Vol.75通巻869号　平成6年8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 0451-3182

建築と社会
Architecture and Society

8 1994

特集
まちなかの看板
竹中工務店の集合住宅



日本建築協会

関西電力

関の沸かし人





電気温水器

夜に沸かす
電気のお湯は、
安くて安心。

ヨーロッパ
欧羅巴じゃ当り前よ。



青年技術者のみなさまへ

「建築と社会」平成6年12月号の「第41回青年技術者特集号」へのおさそい

日本建築協会誌「建築と社会」は毎年「青年技術者特集号」を企画し、すでに40回にわたって優秀な青年技術者を紹介してきました。

今回も、青年技術者選考委員会を設けて、青年技術者を選考いたしますが、昨今の建築に携わる技術者の多様化を考慮し、設計だけに限らず、計画、構造、設備、施工およびその他広く、建築に関連する分野から、優秀な青年技術者を募って、その不断の研究努力とすぐれた実績への情熱などを、「建築と社会」に掲載し、顕彰することにしております。

41回の企画にあたり、日常目立たない対象の実績も含めて、優秀な実績を積まれている青年技術者のみなさまのご応募をお待ちしております。

応募提出規定

1. 応募される人は満35歳までの青年技術者であって、本会会員に限る。

2. 原則として、本会会員であるすいせん者を通じて応募する。(すいせん用紙は事務局にご請求ください)

すいせん者は被すいせん者（青年技術者）の勤務する組織の上司か上長とする。すいせん者が学校教官である場合はこの限りでない。また本人が組織の代表者である場合は自せんとする。

3. 応募者は、設計（住宅・インテリアを含む）、計画（都市計画など）、構造、設備、施工、その他の分野にあって、なしとげたすぐれた実績について、すいせんをうけ、下記の所要の資料を本会に期日までに提出する。

4. 提出された資料は「青年技術者選考委員会」にかけて選考する。

5. 「青年技術者選考委員会」において選考されたものは「第41回青年技術者特集号」（平成6年12月号）に記載するとともに、記念品を贈呈する。

6. 提出資料

■略歴

本人の氏名、生年月日、最終学歴、業歴、作品経歴など

■選考資料

A資料

A資料は、A3判用紙10枚以内にまとめる。

① 建築設計の場合

——鮮明な写真、配置図および主要平面図、概要、設計要旨、その他設計内容を説明するに十分な資料

② 計画、構造、設備、施工の場合（それぞれの設計計画なども含む）

——上に準じた資料

③ 上記以外の分野の場合

——それぞれの分野にふさわしい資料

B資料

上記A資料の各実績において、応募者本人が関与した程度、役割、立場等を明らかにし、A資料中、本人が特に貢献した部分、または力量が活かされたと思われる部分の詳細な説明、考え方および将来的展望などについて、400字詰原稿用紙5枚以内に平易簡明にまとめたもの（必要に応じ、図・表を用いて差し支えない）。ただし応募者・本人の執筆に限る。

■すいせんのことば

原則として、すいせん者によるすいせんのことば(120字程度)を添付のこと。自せんの場合は不要。

※「青年技術者選考委員会」において選考し、採択されたものについては、後日、本人の写真、青年技術者としてのことば（青年技術者としての抱負、考え方、信念、建築観等々を、400字程度で執筆）の提出をお願いすることにします。

7. 提出期限 平成6年9月30日(金)

8. 提出先 日本建築協会「青年技術者選考委員会」

〒530 大阪市北区梅田1-1-3-2100
大阪駅前第3ビル21階
電話 06-348-0635 FAX.06-348-0634

9. 青年技術者選考委員会（平成6年度）

委員長 荒井 清（東畑建築事務所常務取締役）
委 員 奥田一夫（建設省官庁営繕部営繕計画課特別整備企画室長）
中川洋一（安井建築設計事務所常務取締役大阪事務所所長）
上原正行（竹中工務店大阪本店設計部設計部長）
藤田昌美（企画設計社取締役）
橘英三郎（大阪大学助教授）
徳田裕英（東畑建築事務所構造部長）
守屋豊仁（新日本設備計画常務取締役）
村本 至（新日本空調技術本部技術企画部長）
三浦康夫（大林組本店建築工務部長）
水田 匡（大成建設大阪支店建築部部長）

サントリーミュージアム〔天保山〕見学会

日　時　1994年9月28日(水)
　　14:00～16:30
講　師　岡野一也／安藤忠雄建築研究所
　　天神幸安／竹中・大林JV所長
定　員　100人＊申込多数の場合は抽選
集　合　現地
　　大阪市港区海岸通1-5-1
参加費　会員1,500円、一般2,000円
申　込　9月21日(水)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
　　1)催し名(サントリーミュージアム〔天保山〕見学会)
　　2)氏名
　　3)会員・一般の別
　　4)職場名
　　5)参加証郵送先
　　6)連絡先電話番号
　　をお知らせ願います。
　　＊参加証を9月22日(木)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
　　大阪市北区梅田1-1　〒530
　　大阪駅前第3ビル21階
　　FAX.348-0634　TEL.348-0633

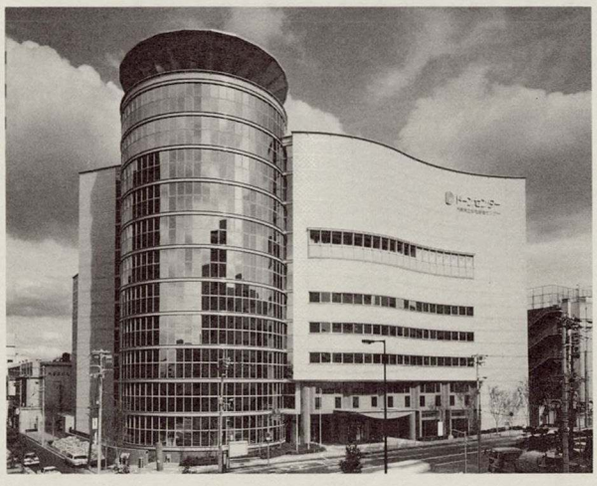
●建築概要
所在地　大阪市港区海岸通1-5-1
設　計　安藤忠雄建築研究所
施　工　竹中・大林JV
敷地面積　13,429.41㎡
建築面積　5,346.03㎡
延床面積　16,500.68㎡
構造規模　SRC、RC、S、B1、9F、P1
工　期　1992年9月～1994年8月



敷地は、海遊館でにぎわいを見せる大阪・天保山地区にある。このミュージアムと隣接地で工事中のホテルとを含めた一画が、天保山ハーバービレッジの2期計画として位置づけられている。ミュージアムの敷地自体は海に直接面していないが、それに合わせて大阪市の管轄である海側の広場(2層の駐車場からなる人工地盤上の広場とそれにつながる段状の親水堤防公園)が一体的に計画されており、いわば官民が境界を越えて協力したプロジェクトになっている。
建物は巨大な逆円錐状のドラム(頂部の直径48.8m)を中心に二つの直方体が22.5度の角度で組み合わされている。直方体は北側がレストラン、南側が美術館の展示室である。そしてこの巨大なドラムの中に直径32mの球からなるアイマックス・シアターが内包されている。レストラン、展示室、シアターを取り囲む通路から海辺の景観を楽しむことができるよう計画されている。海辺の広場は幅100m、奥行40mの大きさで、スロープ・階段で海に向かって連続してゆく。美術館が芸術と人間の劇場とするならば、この海辺の広場は自然としての海と人間の劇場ということができる。ここでは階段はすべて客席と考えられ、さまざまな舞台の設定が可能である。また、前面の海面に舞台を浮かべたイベントも計画中である。
(安藤忠雄建築研究所)

ドーンセンター
大阪府立女性総合センター見学会

「ドーンセンター」は、男女の自立と対等な参加・参画に基づく男女協働による新しい社会の創造を基本理念とし、Information(情報ネットワークの拠点)、Identity(女性の社会的自立の拠点)、Internationality(国際交流の拠点)、という三つのIを基本に、女性の総合的な支援施設として計画されたものである。



具体的な施設内容は、1階に吹抜ロビーやパフォーマンススペース、2階に女性に関する情報ライブラリー、3階に案内・サービスを含む管理部門、4～5階には、啓発学習のための会議室・セミナー室・視聴覚スタジオやワークステーションを配置している。また7階に国際会議も可能な500席の大ホールを設けているほか、地階には温水プールを含むウェルネスのフロアが設置されている。
建物の外観デザインは、女性の情報発信基地を象徴するとともに、明るく親しみやすいイメージを表現した。
(熊田将男)

●建築概要
所在地　大阪市中央区大手町1-3-49
設　計　大阪府建築部営繕室
　　安井建築設計事務所
監　理　大阪府建築部営繕室
　　大阪府建設監理協会
　　安井建築設計事務所
施　工　大林・南海・西武JV
敷地面積　3,170㎡
建築面積　1,970㎡
延床面積　12,760㎡(駐車場棟を除く)
構造規模　SRC、S、B1、10F
工　期　1992年3月～1994年7月

日　時　1994年10月11日(火)
　　14:00～16:30
講　師　熊田将男
　　／安井建築設計事務所統括主任
定　員　50人
　　＊申込者多数の場合は抽選
集　合　現地
　　大阪市中央区大手町1-3-49
参加費　会員1,500円、一般2,000円
申　込　10月4日(火)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
　　1)催し名(ドーンセンター見学会)
　　2)氏名
　　3)会員・一般の別
　　4)職場名
　　5)参加証郵送先
　　6)連絡先電話番号
　　をお知らせ願います。
　　＊参加証を10月5日(水)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
　　大阪市北区梅田1-1　〒530
　　大阪駅前第3ビル21階
　　FAX.348-0634　TEL.348-0633

30's EYE 21世紀へのエスキス
第8回
大谷 弘明
日建設計
構造・設備こそ花形
キーエンス新大阪ビルの設計を通して

「30's EYE-21世紀へのエスキス」をテーマに、30代を中心に様々な分野でご活躍の方々をゲスト講師に迎え、従来の講演会形式とは違う「語り合い、情報交換を行う場」をつくりたいと考えています。気軽にご参加下さい。

日　時　1994年9月30日(金)
　　18:30～20:30
会　場　日本建築協会サロン
　　＊大阪駅前第3ビル21階
講　師　大谷弘明
定　員　30人＊申込多数の場合は抽選
参加費　会員1,000円、一般1,500円
　　＊含、飲物・消費税
　　＊団体会員扱いは1社1名
申　込　9月22日(木)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
　　1)催し名(30's EYE)
　　2)氏名
　　3)会員・一般の別
　　4)職場名
　　5)参加証郵送先
　　6)電話番号
　　をお知らせ願います。
　　＊参加証を9月26日(月)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
　　大阪市北区梅田1-1　〒530
　　大阪駅前第3ビル21階
　　FAX.348-0634　TEL.348-0633
主　催　㈳日本建築協会
　　若い会員の集い小委員会
　　主担 龍野豪利/大阪市





極論ですが、現代の建築は構造と設備がつくります。建築意匠の設計者は、構造と設備に大きな活躍を求め、自らもまたこれらの分野に盲目であるわけにはいきません。むしろあらゆる術数を用いて、彼らを説得し、励まし、協力してアイデアを実現してゆく。そして意匠は出過ぎることなくまとめ上げてゆく。この恐るべき苦難の道の先にしか、美しい建築空間の現れないことを、私は体験的に知りました。
好景気かつポストモダンの時節に、我が世の春を送った私たちキリギリスは、すっかり図像の内に自らを閉じ込んだのではないでしょうか。構造や設備のエンジニアたちが着実に新しい取り組みを準備している間、私たちはかなりの無関心でいたような気がします。
キーエンス新大阪ビルは、構造・設備そして建築意匠の三者が一体となった表現を目指してきました。そのことをご報告しようと思います。(大谷弘明)

大谷弘明(おおたに　ひろあき)
1962　大阪府生まれ
　86　東京芸術大学美術学部建築科卒業
　86～日建設計勤務
主な仕事
　90　イトーキ大阪ニューオフィスギャラリー
　92　別子銅山記念図書館
　94　キーエンス新大阪ビル
　94/12 愛媛県歴史文化博物館

ヨーロッパにおける話題の集合住宅と街創り

日　時　1994年10月7日(金)
　　18:30～20:30
講　師　川村眞次
　　／関西都市整備センター設計部長
会　場　日本建築協会サロン
　　＊大阪駅前第3ビル21階
定　員　30人＊申込多数の場合は抽選
参加費　会員2,000円、一般3,000円
　　＊含、飲物・消費税
申　込　9月30日(金)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
　　1)催し名(ヨーロッパの集合住宅)
　　2)氏名
　　3)会員・一般の別
　　4)職場名
　　5)参加証郵送先
　　6)連絡先電話番号
　　をお知らせ願います。
　　＊参加証を10月3日(月)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
　　大阪市北区梅田1-1　〒530
　　大阪駅前第3ビル21階
　　FAX.348-0634　TEL.348-0633

左：ベルリン・南ティーアガルテンの集合住宅
右：ミュンヘン・ベルリーナの集合住宅





ベルリンのIBA、ミュンヘンのベルリーナ街区の集合住宅、ロンドンのドックランド、パリのマヌル・ラ・ヴァレ、そしてオランダ、ブリュッセル、ウィーン等における、話題の集合住宅や伝統的な街創りの設計手法を、スライドを通して紹介いたします。
戦後、わが国は経済成長を遂げ、今では世界でも有数の経済大国になり国民の所得水準も大幅に上昇したものの、国民は「真の豊かさを実感できないでいる」と言われています。その理由の一つは、大都市における都市住宅とそれを取り囲む環境の問題にあります。
そこで、都市住宅に長い歴史と蓄積を有するヨーロッパの主要都市の最近の実態や動向を探ることにより、今後のわが国における集合住宅や街創りのあり方を追求したいと思います。
またフリートーキングの時間も設け、集合住宅による街創りに関心のある方々とディスカッションをできればと考えています。　(川村眞次)



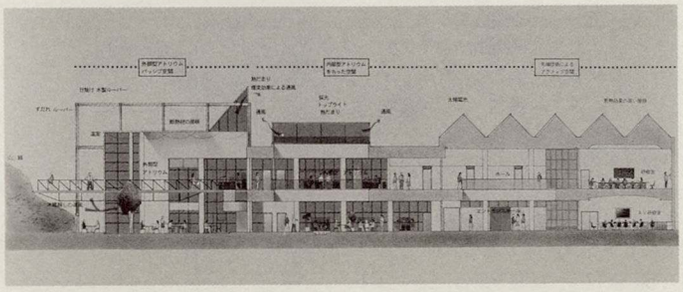
川村眞次(かわむら　しんじ)
1944　和歌山市生まれ
　68　大阪工業大学建築学科卒業
　　日本住宅公団に入社
　71～本社、設計課、量産課、建築設計課
　79～関西支社、設計課、市街地設計課
　　(住宅・都市設備公団に改組)
　89～市街地設計課長
　93～関西都市設備センターに出向
　　現在、設計部長
　94　関西インテリアプランナー協会会長
主な仕事
リバーサイドともぶち・さぎす、ガーデンハイツ西神糀台2、三田中央すずかけ台ハイツ、ユーコート、森の宮スカイガーデンハイツ、高見フローラルタウン4街区、アーベイン天王寺、JR尼崎駅北市街地再開発第一地区、都島リバーシティー、キャナルタウン兵庫、NEXT21ほか

UNEP国際環境技術センター
講演会＋見学会

人と環境にやさしい建築とは？

日　時　1994年9月21日(水)
14：00～17：30
講　師　小林正美
／京都大学助教授
大西　晃
／昭和設計取締役企画設計部長
会　場　UNEP国際環境技術センター
特別会議室
＊大阪市鶴見区緑地公園2-110
＊京橋駅より約15分
定　員　50人
＊申込者多数の場合は抽選
参加費　会員 2,000円、一般 3,000円
＊含、飲物、消費税
主　催　㈳日本建築協会
後　援　㈶地球環境センター
(UNEP国際環境技術センター支援法人)
申　込　9月13日(火)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
1)催し名(UNEP)
2)氏名　3)会員・一般の別
4)職場名
5)参加証郵送先
6)連絡先電話番号
をお知らせ願います。
＊参加証を9月14日(水)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
大阪市北区梅田1-1-3-2100
大阪駅前第3ビル21F　〒530
FAX 348-0634　TEL 348-0633







小林正美(こばやし　まさみ)
1948年生まれ。
京都大学工学部土木工学科卒業。同大学院建築学専攻の修士・博士課程修了。建築学科の助手、講師を経て
91　助教授(大学院工学研究科環境地球工学専攻)となり、現在に至る。
専門　人間環境設計学(環境行動学をふまえた建築設計)、及び、都市デザインの研究と実践。
著者　『仕組まれた意匠』(共著・鹿島出版会)など



大西　晃(おおにし　あきら)
1947年生まれ。
1970　大阪工業大学工学部建築学科卒業。昭和設計入社。現在、企画設計部長。
作品　パラディッソ、京都女性総合センターなど

環境と共生して建築すること

ここで関わる環境には、自然環境をはじめとして、人間環境、社会・経済環境などがあろう。自然環境に優しいということは、自然のバランスに身を委ね、その一部として生きていくこと。これは穏やかな自然に恵まれてきた日本では、かつてはあたりまえの生活であった。一方、厳しい自然と対峙し、それとの闘いで培われてきた西欧文明においては、その自然に優しくすることは、人間に対しては厳しい摂理を要求することになる。人間が人間に対して優しいということは、助けを求める人々に直接手を貸すことのみに終わらず、個々の人間の自立の力を与えること。人はそれぞれに多様であり、自分とは異なる他者が在ることを認め、その中で自分の力で生きて行こうと意志する人々に、それが可能なように(物理的な)環境を整えること、それが我々の仕事であろう。社会・経済環境に対する優しさとは、たとえその行為が結果的には熱力学の第二法則(エントロピーの増大)に支配されていようとも、消費と生産の(リ)サイクルを約束事として了解し、経済とエネルギーの効率を目指し、新しい技術開発によって地球環境問題の解決があるのだという夢を人々に与えることである。

環境と共生して建築するということは、部分と全体との間に階層性を設けず、異なる考えを同列に配置し、常に自らが図になることを求めるのではなく、中心性を捨て、正面性(ファサード)を捨て、他のもののよき風景となることで、それは建築化されよう。

(小林正美)

UNEP国際環境技術センター建築概要
所在地　大阪市鶴見区緑地公園2-110
施設内容　事務室、特別会議室、研修室
図書室、書庫ほか
建築主　大阪市環境保健局
設計監理　大阪市都市設備局・昭和設計
施　工　清水建設
敷地面積　4,763.96㎡
建築面積　1,609.52㎡
延床面積　2,799.57㎡
構造規模　S、2F、P1
工　期　1992年11月～1993年9月
＊第40回大阪建築コンクール入賞作品

第3回 グリーンセミナー

大阪市における民有地緑化推進と助成

日　時　1994年10月21日(金)
18：30～20：30
講　師　1)大阪市建設局花と緑の推進本部
2)大阪市計画局建築指導部
から講師を予定しています。
会　場　日本建築協会サロン
＊大阪駅前第3ビル21階
定　員　30人＊申込多数の場合は抽選
参加費　無料
申　込　10月14日(金)までに、ハガキ、FAX、電話でお申込み下さい。
1)催し名(グリーンセミナー)
2)氏名　3)会員・一般の別
4)職場名　5)参加証郵送先
6)連絡先電話番号
をお知らせ願います。
＊参加証を10月17日(月)に発送します。
申込先　㈳日本建築協会事業課
大阪市北区梅田1-1-3-2100
大阪駅前第3ビル21F　〒530
FAX348-0634　TEL348-0633

ひとり・ふたり・みどり
花と緑のあふれるまちへ
まちの緑化

大阪市では、平成2年に開催されました「国際花と緑の博覧会」の理念と成果を継承し、21世紀に向けて花と緑あふれるまちを実現するために、「花と緑のまちづくり宣言」を行うとともに、民有地緑化を推進するため「花と緑のまちづくり推進基金」を設置しました。公共緑化の中では、公園樹及び街路樹の数が、昭和38年度末に約44万本であったのが、平成4年度末には約732万本とめざましく増加しています。一方、民有地緑化の推進につきましては、基金を活用して、民間緑化への助成から緑化普及啓発事業まで、幅広くさまざまな事業を行っています。なかでも民間緑化への助成につきましては、緑化推進を図るとともに、都市景観の向上及び環境改善に寄与することを目的に「敷地緑化への助成」・「建造物緑化への助成」の二つの事業を行っています。今回は、この助成制度の活用についての申請手続や、緑化スペースにあった植栽手法のアドバイス等を、スライドを交えてご説明いたします。

●説明内容
1.「建物に付属する緑化指導指針」の解説
2.民有地緑化への助成
1)敷地緑化への助成
2)建物緑化への助成

日本建築協会後援

「ブルーノ・タウト展―近代建築のあけぼの，宇宙建築師の夢」入場券の割引頒布



ブルーノ・タウト（1880～1938）

ドイツの建築家、ブルーノ・タウト（1880～1938）は、ナチス・ヒトラーがヨーロッパを席巻し始めた1933年、日本に亡命。3年余りの滞在中、仙台や高崎で工芸指導を行うとともに、日本の伝統的建築美や民俗的な美意識を掘り起こした『桂離宮』や『日本文化私観』などの著作を残しました。

ドイツでは表現主義、理想を追い求める社会思想家としての建築家といわれ、最近、初期の絵画作品も多数確認されるなど、建築家、画家、思想家、総合芸術家……様々な顔を持つ新しいタウト像への関心が高まっています。

展覧会は、機能主義モダニズムがその根底から新しい視点で見直されようとしている中で評価の高まりつつあるタウトの世界、その思想、全体像を浮き彫りにしようとするものです。

■京都開催

会　期　1994年 **8** 月 **30** 日(火)
～**10** 月 **2** 日(日)　月曜休館
9：30～17：00
金曜日は20：00まで

会　場　京都国立近代美術館・3階
企画展示室（左京区岡崎）



螺旋彫り煙草入れ/木、黒漆
1934年
所蔵：群馬県立歴史博物館



ヴァイセンゼー集合住宅 1926年
Photo：Hendrick Gackstatter

主　催　京都国立近代美術館、毎日新聞社

入場料　一般1,200円、大高生900円
中小生400円
前売り―1,100円、800円、300円

※日本建築協会では、入場券を割引頒布します。事務局（大阪市北区梅田1、大阪駅前第3ビル21階）でお買い求め下さい。

一般　1200円を**900円**に
高校・大学生　900円を**500円**に
小・中学生　400円を**300円**に

■京都開催の記念講演会

● **9** 月 **10** 日(土)　14：00～15：30
講　師　安藤忠雄氏（建築家）
演　題　「建築は生きものである」
会　場　京都会館会議場
（左京区岡崎最勝寺町13）
入場料　一般1,500円、学生1,000円
（展覧会入場料とセット）

● **9** 月 **17** 日(土)　14：00～15：30
講　師　井上章一氏（国際日本文化研究センター）
演　題　「桂離宮神話」
会　場　京都国立近代美術館小ホール
入場料　展覧会入場者は無料

日本建築協会新入会者ご斡旋お願い

本会は大正6年3月創立以来、建築法規の法制化に努めたほか、わが国初の住宅博覧会の開催、四会連合工事請負契約約款の制定など、今日に至るまで、建築界をリードするとともに、一般社会との結びつきを深めてまいりました。また、建築界の総合団体として常に建築関係各部門の連繋と調整に当たり、相互の親睦、共存共栄に意を注ぎ、会誌「建築と社会」の発行や、各種見学会、講習会など実務に直結した諸種の事業活動を行っております。

これらの事業をますます発展させるため、会員の増強運動を展開して会勢の伸展をはかりたく、入会者のご斡旋をお願い申し上げます。事務局は電話06-348-0635です。

㈳日本建築協会編

『建築設計者のための設備知識』刊行 割引価格で頒布

このたび㈳日本建築協会の編著、㈱オーム社の出版で『建築設計者のための設備知識』を刊行いたしました。

この著書は、本会機関誌「建築と社会」1990年～1992年に3回にわたり特集した内容をベースに、環境問題にゆれる現在の社会状況を織り込み、最新の情報を盛り込むべく新たに書き起こしたもので、執筆には、東畑建築事務所、日建設計、安井建築設計事務所、大阪ガス、関西電力の設備設計者約20名が当たり、本会の編集委員会で推敲を重ねました。

第一線で活躍する設備設計者が、実務において、建築と設備のかかわりあう場で直面した問題を掘り起こし、その解決を選択肢で示した本書は、意匠設計者のみならず、初歩の設備設計者にも好個の資料になるものと思います。

本書は、10月から全国の書店店頭に出ていますが、本会でも図書の販売をいたします。本会では特別価格として、定価（5000円）の2割引の4,000円（郵送の場合は送料380円/1冊要）で頒布しますので、お買い求め下さるようお願い申し上げます。

詳細お問い合わせ、および購入申込は、㈳日本建築協会へお願いします。

編著者　社団法人　日本建築協会
（東畑建築事務所／北島章因・弓崎幸治・坂田進・城下善雄・中野格、日建設計／藤岡茂・瀬戸良昭・押田忠明、安井建築設計事務所／日根東治・山根敏和・水谷広治、大阪ガス／中村秀行・佐々木明美、関西電力／中村秀夫・大木俊郎、ほか）
〒530　大阪市北区梅田1-1-3-2100　TEL06-348-0635



発行所　㈱オーム社
〒101　東京都千代田区神田錦町3-1　TEL03-3233-0641
体　裁　B5判、220頁、上製本
定価5,000円

平成6年度
建築工事実務講習会

主催　㈳日本建築協会東海支部

と　き　平成6年10月6日(木)
　　午前9時30分～午後5時
ところ　昭和ビル・9階ホール
　　(名古屋市中区栄4丁目3-26)
定　員　100名
会　費　15,000円(含テキスト代)
　　※消費税を含む。
　　※テキストは、当日配布させていただきます。

■趣旨と内容

●官公庁・設計事務所・建設業をはじめ、設備・営繕など幅広い分野の有能な技術者を養成する目的をもって講習会を開催します。

●とくに取りつきにくい施工計画と仮設見積、現場実務の基礎である積算技術に重点をおき、講義します。

●また、都市環境の変化に伴う法令・規準の改正なども加え、技術の進歩に即応した知識の修得をはかります。

●「積算業務」では、建築数量積算基準にのっとり、また「仮設計画」では具体例により、その着工準備から完成に至るまでをわかりやすく解説します。

■申込要領

下記受講申込書に必要事項をご記入のうえ会費を添えて東海支部までお申し込み下さい。引き替えに受講券を発行致します。

■申込先

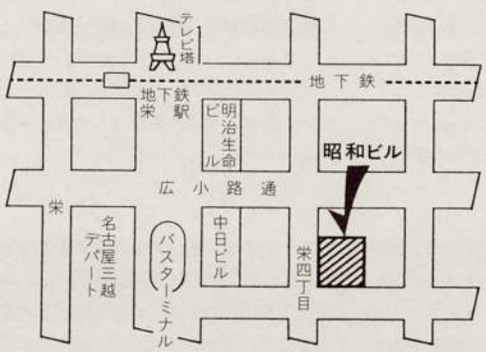
㈳日本建築協会 東海支部
〒460 名古屋市中区栄4-3-26
(昭和ビル 愛知建築士会内)
TEL (052)261-1451
FAX (052)261-0251

■申込締切日

9月20日(火)

※但し、定員に達し次第締め切ります。

・受付時間
　午前9時～午後5時
　但し土・日・祝日を除く。
・詳細は、事務局(田中)へお問い合わせください。



昭和ビル
(名古屋市中区栄4丁目3-26)
付近見取図

一歩踏み込んだ先手の計画!!

施工計画

岩田正弘氏
愛知工業大学非常勤講師

＊

適切な施工計画の立案できることが、建築現場技術者の必須条件です。安全で、経済的な施工計画を解説します。

計画と一致した仮設費を!!

仮設見積

佐渡政勝氏
㈱大林組名古屋支店建築工事部副部長

＊

仮設工事費は、一般には非常に把握しにくい面があって、ついつい単位面積当たり、あるいは請負金比率のみで処理されがちである。施工計画に基づいた合理的で迅速な見積方法を解説します。

迅速かつ合理的な積算!!

積算業務

木村敏男氏
㈱竹中工務店名古屋支店見積部見積課長

＊

見積業務のなかで、基本となるのは数量積算です。この手順、基準を基本により合理的で正確な積算業務を解説します。

キリトリ線

平成6年度建築工事実務講習会　東海開催受講申込書　No.

