定品第2種59-009

現代建築に要求される窓開口部は、自然の光と風を豊かに採り入れた快適な住空間を創ることにあります。また同時に建物全体の美観にも大きな役割をもっています。しかも、省エネルギーの立場からは高い断熱性が、快適空間としての光のコントロールや防音、更にはメインテナンスに手間がかからない点など、実に様々なファクターがあります。

エルミンの窓はこれらファクターの全てに自信をもってお応えできます。空気汚染や騒音の酷い地域、酷暑や酷寒の地域でも、建物の中には快適さをお約束します。

製品はガラスやブラインドの組み込みまで全て工場生産。しかも施工も当社の責任施工ですので安心してお任せいただけます。建物のグレードアップにエルミンの窓をお役立てください。

建築のインテリジェント化に対応する

エルミンフラット

ブラインド内蔵同一平面引違い窓



日本エルミンサッシ株式会社

本　　社　〒101 東京都千代田区岩本町1-11-2　TEL.03-861-1891
大阪支店　〒550 大阪市西区京町堀1-7-9　TEL.06-441-1978
北海道営業所　〒060 札幌市中央区大通西8-2　TEL.011-222-3575
東北営業所　〒980 仙台市青葉区一番町1-14-23　TEL.022-221-1369
九州営業所　〒812 福岡市博多区博多駅東2-4-30　TEL.092-475-4820

建築と社会
第71輯第1号

社団法人 日本建築協会 〒530 大阪市北区梅田1の1の3の2100 電話大阪06(348)0635 FAX06(348)0634

露出シート防水材：JIS A6009



京都大学（ベストプルーフ絶縁工法）

防水の改修工事に最適な ベストプルーフUS工法。

塩化ビニル系シート防水

ベストプルーフHG®
断熱防水用・歩行用

ベストプルーフHGは最高品質のハイグレード塩化ビニルを主成分にガラスクロスを中間に積層した断熱防水に最適の防水シート。

塩化ビニル系シート防水材

歩行用 ロンプルーフ®
絶縁工法用 ベストプルーフ®

近年とみに増加している建物の改修工事。それに最適な防水工法がベストプルーフUS工法。下地処理が簡易で既存防水層の上から施工でき、工期の短縮ができます。しかも接着剤を使わず特殊な脱気工法の採用によって湿潤状態でも施工できます。絶縁工法は下地のムーブメントを緩衝し美しい仕上りを保証します。

西日本ロンプルーフ防水事業協同組合
大阪市淀川区西中島3-9-13 大北ビル ☎06(304)5155

ロンシール工業株式会社
大阪支店/大阪市淀川区西中島3—9—13 大北ビル7階
☎06(304)2700

●本 社〒101
東京都千代田区神田松永町13「川口ビル」☎03-253-4911㈹
■営業所/●札 幌☎011-531-2602 ●青 森☎0177-77-1155
●仙 台☎022-265-4771 ●新 潟☎025-243-3791
●金 沢☎0762-92-1161 ●大 宮☎048-664-1511
●千 葉☎0472-46-5851 ●横 浜☎045-662-7370
●静 岡☎0542-51-3712 ●名古屋☎052-935-7063
●岡 山☎086926-4321 ●高 松☎0878-31-4177
●広 島☎082-211-2700 ●福 岡☎092-472-5857
●鹿児島☎0992-58-6571

※詳しいカタログをご希望の方は、
本社、支店、各営業所までご請求下さい。

振替口座大阪一三九七五番
正会員の購読料は会費に含めて徴収
定価九八〇円（本体九五一円 消費税九五円 送料共）