社団法人　日本建築協会東海支部　御中　　平成6年　月　日

郵便番号	受講者氏名	年齢
住所		
事業所名 (または氏名)		
担当責任者		
電話番号		
会費支払方法　・持参　・現金送金　いずれかに○印を付して下さい		

今月の表紙
オーガニックビルディング大阪
写真 東出清彦
表紙デザイン ㈱アクロス

■特集予告

9月号／水と建築(仮称)
日本建築総合試験所
創立30周年記念(仮称)
10月号／建築設備のCGシミュレーション
村野・森建築事務所
創立65周年記念(仮称)
11月号／構造美

会長 市川 宏
副会長 岡本行善・金 彗 潔
錢高善雄・薬袋公明
三品哲夫

編集委員会（平成6年度）

■編集理事
青柳 司
◎荒井 清
井上 豊
小島 雄
須賀 好富
竹中 錬一
深江 実
松村 廣三
溝神宏至朗
若山 繁
■編集顧問
東 孝光
■編集委員
★計画系分科会
☆計画系
伊維 憲幸
梅村 宏尚
小浦 久子
鈴木 克彦
田中 直人
松川 敏正
横関 真紀
※吉村 英祐
☆建築計画系
荒井 博
※石山 道男
磯村千恵子
上杉 秀隆
江副 敏史
菅野 忠司
笹村 欽也
佐藤不二男
塚本 史郎
刃金 国男
山本 匡
☆インテリア・住宅系
石川 佳子
大橋眞由美
加藤 力
角方 利幸
北浦かほる
工藤 昌之
小梶 吉隆
小島 保人
高橋 文吾
※中村 孝之
畑 康之
福田 由利
増田 邦子
★構造分科会
和泉 一義
岡本 達雄
黒木 安男
竹野 富夫
多田 元英
田中耕太郎
築谷 朋也
※二宮 利治
西 邦弘
西村 泰志
養輪 幸男
★設備分科会
岩本登志男
植田加久夫
遠藤 進
梶井 宏修
河津 隆之
伊達 正雄
田ノ畑好幸
※村上幸三郎
★施工材料分科会
有光 利治
植田 実
※小椎八重猛
志水 史典
野口 和宏
吉田 茂二
★法令分科会
乾 康雄
※入江田吉仁
樫田 攻
城戸 史郎
中島 弘志
中西 孝子
■作品作風小委員会
赤木 隆
小笠原絵理
小野 正人
尾崎 久純
川上比奈子
倉渕奈千子
杉原 繁
田中 均一
○富田 昌義
藤城 義丈
前川 治彦
前田 幸宏
増田 敬彦
増田 俊哉
松田 善弘
宮地雄一郎
■会員企画小委員会
伊藤 郁郎
○稲木 裕子
茨木 保
糟谷 浩史
毛谷村英治
小坂橋鉄雄
佐伯由紀子
佐野 洋
高田 光雄
高橋 麗子
塚口 明洋
増渕 昌利
松石 千秋
山嵜 章子
■広告企画小委員会
池渕 俊男
上井 善一
○勝 一弘
河原 正雄
衣川 徳好
菱田信八郎
藤田 孝吉
山下 修司

◎委員長 ○副委員長 ※幹事

印刷 平成6年8月20日
発行 平成6年8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 青葉印刷株式会社
電 06－351－5428(代)
サン総合印刷株式会社
電 06－454－1481(代)
日本電植株式会社
電 06－352－7502
定価 1200円
(本体価格1165円・送料共 消費税35円)

建築と社会 1994 8 1917年創刊 第75集／通巻869号
ARCHITECTURE AND SOCIETY
JOURNAL OF THE ARCHITECTURAL ASSOCIATION OF JAPAN

CONTENTS

特集● まちなかの看板

■看板の世界を見る
看板の歴史 ● 谷 峯蔵 — 40
看板のプレゼンテーション ● 菊地勇三 — 45
屋外広告雑話 ● 小林利雄 — 48
■アーバンデザインの視点で看板を見る
京都市の屋外広告物行政 ● 高畑吉博 — 50
神戸市の屋外広告物の規制と誘導 ● 小西阿佐男 — 53
アーバンデザインと看板 ● 高橋志保彦 — 55
建築・看板・都市景観 ● 小林正美 — 58
まちなかの看板 ● 村上幸三郎 — 60
■看板に人の世を見る
街頭広告見物作法－その理論と実際－ ● 小田切慎平 — 62
大阪のユニークな看板 ● 吉村智樹 — 65
こんな看板、見つけました[投稿の頁] — 69

特集● 竹中工務店の集合住宅

住まう — 72
URBAN:サングリエ阿倍野/PROJECT N/箕面小野原パークホームズ一番館・二番館 — 76
LANDSCAPE:グランベール西神中央/藤原台住宅事業計画/ジオ緑地公園 — 78
HIGH RISE:六甲アイランドCITYイーストコート3番街/高見フローラルタウン7番街D地区(16号棟)/グランコリーナ西神南 — 80
TOMORROW:T-50/SV-21/西宮松山家族寮 — 82
構造と計画の融合を求めて — 84

会告 — 青年技術者のみなさまへ.サントリーミュージアム[天保山]見学会.ドーンセンター見学会 1
30's EYE第8回大谷弘明「構造・設備こそ花形－キーエンス新大阪ビルの設計を通して」
ヨーロッパにおける話題の集合住宅と街創り/川村眞次
UNEP国際環境技術センター講演会＋見学会「人と環境にやさしい建築とは?」
第3回グリーンセミナー「大阪市における民有地緑化推進と助成」
「ブルーノ・タウト展－近代建築のあけぼの、宇宙建築師の夢」入場券の割引頒布、ほか
平成6年度・建築工事実務講習会――東海支部

作品作風 — 立命館大学びわこ・くさつキャンパス 10
「和歌山マリーナシティ」ポルトヨーロッパ
「和歌山マリーナシティ」わかやま館
京都ホテル
大織健保会館
MSTコーポレーション本社工場
O邸

Gallery — リストランテ・ジャルディーノ(設計:船田徹夫) ● 宮地雄一郎 26
being — 山口勝弘(メディアアート・神戸芸術工科大学教授) ● 日色真帆 28
W — Walking:建築家おすすめデートスポット－遠藤剛生氏 ● 稲木裕子 30
ART PROCESS — 石野耕一(彫刻家)/吉野央子(造形作家) 32
GBRCニュース — 平成5年度の工事要材料受託試験に関する調査－コンクリートの圧縮強度試験－ 36
BOOK STATION — 短評4題 ● 稲木裕子/山嵜章子 37
建築の眼 — 簡単な手引き－向・高齢期のつぶやき●竹嶋祥夫 38
ひとにやさしいまちづくり●川畑雅一
イタリア紀行(その2)調和ある街並●小角 享
ランプの明るさはワットでは分からない●山本権一
構造の頁 — 公園地下に建設される大スパン・プレストレストコンクリート球形シェルの構造設計 ● 阿波野昌幸 87
設備の頁 — 蓄熱式電気床暖房－床材を選ばない新システム－ ● 大村雅彦/下辻利一 88
Report — 「本館の永久保存に向けてのシンポジウム」開催－大阪市立工芸高校・大阪市立第二工芸高校の本館の永久保存決定を記念して－ ● 和田康由 89
若い会員の集いReport — 岸和郎－DIE HARD MODERNISM－ ● 米井 寛 90
information — 「チャンディガールの40年－或るインドへの道－」展.病院建築に関する研修会 91
JDFデザイン・フォーラム'94.建設副産物リサイクルシンポジウム.Space design school 10月
関西四大学合同建築展.建築学会の小冊子を頒布.現代・見立て百景展.ふるさとの顔づくり設計競技.
建築音響・防音研修講座.病院建築賞募集.平成6年度BELCA賞募集
月報 — 平成6年6月分 93

メインアプローチ(夜景)



鳥瞰全景(南南西より)

作品
作風

設計・監理■
山下設計

立命館大学
びわこ・くさつキャンパス

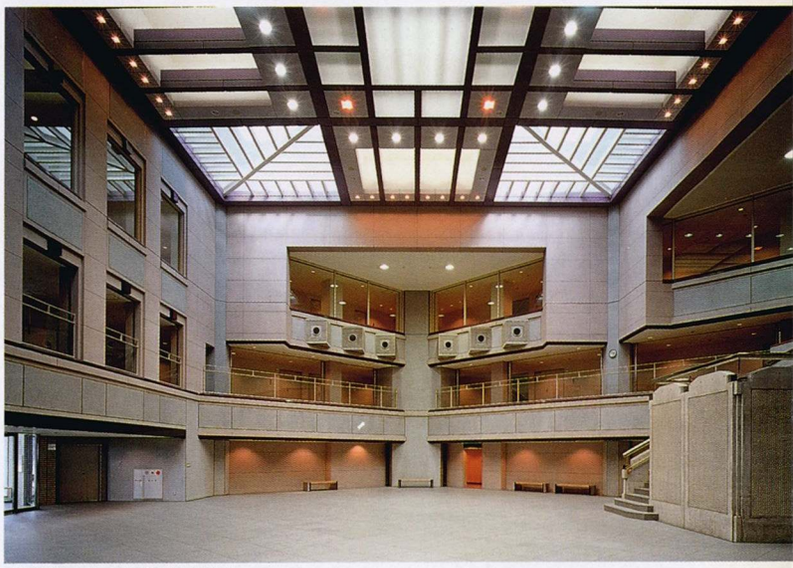

コアステーション・イーストウイング・ウエストウイング

21世紀を担う人材の育成と、21世紀を支える科学・技術の研究と応用をその使命とする理工学部。その理工学部を主体とするキャンパスの計画にあたり、「国際化・情報化・開放化・人間化」という立命館大学の建学精神・教学理念の指標を踏まえながら、以下の項目を主な基本方針とした。

①キャンパスアメニティの演出(潤いとゆとりのあるキャンパス計画)。
②将来の施設展開を見通した配置計画と機能的でフレキシブルな建築計画。
③施設個別の機能性・特性を見極めた上でのキャンパス全体の一体感、統一感の醸成。
④キャンパスアイデンティティの表現と周辺環境に対する働きかけ。
⑤管理の一元化・集約化とインテリジェントキャンパスの具現化

《コア・ステーション(旧称・管理棟)について》

地下1階地上3階、3層吹き抜けのアトリウムを中心とする階層構成とし、建物両コーナー部で研究実験棟2棟(7階建てツイン)と接続している。管理部門各室・VIPルームを収容するほか、教員・学生の交流スペースを備え、生活空間的な意味でのキャンパスシンボルとして位置づけている。また、地下部分にエネルギーセンター、上階に中央監視・コンピューター室を設置し、エネルギー・情報・セキュリティという建築幹線の心臓部として機能する。このエネルギーセンターより総延長850mに及ぶ共同溝が地下で連絡し、各主要建物のライフラインを構成するとともに、情報・セキュリティのネットワークを構築している。　(吉原　潔／山下設計)


コアステーション内アトリウム

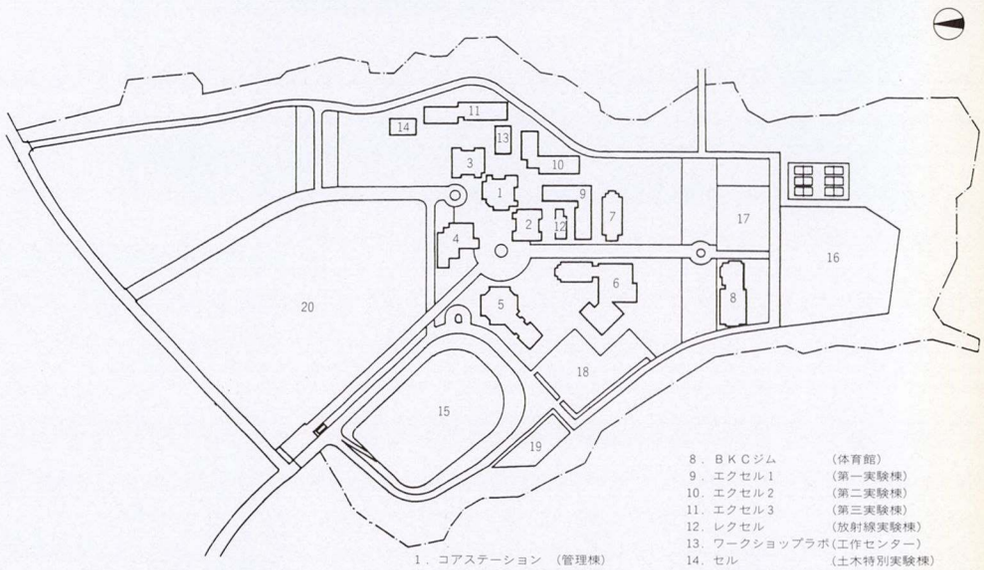
所 在 地 ——— 滋賀県草津市野路町1916
敷地面積 ——— 596,900㎡
建築面積 ——— 36,040㎡
延床面積 ——— 86,847㎡
構造規模 ——— SRC、7F他
工　　期 ——— 平成4年10月～平成6年2月
最 寄 駅 ——— JR・草津駅

施　工■熊谷組

コアステーション(管理棟)
建築面積 ——— 2,248.79㎡
延床面積 ——— 7,214.99㎡
構造規模 ——— SRC、B1、3F、P1

ウエストウイング(学系棟A)
建築面積 ——— 1,887.08㎡
延床面積 ——— 12,734.22㎡
構造規模 ——— SRC、7F、P1

イーストウイング(学系棟B)
建築面積 ——— 1,887.08㎡
延床面積 ——— 12,734.22㎡
構造規模 ——— SRC、7F、P1



1．コアステーション　(管理棟)
2．ウエストウィング　(学系棟A)
3．イーストウィング　(学系棟B)
4．メディアセンター　(総合情報センター)
5．ユニオンスクエア　(学生会館)
6．プリズムハウス　(教室棟A)
7．フォレストハウス　(教室棟B)
8．BKCジム　(体育館)
9．エクセル1　(第一実験棟)
10．エクセル2　(第二実験棟)
11．エクセル3　(第三実験棟)
12．レクセル　(放射線実験棟)
13．ワークショップラボ(工作センター)
14．セル　(土木特別実験棟)
15．多目的競技場
16．第1グラウンド
17．第2グラウンド
18．駐車場
19．駐輪場
20．自然緑地・公園緑地

施工■熊谷組　外構土木関係：多目的競技場・第1グランド・第2グランド・駐車場・駐輪場・自然緑地・公園緑地その他付属棟



メディアセンター（総合情報センター）
施工 ■ 東急建設
建築面積 ——— 2,552.49㎡
延床面積 ——— 6,013.01㎡
構造規模 ——— RC、B1F、2F、PI



ユニオンスクエア（学生会館）
施工 ■ 竹中工務店
建築面積 ——— 3,973.39㎡
延床面積 ——— 6,838.91㎡
構造規模 ——— RC、一部S、2F、PI



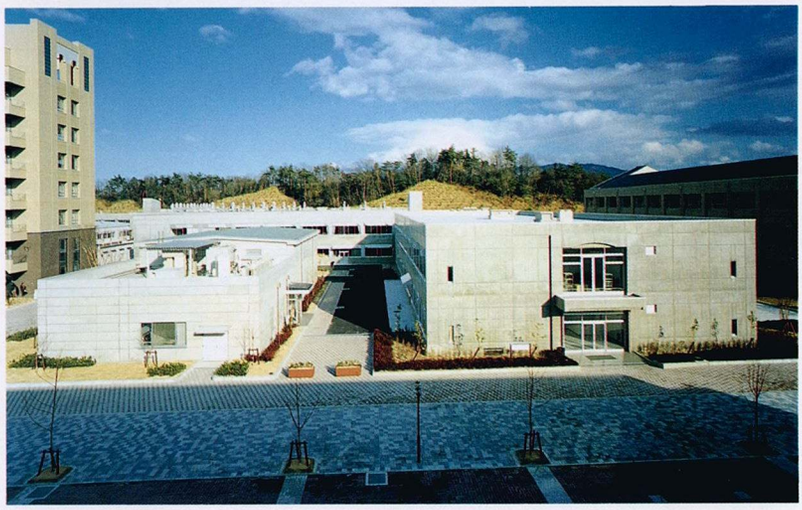
プリズムハウス（教室棟A）
施工 ■ 大成建設
建築面積 ——— 6,336.33㎡
延床面積 ——— 11,132.09㎡
構造規模 ——— RC（一部S）、3F、PI



フォレストハウス（教室棟B）
施工 ■ 安藤建設
建築面積 ——— 1,748.34㎡
延床面積 ——— 5,173.45㎡
構造規模 ——— RC、3F、PI



BKCジム（体育館）
施工 ■ 西松建設
建築面積 ——— 3,282.90㎡
延床面積 ——— 4,371.82㎡
構造規模 ——— SRC（一部S）、2F、PI



エクセルI（第一実験棟）
施工 ■ フジタ
建築面積 ——— 3,031.40㎡
延床面積 ——— 6,003.66㎡
構造規模 ——— RC、2F、PI



エクセル2（第二実験棟）
施工 ■ 戸田建設
建築面積 ——— 2,671.76㎡
延床面積 ——— 5,272.28㎡
構造規模 ——— RC、2F、PI



ワークショップラボ（工作センター）
施工 ■ 鹿島建設
建築面積 ——— 1,031.30㎡
延床面積 ——— 1,023.84㎡
構造規模 ——— S、IF


Terragenta

作品風

基本設計■
MCA RECREATION SERVICES(USA)
実施設計・監理■
①鹿島建設・錢高組
②戸田建設
③熊谷組

施工■
①鹿島建設・錢高組
②戸田建設
③熊谷組・飛島建設



ポルトヨーロッパ全景


中世のモチーフを集約した広場―噴水、時計塔、アーチ、照明―

「和歌山マリーナシティ」
ポルトヨーロッパ

ポルトヨーロッパは、21世紀に向けて生活様式の多様化と余暇時代への要請に応え、地域の活性化を図ることを目的に、和歌山県と松下興産㈱を事業主体として建設された人工島「和歌山マリーナシティ」に計画された。

ユニバーサルスタジオで知られる、米国MCA社のオリジナル企画により、中世の地中海の港町をモチーフにした、迫真のスタントショウと最新のアトラクションが渦巻くテーマパークである。

外壁、屋根、石畳から、サイン、ドア、カーテンに至るまで、客の目に触れる所は全て、中世の地中海の港町というイメージで、テーマ化されている。テーマ化の手法として、中世の地中海をイメージする形態、デザインだけでなく、エイジング※をすることにより、中世という時代を表現している。

テーマパーク部門としては、手に汗にぎるスタントショウ、日本最大、落差22mのウォーターライド、潜水艦による深海探検のできるシュミレーションシアターなど6アトラクション施設があり、カフェ、ディスコ、ジャズクラブ、ファーストフード等の飲食部門及び、キャラクターグッズ等を売る物販部門が、ポルトヨーロッパの地中海の港町の味わい、趣向、雰囲気を盛り上げている。

なお、当建物は若齢の埋立地盤に建設されたため、表層部分深さ12mを、関西新空港でも実績のある動圧密工法で締め固めるとともに、ジャッキアップシステム基礎を採用し不同沈下に備えている。

(早川雅之／鹿島建設)

※エイジング(AGING)：古びた感じに見せることで、具体的には、塗料により、汚れ、錆、白華、むら等を出したり、モルタル金鏝でレンガ、石等が割れたり、欠けたりしている表現をする。

所 在 地 ――― 和歌山県和歌山市毛見字馬瀬1527番地
敷地面積 ――― 18,380.99㎡
建築面積 ――― 10,349.21㎡
延床面積 ――― 21,791.80㎡
構造規模 ――― S、4F
工　　期 ――― 1993年1月～1994年5月
最 寄 駅 ――― JRきのくに線・海南駅
撮　　影 ――― 稲住泰広



アクセントのある古城の外壁―アーチ、バルコニー、サイン、パラペット、増築建物―

◀斜面に建つ地中海の漁村と小径

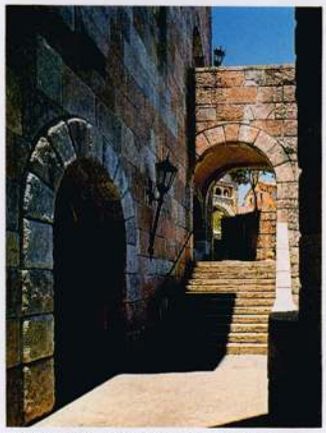
古城に増築された住宅



古城からすべり落ちるウォーターライド



ターレット(小塔)を見上げる



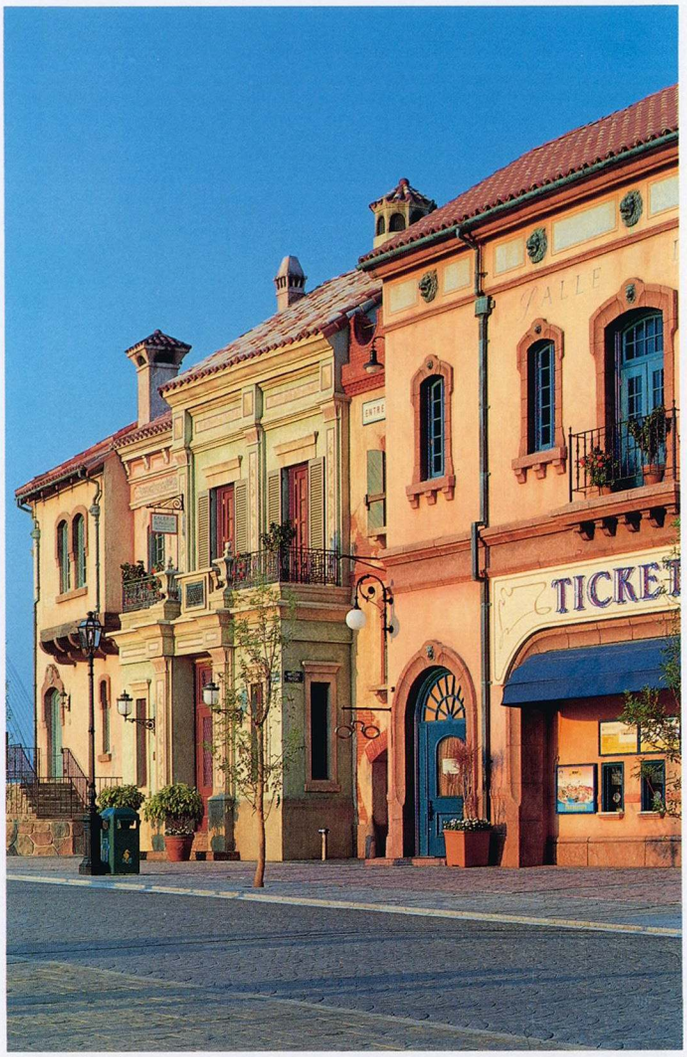
古城の外壁—明と暗のコントラスト—



中世地中海の街並と噴水のある広場



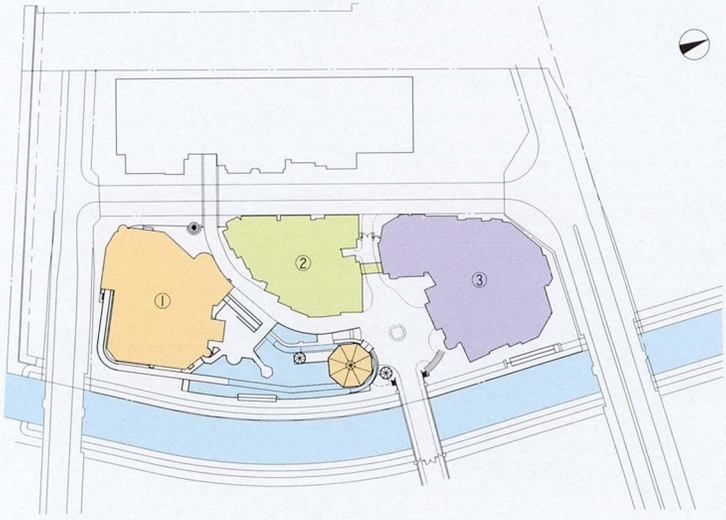
地中海港町のカフェ—外壁とパラソルのブルーが地中海の雰囲気—



街並ファサード



照明効果で雰囲気を盛り上げる広場



配置図



噴水のあるコートヤード



北面外観



南西面外観

作品
作風

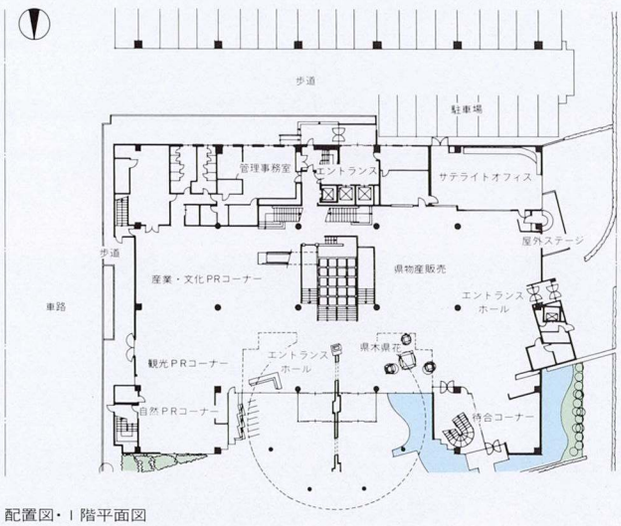
設計■
日本工営
監理■
和歌山県住宅供給公社

施工■
鹿島建設・西松建設特定建設工事共同企業体

「和歌山マリーナシティ」
わかやま館

万葉の昔からすばらしい景観を誇る和歌浦湾。そこに浮かぶ「和歌山マリーナシティ」は、国際的レクリエーションコンプレックスとして多彩な機能を有する人工島である。
本施設は島内における最大の公共建築物であり、和歌山県の自然、文化、物産、人物などを紹介する展示をはじめとして、海洋ミュージアム、全天周映像シアター、会議場、サテライトスタジオ、研修室などを備えた複合文化施設である。また、本島をメイン会場として開催される「世界リゾート博」においては、和歌山県および県内各市町村のパビリオンとして利用されるものである。
内部空間の構成にあたっては、各機能が効率的に配置されるとともに、建築空間と展示空間が一体となった立体的構成となることを意図している。外壁はタイル打込みのPCa版と熱線反射ガラスを採用し、立方体と円筒型の組合わせにより、端正で落ち着いた雰囲気を持ちつつ、リゾート地としての明るい風光にも調和するよう配慮している。シアター部の曲面壁は気象衛星から撮影した黒潮の流れをモチーフとして、変化に富んだきらめきを表現している。

(渡辺登志哉／日本工営)

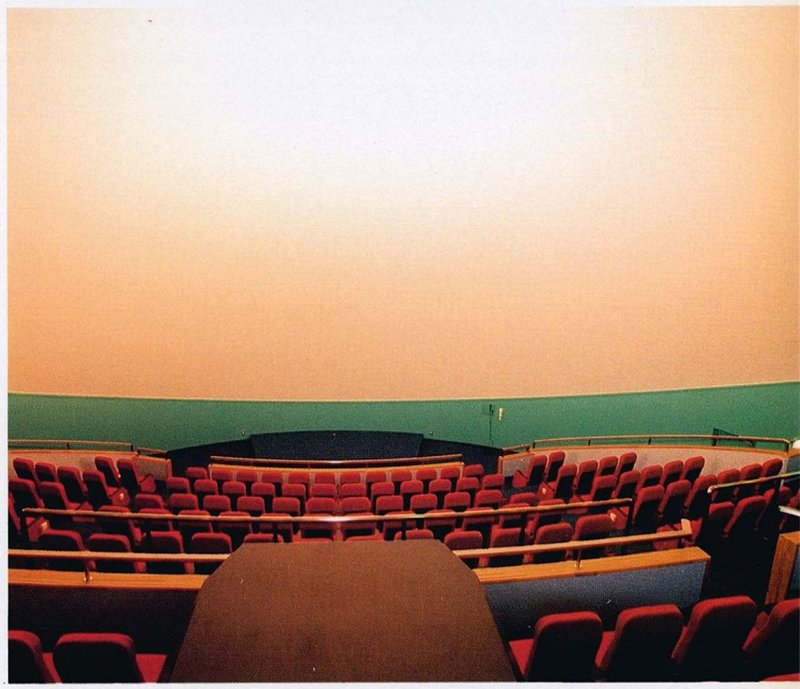


配置図・1階平面図

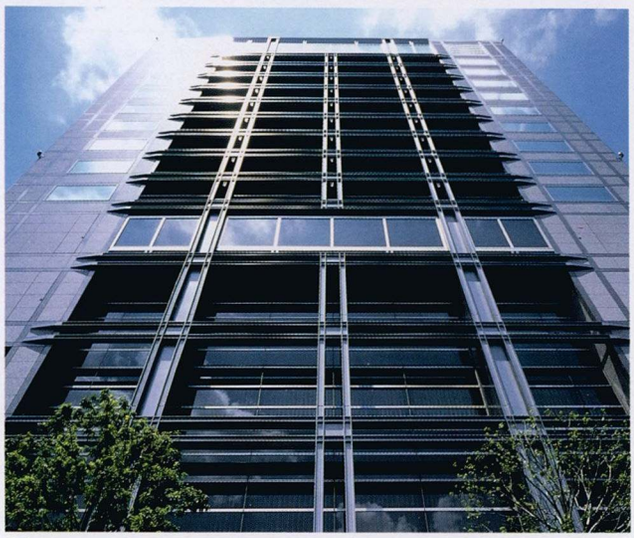
所在地――和歌山県和歌山市毛見1520
敷地面積――5,197.5㎡
建築面積――2,904.96㎡
延床面積――8,353.29㎡
構造規模――S、4F、PI
工　　期――1993年3月～1994年6月
最寄駅――JRきのくに線・海南駅
撮　　影――主井弘武


1階ホール


3階サロン


テーマシアター(全天周映像)

外観



見上げ



公開空地

作品
作風

設計■
清水建設一級建築士事務所
設計監修・工事監理■
三菱地所

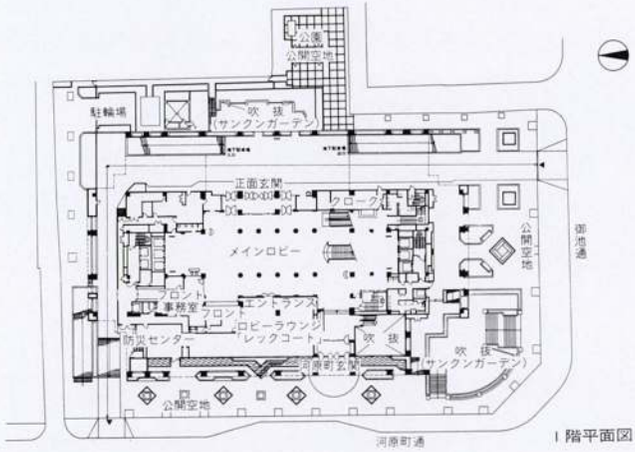
施工■
清水建設・西松建設共同企業体

京都ホテル

京都は古くから歴史文化都市として、多くの内外の観光客が訪れる。河原町御池の角という好立地にめぐまれた京都ホテルは、明治21年の開業以来幾度かの増改築を重ねてきたが、施設の老朽化と時代のニーズに対応するため、建都1200年をめざし全面的に建替えられることになった。計画にあたって、京都市の総合設計制度を採用し、都市に緑と潤いのある魅力ある街づくりへの貢献をめざした。大きな特徴は、全体床面積の35%に当たるボリュームを地下に納め、上部をできるだけ単純な形でコンパクトにし、鴨川に対して平行に配置したことである。さらに建物を道路から大きく後退させ、メイン玄関である車寄せを東の隣地側にすることによって公開空地を南と西側にまとめ、緑と水の憩いの場を設けた。オープンスペースが比較的少ない同市の中心部で、西側の市役所広場と連続することによって、潤いのあるアメニティー空間を形成している。また、建物をセットバックすることが、御池通及び河原町通から東山北山を望んだときの山並みの稜線を広げると同時に、道路を通る人々の圧迫感を和らげている。

当ホテルの設計コンセプトは、老舗としての伝統と京文化の融合である。外観高層部については、金属の格子を浮かせた形とし陰影による変化をつけ、日本古来の伝統をモチーフとして繊細な表情を心掛けた。内部については、昭和3年に建てられた旧本館のイメージを継承し、和の形や色彩を手法として取り入れ、モチーフである格子を各所に展開しながら、全体として不変性の高いインテリアにまとめた。

(浜崎　彰／清水建設設計本部)



1階平面図

所在地——京都市中京区河原町通二条南入一之船入町
敷地面積——7,381.63㎡
建築面積——3,942.36㎡
延床面積——58,842.87㎡
構造規模——S、SRC、16F、B4F
工　期——平成3年12月～平成6年5月
最寄駅——京阪・三条駅
撮　影——稲住泰広


ロビー


ツインルーム


客室階吹抜



北側外観



ポーチ詳細



1階ロビー・ギャラリー

作品
作風

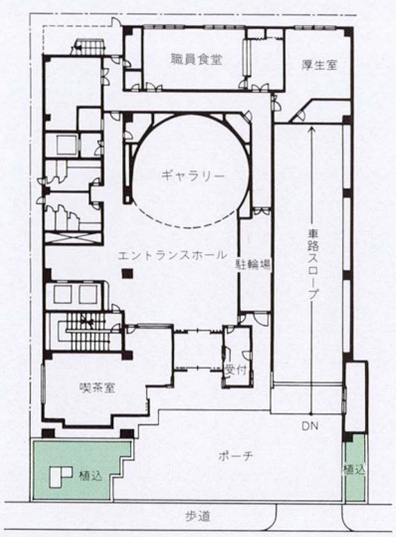
設計・監理 ■
小河建築設計事務所

施工 ■
清水建設

大織健保会館
（大阪織物商健康保険組合・本部ビル）

加入組合員の多様なニーズに応えるべく、事務部門、会議研修施設にとどまらず、診療検査部門、フィットネス、集会施設等といった多彩な内容を盛込んだ複合施設である。
配置的には地上部を船場後退線からさらに大幅に後退させて、31Mまでのセットバックなしのファサードを構成しあわせて寄り付きのオープンスペースとした。同様の手法を取っている西隣ビルと前面をあわせて周辺の街並み形成にも配慮した。
ファサードは高性能熱線反射ガラスと御影石打込PCのカーテンウォールとし、ガラス面に変化をもたせて、リズミカルな表現を意図した。アルミマリオン部にも御影石を取付け横桟以外はアルミフレームがみえない納まりにした。
1階ギャラリーは、上階にある展示場の導入展示や文化教室活動の発表の場として、さらには組合事業の啓発案内など多彩な利用を期待している。またロビーにはアーチストによる創作ガラスアート壁面（6.6×2.6m）を設けて、ゆとりのある雰囲気づくりにつとめた。各階エレベーターホールの飾り手摺にも、同じ作者のガラスアート小品を採用して全館的なテーマ作りにも配慮した。

（山田廣次／小河建築設計事務所）



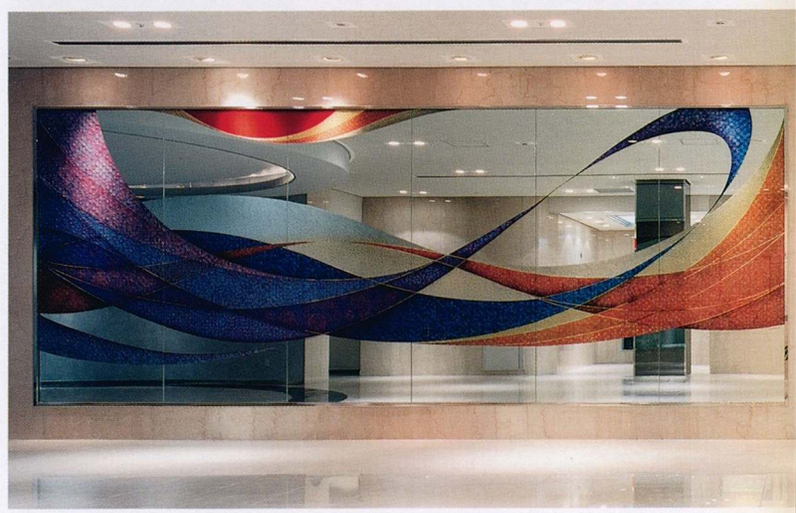
1階平面図

所 在 地 ——— 大阪市中央区瓦町2-6-9
敷地面積 ——— 1,100㎡
建築面積 ——— 818㎡
延床面積 ——— 7,505㎡
構造規模 ——— S・RC、8F、B2F、PI
工　　期 ——— 平成4年7月～平成6年7月
最 寄 駅 ——— 地下鉄・本町駅、堺筋本町駅
撮　　影 ——— ㈱伸和・相川経雄


8階多目的ホール


8階多目的ホールロビー


6階リラクセーションルーム（フィットネス施設内）


1階ロビー、ガラスアート（デザイン制作：野口真理）

外観東北面

夜景



作品
作風

設計監理■
指宿真智雄・建築デザイン一級建築士事務所

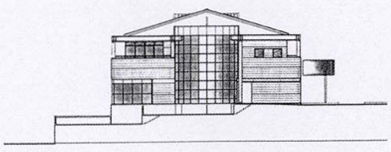
施工■
鴻池組大阪本店

㈱MSTコーポレーション本社工場

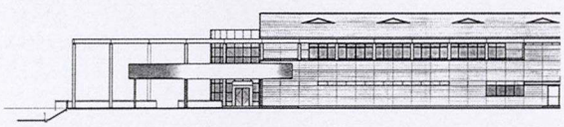
生産の効率が最優先されてきたインターナショナルスタイル工場建築の時代はすでに終わった。又、利潤の追求を至上目標とする、機械のみによるマスプロダクションという生産形態も変貌を始め、ハイテク機器はあくまでツールとして位置付け、熟練や創造力に期待するという、新しい時代のハンディクラフト精神が復権しつつある。新本社工場建築は土地の特徴を十分反映した、しかも一体感のある個性的な景観を現出しなければならない。さいわい当該地は豊饒な自然と地形の襞という潜在的な立地を頭初から有している。是等のことは新本社工場敷地全体をMSTコーポレーションのポリシー(手作りの心、ハンディクラフト精神)が貫徹したコロニーとして把えると共に、個々の建築表現も、一定のデザインコードを設定し、統一された意匠を追求していくことが重要な課題である。そして、外部からのみえがかり、正門からのアプローチ、敷地内の自然をとりいれた、しかもヒューマンスケールの庭園やスポット、休憩施設など、これらが総合されてはじめてアメニティに満ちた就労環境が実現される。以上の事から、此の建築の基本的なコンセプトをまとめると、次のように云えよう。

①敷地全体を一つのアメニティに富んだコロニーと把える。
②既存の地形や自然を生かしたレイアウトおよびデザインを志向する。
③コロニーは新しいハンディクラフト精神を貫徹した、統一的景観とする。
④ハイテクは積極的に導入するが人間的環境を創造し、自然と人為の共生を計る。

(指宿 真智雄)



北立面図 1:1000



西立面図 1:1000

所在地――奈良県生駒市北田原町1738
敷地面積――7,844.58㎡
建築面積――1,512.50㎡
延床面積――3,894.53㎡
構造規模――RC、S、BIF、2F
工期――1990年1月～1992年5月
最寄駅――近鉄難波・奈良線生駒駅
撮影――SS



エントランスホール



3階ゲストルーム(A)



1階マシニングショップ

和室



和室踏込



リビングルーム

作品
作風

設計監理■
森川哲治／日創設計

施工■
建　　築／木村工務店
電気設備／電工舎
石・タイル／八木惣
金　　物／洲鳥鉄工所
金属製建具／ダイシン建材

口邸

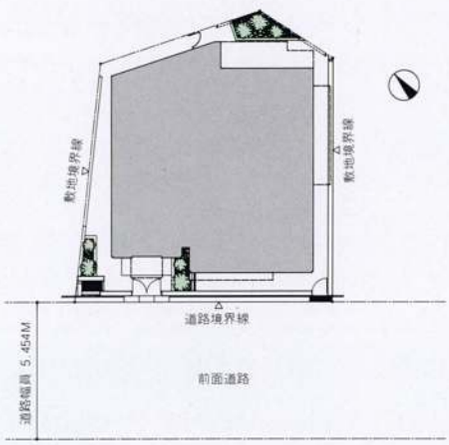
大阪市内にありながら、木造２階建の長屋住宅が建ち並ぶ、下町風情を残す庶民的で活気のある町並に、この建物は計画されている。古くから、家族の生活基盤をこの地で養い、都市の利便性を十分に活用できるこの地に、郊外の生活のような快適な住環境と居住空間をいかに確保するかが、今計画の使命である。

外観においては、周辺の雑踏を打ち消すかのように洗練された雰囲気と、建て主のステータスシンボルとなるような住宅を創り出す上で、デザインとして〝シンプルでシャープ〟なもので一貫し、外装には淡いグレー色のタイルを全面に貼り付けている。タイルのテクスチュアは、軽快さをひき出すうえで乾式製法、施釉タイルを用いている。

平面計画については、１階には接客及び冠婚葬祭にも利用できる二間続きの和室を配し、２階は生活の場となるスペース、居間・台所・浴室、そして、３階にプライベートスペース（寝室・子供部屋）を設けている。また、３階には光庭をとり、無表情になりがちな室内空間（廊下）に潤いを与え、ゆとりあるスペースとして活かしている。

特に１階の和室においては、日本の伝統（数寄屋建築）の形式にはとらわれず、伝統の中にある精神（心）を受け継ぎ、現代のありふれた素材を用いて繊細な日本の感性（わび、さび）を表現し、現代風数寄屋（MODARN・SUKIYA）というものに挑戦している。

（森川哲治）



配置図　1:300

所在地 ——— 大阪市東成区大今里西
敷地面積 ——— 103.68㎡
建築面積 ——— 62.11㎡
延床面積 ——— 186.14㎡
構造規模 ——— RC、3F、PI
工　　期 ——— 平成５年10月～平成６年７月
最寄駅 ——— 市営地下鉄千日前線・今里駅
撮　　影 ——— 川元　斉


外観


和室

gallery

壁の向こうは…

リストランテ ジャルディーノ

設計

船田徹夫

浅草のイタリアンレストランである。東京下町とイタリアとは妙な取り合わせであるが、この異質な世界が互いに共有している事柄がある。

・時間の厚みと人の手の痕跡。
・猥雑さと、これを整理しようとする力のせめぎあい。
・密度の高い庭、緑
・多様なスケール感の重なり合い

このレストランでは、これらを意識的に取り込んでいる。

一枚のファサードの向こう側は別世界だが、こちらの世界に妙に(またもや妙に)似ている。こんな体験が楽しめるようにしたいと考えている。

これはまた、この計画での「コンテクスト」という問題に対する、私の解答でもある。

船田徹夫(ふなだ てつお)
1957　函館生まれ
1980　北海道大学建築工学科卒業
1980　坂倉建築研究所東京事務所
1989　スタジオ・チッテッリオ(ミラノ)
1990　スタジオ・デ・ルッキ(ミラノ)
1992　船田建築研究所設立

撮影——平井広行
企画編集—宮地雄一郎(作品作風小委員会)

平成5年度台東区建築景観賞受賞作品



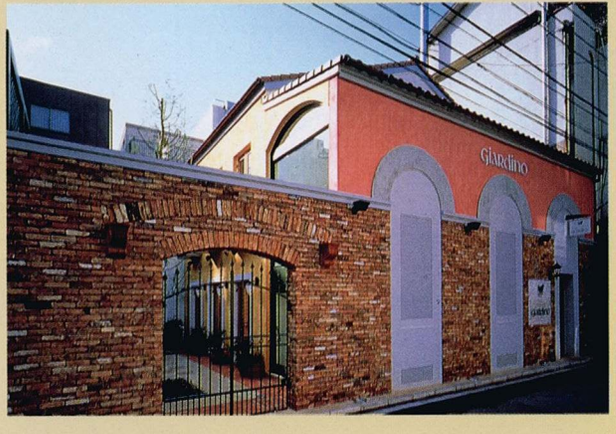











Giardino

being 35

山口勝弘



山勝工場オープンパーティ風景　中央の白いジャケットの人物が山口勝弘氏



アトリエ内の山口氏　中央はビデオ彫刻「アーチ」（1988年）

山口勝弘氏は、日本の環境芸術やメディアアートの先駆者としてつとに有名である。その山口氏が、この夏、淡路島に「山勝工場」を開いた。設計者の石山修武氏が「地場のショウ油工場のような名前」と書いているが（新建築94年7月号）、正式名称は「淡路島山勝工場」、「アートファクトリー」が愛称として付くのだという。山口氏は、少年時代からあだ名が「山勝」だったそうで、筑波大で教鞭をとっていた時代にも学生から「山勝先生」と呼ばれていたそうである。

さて、この「山勝工場」は、淡路島の一宮町が進めている「淡路島芸術村」構想の第一歩として実現されたものである。この構想に当初から推進役として関わっていた山口氏に町は無償で土地を貸し、氏は作品を売却した費用を投じて、関西での自身のアトリエ兼住宅を建設したのである。「芸術村の門番のようなものですよ」と山口氏は笑っている。

私は、山口氏が約2年半前から教えている同じ神戸芸術工科大学につとめている。しかし当方は環境デザイン学科の助手、山口氏は視覚情報デザイン学科の学科主任ということもあり、残念ながらこれまで親しく接する機会がなかった。けれども赴任当初から「不思議な先生が筑波大からやってきた」と学内でも話題であった。その山口氏が淡路島にアトリエを開いたと聞きつけ、さっそくその「記者会見」と「オープンパーティ」を取材してみた。

記者会見は7月15日昼すぎに行われた。会見場所であるこの「山勝工場」は、淡路島の中央「いざなぎの丘」にある。海岸の津名町から島の中央に向かって田園の中の道をぬけ、イザナギ神宮の正面を神社とは反対に南西に丘を上っていく。グラウンドが右に大きく開けると、その向こうに「山勝工場」の少しひねりの入った屋根がうかがえる。アトリエをおおう屋根はそのまま伸びて、半円形の芝生斜面の上を長く横切っている。その半屋外の屋根の下で山口氏は、地元の新聞社など数人の記者たちを前に語り始めた。

氏はおよそ次のような内容を丁寧に説明した。

いままでのアトリエは、個人の秘密の場所であることが多かった。それに対し、ここは交流・情報の拠点にしたいのである。このことは、他の芸術家に対しても刺激となるだろう。「山勝工場」は自分の40数年の活動を集大成するものでもあるし、21世紀に向けて芸術活動の展開のあり方に対する一つのモデルを実験的に発表したつもりでもある。

また、現在は神戸芸術工科大で教えているので、大学の教育的機能とも連携をもって活動していきたい。さらにこの「山勝工場」は、「淡路島芸術村」にやがてできる「環境芸術メディアセンター」のモデルともなるだろう。「環境芸術メディアセンター」は、ギャラリーであり、制作工房であり、交流の場（直接会うことによっても、コンピュータネットによっても）にもなるのである。21世紀の地域と芸術の関係を考えて、コンピュータ上のインターネットにより地球を結ぶことも考えている。

「淡路島芸術村」は、97年パリ市郊外オーベルヴィリエに完成予定の「芸術都市」とも提携を図ろうとしている。 今ではもう、 淡路が独立して海外とつなが

ることができるのである。すでに、92年、93年と世界環境芸術会議を開催してきた。

ずいぶんと広く開かれた構想で、周辺ののんびりした風景と呼応して、聞いていて気持ちがよくなってくる。山口氏の傍らに同席する町役場の人々は親しく氏をアシストしている。さらにつづけて氏は、次のように面目躍如といえる話をするのだった。

いま一番したいのはですね、淡路島のクックブックをつくりたいのです。趣味の料理を生かして、研究・制作して、映像、写真、イラスト、文章をまとめて出版をしたい。淡路には海があるし、内陸にもいろいろな物産があって、料理の素材には事欠かない。淡路島の宣伝にもなるでしょう。

ただ出版するだけでなく、CD-ROMにもしたい。さらに、コンピュータ上で料理の国際ネットワークをやろうかとも思っている。今はとかくマルチメディアと騒いでいても、ちっともソフトウェアの発想がないんですね。私は、情報や芸術やメディアというのは、宙に浮いたものではないと思っている。新しい情報通信の中で、世界中の人がコンピュータ上に出てきた料理を、自分の所で取り出して試作することができる。それはとても楽しいことだと思うんです。

そんな日常的な面白い活動も、新しい作品の制作と並行していきたいのです。

「きつねにつままれた」とは、この時の記者たちのことを言うのだろう。いっぽう私は、宮沢賢治の「どんぐりと山猫」を思い出してしまった。うつくしい草地のなかで、山ねこのさいばんに招かれたような具合であった。そういえば山口氏は、どことなく山ねこに似ていなくもない。

翌7月16日土曜日がオープンパーティであった。100人を超える人々が集まり、にぎやかに開かれた。集まった人々の顔ぶれや、あいさつする人々の姿から、山口氏が地元の人々にいかに信頼されているかが伝わってくる。山口氏は、祖父の代までは淡路島なのだそうで、潜在意識か本能か自然に活動が淡路島に集まって来たんです、と微笑んでいる。

アトリエの中には、氏の40年にわたる作品群から17点が展示されていた。翌日の日曜日には一般公開もするという。今後も月に1度ぐらいは交流の機会をつくりたいということだ。

それにしても、環境、芸術、メディア、情報、ネットワーク、地方と世界、交流……、このようないま世の中に氾濫している言葉が、ここではごく自然に受け取れるのは、どういうわけだろうか。うつくしい草地のせいか、それとも山ねこの仕業なのだろうか。

文・写真　日色真帆／神戸芸術工科大学助手



半円形の芝生斜面と山勝工場



山勝工場からはいざなぎの丘が一望できる。左手の丘に芸術村が展開する予定



山口氏のキッチン

さりげなく都市風景をつむいで…フィッシュ・ダンス&メリケン・パーク

5月の良く晴れた日曜日、遠藤氏と神戸・メリケンパークのフィッシュ・ダンス前で、午後3時に待ち合わせ。人々でごった返す元町・高架下商店街や、南京町を通り抜けると、目の前に神戸港が開ける。フィッシュ・ダンスの巨大な魚のオブジェ前で、ぶらぶらしてると、ひょっこり遠藤氏がにこやかな笑顔を浮かべてやってきた。黒いジャケットに黒いパンツといったラフな装いに、講談社現代新書を片手にといういでたちである。たまたま、黒系統の服装の私を見て、「これは、ペア・ルックですね」と笑わせてくれる。さっそく、「お茶でも」ということになり、フィッシュ・ダンス内のカフェへ。さてさて、どのようなデートになりますことやら…。

自然の真只中

「本当は、自然の美しい場所を紹介したかったんですよ。」フィッシュ・ダンスのカフェでアイス・コーヒーを飲みながら、フィッシュ・ダンスと関係のない話が唐突に飛び出した。「木や林しか見えない自然の真只中とか、見渡せば海ばかりとか…。要は、圧倒的な自然だけしか見えないという場所だね。」いまだかつてない、デートコースの紹介に戸惑いながらも、その〝自然の真只中〟とは遠藤氏にとっていかなるところが魅力なのか、もう少し伺うことにした。「自然から学ぶべきものがあると思うんだよ。自然観とか、宇宙の秩序観とかがね…。それに、自然だけしかないというところのほうが、希少でしょう。今はどこを見たって、どこかに人間の手が加えられているというか、必ずと言っていいほど、人工的なものだけが我々の周囲をうめつくしているからね。」「そういえば、そうですね」と、頷きながらも、氏の個性的な捉え方に感心しきり。「自然から学び」たくて、ゴールデンウィーク前、急に思い立ち、フィンランドを列車で北へ登ってきたそうである。進めど進めど、森と湖の風景だけで、最終行き着いた先の湖はまだ氷にとざされていたとか。建築をやっている者の常として、過去の名作と言われる建物や、町並みや都市といった人工的なものにむしろ関心が寄せられてしまう。「心の中に各地で見た、建物の風景がいっぱい詰まっている」と言う遠藤氏の場合は、どうもその前段階を卒業して、「自然の秩序から学ぶ」ところに行き着いたようであった。

さりげないフィッシュ・ダンス

さて、このフィッシュ・ダンスを紹介していただいた理由が気になった。メリケンパークの中にあって、海が近いといえども、ここは自然の真只中ではない。コテコテの人工公園の中にある建物である。「フランク.O.ゲーリーの作品が好きだということもあるけど、このフィッシュ・ダンスのさりげなさに惹かれるものがあってね。さりげなく見せてはいるけれど、その配置といい、建物の形態といい、場所の雰囲気を読み取って実に良く計算し尽くされているというところがすばらしいと思ってね。」遠藤氏が言うところの、〝計算し尽くされて〟というのは、このフィッシュ・ダンスの3つの形態を構成している、魚のオブジェと蛇型をしたレストランの一部と、倉庫のようなレストラン棟が、偶然に配置されているように見せ掛けて、実はそれらの形態の間に抽象化された場所のイメージとフランクゲーリーの個性との関りが、ものの見事に表現されているというのだ。「いかにもデザインしましたとか、頑張りましたというのは、作品そのものが気取っている気がして好きになれないね。それより、気をてらってなくて、しかもわざとらしくないけど、実はとても街に気を配っているという作品が、このフィッシュ・ダンスだと思う。ところで、このレストランの空間をどう感じる？」と、いきなり質問をこちらにふられてしまい、たじたじとなった。高い天井と、鉄骨梁や配管がむき出しの空間を見やって、「大作りな感じがしますけれど…。」と答えた。「窓高がランダムだったり、全体に粗野な感じがして、ディテールなんて感じられないけど、下手に細かい部分にこだわるよりも全体に気を配ってあるところがいいね。まぁ、ぼくもディテールがないとか良く言われるけど



フィッシュ・ダンス

と　き　平成6年5月29日
ところ　メリケンパーク


フィッシュ・ダンスの魚のオブジェ


魚のオブジェ前にて

ね。ディテールを軽んじているわけではないけど、逆にそればかりにこだわって全体が見えなくなるというほうが悲しいね。」とぐるりと店内を見回した。

"集合住宅の遠藤"とは

遠藤氏が昔、絵を描いていたということは既に周知のことだが、建築をやりながらも絵画の会に所属し、展覧会に出展し個展も数度行っていたほどの腕前と聞くから驚いた。「風景画が主だったけれど、その中でも中景かな。丘陵地から見た、眼下の町の風景とか遠景は苦手でね。建物とか風景を近くで見て、そのディテールを追うことにも関心がなかった。」『中景が得意だった』というところに、氏が得意とする、集合住宅をあたかも一つの風景として存在させてしまうルーツが、ここにあるのではないかと思った。話が、絵画のことから遠藤氏の作品に触れたため、「集合住宅を専門にという姿勢でやられているのですか」と氏にとっては、うんざりとするような質問をしてしまった。「まぁ、〝集合住宅の遠藤〟とか言われているみたいだけど、本人は集合住宅にこだわっているわけではなくて、商業建築も手掛ければ、何でもやりたいという姿勢だけどね。」商業建築で思い出したのが、東海道線を雷鳥に乗って大阪に来るたび、沿線に見えた高槻市の〝キーエンス〟だ。「就職活動で大阪に来るとき、キーエンスを見るのが楽しみだったんですよ」「それはどうも。」と答えて、何だか苦笑いの遠藤氏。「まぁ、あの作品は10年位前のものですからね。当時の手法の関心は、中心になる空間とその外縁の空間に原風景を重ねることに興味があったから…。」その手法が良いとか悪いとかではなくて、氏にとっては既に過去の作品となっているようであった。「今は、自然の秩序からいろいろ学びたいと思っている。さりげなく作られているけれども、場所の個性から関係素を導き、風景の一部を構成しているような建物を作っていきたいと思っている。それはすなわち、文化を形態に再構成していくことだと思っているけれどね。」〝文化を形態に再構成していく〟遠藤氏の力強い言葉が、フィッシュ・ダンスの空間にこだました。

メリケン・パークを散策して

アイス・コーヒーもそろそろ底をついてきたところで、メリケン・パークに出て、海でも見ましょうかということになった。日曜日ということもあって、海を眺めるカップルでいっぱいである。遠くハーバーランドの方に、大きな円弧をスカイラインに持つ建設中の建物が見える。「ああいう形は、この場所の力を高められるのかな。それよりも、沿岸に見える、工場やクレーンの方がずっとここちよく、神戸の街と海への思いを満たしてくれるな。」氏は、阪神高速道路の景観委員として、沿岸の景観には、ちょっとうるさいのである。メリケン・パーク内に立林するオブジェを見ても、「何だか、モアイの像の類似品を見ているようで、全然ここにある意味とストーリーが私には読めないな。どうして、こんなにわざとらしいのかね。」と、立腹している。そうか、何だか少しばかりこのメリケン・パークの居心地が悪いのは、海辺のカップルのせいではなく、このわざとらしいオブジェや池やパーゴラのせいだと氏の言葉に気付かされた。

メリケン・パークを散策しているうちに、デートの時間もそろそろ終りに近づいてきた。フィッシュ・ダンスの魚のオブジェ前で、記念撮影とあいなったが、撮影の間も氏は、「ここからこう覗くとオブジェが高速道路と重なっておもしろいねぇ。」とあちこち動き回るので、なかなかポーズが決まらない。「お時間は大丈夫でしょうか」と気にする私に、「やぁ、そこのホテルニューオータニで妻と5時に待ち合わせしているから、まだ大丈夫ですよ」との返事。（うーん、さりげなくしてやられた！）それこそ、本当のデートというのではないでしょうか？遠藤氏は、フィッシュ・ダンスの魚のオブジェの間をすり抜け、嬉しそうに去っていった。

企画／会員企画小委員会　文責・稲木裕子

石野 耕一
ISHINO KOUICHI

1952 京都生まれ
1976 京都市立芸術大学彫刻科卒業
1978 同 彫刻専攻科修了
1983 第16回現代日本美術展
1988 個展
1990 第12回神戸須磨離宮公園現代彫刻展エスキース優秀作品展
1991 第7回ヘンリー・ムーア大賞展マケット秀作展
堺刃物モニュメント・大賞
第2回横浜彫刻展・優秀賞
1992 第4回三田国際彫刻コンペティション・大賞
第13回神戸須磨離宮公園現代彫刻展エスキース優秀作品展
OUR徳島彫刻大賞展
1993 個展
第15回現代日本彫刻展・下関市立美術館(植木茂記念)賞
1994 第3回倉敷まちかどの彫刻展



風の石—気流
3500(H)×750(W)×700(D)
兵庫県立人と自然の博物館



風の石—関
1800(H)×970(W)×1120(D)
倉敷まちかどの彫刻展

ここ数年、石にステンレスの鏡面を象眼して、浮遊感のある作品を制作しています。現在のテーマは「風」で、黒御影石とステンレスの組み合せです。

風はたいていいつも吹いていて、体に感じますが、木々の小枝が大きくゆれたり、水面の波紋が広がりはじめるのを見たときは、体で感じるのとは違った存在感のようなものを感じます。

石を見て、それが重いと感じるのと同じような存在感です。

石は重くて、地上にどっしりと存在していますが、それが心を打つようなイメージをもった瞬間、風のように軽やかに、やさしく語りはじめます。

「風の石—気流」は、上昇する力強い風と、何かを語りはじめた石が、上昇する気流のように高く昇って行くことを表現しています。

人と自然の博物館を訪れる人達が、自然の語りかけを聞くのと同じように、この作品が語りかけるのを、聞いてくれることを願って制作しました。

石野耕一

吉野 央子
YOSHINO OHJI

1964　鹿児島に生まれる
1989　京都精華大学美術学部立体造形科修了
《個展》
1989　不二画廊／大阪
　　ギャラリーすずき／京都
1990　不二画廊／大阪
1991　ギャラリーすずき／京都
1992　ギャラリーすずき／京都
　　不二画廊／大阪
1994　ギャラリーすずき／京都
《グループ展、公募展》
1987　EXHIBITION『脳味』（扇町ミュージアムスクエア／大阪）
1988　EXHIBITION『脳味』（ポルティコ／神戸）
　　関市現代木刻フェスティバル（関市／岐阜県）
1990　三人展〈木〉素材へのアプローチ（不二画廊／大阪）
　　丹波年輪の里　全国ウッドクラフト展・奨励賞（氷上郡／兵庫県）
1991　京都美術展・優秀賞（京都文化博物館／京都）
　　京都河原町マイジャービルIFエントランス展示（はねうさぎ／京都）
1993　新世代展（ギャラリーすずき／京都）
　　アートビエンナーレ京都'93・優秀賞（京都文化博物館／京都）
　　丹南アートフェスティバル'93＜武生＞（武生市／福井県）
　　'93次代を担う作家展（京都府立文化芸術会館／京都）



テレビや写真を通して、いとも簡単に擬似体験してしまう異文化の中に、自分が忘れかけていた記憶、瞬時に呼び起こすようなキーが隠されている。

豊かな暮らしって何だろう？

人間らしさって何だろう？

生きるって何だろう？

「そんなことはお天道様に聞けよ」とでも云いたげな、何かとてつもなくゆったりとしたリズムの生活感、生活の本質がみえてくる。

動きがあまりにもゆっくりと少しづつ変化しているため、日常的にはその変化を感じとれない様なこと。そんな微かな変化の中に「ものの本質」は隠れている。そう思う。

知らぬまに時間に追われ、流れの中で自分が欲望ばかりを追いかけているのに気づかない。地に足をつけて感触を確かめながらすぅーと空に目をやると、頬に風が当たって気持ち良くて、そこに光があふれていて、少年だったころの記憶がよみがえる。そんな贅沢な時間の使い方を大切にしたい。そう思う。

今の暮らしの中では霞んでしまったそんなものに私は興味がある。

作品には、時間や感情をいったん止めて、少し距離をおいて、改めて見せることができる。そう思う。　吉野央子



（推薦ギャラリーすずき）

彫刻プランニングオフィス〝はねうさぎ〟はモニュメントや造形作品による、芸術との共存空間をプランニングすることにより、環境と融合した美の空間、人間的な表情豊かな空間づくりが出来ればと願っております。
コーディネーター〝はねうさぎ〟代表　巽育子（お問合せ 075-761-3759）

企画協賛：三協アルミニウム工業・東邦レオ



暮らしにいちばんの快適さをお届けしたい。
住宅建材からビルディングまで。
三協アルミの技術です。

三協アルミニウム工業株式会社
大阪本部: 〒550 大阪市西区靱本町1-9-15（近畿富山会館ビル）6F　TEL 06-448-5451

琵琶湖畔のホテルです。
建物フォルムの美しさも
宿泊客への立派なサービス。

私たちTOHOは曲面屋根下地の分野で、その期待にお応えしました。

写真はロイヤルオークホテル(滋賀県) ※ホテルの背景は切抜きです。
設計：㈱吉村建築事務所
施工：鹿島建設㈱
宝建設工業㈱
共同企業体



〝魅せる〟屋根と快適空間のために進化を重ねている屋根下地ボード

最近の建築物は、より個性的な外観美とゆったりした室内空間を生み出すために、曲面屋根が多く採用されています。その曲面形状も一段と複雑化してきていますが、これは、屋根材を下地側からしっかりとサポートしている屋根下地ボードの〝進化現象〟といっても過言ではありません。TOHOでは、年々高度化する曲面屋根にも一層対応できる下地ボードの研究・開発と取り組んできましたが、スカイモルボードの〝進化版〟が誕生！『スカイモルボードS』の名で新発売しました。

一歩進んだフォルムの曲面屋根下地に新製品『スカイモルボードS』

●スカイモルボードSは特殊処理した木毛にバーライト等の混和材を加え、高圧プレス成型を行った密実で均質なボード。釘打ち屋根葺き施工が効率的に行え、しかも所要の保釘力が安定して得られます。
●アーチ型屋根の場合、半径2m以上の曲面施工が可能です。また、曲げ破壊荷重は300kg以上という品質を備えているため、作業を効率よく、安全に進められます。
●RC造りの急勾配屋根の場合、型枠兼用として打ち込むことも可能です。



■恵庭カントリークラブ(北海道) 設計・施工/鹿島建設㈱

新・登・場・!!



鉄骨構造用の釘打ち専用耐火屋根下地材
スカイモル® ボードS



NEWカタログ進呈! 下記までご請求ください。

■新社名・東邦レオの「レオ:LÉO」とは

「生活環境の向上に貢献すること」を基本使命とする当社を、「Living(生活) Environment(環境) Organizer(貢献者)」と定義し、その頭文字をモチーフにしています。
従ってレオ(LEO)には、〝人間が人間らしく生きることができる住環境とオフィス環境の向上〟に、創造性を発揮して、広く社会に貢献していきたいとの決意が込められています。

しあわせ環境クリエイター
東邦レオ株式会社
TOHO LÉO

＜本社＞ 大阪市中央区上町1丁目1-28 〒540 ☎(06)767-1210(代)
東京支店 東京都豊島区池袋2丁目47-5 〒171 ☎(03)3987-2001(代)
大阪支店 大阪市中央区上町1丁目1-28 〒540 ☎(06)762-2100(代)
事業所 北関東・名古屋・金沢・広島・高松・松山・福岡

(資料請求番号0008)

GBRC ニュース
GENERAL BUILDING RESEARCH CORPORATION OF JAPAN

財団法人 日本建築総合試験所
〒565 吹田市藤白台5-8-1
TEL.06-872-0391　FAX.06-872-0784
業務時間 9:00～17:15(土曜休業)

平成５年度の工事用材料受託試験に関する調査 —— コンクリートの圧縮強度試験 ——

１．はじめに

当試験所の工事用材料試験部門では、試験業務の一環として、年間に受託している工事用材料試験の結果を集計し、昭和56年度より当所発行の機関誌ＧＢＲＣに毎年掲載している。平成５年度の集計がまとまったのでここにその抜粋を述べる。

２．集計対象

集計の対象としたコンクリートは下記の９項目の条件を満たすレディーミクストコンクリートで、総受託件数の約60％となっている。なお、根固め・くい周固定液は総受託件数から除いた。

(1)試験の目的が試験練り(試し練り)以外の工場および現場の強度管理を目的としているもの
(2)呼び強度が既知であるもの
(3)供試体の形状・寸法がφ10×20cmの円柱形供試体で、１組の供試体数が３本のもの
(4)セメントは普通ポルトランドセメントを使用しているもの
(5)骨材は普通骨材を使用したもので、かつ粗骨材の最大寸法20mmまたは25mmのもの
(6)空気量が4.5±1.5％のもの(但し、一部4.0±1％のものを含む)
(7)養生方法は標準水中養生(以下、養生区分Ａで示す)または現場水中養生(以下、養生区分Ｄで示す)のもの
(8)試験時の材齢が１週(７日のみ)または４週(26～32日)のもの
(9)混和剤はＡＥ減水剤の標準型を使用したもの

３．集計方法および集計結果

集計方法は同一条件の供試体３本の圧縮強度の平均値(JASS 5T 603、JIS A 5308の１回の試験値)を用いて呼び強度、養生方法および材齢別に集計した。

集計結果として、試験依頼の比較的多い呼び強度240について、冬季(3月)、春季(6月)、夏季(9月)におけるＡ養生およびＤ養生供試体の圧縮強度の分布状況をヒストグラムとして、図－１に示す。また、呼び強度210および240について、月別のデータ個数と圧縮強度の平均値を養生方法および材齢別に図－２に示す。

４．まとめ

4.1 受託の状況

集計対象件数は100,764件で総受託試験件数の60％である。その内訳を呼び強度別に見ると、呼び強度210が最も多く次いで240でこの両者で全体の57％を占めている。これを季節別に見ると、春季の呼び強度は240、夏季は210、秋季は210～240、冬季は255～270が多くなるという傾向を示した。なお、冬季における呼び強度の上昇は気温補正によるランクアップによるものと思われる。

4.2 呼び強度と圧縮強度との関係

４週の圧縮強度と呼び強度の比は平均値で見た場合、呼び強度180～300では、Ａ養生で1.30～1.38、Ｄ養生で1.19～1.35の範囲にあり、ほとんどの呼び強度についてＡ養生のものが高い値を示した。

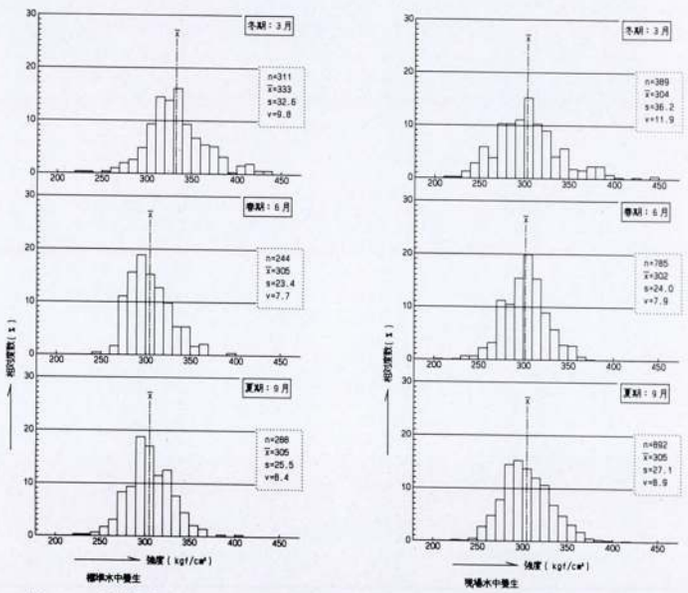
Ａ養生の試験体の圧縮強度を呼び強度別で見た場合、呼び強度の85％未満のものは呼び強度240、270、285で若干あったもののそれ以外はなかった。

4.3 圧縮強度の分布

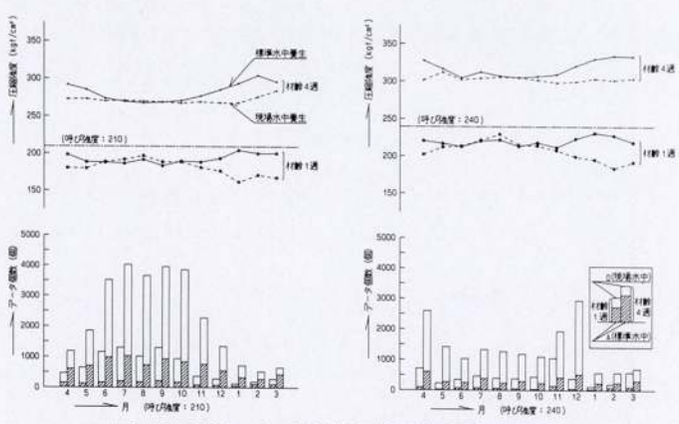
図－１に呼び強度240の季節別圧縮強度の分布を示したが、いずれも正規分布に近い分布を示していた。標準偏差が各養生条件とも冬季が大きいことは、冬季における管理の困難さを示しているといえる。

4.4 月別の圧縮強度の変動について

図－２に呼び強度210、240について、圧縮強度の平均値を月別変動で示したが、４週材齢の圧縮強度について見れば、Ａ養生のものは夏季に低く冬季に高い傾向にあった。Ｄ養生のものは年間を通してほぼ同一強度を示していた。



図－１　季節別コンクリート圧縮強度ヒストグラム(呼び強度：240材齢28日)



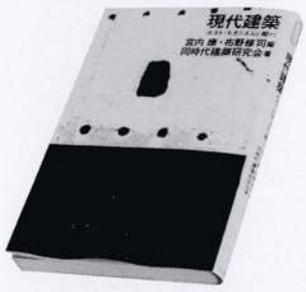
図－２　月別のデータ個数と圧縮強度平均値の変動

BOOK STATION
ブック・ステーション

現代建築
ポスト・モダニズムを超えて

宮内　康・布野修司編
同時代建築研究会著

新曜社
1993.5.28刊
四六判　284頁　2,266円



1年以上も前の発行本の紹介で、ちょっと気が引けるが、やはり面白いので紹介せずにはいられない本（と言い訳）。ポスト・モダニズムの概論から始まり、ポスト・モダニズムに続く思想のヒントになりそうな現代建築を巡る事項の数々が、きちんと教科書のように分かりやすくまとめられている本である。〝現代建築の諸様式〟では、古典主義やハイテックなどの各種様式について復習し、〝現代の建築空間〟では、理想都市やスラムについて、認識新たにさせられ、〝宇宙・建築・身体〟では、マンダラや迷宮などについて知識を深くし、〝現代建築の手法〟では、パターン・ランゲージやゾーニングについてその仕組みに再び触れ、〝現代消費社会と建築〟では、夢の島やラブ・ホテルなどについて建築的に捉えるとこうなのかと思うといったふうに、興味をそそる内容が写真付き解説付きで構成されている。参考文献もしっかりとしており、建築言語が入り乱れる頭の中を整理するには好書である。題目の通り、ポスト・モダニズムを超える何かを探り出すきっかけを見つけるにはもってこいかもしれない。　(Y.I)

ルイス・カーン研究
建築へのオデュッセイア

前田忠直著

鹿島出版会
1994.3.25刊
A5判　224頁　3,502円



本書は、序文の言葉を借りるならば、「建築家ルイス・カーンについての書であるだけでなく、ルイス・カーンの思索を通して建築の根本について思考した、類まれな書」ということになる。類まれな書であるから、構成は学術論文そのもので、非常に緻密であり（研究書であるから当然かも知れない）ゆえに、非常に難解である。しかし、「本を開く人は、必ずそのないに奥深く引き込まれ」、また「自らの問を持つ人は、必ずや同じ問を」、書の中に真剣な思索の跡を見い出し、その時この書は難しいどころか自分と一体のものとなる」らしい。自分と一体になるまでは、相当な読み込みが必要かと思われるが、ルイス・カーンのこれほどまでの詳細な研究書がこうして手軽に読めることは喜ばしいことではある。　(Y.I)

田園住宅
近代におけるカントリー・コテージの系譜

長谷川堯著

学芸出版社
1994.4.25刊
B5判　192頁　4,944円



19世紀後半から20世紀初めにかけて、イギリスでは、田園住宅と呼ぶべき一連の住宅建築が盛んにつくられた。この背景には、ウィリアム・モリスなどのアーツ・アンド・クラフツ運動やハワードのガーデン・シティなど、巨大化する都市への人口集中を社会的弊害の根源として、理想的な田園生活を取り戻そうとする思潮があった。本書はこれらの田園住宅を訪ね歩いて撮った写真をまとめたもので、古典的様式建築と近代主義建築の狭間で忘れられた存在に新たな光を当てようとするものである。写真を見ていくと素朴な農家風のデザインの中にも近代化への息吹が感じられ、「田園住宅」の豊かな表現を堪能できる一冊である。　(A.Y)

木のひみつ

京都大学木質科学研究所
創立50周年記念事業会編

東京書籍
1994.5.18刊
四六判　270頁　1,600円



木質科学とその周辺分野での最新の研究内容をわかりやすく紹介した解説書である。植物細胞に関するバイオサイエンス、木材からプラスチック・食品などの有用物質を生産する技術、建材をはじめとする様々な木質材料の利用など、多分野にわたる内容が、それぞれ第一線の研究者によって解説されている。地球環境問題などの面から自然材料の利用が注目を浴びている現在、木材の新たな可能性を探る本書は意義深いものがある。また、木炭が電磁波遮蔽材料として利用できるなど、こんな事もできるのかと驚かされる話題が豊富で、科学に関する読み物としても楽しめる。　(A.Y)

担当：会員企画小委員会／稲木裕子・山寄章子

建築の眼

簡単手引きを――向・高齢期のつぶやき

最近、ある製薬メーカーの薬と抗ガン剤を複合使用したことによる薬禍が問題になっている。この薬には、複合使用に関する注意書きが記載されてはいたが、８番目という目に触れにくい場所でもあり、見過ごした医者もあったとのことである。市販薬の場合でもこの種注意書きには重要な内容が書かれてあることも多いが、小さい文字でたくさん書いてあると、ついつい斜め読みしたり読まずに済ましたり仕勝ちになる。

人の世であれ物であれ、複雑多様化すればするほど情報が多くなり、文字は益々小さくなる。見にくい、読みにくい、わかりにくい等、視覚情報の身近なバリアに思い当たられる方も多いであろう。これらは単に視覚障害者や高齢者だけの問題ではなく向老期の者や一般成人にとっても大きな問題である。

機器操作の簡単手引き、つまり基本的な、必要最小限の機器操作方法をまず修得させるという手法があるが、必要最小限の基本的情報を誰にでもわかりやすく提示する努力が多くの分野で望まれる。

竹嶋祥夫　大阪産業大学環境デザイン学科助教授

イタリヤ紀行（その2）調和ある街並

アッシジは、山の麓に細長く展開された街であるが、等高線に沿って歩いて行けば、急に視界が広がったと思うと広場が現れたり、小さな路地が縦横に現れてきて、見上げるとつい登って行きたくなるような宿屋の入口が見えたりする。それらの壁や床の石は、この山の反対側にある石切り場から、現在でも切り出され運ばれてくる。いわば材料は裏から表へ移動するだけの完全な自給自足である。

イタリアのように、成熟したデザインの図では、既存の街並みを壊す突飛なデザインで人を驚かせようとする建築家はいないし、またいたとしても、いろいろな規制でコントロールされるので、安心して街の雰囲気に、どっぷり浸れる。アッシジのように、同じ石の壁が続く所では、行く手を横切る空中廊下や、壁の凹凸などがアクセントとなるだけで、個性を表現しようとしても、それは、出入り口廻りや扉・窓のデザインに凝るぐらいのもので、それらは饒舌にならず、愛らしい納まりをしている。このように調和のとれたところでは、小さなアイアンワークの花鉢受けや看板ですら、所を得て、舞台の小道具として生き生きと息づいている。

街並みに建築を設計する時、私はしばしば戸惑いを感じることがある。もし隣に不似合いな建物が建ってしまったとしたら、いくらひとつの建物の設計に心血をそそいだとしても、設計者を全く知らない第３者がその建築群を見れば、それはただ単におかしな街並みというだけである。隣の建物はカットして、都合のよい竣工写真を作る様な訳にはいかないのである。

隣の建物との連帯感を持って設計するという欧米では、ごくあたりまえのことが、あたりまえだとわかるために、私たちは、あといくつの貴重な街並みを壊さなければならぬのかと、京都を思いながら今アッシジに立っている。

小角　享　小角設計代表取締役

ひとにやさしいまちづくり

「あなたは、ポケットティッシュをどのようにして手にいれますか？」この問に対して多くの人は当然のように、「まちでもらう」と答えるであろう。確かに、今や「まち」を１日歩けば手に余るほどのポケットティッシュを得ることができる。しかし、この「まちでもらう」という答えには１つの大きな前提条件が存在していることにお気づきであろうか。それは、「幸運にもまちに出てこれるだけの健康な体をもち得ているならば」という前提条件である。体の不自由な人にとって、肉体的に弱い立場にある人にとって、現在の「まち」（とりわけここでは、大阪における難波や梅田といった都市を指す）が、気軽に出てこれる場所であるかそうでないかというのは、建築に携わる人間でなくても容易に想像がつくであろう。現在の「まち」には、種々の障壁が存在しているのである。

大阪市では、「いつでも、どこでも、だれでも」利用できる「まち」、すなわちノーマライゼーションの社会を実現するため、「ひとにやさしいまちづくり」をモットーに大阪府条例をベースにして整備要綱をまとめ平成５年４月に制定、同年９月より実施している。徐々にではあるが最近、公共建築物をはじめとして、体の不自由な人、肉体的に弱い立場にある人を意識した配慮が見られるようになってきたが、まだまだ始まったばかりである。まだまだいろいろなノウハウを蓄積している段階であり、行き届いていない所もたくさんあると思われる。しかし、近い将来には必ずこのノウハウを生かし、手摺りやスロープといった機能的な面にプラスして人間的な暖かみのある空間の創造をめざすとともに、公共建築物だけでなくすべての建築物に「ひとにやさしいまちづくり」の輪が広がることを望みたい。

川畑雅一　大阪市都市整備局営繕部長

ランプの明るさはワットでは分からない

我々人類は、というよりも地球上の全生物は、光の中で生存している。人間の眼に感ずる光（電磁波）の波長は380nmから780nm程度であり、555nmの光に対する感度が最高となる。光源から出る光の束を光束といい単位をルーメン（lm）で表わす。一般にいう明るさは照度であって１㎡に入射する光束の量で表わされ、その単位はルックス（lx）である。40wの蛍光ランプの光束が約3000lmであることが分ると、照度計算は中学生でもできる訳である。

しかし、町の電気屋さんに並んでいる蛍光ランプ（勿論白熱電球も）は、ワット（w）という電力（力学系では力）の単位でしか表示されていない。最近、17wの電球形蛍光ランプで、60wの白熱電球と同じ明るさであるから、大巾な省エネルギーになるというような宣伝が行われている。あかりを求める人がワット表示に何の抵抗も感じないというのは、不思議である。同じような感覚量である音の場合は、ホンとかデシベルが普通の会話にも出てくる。テレビの気象放送ではヘクトパスカルが、コマーシャルでは磁気健康器具がガウスを売り物にしている。照明の量がいつまでもワットでよいのであろうか。

山本権一　㈱きんでん常任顧問技師長

特集

まちなかの看板

看板は都市景観の質を左右する重要な要素であり、また街の活気を示すバロメーターともいわれる。看板といえば、古くは中世ヨーロッパの工芸品のような看板や江戸時代の日本の即物的な看板をはじめとして、野立て看板、ホーロー看板、映画の絵看板、歓楽街の袖看板やネオンサイン、屋上広告塔などが思い浮かぶが、最近は看板の世界にも技術革新の波が押し寄せ、看板も大きく変わりつつある。

しかし、「都市の屋外広告看板というのは、わたしたちがいつも目にしていながら、その都市を論じるときもっとも忘れやすい対象である」（佐々木幹郎「都市の誘惑」）といわれるように、看板は日頃あまり意識することがないように思える。都市景観のＣＧシミュレーションでは看板類が除かれていることが多いし、建築の竣工写真はたいてい看板がついていないときに撮られる。だが、これで建築や都市の景観やデザインを正しく論じることができるのだろうか。

そこで、今回は日頃見過ごされがちな「まちなかの看板」に焦点をあて、看板の歴史、プレゼンテーション技術の変遷、社会学的考察、都市景観や都市デザインとのかかわり、法的規制など、さまざまな角度から看板にアプローチし、看板の位置づけをあらためて明確にすることを試みた。さらに、世界の看板事情や、最近なぜか人気の「大阪モノ」の一環としての看板も取り上げ、看板のもつ地域性・多様性にもせまってみた。

しかし、実際に編集作業を始めてみると、看板の奥の深さに驚くとともに興味が広がるいっぽうで、どこで線引きするかに苦労した。その結果、盛りだくさんの内容になってしまったきらいがあるが、現在の看板事情をかなり浮き彫りにできたのではないかとも思っている。読者の皆様に興味を持って目を通していただき、看板について再考する機会となることはもちろんのこと、1994年における社会情勢の記録のひとつとして後世に役立つことがあれば、編集委員一同の望外の喜びである。

計画系編集幹事・吉村英祐

本特集編集幹事
伊藤憲幸／梅村宏尚／小浦久子／鈴木克彦／田中直人／松川敏正／横関真紀／吉村英祐

看板の世界を見る

看板の歴史

日本近世文学会会員
広告史研究家
谷峯藏

はじめに形ありき

平安後期に衰微にいたるのとともに消滅となった。

ところで、平安初期、寺院や民家で部屋の仕切りなどに定着していた暖簾が、家々の表、すなわち入口にかけられるようになったのは、平安末期、要すれば十二世紀前半に成った『信貴山縁起絵巻』や『年中行事絵巻』が画証している。この暖簾が後に、店家の屋号表示や扱い商品の表示に、看板の代行をするにいたった。

標牒(ひょうちょう)とした看板の登場

大宝二年（七〇二）『大宝律令』の発布施行により、翌三年、藤原京に設けられた東西市(とうざいのいち)は、肆毎(しごと)に、「標牒(しるしのきふだ)」の掲示を義務づけている。肆は店であり、標牒は看板にほかならない。『大宝律令』は早くに散逸して見られないが、それを改訂した『養老律令』、その養老令（七一八成る）に注釈を加えた『令義解(りょうのぎげ)』や『延喜式』などに、大同小異に規定されており、『扶桑略記(ふそうりゃくき)』は「大宝三年、是歳、立二東西市一」と裏付けてもいる。

専売制にしたと見る東西の市では「東絁(あづまふとぎぬのみせ)廓・布(ぬのの)廓(みせ)・羅(うすものの)廓(みせ)・幞頭(かぶりの)廓(みせ)」などとした標牒に、肆号表示を義務づけた。これこそ奈良白鳳期の藤原京に登場のわが国嚆矢の看板の史実と言えよう。

だが、このように漢字のみで表示した看板は、圧倒的に文盲の多かった当時、市へくる人たちには無縁のものに相違なかった。

一方、平安初期にいたって、社寺や豪族による荘園の振興とその産物による自由市、三斎市、日限市の定着に加え、店家(まちや)の見世棚などの台頭で、唐制を見習い、物流統制と徴税の利便にすぎない利用だったと見る看板は、東西の市が



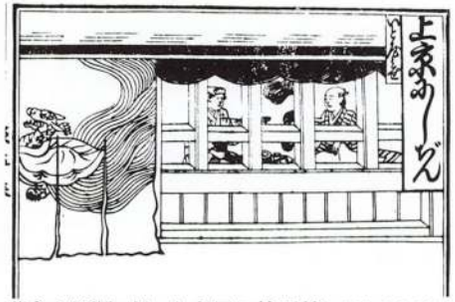
民家の庶民の掛け暖簾
奈良時代の家にかけられた半暖簾
『信貴山縁起絵巻』部分

藍・紺・柿色などに染めて色別していた暖簾は普及し、さらに正安元年（一二九九）に成った『一遍聖絵(いっぺんひじりえ)』に描かれた一軒の豪族らしい家構えの入口には、長暖簾の中心に鶴丸の紋が描かれている。これが暖簾に目印の入った初出と見るが、以後、見世棚の入口に絵文様・紋様を目印とした暖簾が掛かることとなった。

その紋様や絵印が屋号になったのは必定で、山東京伝著『骨董集』は〔鏡破翁絵詞(かがみわりおきなのえことば)〕の京四条の店家の図を掲げ、「これは文安、宝徳（一四四四～五二）の頃と思われる」



『鏡破翁絵詞』に描かれた暖簾に印の入った京四条の見世棚　『骨董集』所載



蓑亀を雄渾に描いた糸屋の絵暖簾　『京雀』所載

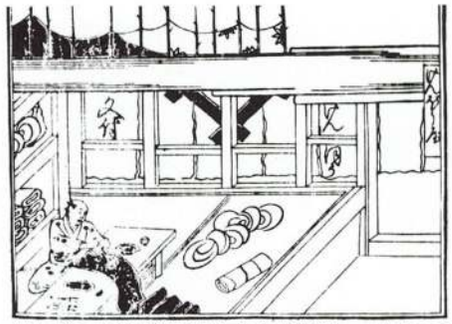


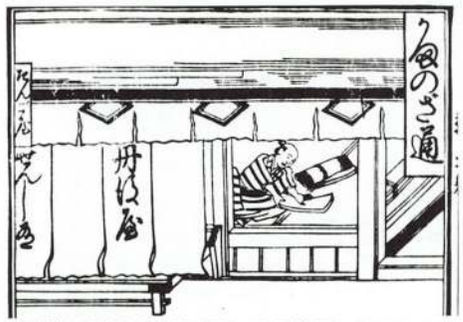
暖簾いっぱいに柳を描いた組紐屋の絵暖簾
『京雀』所載



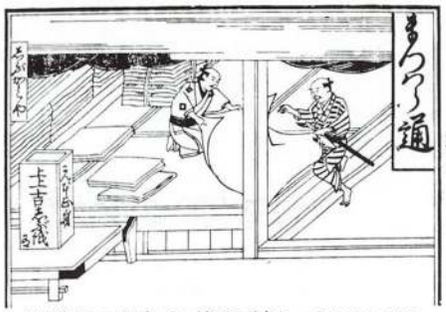
酢屋の吊り看板　『人倫訓蒙図彙』


佐渡島の暖簾
『澪標』所載


けんばう、文付と業種を明示した長暖簾　『京雀』所載



長暖簾に屋号と商品名をうたった丹後屋　『京雀』所載



渋紙屋の文字入り箱型看板　『京雀』所載

とし、さらに次のようにも記している。

当時は看板水引のれんなどはなく、長のれんのみありしなるべし、長のれんに、三つたちばな、玉、子持ちすぢをかき、のれんかけたるうへに、海老をかけるは、今の目じるしのもとにて、今たちばな屋、たま屋などといふは、もと目じるしよりいでたる名なるべし。

だが、屋号の定着は、これより早く、南北朝期の応安四年（一三七一）ごろ摂津有馬への街道、大田宿に「的屋」、播磨東条の八日市場に「かや屋」があり、奈良の町には応永十年（一四〇三）ごろ「稲屋、亀屋」があったとは、遠藤武氏が考証している。それらは、いずれも旅篭屋で、旅人の便の目印に、的・かりがね・稲束・蓑亀などの絵文様を暖簾に染めぬいていたのであろう。

桃山末期から江戸初期にかけて多く描かれた『洛中洛外図屏風』を見ても、そのほとんどの暖簾印は絵文様で、文字による表示はわずかにすぎず、しかも後期にいたってである。

これは文盲が圧倒的に多かったゆえで、これを証明する話に、宝暦七年（一七五七）板の『澪標（みおつくし）』は、大坂新町の佐渡島町とそこの妓楼「佐渡島」について次のように記している。

天正慶長の比（ころ）より上博労に有レ之佐渡島与三兵衛といふ者相続の地なりしも、寛永の比今の地に移り、一廓の内に与三兵衛開発の縁（ゆかり）によりて佐渡島町とよぶ。

佐渡島与三兵衛家代々暖簾にかくのごとく画（えがき）ありしゆへに誰がいひ初しや終に富士屋と家号を呼びし也。

これは寛永年間（一六二四〜四四）新町へ移り、歴然と佐渡島と表記していたのにかかわらず、富士が描かれていたことから諸人、富士屋と呼ぶようになったとは、標示に、文字より絵文様が優先し、人に馴染みやすかった証しであろう。

一方、慶長初年、狩野吉信によって描かれた国宝『職人

尽絵』（川越・喜多院蔵）に、はじめて駒型の額板に筆を描いた看板が、筆匠の軒先に吊り下げられ、以後『洛中洛外図屏風』にも駒型・絵馬型の板に即物的な絵や模型、または現物を標示したと見るものが多くなり、文字標示の暖簾や看板の登場は、寛文五年（一六六五）刊の『京雀』にいたってで、「丹後屋・せんし有」、「けんばう・文付」の暖簾や「物の本正身・上上吉志ぶ紙有」などとした箱型看板が店頭を飾るようになった。

これは統制によった標牒に相違し、十五世紀から十七世紀にかけて、商人みずからが、屋号や取り扱い商品名を明記した近世看板への脱皮変革にいたる過程だった。

越後屋による一大変革

延宝元年（一六七三）、江戸本町に創業した越後屋三井八郎右衛門は、年二回の節季払いによる掛値商法の慣行を打破し、「現金安売掛値無」を実践し、同業から仲間はずれにされるなどだったが、創業から四年後の天和二年十二月、駒込大円寺からの大火で本町筋も一様に灰じんに帰した。翌三年三月、いちはやく駿河町に再開した八郎右衛門は、大暖簾の中心に商標、その両側に「呉服現金安売懸値無・越後屋三井八郎右衛門」と記し、屋根看板も同様に記した。しかも再開に当たり、越後屋独自の営業哲学の徹底を期した引札をつくり江戸十里四方に配らせるほか、客へのサービスに徹した越後屋の繁栄ぶりは、西鶴の『日本永代蔵』にも記されたほどで、大三井への基礎を築いたのである。

話は前後するが、『信貴山縁起絵巻』『年中行事絵巻』に描かれた三幅の半暖簾、長暖簾ともに、今日へそのまま継承された形態で、その史実は長い。そして当初は、藍・紺・柿・白などの色暖簾が表札代行の目印となっていたと推測され、それに絵文様が登場し、さらに文字表記により商家の営業戦略の中心メディアともなったのである。

暖簾に遅れて発生した看板は、室町時代、一休禅師が門前の酒屋・又六に与えた一句に見る。

極楽はいづくのほどと思ひしに
杉葉立たる又六が門

杉葉立たるとは、酒屋が新酒出回りを表出した「酒林（さかばやし）」を示し、その存在を証明した歌である。

この隠喩や暗示、または即物的模型看板を経て、越後屋に見る具体的キャッチフレーズまでうたった看板の定着にいたったのである。

看板の語源と変遷

看板に先立って商家の標識に定着した暖簾は、漢音で「なんれん・なうれん」と読み、これが、「のうれん・のれん」の訓読みとなった。その熟語は、南北朝期に将来した元の『勅修百丈清規（ちょくしゅうひゃくじょうしんぎ）』が出典で、僧堂で夏期、日除けとした簾が涼簾で、寒期にはその簾に幕を張って風気除けとしたのが暖簾としてあることから、形も仕様も違う垂れ布に暖簾の名詞が当てられたのだった。

それ以前は何と呼んでいたのだろう。「たれむし」と呼んでいたらしく、その古語を西鶴の『本朝若風俗』や種彦の『柳亭記』は記している。往古、婦女が旅にかぶった「むしのたれぎぬ」と同様、たれむしは、わが国土着の植物・苧麻（からむし）の繊維で織った布であり、その布の利用から「被垂衣（むしのたれぎぬ）」「垂被（たれむし）」だったようだ。

一方、看板は木簡（もっかん）の援用から簡板（かんばん）にいたっている。室町期の文明年間（一四六九～八七）に成った『文明本節用集』は「簡版・カンハン」とし、天文十七年（一五四八）成立の『運歩色葉集』は、該当する字句に「簡板（カンハン）・幡児（ハタジルシ）・幟（サカバタ）・帘（カンハン）・制札（セイサツ）」などとルビ付きで表記している。これらを見れば、「簡板（ふみいた）」の音読「かんばん」の固定と見られよう。だが、『広文庫』は「鑑板（かんばん）」を当て、『合類節用集』は「簡板・翰盤」を当てている。

この不安定さがその後、多く「かんばん」とした仮名書き表示の流布となるが、正徳三年（一七一三）刊の『倭漢三才図会』に、初出と見る「看板（カンハン）」の熟語があり、以後、この定着にいたった一方、「招牌（カンハン）・招子（カンハン）・牌子（カンハン）」などが『名物六帖』に見られ、天明寛政ごろには招牌が定着し、両者、すなわち看板・招牌とも明治年間まで慣用されていた。そして、以後、看板の固定となる。これらを順序づけると、簡版―簡板―鑑板―翰盤―かんばん―看板―招牌―看板などと、熟語は時間とともに転換したのである。

商業活動の振興を背景に、即物的または隠喩や洒落による看板を経て、木彫による模型的図様と文字を漆仕上げとした豪華な看板が登場した。一大消費地となった江戸へ商品を送りつけた上方商家が、自家商品の銘柄誇示と問屋としての自負の象徴として、豪華看板を送りつけてもいた。これを、江戸では「下り看板」と呼んで評価している。

屋外広告の暗黒時代

江戸期看板に視座を拡げたとき、即物的模型、隠喩などを初期とし、ようやく識字力の普及とともなった十七世紀後半にいたり、文字看板が街にあふれるようにもなった。

これは、先の下り看板の刺激や、三井八郎右衛門の果敢な営業戦略が範となったのに相違なく、「御額看板師」とした専業の定着で、職人たちがそれぞれ手技を競った。明治十年代、材質と表現にぬくもりとユーモアを求め、三度の来日で二百点近くの看板を収集したA・モースはこれをアメリカへ持ち帰り、現在ボストン近郊のピーボディー博物館に収蔵するなど、また国内の地方郷土資料館が収集するほか、個人にもコレクターが多い。

ところが、明治にいたって薄板鉄板とペイントの登場は、わが国看板の様相を一変するにいたった。

明治五年二月、銀座をひとなめにした大火から、災後、道路の拡幅と家作りを煉瓦造りとする規制で、松・梅・桜の街路樹と煉瓦街の銀座通りとなった。しかし、この煉瓦による家造りは不評で、空家が軒並みだったが、これを逆に利用する男たちもいた。

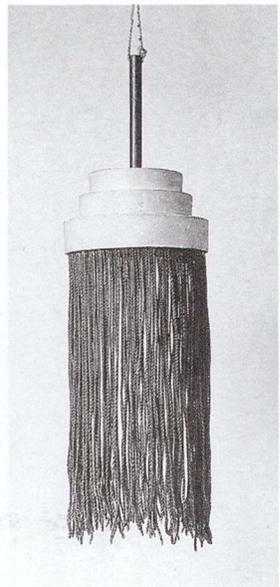
「精錡水」の岸田吟香は、二軒分をぶち抜いて店舗とし、軒先に袖看板（江戸期の屋根看板の応用）と、二階窓上に二軒通しの間口いっぱいと見る平看板を掲げたのである。

また明治十年鹿児島から上京した岩谷松平は、銀座三丁目に岩谷商会を創業、天狗煙草の生産と販売に成功し、間口三十間（約五十五メートル）の軒先いっぱいに「驚くなかれ煙草税金弐百万円」などの大看板を掲げてもいる。

さらに瓦斯、電気の開発からは、瓦斯灯やイルミネーションによる店頭広告や広告塔が華やかさと大きさ、高さを競うこととなった。



間口30間におよぶ岩谷商会の店頭　たばこと塩の博物館蔵


みつき（３カ月）すると流れるという質屋の看板　筆者蔵



あめ・孝々糖屋の看板　高さ47㎝幅38.5cm
筆者蔵

天狗煙草の松平に対抗したのが、京都に本拠をおいた村井兄弟商会で、明治二十八年、京都での第四回内国勧業博覧会の開催に際し、京都如意ケ岳の山腹にサンライス・ヒーローの野立て大看板を立てたのである。一字ずつの大看板が立て並べられたさまは、棚引く霞とも見立てられ、霞看板の異名で呼ばれもしたが、風致景観を害すとして間もなく撤去を命じられている。一方、鉄道沿線の松林にカタカナを切り抜いた白塗りの文字を立ち木の幹に打ちつけるなど、この景観無視の氾濫から明治四十四年「広告物取締法」が、はじめて公布となった。

江戸期の職人たちが腕を競った手工芸をベーシックに木彫と漆芸の看板は、見る人の心にぬくもりを与えるものが多かった。だが、ただ大きさを競い風致も考慮しない明治時代の広告物に対し、屋外広告物の暗黒時代との評すら生じているのである。

都市景観・風致景観の中の屋外広告

騒色のネオンサイン、毒々しい屋外広告と評されもする屋外広告物は、明治末の「広告物取締法」以来、昭和二十四年六月、法律百八十九号で「美観風致の維持・危害の防止」等を目的に『屋外広告物法』が制定され、都市計画法、建築基準法、文化財保護法、森林法、道路法、軽犯罪法などに関連して規定され、地方の実情に即すため、各都道府県自治体管理の地方条例、すなわち『屋外広告物条例』『屋外広告物条例施行規則』などで規制となった。

そして、「屋外広告物」とは、次のように『屋外広告物法』が定義している。

常時または一定の期間継続して、屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立て看板、はり紙、およびはり札、ならびに広告塔、広告板、建物その他の工作物に掲出され、または表示されるものならびに、これに類するもの。

このような定義と地方条例施行規則等で規制されているにもかかわらず、騒色と混乱（カオス）の街並みと評されもする最大の原因は、屋外広告物のみではなく、建築基準法にも欠陥があるからと思われる。

基準法では建蔽率その他、やかましい規制があるのにかかわらず、建築外観、つまり外観の形態や色調についての規制は、一切ない。したがって、間口の狭いペンシルビルや線香ビルと、施主が自嘲めいていう細高いビルの林立する街並みの中で、設計者と施主の気ままからの外観と色彩で、街並みは玩具箱をひっくり返したカオスの様相である。

数年前、関東地方の一都市で繁華街の一角に、真っ赤に塗ったビルが建ち、真向かいの銀行は、赤い反射で執務に影響し、日中からブラインドを下ろすほか、周辺住民の苦情反対からマスコミの取材の対象となった。施主は「当社のカラーポリシー」と頑張り、市当局は規制の根拠がないとしていた。はじめは施主の頑張りを無責任に面白がっていた顧客も、やがて離脱し、売り上げ減となって、ついに周辺に馴染んだ色に塗りかえになったとは、市民の良識の勝利だったとしか言えない。

東京新都庁舎の建設に際し、知事が「ノートルダム寺院に匹敵する」、サンシャインビルだったか「それより一・五メートル高い」だのと新聞で語っていたのは、自らの文化的鑑識眼の低さを露呈したのに過ぎない。

戦時中、世界の文化的遺産都市としてアメリカ軍も爆撃しなかった鎌倉・京都・奈良だった。が、戦後、建設された京都駅前ビルのタワーは、京都の街並み家並みに決して馴染むものではない。また反対が多いのにかかわらず六十メートルかの高い駅ビルを許可したのは自治体である。ヨーロッパでは建築外観は周辺住民や通行人のものとの観念の普遍と、町それぞれ特有の顔を持った街並みが多い。だが、日本では九州から北海道まで地方都市にローカルカラーの確立が見られるだろうか。どこへ行っても銀座の町名がある。これらは地方の時代を主張する声とは裏腹に個性的自主の放棄としか言えないであろう。

韓国ソウルには韓国式建築、幾層かの庇と屋根が反りを打った瓦屋根としたビル「青少年育英財団」の建築様式には魅了された一人である。どうか、わが国の設計・建設業界も、街並み景観を配慮した外観規制と、日本の伝統様式と言えるビル建築の確立を願いたいのである。

とすれば屋外広告業界の自主規制も、さらに進むことは必定である。

看板のプレゼンテーション

菊地勇三

看板のプレゼンテーションの変遷

■照明看板の原点—花ガスは一夜の光—

行灯（アンドン）の由来は、持って行く灯火からきている。提灯（チョウチン）は持つもので、軒下に吊り下げられ看板としての機能があれば行灯となる。夜間に明かりをつけて看板を華々しく見せようとするのは、日本が先覚者だったようだ。日本の和紙の特性を生かして、行灯の表面に文字や絵を描いただけでサインになったわけである。

江戸時代末期、石油の輸入とランプの普及につれてガラス張りの軒灯、外灯に変化してゆく。ガスの普及につれてガスによって点灯された照明サインがあり、「花ガス」と言われた。ガスパイプを文字や模様などに曲げ、そのパイプに連続して噴気孔をあけ、点灯された炎がエキゾチックに浮かび上がる。しかし強風に消える欠点があり、電気サインの普及につれ「花ガス」は消え去ってゆく。

■イルミネーションの始まり

—電球サインは今も大銀座まつりに生きている—

電力事業の普及につれ、イルミネーションの時代に入ってゆく。わが国で電灯のイルミネーションを取り付けたのは明治20年前後で、普通の小型電球が使用された。また、ごく稀に色電球（色のラックニスで染めたもの）も使用された。イルミネーションは第５回勧業博覧会（大阪）では2,000灯使用され、明治39年東京上野で開かれた勧業博覧会では35,000灯が使用され、不忍池の水面を彩ったとのことである。その後イルミネーションは博覧会に不可欠なものとなり、奉祝塔や花電車等にも飾られた。

これを契機に電気サインの研究が始まる。イルミネーションは裸電球を空間に取り付けただけで、電気サインは文字型の溝（チャンネル文字）を作り、その中に電球を納め、文字が鮮明に浮き彫りになる。大型のサインを作る場合、空中にネットを張り、それに電球を取り付けた。それがネットサインである。サインは電球の常灯であるが、その効果を著しくするためにと研究が進められ、電球の美しさを十分発揮できる点滅方式へと進展して、今も大銀座まつり、音と光のパレードのフロート（花電車）で活躍している。

■ネオンの誕生—輸入管から国内生産へ—

ネオンはギリシア語のNEOS（新しい何物か）に由来し、希有ガス発見により命名された。1898年英国の化学者ウイリアム・ラムゼイが大気中に窒素と酸素以外に新ガスが存在することを発見してネオンと命名したとの記録がある。ネオンガスは透明赤橙色管に封入されている基本的なガスである。後にアルゴンガスが発見され、両者が現在のネオンの元である。

日本にネオンサインが渡来したのは1918年（大正７年）で、東京銀座に長さ３mのネオン管が取り付けられた。本格的には大正14年、大阪白木屋が「SHIROKIYA」のネオンチューブ管を取り付けている。このネオン一号は点灯すると炎が燃えるように見え、火災の危険があると大阪府から注意され撤去せざるを得なかった。しかしこのネオンサインは、白木屋東京日本橋店（現東急）のアーチに取り付けられた。

大正15年７月、東京日比谷公園で行われた東京市の納涼大会に飾られたネオンサインが、国産ネオンの始まりといわれている。昭和２年、東京市電気研究所において「電気と波展覧会」が開催されたとき、「デンキと波」のネオン文字を取り付けた。このとき日本で初めて「波」に青色管が使用された。昭和３年、屋上にネオン看板として「東京朝日新聞」が1.2m角のネオン文字を取り付けたのが、現在の屋上ネオン看板の一号といわれている。

そして昭和初期、ネオンサインの会社が創立され始めた。

■ネオンの普及、そして映像新時代へ

ネオンは、バー、カフェーに取り付けられ、飲食店に大々的に採用されて以来、不可欠なものとなっていった。当然のことながらサインの効果が注目され、一般の企業にも普及していった。初期におけるネオンの全盛時代の到来である。

昭和12年の支那事変で石炭不足となる。同14年、電力節約のため、公共標識以外のサインが禁止され、それは戦後まで続けられた。

昭和21年、「R・T・O」の３文字が全国の鉄道の進駐軍案内所用として発注された。しかし一般のネオンは電力不足のためまだ許可はされなかった。昭和22年に入り「蛍光ネオン管」が開発され、戦後のネオンサインの飛躍の足掛かりとなった。

昭和24年、電力事情が好転し、北海道を除きネオンの禁止は解除される。その後、蛍光ネオン管の開発に伴い、従来の赤色管以外に多色のネオン管が登場し、ここに華やかなネオンの時代が始まる。

昭和34年の「岩戸景気」、同42年の「いざなぎ景気」で、日本経済の高度発展はネオン界にも及び、技術開発が盛んに行われた。それは看板やネオンの材料となる新製品、特にプラスチック材、アルミニューム材、電気機器等の著しい技術革新へとつながっていった。

昭和39年、東京オリンピック開催に伴う首都高速道路の建設は、沿線の媒体活性化につながった。大阪万博では、開催日までの日数表示の電光サインが各都市の中心に取り付けられ、技術の進歩に大きく貢献している。

ドルショック以降、大型看板は衰退し始め、自然が見直され、都市の美観を考慮するようになってきた。このころレーザー光線を一部使用した天気予報・温度表示等、公共性のある情報電光サインが登場した。その後、地方博覧会やコンベンションの建設が相次ぎ、

映像システムの開発と機能の改良に伴い映像新時代をつくってゆく。

ネオンサインに時代を見る

株式会社ウララネオンの資料によると、その当時の経済・社会背景とスポンサー動向により、時代の流れが分かる。

■昭和24年～昭和35年ごろ

電気――日立、松下、東芝、シャープ、サンヨー、NEC、ソニー
食品――森永、明治製菓、コカコーラ、バヤリース、雪印、グリコ
薬品――武田薬品、塩野義製薬、藤沢薬品
その他―サンスター、ライオン、オンワード、キャノン

銀座を中心に、新宿・渋谷および大阪地区に上のようなメーカーのネオン塔が設置された。

■昭和36年～昭和45年

昭和45年まで続いた「いざなぎ景気」で、企業は設備の増大・大量生産・大量販売方式の全国的販売店網の拡充などを計る。その地域広告・拠点広告としてネオンサインを設置する傾向にあり、広告の心理学的研究により深層心理が採用され、各企業統一デザインのネオンサインを設置する傾向が出てきた。また地方で知名度を高めるため、商社がネオンサインを設置し始める。

■昭和46年～昭和50年

昭和45年、万国博が終わるとともに景気にかげりが出てきた。消費者運動が台頭し、大企業がネオンサインに対して再検討を始めた。大都市中心の媒体が不足し始め、販売拠点媒体として全国的にネオン媒体を拡大していく傾向になった。特にコカコーラは、ロゴマーク変更により全国各地に多数のネオン塔を設置した。ネオン塔の規模が巨大化する傾向とともに、電光時計・温度計・湿度計・天気予報・電光ニュース・レーザー光線等を併設する広告塔が出始めた。

昭和48年、石油危機とともに商社はネオンを消灯、銀行は屋上広告塔の廃止を決める。この時期は媒体スポンサーの交替が多くなる。

■昭和51年～55年

昭和51年は媒体契約更新の物件が多く、大企業スポンサーは全面点灯再開か、自粛か、撤退かの決断をせまられる。このころから化粧品のネオンサインが目立ち始める。

昭和52年にはネオンサイン再点灯の企業が多くなり、また新規媒体を求めるスポンサーが多くなる。

昭和53年、不況により繊維産業の、屋外媒体からの撤退が始まる。また耐久消費財メーカーはネオンサインに消極的になる。

昭和54年、産業構造の変化と景気変動、ビルの新設、都市計画等によりスポンサーの新しいビルへの代替わりが多くなる。このころはまだネオン点灯時間３時間と自粛していた。しかし屋外広告ネオンサインに対する需要は多くなる。

■昭和56年～昭和60年

昭和56年ごろからネオン業界は活発となり、広告塔の新設・改修が多くなった。東京・大阪中心から、地方大都市へ媒体ニーズが移っていく傾向にあり、多くの企業が地方大都市にネオンサインを設置した。また新しく電気メーカー・情報メーカー・化粧品・消費者金融の看板が目立ち始める。

昭和57年には、地方への拡大がますます顕著になり、地方都市の媒体が求められるようになった。

昭和58年になると有力な媒体スポンサーの交替が目立ち、銀座では森永からキーコーヒーへの交替が目立った。商社が媒体を降りるケースも出始め、消費者金融の看板が猛烈な勢いで増え、大都市・地方都市にかかわらず媒体料の高騰が始まった。

昭和60年になると都市景観問題が起こり、屋外広告物規制見直しの機運が高まってきた。まず商社のネオンサインが少なくなり、消費者金融の看板も減っていった。また日本たばこ・外国たばこの屋外進出が目立ちだした。ＣＩ（新しい社名・ロゴマーク書体）を行う企業が増え、ネオン業界は活況を呈す。

■昭和61年～平成４年

昭和61年、アサヒビールのＣＩがあり、同社のネオンサインが全国で目立つようになった。一方ソニー・雪印・ブリヂストンが一部撤退した。また金融関係のネオンサインが多くなる。

昭和62年、ＣＩによる家電メーカー・ビールメーカー・金融関係の動きが活発になり、損保・ＯＡ事務機器会社・住宅・不動産等も屋外ネオン広告に進出してきた。

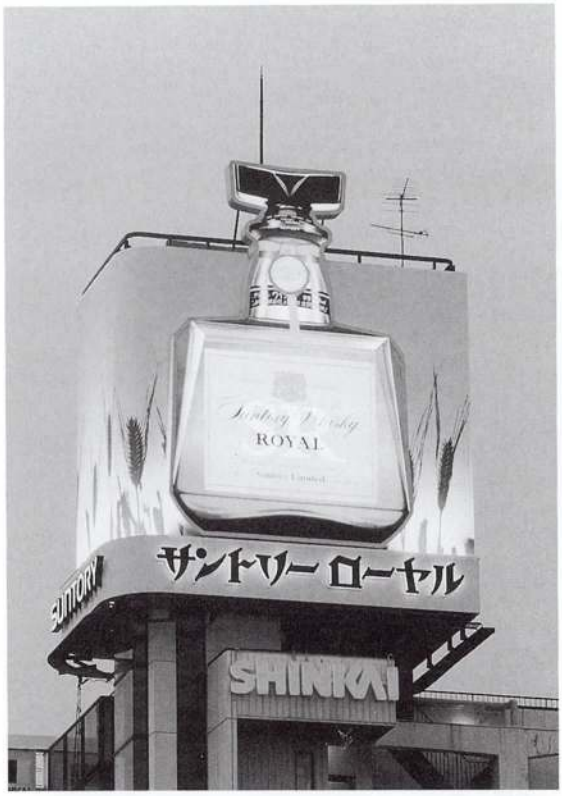
昭和63年、中小証券のネオンサインが目立つようになった。

平成１年、大手企業のＣＩ導入によって、ビジュアル面でのＰＲ効果が重視されだした。地方都市の媒体需要が多くなり、地方に向けられるネオンサインの効果が重要になってきた。しかし、駅前広場の整備・都市計画による区画整理のための建て替え・移転が多くなって、地方都市媒体は不足がちとなり、媒体料の値上がりにつながった。一方、東京・大阪・札幌・名古屋ではパナソニック、オムロン、オリンパス等の億を越える大規模ネオン塔が次々と出現した。

平成２年以降は、大都市・地方都市ともに媒体が飽和状態で新規の有効媒体を見つけることが困難となり、スポンサーが降りるのを待つかまたは契約更新時に法外な値をつけて現スポンサーを降ろすなどの芳しくない方向にあった。

■平成５年以降

バブル崩壊後、平成５年より銀座４丁目の「オッペン」は、「サロンパス」に交替したのを皮切りに、新旧スポンサーの交替で銀座の





サントリー（金沢）のネオン看板
—ロイヤルボトルは行灯看板。素材はパナグラフィックに書き絵。照明は蛍光灯—



昼光のアストロビジョン（松下通信工業）



久光製薬のサロンパスが銀座ネオンブームのきっかけ

夜景も様変わりしてきた。現在ネオン業界は不況期であるが、歴史はくり返される。ネオン業界に活況の到来を期待したい。

ネオンと映像のメカニズム

和紙はアクリルライト、パナグラフィック、看板用テープへ。モーターの開発により一面体看板から回転式多面体看板へ。蠟燭の照明は蛍光灯・ネオン・映像へと変化してきた。

ネオン管の輸入から始まる日本のネオン技術は今や世界のトップに躍進し、日本企業の海外進出に伴い、世界各国の主要都市でも活躍している。特に近年中国市場で、日本の技術指導のもと日本企業のネオン建設ブームが注目されている。

昭和56年、ポートピア'81で〝オムニマックス〟が登場し、連日長蛇の列で話題になった。昭和60年のつくば'85、昭和63年の瀬戸大橋博'88では立体映像を採用し、その後〝なら博、ぎふ博、青函博〟等の地方博で立体映像がブームとなった。また大型映像は東京ドーム（BIG EGG）にも登場し、さらに屋外広告メディアとして各ターミナルや繁華街の壁面にも登場してきた。

■ネオンの放電

ネオンサインは、ネオン管に封入されたガスが放電現象を起こすことにより発光する。ガラス管の中の空気を抜き、真空状態にし、水銀柱の高さ10～15㎜程度の低い気圧のネオンガスやアルゴンガスを封入し、高電圧を加えることによりグロー放電が美しい光を放つ。

ネオン管は、ガラス管の内壁に塗られた蛍光塗料と、封入するガスの種類により各色が出来るが、そのうち15色の標準色が多く使用されている。ネオン管の点滅は従来はローラ点滅器で行っていたが、現在はコンピューターシステムによりコンパクト化している。

■映像システム

「アストロビジョン」（新宿アルタ）「オーロラビジョン」（東京ドーム場内）「ジャンボトロン」（渋谷109）。これらは大型映像システムの商品名である。高感度情報化社会において屋外広告媒体のマルチ情報メディア対応ボードとして開発されたものである。

表示素子には高輝度放電管およびCRTチューブが採用され、昼間でも十分対応できるようになった。したがって広告・ニュース・各種案内・テレビ映像等多彩な情報を瞬時に提供するメディアである。情報信号のコントロールにコンピューターと電話回線が利用され、1ヵ所のセンターから複数の表示板へ信号伝達の制御ができる。コンピューターグラフィックスとVTRなどソフトの開発で、アニメ動画や極めて細やかな映像表現が可能となった。

取材先　㈱ウララネオン、大成ネオン㈱、松下通信工業㈱
参考資料　日本のネオン　㈳全日本ネオン協会

（きくち　ゆうぞう　株式会社大広第一プロモーション本部）

屋外広告雑話

小林利雄

「看板が立ち上がるまで」のタイトルで原稿をと、編集部よりの要望であった。しかし、字義どおり〝看板〟の範囲内で書くと、どうしても限られた一部門の話になってしまうので、タイトルを「屋外広告雑話」としていただいた。恐らくこの雑話を読んでくだされば、私の意図もわかっていただけると思う。手元にアメリカの屋外広告の法典ともいえる「ESSENTIALS OF OUTDOOR ADVERTISING」があるので、これを参考にしながら進めてみたい。

屋外広告の広い意味での定義は、〝屋外にあって人々の目に見える、あるいは視覚とともに耳に入るあらゆる形態の広告を含む〟と書いている。つまり屋外広告の表現方法は、書いたもの、描いたもの、話しかけるもの等々非常に多くの分野があるわけである。

これらの屋外広告のなかで、アメリカの場合だと最も広告主に愛され発達しているのが、ペイント看板とかポスターパネルで、合理的に標準化され、屋外広告の大部分を占めている。その他の屋外広告には店頭看板、道路看板、壁面利用の看板があり、駅構内のすべての広告、バスや電車などの交通広告も屋外広告の分野に入る。

このように屋外広告は、テレビ、ラジオ、雑誌の広告とは違い非常に媒体範囲が広く、それがひとつの特長になっている。広告主は、これら数多くある屋外広告のそれぞれの特性を把握して、よりベストな媒体を選択する。たとえば、都市美の花形(?)ともいえるネオンサインは、数の割合からいえば問題にならないほど少ないが、見る人に強烈な刺激を与え話題を提供するという点で、屋外広告の王者ともいえる。特に東京の銀座とか渋谷、新宿をはじめ大阪の戎橋のネオンサインなどは、ニューヨークのタイムズスクエアと比較しても、量・質において今やはるかに圧倒しているといっても過言ではない。

❖

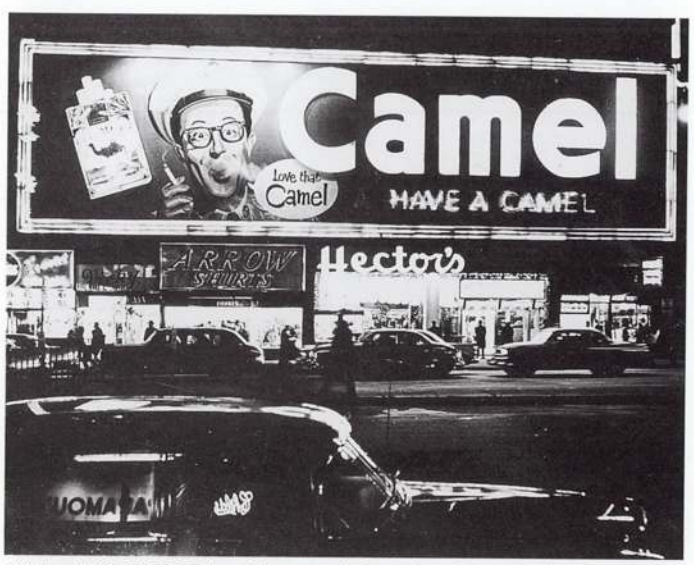
さて、ここで戦後の屋外広告の誕生について記してみたい。

昭和21年、私は中国より復員してきた。東京はまったく灰色に閉ざされた廃墟の街だった。だが焼野原に呆然と佇んでいるうちに、心の奥からふつふつと沸き上がってくるなにかがあった。そうした気持ちでいた時、私のその後の人生を決定づける運命的な1枚の写真に出合った。それは、「タイム」に載っていたニューヨーク・タイムズスクエアの素晴らしい夜景の写真だった。〝そうだ！この焼けただれた街をタイムズスクエアのように光輝くきれいな街にしたい。街をネオンサインで明るくすることをビジネスにしよう！〟

カラダはもう動いていた。早速、戦前からの取引先である武田薬品に話をもちかけると、幸いなことにネオンサインに強い関心を示してくれた。そこで銀座のド真ん中にある鳩居堂の初代熊谷社長にお逢いし、媒体の提供をお願いした。その時、社長が〝私のビルの屋上がお金になるのですか…〟と不審顔でいった言葉がいまでも忘れられない。

ここに、戦後初めて東京の街にネオンサイン第一号が輝いたのである。その後も銀座七宝ビルの塩野義製薬のネオン、田辺製薬「ビタ・ホーマー」のネオン、不二家「ペコちゃん」のネオンと次々に製作。〝東京の街を光輝く街に〟という夢は実現した。これらの作品は「週刊文春」をはじめ幾多の新聞・雑誌で取り上げられ、私自身も〝銀座の夜を変えた男〟と紹介され、少々面映ゆい思いをしたことを覚えている。

しかし、ここで浮かれてばかりもいられなかった。海外のグラビ



今はない昭和30年頃のなつかしい、アイデアにあふれたタイムズスクエアのキャメルの煙を吐く広告



アメリカの沿道広告



新宿アルタのビデオサイン

ア雑誌を見ると、まだまだ立ち遅れているのを痛感せざるを得ない。なんとか欧米の技術水準に追いつけないものか。そう考えると居ても立ってもおられなくなり、エレクトリックサインの先端技術を吸収しようと昭和30年、70日間世界一周の視察旅行に出たのである。

この視察旅行の成果は絶大だった。ニューヨーク・タイムズスクエアで眼にした光と色彩のネオン夜景は、私の想像をはるかにうわまわる絢爛さで、まったく圧倒されてしまったのである。全面をサイン球3万個で埋めつくしたピーナッツの「プランターズ」のネオン、タバコの煙を吐き出すキャメルのネオン、ペプシコーラのボトルから本物の水が流れだすスペクタキュラー広告、枚挙にいとまがないほどこの当時のタイムズスクエアの夜景は、すべてがアイディアにあふれ、スケールの大きな作品ばかりであった。なかでも強烈な印象を受けたのが、1万個のサイン球で埋めた屋外スクリーンに、シルエットで思いのままに映像を映しだす「リーボック」のスペクタキュラー広告である。

論より行動、私は早速この画期的なアイディアを日本で実現しようと発案者のダグラス・リー氏に逢い、なんとか輸入できないものかと折衝した。しかし、それは不可能だった。そこで帰国後、持ち帰った資料と部品をもとにわれわれの手で実現しようと、東芝の技術陣の協力を得て製作に着手したのである。その成果が、大阪戎橋際のビル側面に1万個のサイン球を使って作り上げた、日本最大のスペクタキュラー広告である。(昭和33年完成、日本ではシネサインと命名、広告主：武田薬品)

その後、私はシネサインをさらに発展させたビデオサインの開発に積極的に取り組むことになる。シネサインが原型となっている新宿アルタのビデオサインも、日本初の作品として話題にはなったが、当時は白黒だった。現在にいたってはビデオサインの製作技術も長足の進歩を遂げ、本場アメリカを追い抜いているのを見るにつけ、何かと感慨深いものがある。(ちなみにアメリカの球場や催事場に設置されているビデオサインは、ほとんどが日本製)

❖

ここで、最近の屋外広告の現況についてふれてみたい。

この不況下にあって、最近広告主が屋外広告を見直してきている傾向にある。このことは屋外広告が地域戦略に即した販促訴求広告媒体として、また消費者にアピールする底力と効果効率の高い媒体として再認識されてきていることを示唆しているともいえまいか。

ちなみに屋外広告のサーキュレーション調査によると、80%の人は1日1回必ず外出するというデータがある。このことは、外出行動の範囲のなかで屋外広告への接触率がきわめて高いということであり、効果効率のよい媒体として屋外広告が位置づけられることを示しているといえよう。もちろん、スマートにグラフィカルにデザイン化することにより、街ゆく人の眼を楽しませ、街の美観にも貢献していることはいうまでもない。

❖

今後、マルチメディア時代の到来に伴って広告の在り方も大きな変革を迎えるが、屋外広告にあっても例外ではない。どんな変化があろうとも媒体としての存在価値は揺るがないであろうし、私自身もさらに技術面、表現アイディア面での研鑽と充電に十分力をそそぎ、時代の要請に対応していかねばならないと肝に銘じている。

(こばやし　としお　株式会社宣弘社取締役会長)



パーラメントのバックライト方式の広告



時計と温度計を両横に、公共性を持たせたマルボローの広告



ニューヨーク、タイムズスクエアのサントリーのエレクトリックサイン

京都市の屋外広告物行政

高畑吉博

京都駅を降りるとすぐに白地に赤文字のコカコーラの屋上広告物が目につく。今では全国どこにでもあるものだが、京都駅前にこの広告物が掲出された25年前は、コカコーラライトは発売されていなかったのだから、当時、全国でいや世界でここだけしかないものであった。

コカコーラの看板の地と文字の色を反転させたこの事例は、京都市の屋外広告物行政の象徴的なものとして語られることが多いのだが、これ以外にも色彩や形態変更等の事例が数多くあり、窓口に来られる屋外広告業者の皆さんから「京都はきびしいですな」の声をよく耳にする。

全般的に見て、京都市内の屋外広告物は、他都市と比べ、比較的良好な掲出状況にあると思われる。その背景としては、京都市が歴史都市で、その歴史都市に相応しい風致・景観行政が長い歴史をもって進められてきたということ、また、それを支える市民の高い意識、見識があったということがある。

京都市の屋外広告物行政の位置付け

現在、多くの自治体では、都市計画、道路管理、建築指導、公園緑地などの部署が屋外広告物行政を担当している。

本市では、昭和31年に京都市屋外広告物条例が施行されて以来、ずっと景観担当部署が屋外広告物行政を担当してきている。また、風致地区、美観地区等の他の景観上の規制がかけられている地区についても、屋外広告物については屋外広告物条例に位置付け、指導を行っている。このことは、屋外広告物も都市の景観の重要な構成要素の一つであるという認識のもとで指導が行われているということを示している。

次に、そういったことを裏付けるものとして指導基準の変遷を見ていく。

京都市の指導基準の変遷

昭和31年に京都市に屋外広告物規制事務が移管される以前は、京都府が所管していたが、昭和28年京都府風致審議会の答申「屋外広告物の掲出許可基準について」で、「ネオンは点滅回数を2回以下とし、意匠と構造を清楚ならしめるよう指導する」等とされているように、すでに景観からの視点で形状、色彩、意匠に触れている。昭和32年には、「屋外広告物掲出許可基準」で1～4種の地域ごとに段階的規制が行われており、色彩についてもより細かな基準となっている。

現在では、「京都市屋外広告物条例施行規則」で、禁止広告物として次の5項目が挙げられ、数量で表しにくい周辺景観との調和に対する考え方を示している。

・形状、色彩、意匠等がけばけばしい印象を与えるもの
・他の広告物と近接し、乱雑になるもの
・当該広告物を表示する建築物その他の工作物と不調和なもの
・市街地において都市の景観を害するもの
・郊外地または景勝地において自然の景観を害するもの

このように、屋外広告物が景観に与える影響を十分に認識した規定が一貫して設けられていることが分かる。また、数量等の規制の点においても、他都市に比べ厳しい規制がなされている。

以下に、京都市の規制基準の特徴的な点を、他都市と比較しながら挙げていく。

規制基準の特徴

(1) 自家用広告物では屋外広告物許可の適用除外となる面積が5㎡以下となっていること

屋外広告物を設置する場合は、条例に基づいて許可を受けなければならないが、自家用広告物で一定面積以下のものは適用除外となる。この面積が、他都市では、7㎡、10㎡以下となっているものがほとんどであるが、本市では「その合計が5㎡以下」となっている。

適用除外広告物の上限面積は、許可を要しない広告物の最大の大きさを示したものであるから、屋外広告物の規制をどの範囲で行おうとしているかを示していることになる。

また、本市では建物の一つの壁面に掲出されているすべての広告物の面積を合算した面積で判断している。つまり、総量規制の考え方である。

(2) 市内全域を4種8地区に分けて、それぞれの地域ごとに高さ、大きさ等を規制していること

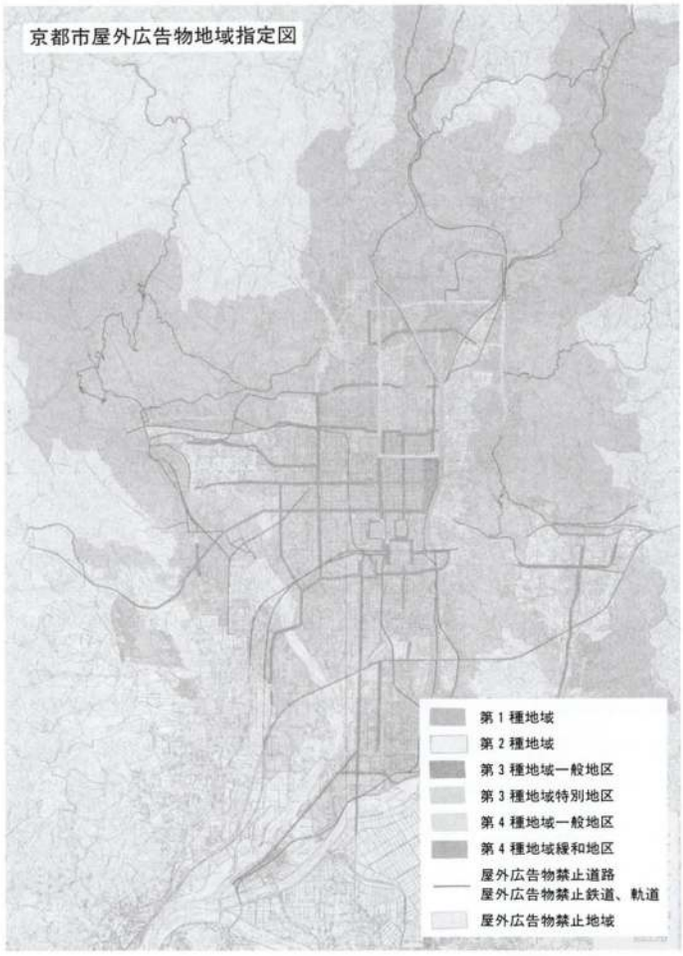
屋外広告物規制で全域を許可対象地域とし、段階的規制を行っているのは、全国で例がないものと思われる。

(3) 屋外広告物の種類ごとの許可基準で屋外広告物の面積、高さ等が小さく、低いものとなっていること

本市では、広告物の種類ごとに、地域地区別の高さ、大きさ等の許可基準を設けており、その基準は全国的に見て、最も厳しい部類になっている。例えば、屋上に設置する広告物の最も緩やかな基準で地上から36mとなっているのに対して、他都市では地上からの高さが46m～60m程度の基準が多く、その他の広告物においても、本市の許可基準の方が他都市の許可基準よりもひとまわりもふたまわりも低く、小さいものとなっている。

(4) 屋外広告物を総量で規制していること

本市では、建物に設置する屋外広告物については、その建物に設



置する屋上広告物、軒下広告物だけでなく、その建物に近接して設置される独立広告物である建植広告物、広告塔、サインポールの表示面積も建物に設置する広告物の面積に算入して、各建物の面ごとに許可基準の表示面積以下かどうか確認して許可している。

近年、他都市で「総量規制」の規定が新たに条例に盛り込まれた例があるが、京都市の規定が建物の各面ごとに広告物の合計面積の上限を定めているのに対し、これは、一つの面に巨大な広告物を設置しても他の３面に広告物を設置しなければよいというもので、結果的に一種の規制緩和となるものである。

(5)　道路景観で大きな影響を与える電柱を、屋外広告物禁止物件に指定していること

信号機、道路標識、街路樹などの公共空間にある物件については、これらの物件に広告物が無秩序に表示されるのは、美観風致の観点から好ましくなく、信号機などに表示されると安全上も問題がある。そのため、これらの物件は、屋外広告物を設置することができない禁止物件に指定されている。

本市では禁止物件の一つに「電柱」を指定しているが、電柱を市内全域で禁止物件にしているのは、全国で他に例を見ない。電柱を禁止物件にすることについての建設省公園緑地課の見解は、電柱に政治的ビラ等が貼付されることを念頭において、表現の自由とのかかわりを指摘しているが、本市では、条例制定時から電柱を禁止物件に指定している。これは景観上の視点から指定したもので、市民の間にも電柱が広告物禁止となっていることが広く定着している。

(6)　市内全域の鉄道沿線が屋外広告物禁止地域になっていること

ＪＲ京都駅前を除く鉄道沿線のすべての地域を屋外広告物禁止地域に指定している。

禁止の内容は、指定した鉄道から、その鉄道が高架構造の場合は300m、それ以外の場合は100mの範囲では、自家用広告物を除いて広告物が設置できないというものである。そのため、京都市内の鉄道沿線には、野立て広告物のような大きな商業広告物が設置されていない。

指導の特徴

条例、規則に基づく「規制」と合わせて、屋外広告物許可申請の際などの「指導」も、良好な屋外広告物景観を創出するうえで大きな役割を果たす。

(1)　全国統一仕様の屋外広告物であっても、町並み景観等に調和するように地域、場所によって変更を指導していること

全国一律の仕様の屋外広告物は、都市の地域特性を考えずにデザ



「イズミヤ」の京都市パターン看板(左/青地にマークを白抜き)と他都市の看板(右)



「オートバックス」の京都市パターン看板(左/白地にロゴマーク赤)と他都市の看板(右)

インされたものが多く、屋外広告物景観という視点から見た場合、地域、場所によっては不調和なものになるケースが多い。このような広告物を意匠・形態、色彩等景観的な視点から、本市の町並み景観に調和する方向で改善していただくよう広告業者や広告主に対して要請しており、改善された仕様のものを京都市内部では「京都市パターン」または「京都市仕様」と呼んでいる。

具体的には、「地色が高彩度色の場合は、地色の彩度又は明度を下げる。あるいは、図と地を反転させる。」、「有彩色の面積を縮小する。」、「使用する有彩色の数を減らす。」「デザインそのもの（色彩を含む）をソフト化・シンプル化する。」といったような方向での要請となるが、個別のデザインやその他の条件を踏まえた上で、要請しており、これらに該当しない場合もある。

このような京都市パターン広告物に変更された事例は、相当数にのぼる。「京都市パターン」への改善を要請する場合は、なぜ改善が必要なのかといった理由をはっきりさせながら協力を願うようにしている。

(2) 屋外広告物の事前相談を行っていること

申請前の「事前相談」を行っており、この中で、色彩・形態・大きさ、高さ等デザイン面にまでわたる詳細な相談を受け、その中で、施主の意向をも反映させながら、調整を行っている。

(3) パチンコ店の「屋外広告物等の自主規制」

京都府下のパチンコ店で組織されている京都府遊技業協同組合連合会は、平成３年６月１日から「屋外広告物等の自主規制」を実施し、新規に開店するパチンコ店のネオン等の点滅、流動等をはじめ、屋上広告物や壁面広告物の大きさや色彩についても自主規制している。その結果、新規に開店または改装した店舗では、一見しただけではパチンコ店とは分からないほど周囲の景観に配慮した店舗も多く出来てきている。

この自主規制は、『地域環境との調和』をスローガンにしており、今後の屋外広告物を含めた遊戯場のあり方を示しているものと思われる。本市は、この自主規制が遵守されるよう許可申請時に指導を行っている。

今後、他の業界でもこのような企業ぐるみの景観に配慮した活動が展開されることを願うものである。



自主規制前のパチンコ店


自主規制後のパチンコ店

現在の課題

小規模な広告物については、許可不要となるケースがほとんどであるため、掲出方法、色彩等が無秩序になりがちである。また、電柱などに括りつけられている立て看板の類については定例的に屋外広告物法に基づき撤去を行っているが、数は減ってきているものの、後を絶たないというのが現状である。さらに、ガラス窓の内側から外に向けて掲出される広告物については、法の定義によると屋外広告物に当たらないとされているため、規制ができない実態にある。

これらについては、行政の規制や指導だけでは解決できない問題であり、市民、事業者の意識を高め、それを行政がバックアップしていくという姿勢で官民一体となって取り組んでいくということが求められる。

その方向の一つとして現在、自動販売機の非常に目立つ色彩、意匠を京都の町並み景観、自然景観に調和するような色彩に改善するよう自動販売機の中身メーカー等に対して、具体的に色彩の提案を行い、協力を求めている。すでに、色彩改善をした機種の設置を開始しているメーカーもある。

今後の施策の方向

建物の景観上の規制が、素肌を美しくするものだとすれば、屋外広告物の規制は、お化粧をいかに美しくするかということである。そのメイクアップの方法については、都市によって顔立ちの違いもあり、全国どこでも一緒というわけにはいかないが、統一されたイメージでメイクアップ用品を選ぶ必要はあるだろう。

本市は、平成４年３月の「京都市土地利用及び景観対策についてのまちづくり審議会の答申」を受けて、屋外広告物景観を整備していく施策は、どうあるべきかを全体的に見直している。その中で、規制をより地域特性に合わせたものにしていきたいと考えている。

具体的には、地域地区を見直すとともに規制基準については、通り景観を重視して広告物がどういう見え方をするかという視点で見直していきたいと考えている。

また、広告物の形態、意匠、色彩、掲出方法等をビュジュアルに示すガイドラインの作成にも取り組んでいる。さらに、市民の自主的な規制や協定を行政として支援していくということも検討していきたいと考えている。

（たかはた　よしひろ　京都市都市計画局都市景観部都市景観課屋外広告物係）

神戸市の屋外広告物の規制と誘導

小西阿佐男

神戸市は、昭和53年に全国に先駆けて都市景観条例を制定し、それまで他都市で施行されていた“まちなみ保存型”条例から一歩抜け出し、「まもり」「そだて」「つくる」の観点から、新たな都市景観の形成を目指して施策を展開してきた。

この間、「北野町山本通」や「旧居留地」「税関線沿道」等の景観形成地域の指定や、景観助成制度、景観アドバイザー会合、景観ポイント賞表彰制度の実施等、一定の成果をあげてきたが、近年の都市景観行政に対する社会的要請の高まりに伴う動きに対応するため、「施策対象の拡大と総合化へ」「景観誘導の多面的展開」「行政主導から市民主体へ」の三つの視点に立って、平成２年に条例改正を行い、15項目にわたる新たな内容が盛り込まれた。屋外広告物に対する景観誘導の項目も、この時に加えられたものである。

その後、屋外広告物の景観誘導に対するガイドラインの作成や、庁内の受け入れ体制の検討を行い、平成３年11月より屋外広告物届出制度を実施して現在に至っているが、およそ３年を経過しての問題点や課題を、以下に概観してみたい。

屋外広告物の現状

商業地や業務地、住宅地等、地域によっても掲出される広告物はさまざまであり、一概には言えないが、京都や奈良など都市の性格がはっきりしているところを除いて、都市の特性による差はあまりないように思われる。

そこで、ここでは広告物の種類別の問題点を中心に述べる。

広告塔　屋上に設置されているものには、建築物のボリュームに比し過大なものが見受けられる（特に郊外型の大型ディスカウントストアに多い）。また、山や海への眺望地区での景観を阻害したり、幹線道路のスカイラインを乱したりしているものが多い。

屋上広告板　近景的には建築物本体との調和に欠け、建築物そのものの質感を低下させていたり、支持構造物が露出しているものも多い。屋上広告塔と同じく、眺望地区での景観を阻害したり、スカイラインを乱したりしている。

壁面広告板　おのおのは小規模であっても、複数の広告板が設置されることにより、建物全体が広告物のようになっている例も見られ、まちなみを乱雑にしている。

突出広告板　まちなみを道路軸として見た場合、建物が見えずに広告物ばかりが目につくことになる。全体のベースになる色やデザインが統一されずに、まとまりのないものになっているものが多い。

地上広告板　小規模であっても、数多く設置されることにより乱雑な空間になりやすい。特に幹線道路沿いでは高さ、表示面積の過大なものが連続していることが多く、独特の広告景観を形成している例も見られる。

電柱広告　電柱そのものが市街地の景観を乱している場合が多く、電柱の広告物がさらに混乱させている。素材やデザイン等は安っぽいものが多く、目障りなものになっている。

窓ガラス利用広告　窓枠をいっぱいに使ったものや、デザインされていない文字の羅列等、建築物本体の質感を損なっているものがある。壁面広告や屋上広告板と相まって、建物が集合広告板化している例も見受けられる。

電光掲示板　輝度の高いものが多く、見た目にきつい印象を与えたり、せせこましい光の動きでまちなみ景観を低質なものにしているものがある。

以上は大まかな分類であり、多角的な検討を加えた分析でもないので、表面的な捉え方しかできていないが、概括すればそういうところではないだろうか。これらに、デザインや色彩、素材の問題がプラスされて（特に色彩面については「騒色」とも呼ぶべき状態のところもある）、まちの中での広告景観に対する考え方は一層複雑なものになってきている。

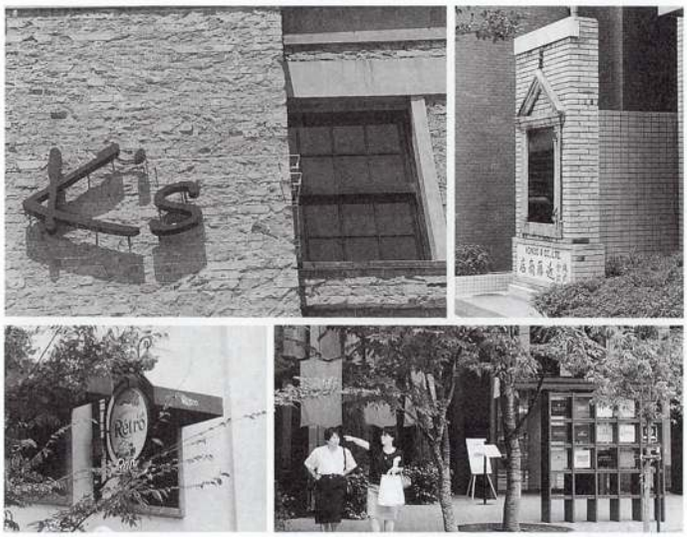
神戸市における取り組み

平成３年11月より、屋外広告物届出制度を実施していることは前述した通りであるが、その概要について簡単に触れておく。

まず届出の対象は広告物の表示および内容の変更で、市内に７地域ある都市景観形成地域にあっては、自家用広告については10m²を超えるもの、他者用広告についてはそのすべてを、また、景観形成指定建築物等届出地域（景観形成地域を除くほぼ市内全域）では、一件の高さが４mを超えるか、または一件の表示面積が20m²を超えるものとなっている。

該当物件については、屋外広告物設置許可権者である市土木局道路部管理課と連携をとり、許可申請に先立ってアーバンデザイン室と内容についての事前協議を行うようなシステムを採っているが、無届で掲出される広告・看板も多く、このことについては業者のモラルの向上を待つしかないのかと、暗い気持ちにさせられる。実際、協議の際にいろいろ注文を付ければ、それに反比例して届出件数は減少し（不況の影響で設置件数そのものが減少していることが主な原因だとは思うが）、無届のものや届出不要の大きさぎりぎりのものが増加しているように思える。

実際の誘導にあたっては、「屋外広告物景観ガイドライン」等を参考にしながら、地域特性に配慮した誘導を行っているが、具体的な基準といったものはなく、現在、研究会を設置して検討しているところである。



一般的には、当初届出内容からの表示面積の縮小（表示面の白縁取りを含む）、ポールサイン等の高さの抑制、点滅ネオンの禁止、下地色への原色使用の自粛要請（彩度の低減を含む）、使用色数の簡素化、屋上広告塔の禁止等を内容とする誘導を行っており、何らかの譲歩を得られるように協議を重ねている。

また建築物等の届出の際には、サイン計画を確認するようにしており、未定の場合には継続協議を求めるなど、施主・設計者に屋外広告物に対する景観上の認識を持ってもらうように努めている。

協議を行う中でしばしば問題になるのが、いわゆるＣＩカラーやロゴマークで、大企業やチェーン展開している店舗（コンビニ、ファーストフード、ディスカウントストア等）のほとんどがこれに該当し、全国統一規格を理由に、屋外広告物条例の基準内である限り内容の変更に応じることはほとんどない状態である。

届出に来る屋外広告物業者は製作・設置をするだけで、彼らは広告のデザインについては何らの権限も持っておらず、したがって彼らに変更を求めたところで責任ある回答は得られず、施主に話を伝えるだけになっている。そういったことを何度か繰り返して、やっと施主（である企業の社員）の登場となるわけだが、そこではじめてまちなみとの調和や景観という概念を認識してもらう機会が持て、以後の掲出にあたっての配慮をしてもらえるようになる。

届出対象となるような大規模な広告である場合、施主は大企業であることが多く、単なる下請けである業者に対する誘導や協議は徒労に終わることが多い。広告物のプロとして、施主側にデザインや掲出方法を逆提案できれば良いのだが、施主との力関係でそうもいかないようだ（言うとおりにしないと、その仕事は他の業者にまわる）。結局、施主である企業の責任ある立場の人の意識啓発を行うことが最も効果的なようだ。

今後の課題

先ごろ、国の方でも屋外広告物の標準条例改正のための検討を始めたようであるが、その中で、これまであまり意識されていたとは言えない景観面からの見直しがされようとしている。「景観と調和した屋外広告物のあり方」という観点からなされる改正は、大きな武器になると思われる。

しかし、その一方で、地域の個性や特色を顧みない一律的な基準による規制が課せられるのではないか、という心配もある。住民主体のまちづくりを進めていく中で、そのまちの性格や方向性がはっきりしている場合は良いが、そうでない場合、行政の設定する基準は（多様な地域性に配慮するあまり）弾力的なものにならざるを得ず、そうなれば規制・誘導の基準に関する限りでは、現在と大差ないように感じる。また、あまりに細分化された基準であれば、個性や創造性が損なわれて、面白味のないまちになるだろう。その辺りの兼ね合いが難しいところである。

また、本年10月より施行される行政手続法も頭の痛い問題である。条例および規則に基づく「届出」の受理や「行政指導」については一応適用除外となっているが、努力義務が課せられており、まがりなりにも効果が出てきている今の方法（「協議」であるが実質的な行政指導）が意味のないものになることも考えられる。

おわりに

まとまりのない話をしてきたが、（憲法で公共の福祉による制約が認められている）財産権は言うに及ばず、表現の自由でさえも、その内在的制約から絶対ではないことを、企業だけでなく業者や市民にも認識してもらいたいのである。

有能なデザイナーが心血を注いで考えたもので、デザイン的に優れたものには違いないのだろうが、それが机上にあるときとビルの壁面や屋上にあるとき、１㎡のものと50㎡のもの、繁華街にあるときと畑の中にあるとき、布地のものとアクリルのものetc……と、どのような状況の下でもふさわしいというものはないように思う。広告単体ではなく、そこでの見え方を意識したとき、徒に自己主張をするよりも周辺景観との調和のとれた掲出方法を考えた方が、企業のイメージも向上するのではないだろうか。

地球環境にやさしい（取り組みを行っている）企業が、市民や消費者団体から一定の評価を得ているように、景観に配慮した（取り組みを行っている）企業が評価されるような社会になることを望んでいる。

（こにし　あさお　神戸市都市計画局計画部アーバンデザイン室長）

アーバンデザインと看板

高橋志保彦

看板の問題は、街づくりをする上で大変厄介なものである。日本の都市景観を荒らす二大元凶は看板と電柱（含電線）だと言われて久しい。わが国を訪れる外国人の口からよく漏れる感想でもあるし、恐らく大部分の日本人もそう思っているに相違ない。

看板はカオスの元凶か

日本の景観は、その圧倒する看板の総量の大きさにおいて特徴をもつ。すなわち、だれもが気楽に取り付けて量が増えるだけで、取り除くことの美しさを求める人は極めて稀である。大体、屋外広告物が自家用であるなら、表示面積の合計が10m²以内であれば行政への掲出許可は要らない。ビルに入居するテナント1店1店が許可も要らずに取り付けていけば、看板だらけの街の景観になるのは自明の理である。

看板は、事業所や商店、業種や商品等のメッセージを伝えるものである。ところが現況のように多過ぎる量では、看板一つひとつの訴求力は弱まり、全部で埋もれ合っているとしか思えない。街というステージにおける主役はおろか，脇役をも演じ切れない。あまりにも数多き演技者が、大した演技もせずに壁にぶら下がっているのであるから、全体的に「背景 setting」になり下がっている感がある。個別の看板の演技力が弱く、演じる者の魅力に欠ける。いわば「花」が少ない。優れたデザイナーによる素晴らしい看板もあるのだが、デザイン力の乏しい無数の看板にかき消されている。



八坂周辺（京都）


外堀通り（東京）

数年前、企業のCIが盛んに行われ、企業イメージを高めた。テレビというメディアにのせた宣伝や、CIによってロゴを作り替えても、看板デザインはないがしろである。CIによって話題となった代表的な数社の名を挙げることができても、「その企業の看板が面白い」などという評判を聞いたことがない。単にCIによって新しくなったロゴやマークが、ありきたりの看板というハードにはめ込まれているだけである。

わが国の看板は、一つひとつのデザインが話題にならず、看板が多いという現象だけが話題になっていると結論づけられよう。そして、街にあふれる看板が都市のカオスの元凶のように思われている。しかし、本当にそうなのであろうか……。



銀座中央通り（東京）

私にはあふれるような看板の群れが、極めて均質なものに見えてならない。すなわち、何か定まったオーダーの中にすべてが納まり込んでいて、いわば横並びである。街の特性や、場所性を大して読み込んでいない屋外広告物条例の条文に沿って、どこの街も同じように建物に看板が取り付けられている。一昨年、横浜のイセザキモールの看板を調査したら、条例に違反をしている事例は思ったほどにはなかった。数年前、横浜の元町、東京の西並木通り、銀座中央通り、竹下通り、表参道、モーツアルト通り、フォンテーヌ通り、ブラームスの小径の突出看板884個を調査して平均を出してみたが、

- 個店の小型突出看板　約60%、長い短冊型突出看板　約40%
- 文字表現　97.4%、象形表現　0.8%、文字＋象形表現　1.8%
- 内照式（行灯看板）81.9%
- 街路の長さ4.4mに1個の割合で看板がある
- 1建物に1.9個の看板がある

この調査で分かるように、日本の看板のほとんどは、アクリライト板を使った文字表現の行灯看板なのである。なぜこれほどまでに均質なのだろうか……。経済性、安直な訴求効果、用いられる材質や製作方法も類似しており、みんな同じであり、この次元ではカオスではない。いわば安作り日本様式なのである。最も安易な作り方で、安く、夜も効果があるように（商売によっては夜だけ目立てばよいという代物もある）ということで、アイディア欠乏症候群の看板で、ザルツブルグ（オーストリア）のゲトライデ通り、ローテンブルグ（ドイツ）の街路にあるような、人々の話題に上る、そして街のアイデンティティを形成するような工芸品にまで高められた見事な「作品」のレベルまで到達していない。「看板は作品でなければいけない」というのが私の主張である。



ザルツブルグのゲトライデ通り

江戸時代から戦前までの彫刻的な木製看板や、木製に金を塗った巧みな金看板の伝統はどこへ行ってしまったのであろうか。

もちろん、現在優れたデザイナー、メーカーが、アートな形態、ハイテク利用、表現の多様化を狙ってよい看板をつくり出しているのは救いである。



佃島（東京）

看板は表札か

日本人の名刺好きが、看板の多さにつながっているのかも知れない。自分をいかに表すかということを、安易に看板に託していないだろうか。またわが国の都市にある道路に名称があまりついていないので、建物を捜すのに困難を極め、看板が必要なのだという理由もある。そうすると看板は表札代わりということになる。屋外広告物法の条例の良し悪しは別として、その法や条例の制限の中で大きさや量が定められ、皆それに合わせている。

銀座の並木通りの７・８丁目の周辺を夜歩くと、行灯看板が色とりどりの光を発しているのが目に入る。バーをはじめ飲食店の多く入っているビルが並ぶため、いかにも「光る表札」である。店に行く客も、その看板を確認してその建物のエレベーターや階段に向かう。あれほどまでに色とりどりの看板が道路の両側を埋め尽くすと、眩暈（げんうん）状況となり、もはや「きれいだ」と言わざるを得ないところが面白い。パリのシャンゼリゼでは広告に色を用いることを禁じており、そのためショーウィンドゥの洗練されたデザインがますます素晴らしく見える。規制があって風格を出しているシャンゼリゼに対し、並木通り周辺をはじめとするわが国の街路は自由奔放なのである。


銀座西並木通り（東京）

看板のデザイン

私の見るところ、一般的な看板のデザインはまだまだ遅れている。街を歩いていて、斬新なデザインの看板に出合って驚くことはままあるが、看板デザイナーやメーカーでデザイン理論が活発に展開し、看板デザインのルネッサンスが行われているのかどうか聞こえてこない。アクリの行灯式文字看板があまりに多いことは前述した。アメリカのオーランドのディズニーワールドに行くアプローチに、立体看板なるものがあるが、大きな独立立て看板の上に彫刻的なものが載っているだけで、アート性もなく、大してインパクトがなく、子供だましの感を免れない。

「よい看板は人の目を釘づけにする」快さを与えてくれ、時には感動をも覚える。そのような看板は、オーナーの経営哲学や商品にかける情熱を汲みとることができる。「名は体を表す」ように、「看板は企業の体質や経営理念を素直に表している」。私の持論である、物と心は離すことはできず、「物は心のメッセージ」ということが看



伊東屋の看板（東京）


香港の看板

板にも出ているのであり、「看板は経営者の心のメッセージ」である。当然、それらが集団となって、街の個性をつくり景観を左右する重要な要素となる。

例えば銀座のステーショナリー「伊東屋」の看板は、クリップで文房具を表している。簡潔にして店のイメージを伝える優れたデザインの好例である。経営者の哲学が凝縮されているといってよい。人々の記憶に強烈に残り、看板の本来の機能を十分に発揮している。あわせて、よい街並み形成にも積極的に貢献しているのである。

看板のオーナーは、まずデザインの重要性を知り、デザインの良し悪しの選別眼を養い、良質の看板を掲げることを誇りに思うことが大切なことであろう。それには街づくり、特に景観への理解を深め、優れたデザイナーを起用して欲しいものである。

看板の料金

看板の量が度を越して街にあふれるのは、規制が緩やかだということ、料金が安いということ、およびその管理体制がしっかりしていないということが挙げられる。

東京都、神奈川県、横浜市、川崎市の屋外広告物条例には、各屋外広告物の表示面積の合計が10m²以下のものは、許可の申請も手数料も不要である。道路占用料は、1,140円/m²年～8,290円/m²年(95円/m²月～690円/m²月）であり、東京都の中で千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区は一級地として16,900円/m²年(1,408円/m²月）である。一般に1 m²月1,000円以下で付けられるとしたら、だれでも看板を付けたがる。だれの目にも否応なしに入ってくる看板なのであるから、もっと高い占用料を払って然るべきであろう。そのことが俗悪な看板を排除することにもつながるであろう。

街並みと看板

街の景観は道路（道路本体、道路の付属物、道路の占用物）と建築、建築の付属物（看板、日除け）と空または天蓋（アーケードの屋根）から成り立つ。看板は建築の付属物であるが、付属物が本体の建築を見えなくするほどに取り付いた街をよく見る。建築の壁面線が「看板線」によって覆い隠されている。街に建築が見えていなければ不自然極まりないことなので、建築が常に見えるように看板の数量やサイズを定めなければならない。ヒューマンな看板と街の景観を考えると、「3階ぐらいの高さまでは看板も見やすいので割合多く取り付け、4階から上はできるだけなくしたい」というのが、私の街並みにおける看板のあり方の基本的考え方である。また、業種との関係で、馴染みでない訪問客がすぐ分からなければならないホテル等の宿泊施設はある程度遠くから確認されなければならないので大きな看板になるのは止むを得ないが、現状のような銀行、証券会社、大型店が、必要以上に大きくかつ数多く付けているのは、街に対する礼儀作法をわきまえていないことになる。

商店街の街づくりにおいて、私は数多くの「街づくり協定」を起案し、商店街の人々の賛同を得て成案としてきた。当然、看板についても、1店舗1看板以内とか、取り付け位置のバランスを考えるとか、条例に違反しないよう協定の条文に盛り込んできた。しかしそれまでにあった看板を協定に合わないから除去しようとする人は皆無だし、強権で取り除くわけにもいかない。またこれから設置する人に対しても、そして美しい景観を維持していくためには、街づくり協定のチェック機構が確立されていないと、お題目だけに終わってしまうおそれがある。

看板は、街づくりをする上で大変厄介なものであるが、まずは、人々の街の美観に関する意識が高まることが何よりも大切である。

（たかはし　しおひこ　建築家／神奈川大学教授）

建築・看板・都市景観

小林正美

建物への問い

街を歩いていて、よく分からない建物を目の前にしたとき、人は一つの問いを発する。「いったいこの建物は何なんだろう、何をやっているところなのだろうか？そしてここにはどのような人が住んでいるのだろうか…？」と。

ショーウインドウがあるものはわりと簡単である。ここがパン屋さんであるとかお肉屋さんであるとか。それは中身が直接見えるからである（**写真1**）。そこで次に問題となるのは、それがおいしいパン屋さんであるか、また新鮮な肉をまともな値段で売っているところであるかなどの判断である。これは初めて訪れる地方都市での、昼のレストラン探しでもよくおこる。今日この一回の大切なお昼、なんとかおいしい店に出合いたいものだ。ここは大丈夫であろうか。店構え、内部の雰囲気、ボーイやウエイトレスの動作に注意する。そして、どうかこのお店が当たりでありますようにと祈りつつ、意を決して飛び込む。銀行など、信用という見えないものを扱っているお店の場合はどうであろうか。まずそこが銀行であることを人々はどう見分け、そこが信頼に足るところであるかをどう判断するのであろうか。かつて多くの銀行は、ギリシャ建築の持つ様式美をファサードに取り入れ、西欧文明で培われてきた重厚さや権威を建物に被せてきた。そして私たちは、それにつながる安心感を、議事堂や博物館などと同じにそれとなくそこから買っていたのである。意識するしないにかかわらず建物の前に立ったとき、このような判断を私たちは瞬時に行う。

建物が何であるかを言語情報で知らせることは、ある意味では最も簡単で確かな方法である。建物にどのような人が住んでいるかを教える基本は、表札である（**写真2**）。かつて文化を育ててきた街、京都では、さらにそれをファサードにまで広げうる感性を持っていた（**写真3**）。そして隠喩やメタファーを用いながら、それとなく社会のマナーを教える技も磨いてきた（**写真4**）。以前の日本では、このようなことは当たり前のこととして人々の間で認識されていたのではなかろうか。訪問する家では、その門構え、庭のつくりなどがその家の主の人柄・教養を教え、商業規範では、まともな商売をやっていればいつか必ず人の口コミでその良さは伝わるとして、表札と同じ程度の抑制のきいた自己表現しか用いてなかった（**写真5**）。

建物がまとう屋外広告物の分析[1)]

京都の中心部、御池、烏丸、四条、河原町、三条、木屋町の6つの通りの沿道各1 kmに建つ733棟の建物を対象にして、それぞれの建物にはどのような看板・サイン・屋外広告物の類が取り付いているのか、建物と大きさ（間口長×高さ）との関係を調べたことがある。733棟の建物で見いだされた屋外広告物の総数は、全部で3398個。このうち面積が5 m²以上の大看板は251個。その内訳は屋上広告塔72、壁面看板53、壁面サイン28、突き出し看板61、窓面広告37であった。これら大看板がどのような建物に取り付いているかを分析した結果を、以下に要約する。

建物が大きい場合は、建物自体が存在を示す看板となるので、付けられる広告物も、壁面サイン、突き出し看板といったおとなしいものとなる。これに対して、間口が10m以下、高さが3～4階の中小規模の建物には、屋上広告塔、壁面看板の類がよく付く。最も目立つ屋上広告塔には、下部の建物用途と直接関係のない大企業の広告が載ることが多く、建物の内部用途が複合化し、いろんな業種が入ってくると、この傾向が強まる。壁面看板も複合用途の建物によく付き、飲食系では、チェーン店が店の名前を大きく書き出す。物販系では、薬、カメラなど他店と商品に差が出にくい業種がよく壁面看板を付ける。窓面広告は、銀行の1階窓面に特徴的なものであ



写真1



写真2

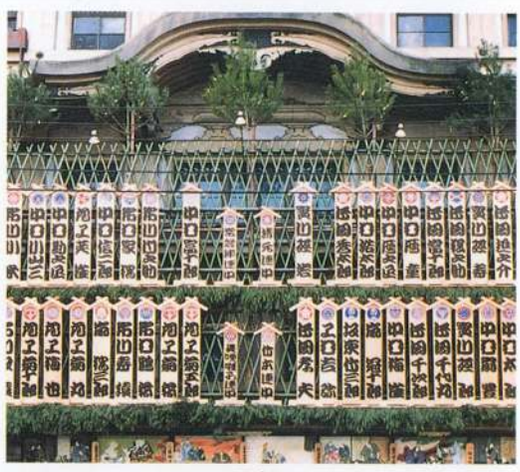


写真3

るが、複合系の建物にも多く、3階以上に入る各種教室（語学、ワープロ）、金融（ローン）、医療サービス（コンタクトレンズ）など、カタカナの業種が入る窓によく見られる。要するに、中小の建物で、内部用途が複雑化し、何をやっているのか見ただけではよく分からない業種が入ってくると、より多くの広告物がまとわり付いてくるのである。

都市を絵としてつくってみること

いつの頃からであろうか、この国の建物がそして街が、けたたましく自己主張を始めたのは。安いですよ、おいしいですよ、経済の活性化ですよと。昨今の日本の都市の景観は、それがデザインされればされるほど、以前にも増してその無秩序ぶりが増幅されている。特に新たな開発が行われたウオーター・フロントや、駅前彫刻が乱舞する新幹線の駅前広場などにこれが目立つ。形と色の暴力的な競い合いは、それを黙視できず、目をそらせない人々にとっては、お金と労力をかけて人間が行った行為ゆえに、それは人間というものに対して深い絶望感すら抱かせる。かつて華麗なる王朝美を誇り、少なくとも日本では看板の規制が強いはずの京都でも、黄色に塗ったカメラチェーンの店など、自分だけが目立てば良いとする（結果的には悪く目立つのであるが）姿勢が周囲の景観を否定し、この街が持っていた文化を否定する（**写真6**）。

都市景観の乱れの元凶の一つとされているこの看板を外すシミュレーションを、河原町通り沿いについてやってみた。そこで現れるものは、今度は、建物の方の貧しさである（**写真7**）。建物がお金を生み出す白い箱としてつくられていればこそ、そこで何を売っているかの説明書（ラベル）を外側に張り付けねばならなかったのであろう。

だが、もはやこの都市景観のひどさから目を閉じ、逃げているときではなかろう。環境との調和とは、混乱に対して秩序を与えることである。建物は看板と見られてよい。そしてその看板は、都市を背景にした絵とみなせばよいのである。日本人は、自然や自然が持つ色を使って絵を仕立てることには、結構上手であった。しかし人工系の色の調和的な使い方については、特に都市などを対象にした場合などでは、まだほとんどその教育はなされてきていないといってよかろう。

色彩調和には厳然たる理論がある。それはゲーテの研究に始まる色環の理論と、その上で展開される補色（対比）の法則が基本となる[2]。屋外広告物のコントロールが有効に実践されている西欧の国々では、この色彩調和の理論の修得とトレーニングが、バウハウスの教育システムに取り入れられてきたことでも分かるように、デザイナーが持つべき基礎的な素養（たしなみ）として位置づけられている。しからばわれわれも、もし今の日本の都市景観がひどいと思うならば、まずこの理論の修得から始めてみようではなかろうか。

都市は絵としてつくっていいのである。調和＝秩序を求める絵として。

最後は、アンリ・マチス（1869～1954）の言葉で締めくくろう。「正しい基本的な態度をとる限り、絵を描く過程は、家を建築する場合とまったく同様で、それは論理的なものである。人間的な側面をもつ人ともたない人がいるが、かりにそれをもっているならば、それはいずれにせよ、作品のなかに姿を現すものだ。」[3]。

1）小林正美：京都の都心街路沿い建物の形態・業種・サインに関する調査研究、日本都市計画学会学術研究論文集、P.499～504、No.27、1992.11
2）ヨハネス・イッテン：色彩論、大智浩訳、美術出版社、1991
3）前掲2）、p.90

（こばやし　まさみ　京都大学助教授）


写真4



写真5



写真6


写真7

まちなかの看板

村上幸三郎

1枚の看板が

金沢の武家屋敷を久しぶりに訪れた。土塀が修復され、新緑が枝を垂れ、曲がりくねった石畳が続く。見事に修景され、古い家並みのみがもつ清潔感ある通りになっていた。土塀がとぎれようとするところで、思わず足を止めてしまった。トタン地に書かれた赤と白の1枚の看板が眼前に出現したからである（**写真1**）。それまで浸っていた感傷から突然現代に引き戻され、すっかり興覚めてしまった。1枚の看板がもつ景観への影響の大きさを思い知らされた。



写真1　金沢・武家屋敷付近

こうした例を挙げれば切りがないほど、看板にまつわる思いは多い。

町のなかで見かけた看板など、屋外広告物などについて、住まう立場で気付いたことを若干記しておきたい。

屋外広告物でない屋外広告物

京都市内は他都市に比べ屋外広告物が少ない。永年にわたる市民の景観への意識と行政の努力とがこれを支えてきたのであろう。

しかし、町を歩いていると気になる広告物も多く見かける。その一つが窓ガラス内側に貼り付けたり、外向けに設置した広告である。屋外広告物法は屋外に掲出するものを対象にしているので、これらは、屋内に掲出してあるものが外部から見えるだけのものとして、現在は法や条例の対象にならないからである。



写真2　無秩序なガラス面広告

写真2は京都市内でも広告規制の厳しい地区にあり、1階のファーストフード店の看板は市の指導に従って企業のマニュアルにない白地赤文字の看板を採用しているにもかかわらず、その上層階のガラス面はネオンなど、さまざま。まさに、法の網の目をくぐった屋外広告物群である。ガラス面広告の扱いはテナントの良識を待つほかないのであろうか。

建築物は広告塔か

瓦屋根の町家が並ぶ京都都心部の大通りに面した楽器店の事例を見てみたい。建物の色彩がクロームイエローでとても目立ち、建物全体が広告塔のようにさえ見える（**写真3**）。市屋外広告物条例には『…形状、面積、色彩、意匠その他表示又は設置の方法が美観風致を害…』するものは『表示し、又は設置してはならない』[*1]と定められているので、市民として、この建築色彩は広告物として条例に抵触するのではと思ってしまう。残念ながらこの場合は壁面に表示された文字や図形部分のみが広告物対象になるので、条例違反とならないそうである。図形は地と図の関係から成り立つはずなのに。

広告物掲出に止まらず、意表をついたデザインや色彩で、建築そのものを広告的に活用しようとしていることがある。とくに、彩度の高い建築色彩を用いて町の景観を破壊している事例が多い。残念ながら、町なかには“看板建築”があまりにも多いのである。



写真3　クロームイエローの建築物

見えない屋上広告

京都市内の近隣商店街を歩いていて不思議さを覚えた。ある大形商業施設の屋上広告物（**写真4**）である。設置状態は市屋外広告物条例に適った寸法、形状、意匠になっている。設置者は大形店舗を出店するので、屋上広告物を設置するのは当然としたのであろうが、この付近は古い町並みを残した狭い路で構成されており、自動車の通行もままならない状態。家並み越しにやっと撮影できた。

問題は、この広告物をだれが見るのか、どこから見えるのかである。小高い住宅地からは遠望できるであろうが、商店街を行く購買者からはこの屋上広告を見上げても、その一部を見るのが精いっぱ



写真４　見え難い屋上広告物

い。広い道路に面した店舗や郊外店舗と同じ設置基準で設置する要はないであろう。住民に屋上広告の存在が認識されているかどうかを調査してみてはいかがであろう。

店舗企画者は看板一つにもその立地条件や環境に適したものを合目的的に検討してほしいと思う。

夜の演出

不案内な町でも、夜は明るさを目標に歩くと迷うことなく繁華街に辿りつける。閉店後もディスプレイした店内やショーウインドを照明し、深夜でもウインドショッピングが楽しめるようにと街ぐるみでシースルーシャッターを採用し、夜の商店街の活性化に寄与させようとするところが増えてきた。

ところが、その商業地区中には一段と暗い箇所が必ずある。銀行やオフィスが無粋なシャッターを降ろしているからである。一工夫が欲しいと思っていたら、電照看板を組み込んだシャッターを見かけた（**写真５**）。広告機能を持ちながら、夜の街にふさわしい明るさをも提供することができる。夜の都市を彩る広告看板は屋上に設置



写真５　バックライトを組み込んだシャッター

するネオンや電照看板ばかりではない。最近は電光サインや映像なども設置されはじめているが、歩行者の目に触れる高さでのきめ細かい情報提供にもっと目を向けたいものである。

やればできるーパチンコホールの新しい動き

看板は私たちの生活に欠かせないものとして多く掲出され、町に活気や分かりやすさを提供してくれるが、それぞれが強い主張を目指して掲出すると、かえって広告価値を低下させるばかりか、町の景観や品位までをも著しく損なってしまう。上述はその一例である。広告や看板の立ち並ぶ『乱雑さが都市の賑わいや活況をつくるとの誤解』*2から脱することができないかと思う。

パチンコ店の看板やネオンは毒々しい屋外広告物の代名詞のように扱われる。ところが、最近の京都ではそうした過剰な色彩やネオンのホールが少なくなってきた。電飾看板やネオンなどを大幅に制限した自主規制を、京都府遊技業組合連合会が91年６月から府下全域で新規店舗や改装の場合に適用し始めた成果である。看板で飾り立てた従来の自己主張型店舗デザインから、騒色や騒光をなくし、周囲環境に配慮した建築意匠を競うものに変わりつつあるのはうれしい限りである（**写真６**）。



写真６　最近のパチンコホールの例

おわりに

看板などの屋外広告物は無秩序に氾濫すると自然の景観やまちの美観を損なう恐れがあるとして『美観風致を維持し…公衆に危害を防止するために…』*3、屋外広告物法の対象になっているにもかかわらず、その網の目を潜るものも多い。法令が問題ではなく、そうした広告物設置者の良識がまず問われるべきであろう。

『大量の広告物で企業名や商品名を定着させるという発想から、質のよい広告物によって企業や商品のイメージを向上させるという発想の転換…』*4を望んでいるのは私ひとりではあるまい。

引用文献

1：「京都市屋外広告物条例」第３条
2：堯天義久「これからの都市景観」　街の色を考える神戸シンポジウム'93 開催報告書
3：「屋外広告物法」第２条
4：兵庫県「良好な広告景観のために―シングルサイン運動」

（むらかみ　こうざぶろう　街の色研究会・京都 運営委員／照明デザイナー）

街頭広告見物作法—その理論と実際—

小田切慎平

街頭広告を観察するといっても、さして大げさな準備がいるわけでもありません。その学問や論理も確立したものがあるわけでもないのです。しいていうならば、その場所に住む人々の生活や意識を類推する、ある種の想像力が必要だろうと思うのです。

街頭広告というのは、その時、その場所に置かれる必然性があって設置されるものです。そういう必然性をたぐっていけば、かなり正確な人々の生活が再現できるはずなのです。人種、民族、生活程度、使用言語、使用する文字、アイドル、指導者、理想とする生活、そういう生活に必要なモノやコト、政治的な理念・動向、評価される男性像・女性像、デザイン・ビジュアルへの感覚、そして空気感…、といったものを総合的に評価することができます。それは、街頭広告を群れとして見ることによって、さらに詳しく情報を読み取っていくことができるのです。

BEIRUT

しかし、街頭広告にもいくつかの例外があります。まず、最大の例外は戦争です。この何の広告もない廃墟のような街角は、レバノンの首都ベイルートの中心街です。かつては、

BEIRUT, APR. 1991





BEIRUT, APR. 1991

ここにイスラム教徒とキリスト教徒の居住地域を分ける軍事的な境界線があり、この線を挟んで激しい戦闘が繰り返されていました。1970年代からつい最近まで繰り返されたレバノンの内戦は、かつて「中東のパリ」とまで呼ばれた美しいベイルートを単なる瓦礫の山にしてしまったのです。

しかし、私が足を運んだ1991年には、和平への動きが具体化し始めて、直接の戦火にはあまりさらされなかった地域では、もうこのような贅沢品の広告がぽちぽち出始めていました。こういう享楽的な方面の、西洋的な広告があるのがキリスト教徒（キリスト教徒とはいってもマロン派キリスト教徒ですが）の地区であり、イスラム教徒の地区は手描き看板のアラブ文字が踊っている街頭広告が多く、それも消費財ではなく、政治的なスローガンや政治、軍事のリーダーを描いたもの、またマッチョな戦争映画の看板が多かったような印象が残っています。この看板は、アルファベットとアラブ文字両方で描かれているので、イスラム・キリスト両教徒が割合自由に行き来できる時代を反映し、またこういう贅沢品にお金をかけられる余裕が出来てきたことを示すものといえるでしょう。

LARNAKA

そこから飛行機で1～2時間のフライトで行けるキプロスのラルナカでは、かくのごと



LARNAKA, APR. 1991

き日本企業の広告が目に付きます。一般人の購買意欲が日本の精密機械にまで及んでいる安定した社会状況を示していると考えていいでしょう。ここは、どうもゲームセンターのようですが、おそらく日本のゲームマシンが置かれているに違いありません。しかし、キプロスは北部の37%をトルコに占領され（北部地域にはトルコ系住民が多い）、国連の平和維持軍が駐留しています。もともと、トルコ系とギリシア系の住民からなるのがキプロスですが、この広告にギリシア文字が使われているのは、ラルナカがギリシア系の住民の多い町であることを示しています。

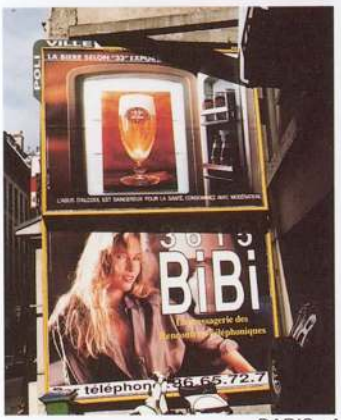
PARIS

人種や民族、宗教や政治が複雑に絡まった中東を例にして、解説してみましたが、先進諸国になると、もっともっと人々の欲望が素直に形となってくるようです。

このパリの街頭広告は、ピンクメッセージ、または恋人探しの、ミニテル（フランス独自のビデオテックスの簡易端末）広告です。色っぽい女の子、またはムキムキの若い男のビジュアルは、だいたいこの手の広告です。ここから掘り下げていくと、フランスのニューメディア政策や男女のセックス意識調査、フランスにおけるセクシー、エロティック、コケットリーといった言葉のニュアンスの違い…まで、調べていけば論じることが可能だろう、と思うのです。

もうひとつのアメリカ風ダイナーの店のネオン、これもパリなのです。パリをナチス・ドイツから解放したのがアメリカ軍を中心とした連合軍だったからか、ラファイエットがアメリカ独立戦争に協力したからか、パリのアメリカへの嗜好は結構強いものがあります。人々の意識には、歴史の残滓がさまざまなイメージとして残っている例でしょう。







PARIS, APR. 1993

MILANO, VENEZIA

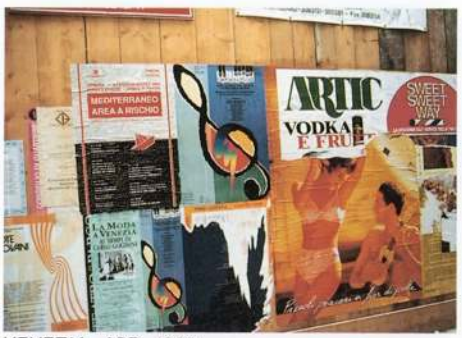
アルプスを越えて、イタリアに入ってくると、色彩の感覚が急に鮮やかになってきます。ミラノのこの壁画は、スカラ座のすぐ横のビルに描かれているもの。大型の壁画があちこちに見られるのは、ロンバルディア平原の真ん中に位置している恵まれた立地によるものでしょうか。

一方のヴェネツィアでは、小型のポスターがあちこちに貼られています。町中は、自動車が一切入れず、水上バスと徒歩で人々は行き来している、町のサイズに似合ったビジュアルといえるでしょう。町自体、観光客を中心に成立しているので、住民を対象とした広

MILANO, APR. 1993







VENEZIA, APR. 1993

告はさほど多くない気がしました。

そういう意味では、ミラノの方が市民の購買力は高いようです。

LAUSANNE

スイスのローザンヌは、レマン湖に面した静かな町です。使用言語はフランス語、ビジュアルも、パリの街頭広告よりは少しおとなしめのようです。

ヨーロッパの強いところは、ビジュアルをすぐ歴史的な美術作品へと引き戻していくところでしょうか。日本のように、アメリカ調、ヨーロッパ調、アジア調、日本調と、あれこれ目先を変えていくのはあまりないようです。とはいっても、世界的なシンボルであるマリリン・モンローを忘れているわけではありません。









LAUSANNE, APR. 1993

YOKOHAMA

日本でも、カラフルな街頭広告をいたるところで目にするようになりました。この横浜、桜木町のガード下のスペースは、えんえんとこういった壁画が並んでいる場所のひとつです。高校生の制作になるらしいこの看板には、



YOKOHAMA, JAN. 1994

彼らにとって身近なテーマであるエイズやコンドームが登場しています。

やはり、媒体料を取ったり、パブリックなお仕着せのスペースでは、こういう生な形のメッセージは出てこないものなのでしょう。

*

街頭広告を見続けていると、人々はそんなに大きな欲望を抱いて日々生きているわけではない、というのを感じます。少し無理すれば手が届くものが、日常見る街頭広告として形となっていくのです。また、街頭広告は直接的な効果が求められるために、人々の意識から飛躍しすぎたものは存在しにくいものです。

以上のような点を考慮していけば、都市の情報的な機能を細かくカバーする街頭広告の存在意義がはっきりしてくるでしょうし、そこに住む人々の欲望や意識のありようも徐々に、より深く読み取れるようになっていくことでしょう。

(おだぎり しんぺい
株式会社メイコーポレーション企画業務部長)

大阪のユニークな看板

吉村智樹

商店街を歩いていたり、店舗が多く立ち並ぶ通りを車で流していると、強く目を奪われる看板を見受けることがあります。街の景観との調和などお構いなしの、非常にメッセージ色の強いこれら看板は、しばしば、そのメッセージの強引さゆえ〝笑い〟を生み出します。

これら看板は宝島社発刊の「VOW」シリーズや路上観察学会によって多数発掘され、その面白さを世に広めました。そして街の面白看板の魅力に取り憑かれ、写真に収め蒐集する人たちも多く現れ始めました。私もまた、面白看板の深い味わいの虜となったひとりなのです。

面白看板と一言でいっても、傾向は多岐にわたります。大まかに分類しますと、

A．店名の面白いもの
B．コピーの面白いもの
C．面白い（シュールな）絵、像が添えられたもの
D．珍名
E．警告、注意を促すもの
F．誤字、脱字、勘違い、意図不明
G．褪色、偶然

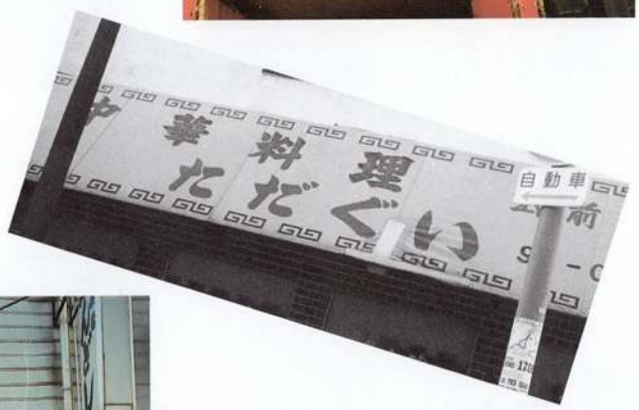
に分けられます。

では、顕著な例を紹介しましょう。

A 店名の面白いもの

凝ったネーミングの看板は、面白看板の中でも特に多数発見されます。もともとユニークであることが前提としてあり、奇をてらっているので、路上観察のジャンル内では、その味わいの薄さから1ランク下に見られる傾向があります。しかし私はそうは思いません。店主が頭をひねって、家族会議など開いているところなどを想像すると、楽しいではありませんか。









「喜怒哀楽」店主が同じ商店街内に新しく作ったパブラウンジ「キッドアイラック」。少しでもハイカラにしようとした苦労が…







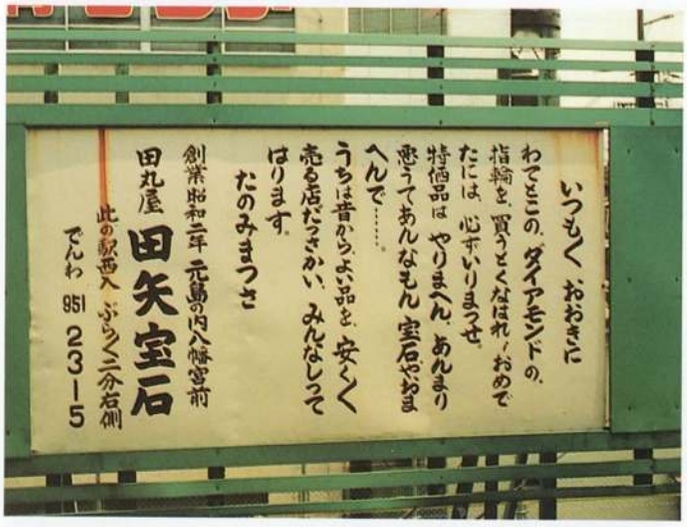
B コピーの面白いもの







街に埋もれた素人天才コピーライターたちの作品です。秀逸なものもあれば、中には不条理なものもあります。



C 面白い（シュールな）絵、像が添えられたもの

前述のものがコピーライターたちのものであれば、こちらは天才画家、像形作家たちの作品群です。私はマティスを思わせる八木酒店の看板が気に入っています。ただ、この手のものは作者（店主）の思い入れが強過ぎ、そのメッセージが街行く人に届かぬ場合が多々あります。









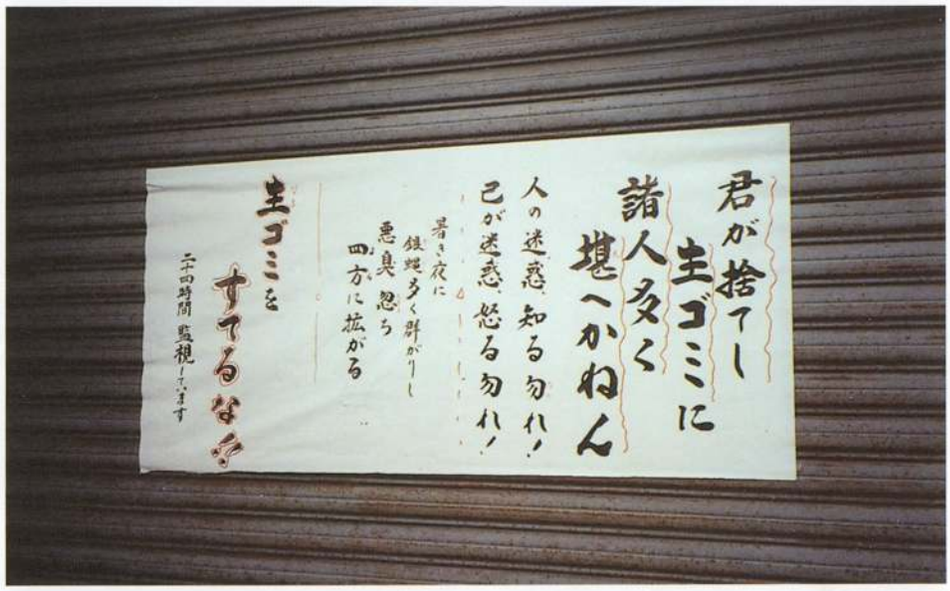
D 珍名





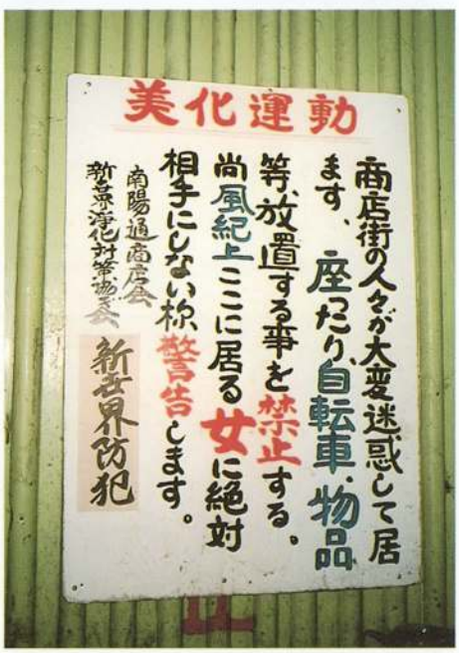
これは本名がそうであるためにおかしい看板になってしまった不幸（?）な例です。虫本歯科など、日本一歯科医に似合わぬ名前でしょう。

E 警告、注意を促すもの





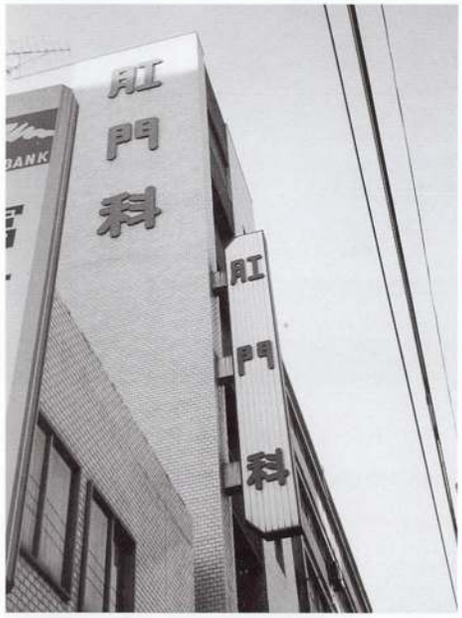
面白看板の真骨頂はこの種の看板です。とにかく作者に「人を笑わせよう」という意図がないだけに、このピュアなメッセージが人の心を刺し、笑いへと増幅していきます。





F 誤字、脱字、勘違い、意図不明

院名のない肛門科ビル、裏表でコピーが違うパブ「ブラボー」など、見る者を不思議の世界へ誘(いざな)います。発見されることも稀で、それゆえ味わいも取りわけ深いものがあります。







ひとつの店にみっつの店名、SIKO、セイコ、セイコウ



G 褪色、偶然







これは作者の意図に反し、自然が面白看板を作ってしまうという例です。赤ペンキは日光に弱く、一番注意したい部分が一番最初に消えてしまうというパラドックス。また倒壊しかけた小屋を支えているのが「事業資金」の看板とは…。



いろいろ見てきましたが、看板の面白さは、それそのものの面白さというよりも、それを描いた人間、つまるところ人が面白いということだと思います。今回は大阪の看板を見ていただきましたが、他都市、地方にも面白い看板は多数あります。人がいれば、そこに面白い看板は発生するようです。

（よしむら　ともき　フリーライター）

こんな看板、見つけました



松田保宏
兵庫県西宮市在住

車で走っていると、この看板が目にはいる。天神橋筋商店街の裏通りになる場所である。壁から足が出ていて、タイツをはいている。「上半身もあって、なおかつ動いてくれればなぁ」と思うのであるが…。











森島照雄
京都府宇治市在住

京都の繁華街の中心に、「壹錢洋食」という店がある。お好み焼風のもので、戦中の売り出したころ1銭で売っていたので、今も「壹錢洋食」で売り出している。この店ではこれしか売ってないが、いつもお土産に持ち帰る人、店で食べる人でいっぱいである。



街路灯あんどん風の看板で、手前は「美人多し、一旦停止」、向こう側は「素通りは相許しませぬぞへ」壹錢姫一同、である。思わずニンマリしながら、何だろうなと思わせる看板である。

吉村英祐
大阪府枚方市在住

この冬、記録的な大雪に見舞われて1週間ほどたった銀座で見つけた「銀座1丁目」を示す地名表示板。これをバス停と思って並ぶ人がいるのか、「ここはバス停ではありません」の表示がおもしろく、シャッターをパチリ。本物の都営バス停は全然違う形なのかもしれませんが、知らない人ならバス停とまちがえるのもうなずけます。ここに並んでいる人の写真が撮れたらもっとおもしろかったのですが、そうはうまくいきません。ところで、銀座に都営バスは走っているのでしょうか？



今井浩一郎
大阪府池田市在住

フランスはニースの歩道で、このようなマークが10米おきぐらいに書いてあるのを見ました。何かなと思い現地の人に尋ねましたら、「この犬は片足をあげているでしょう。散歩中の犬の糞は側溝の方でさせて下さいというマークなのです。そうすれば午前4時ごろ清掃車が来て掃除してくれるのですよ」とのこと。世界の観光都市らしい配慮と感心した次第。









増田栄一郎（59歳）京都市在住

看板とは、本来目立つもの、印象づけるもののはずが妙に周囲の環境になじんでいるのは、古さのゆえだろうか。
この4点、いずれも大阪、京都、奈良の古い町並みで見かけたものだが、私ほどの年代の者にとっては懐かしさと、親しみやすさを感じる、看板の定番を見る思いだ。



田中直人
神戸市在住

道頓堀のカニもまっ青（いやまっ赤）になるデッカイカニが登場。
車を止めて思わず立ち寄ってみようとする効果バツグンの看板です。







こんな看板、見つけました

特　集

竹中工務店の集合住宅



デザインフォーラム'94

住まう

はじめに

大阪本店設計部では、ロビーの一部を開放し、自分達が取組んで来たプロジェクトの、考え方や出来映えを、公開し合う場として、手造りの展示会を開いて来た。

この春には、厳しい経済情勢下でありながら、活況を呈している集合住宅を取り上げ、〝住まいのあるべき姿〟を見直し、先輩達から受継いだ、貴重なノウハウの蓄積を、まとめて見ることにした。

基本に立ち返り、目先の喧騒に惑わされること無く、社会の資産として恥じない集合住宅を、街づくりを、目指したい、この様な想いで、展示の標題を、「住まう」と定めた。

この度、「建築と社会」に、特集として紹介されることになり、設計のプロセスやコンセプトを、視覚的に表現しようと、スケッチ、図面、写真を中心に、展示したものを再編集することにした。

設計者が、理想と、事業性や法規制、近隣問題等の現実とのギャップの中で、粘り強く対応して来た成果です。　　(文責／横山芳祝)

集合住宅はブームの再来と云われているが、これは底の浅い、片寄った現象であり、価格優先の企画が目立ち、需要者をあおり立てているのが現状ではないであろうか。

広く、良質な集合住宅を目指し、営々築き上げて来た、関係者の切なる努力が、10年前に引き戻されてしまった様な挫折感がある。

ここは原点をしっかり見据えて、耐えなければならない。

私達は、住まいの基本要素である広さ、居住空間の豊かさを優先し、遮音、結露、収納スペース等の、基本品質を備えたバランスの良い集合住宅を提案する。

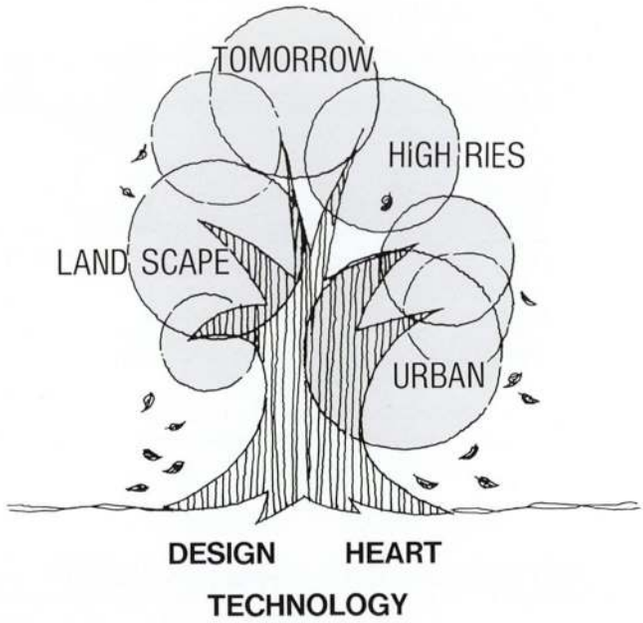
更に建築を街並みになじませ、景観として把える緑豊かなランドスケープデザインに、力を結集している。



竹中がめざす集合住宅の『3S＋G＆M』

S——広さ空間……居住水準の確保。柱、梁型のないユニバーサルスペース
S——収　　納……最大の不満度項目、専有面積の10%以上確保する
＋
S——遮　　音……収納と並ぶ不満度項目、スラブ厚20cmを確保する
＋
G——グリーン……街に緑を、敷地の50%を植栽する
＆
M——モデュール……原価低減に大きい効果、30cm×α 内法

関西においては、本格的な集合住宅が生れてから約30年、急激な成長ではあったが、まだまだ未熟で、多くの問題を抱えている。
それぞれの時代の特徴を、市街地から郊外へ、建築単体から街並み、環境形成と云う切り口で把え〝URBAN〟、〝LANDSCAPE〟に分類した。更に都市への回帰、再生の意味を込めて、〝HIGH RISE〟と、今後を示す試みを〝TOMORROW〟と云うテーマにくくり、大きく4部の構成とした。





ジオ緑地公園

藤原台住宅事業計画

グランベール西神中央

セントラルヒルズ

グランコリーナ西神南

リクルートコスモス南禅寺

六甲アイランドシティ
イーストコート3番街

高見フローラルタウン七番街D地区16号棟

ラ・フォルテ西神中央

キャナルタウン兵庫東地区住宅

御所東アーバンライフ

芦屋ホームズ

アクティブライフ箕面

当社　打出竹友寮

サングリエ阿倍野

集合住宅の開発プロセス







立地調査
需給動向調査
土地利用計画
事業性チェック
許認可関係チェック
適地選定
企画提案

全体配置計画
住棟計画
住戸計画
附帯設備計画
商品企画
事業収支計画
環境アセスメント

実施設計
工事工程計画
施　工
販売計画

管理規約
購入者実態調査
リフォーム・建替え調査

プロジェクト創出 | フィージビリティ調査 | 計画立案 | 事業化 | 管理運営

企画品質選定の範囲

設計品質認定の範囲

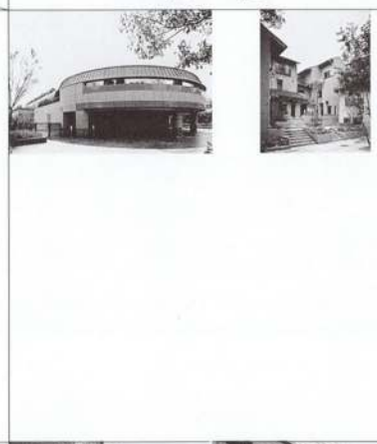
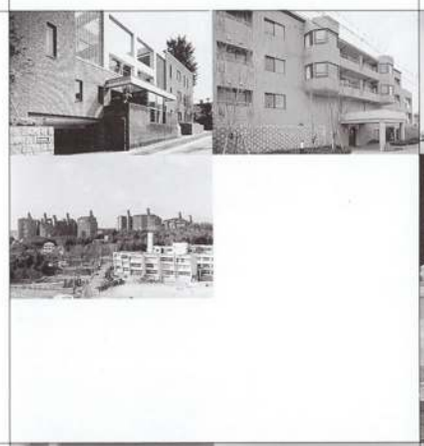
HIST-Ⅰ 市場需給動向把握
HIST-Ⅱ 購入者属性・購入者ニーズ把握
HIST-Ⅳ ユーザー評価・専門家評価
HIST-Ⅲ 入居者ニーズ把握

設計段階における管理活動の概要

Qステップ	Q_1 0PH	Q_2 1PH	Q_3 2PH	Q_4 3PH	$Q_{6\sim11}$ 4・5PH
設計のステップ	企画段階		設計段階		施工段階
	企画提案	基本計画	基本設計	詳細設計	工事監理
情報の把握と対応	EQ活動				
	プロジェクトレビュー（PR）				
	企画、検討会Ⅰ		企画、検討会Ⅱ	詳細設計着手検討会 着工事前検討会	着工会議
Q ・設計段階の品質向上をはかる ・重要品質の向上をはかる ・商品開発を推進する ・技術開発を推進する	企画提案品質管理		基本設計部品管理 設計基本方針	詳細設計品質管理	設計監理
	戦略会議 戦略シート	大型プロジェクトへの対応 企画TABISの活用 研究会の活用　デザインマップの活用 商品開発、技術開発	TABISの活用 研究会の活用　デザインマップの活用 技術情報・保有技術の活用 新生産技術の開発	TABISの活用 研究会の活用 技術情報・保有技術の活用 重点チェック・技術審査会の指摘	重点管理項目の指摘 中間検査の指摘 監理課重点チェック 施工図検図
		デザインミーティング1 テクニカルミーティング1	デザインミーティング2 テクニカルミーティング2	デザインミーティング3 テクニカルミーティング3	建築主満足度調査
C ・受注決定までのコストコントロールを徹底する	コスト情報の把握 粗概算見積		原価管理 目標原価Ⅰ　見積概算	原価管理 目標原価Ⅱ　明細見積	原価低減活動
D ・業務効率の向上をはかる	タイミングの良い提案	設計計画表 CAD活用	工期管理（設計業務）（申請業務） CAD, TABIS活用	省製図の推進	施工工期との対応 施工図の早期確認
	瞬発力の発揮（部門制度化）				

竹中工務店大阪本店設計部

集合住宅デザインマップ

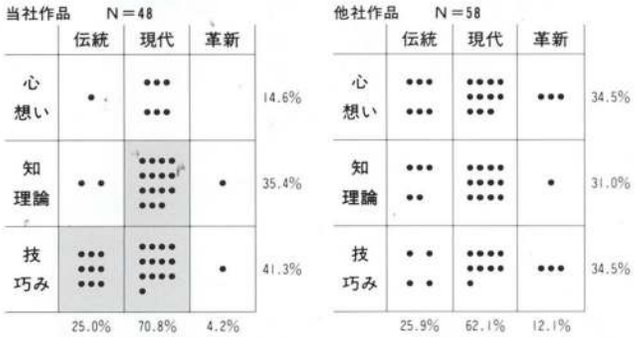
作品の位置付け / つくる側のスタンス	伝　統	現　代	革　新
心・想い (HEART) 詩人			
知・理論 (HEAD) 理論家			
技・巧み (HAND) 職人			

集合住宅デザインマップによるデザイン傾向の把握

設計においてデザインの扱い方を単に個人的好みや流行、感性等の成り行きに任せるのではなく、より組織的、分析的に捉える。また、少品種大量生産の工業化時代から情報化社会への移行に即応し、デザインの多様化、個性化という時代の要請に応えていきたい。デザインマップとは、このような状況に対して、当社の建築作品の出来栄えを評価し、今後のねらいを見据えていくためのツールである。

1988年度から1993年度までに竣工した集合住宅をグループディスカッションしながらデザインマップに展開してみると、大まかな傾向をみることができる。分布比率の分析から判断すると、他社設計のものは、「心」、「知」、「技」という領域に均等に分布しており、特に「現代」の分布率が高いといえる。それに対して当社設計のデザイン傾向は、時代による傾向に大きな変化は見られず、「伝統―技」、「現代―知」、「現代―技」に集中しているといえる。今後は、当社の伝統を継承していくとともに、新たな竹中調を目指すべく、「伝統―心」、「伝統―知」、「革新」の領域へも展開していく意欲的姿勢が必要であると考える。

デザインマップによる分布比率の分析（'88～93年度）



URBAN　都市型集合住宅

今日の「都市」という無秩序に過密化された環境の中で住宅にとって何が大切なのか都市の活性化を含めて考えて見た。

都市に住むことはプラスとマイナスの面があるが、都市の持っている利便性を活かし、都市の魅力を享受できることが必要である。現在の都市環境の中では騒音、火災、犯罪を防御することは勿論であるが、都市に対して背を向け防御する姿勢ではなく、都市環境に積極的に働きかけること、つまり、周辺街並みに調和しながらも、刺激し、向上をはかり、かつ「個」を主張することが大切である。



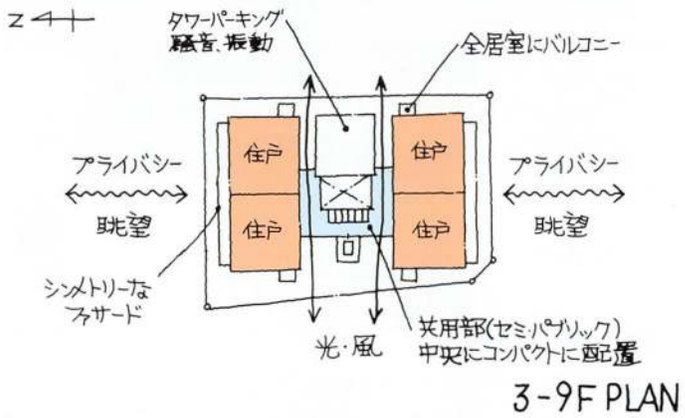
■サングリエ阿倍野

計画地は交通至便な商業地区にあり、周辺はオフィス、商店、住居が混在している。

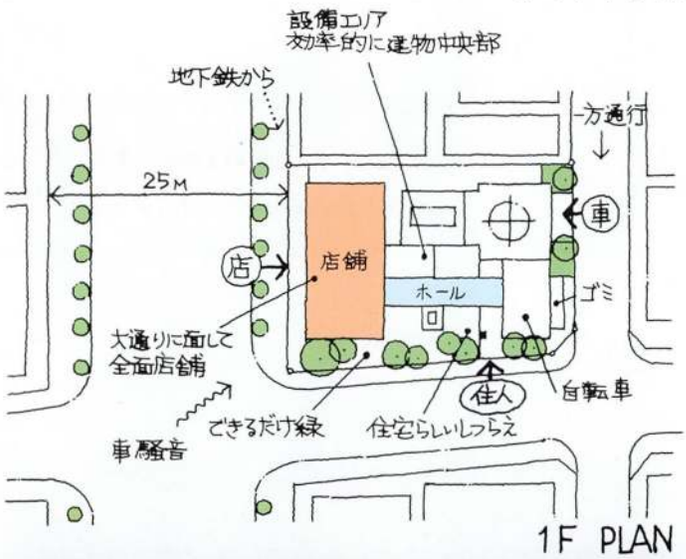
2階から上の住居ゾーンを2つのタワーとし、その間の開放廊下を都市と住居の中間領域とし、街路とのつながりが相互に感じられるようにしつらえることで、パブリックからプライベートへの段階的な空間形成をはかっている。

街路に接する部分はできるだけ緑を配して、道行く人々の視線を楽しませるように配慮している。

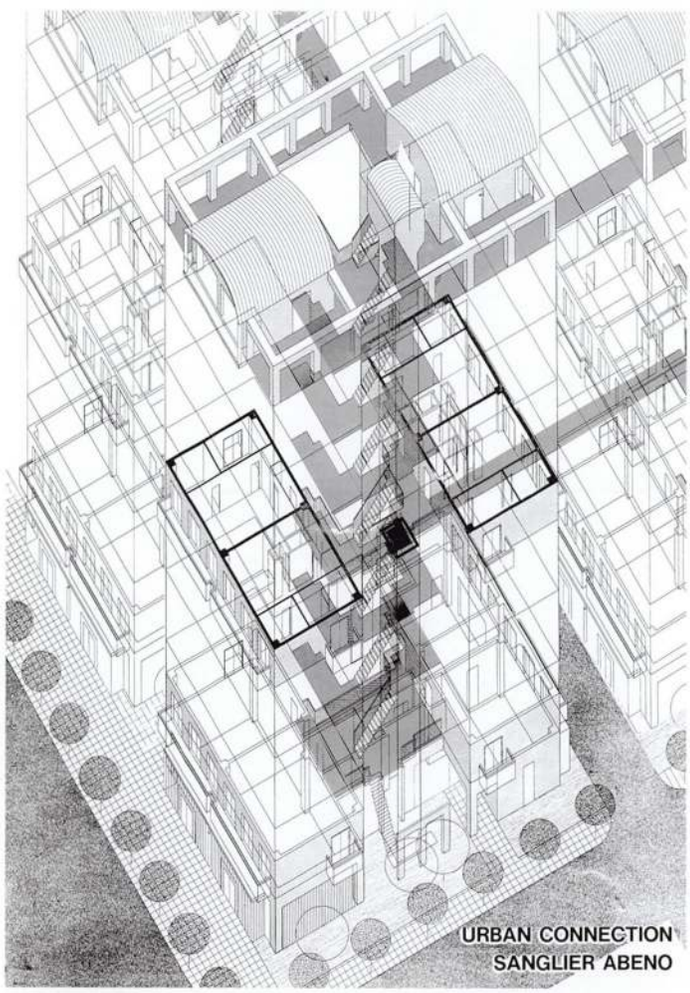
頂部は2つのタワーをつないで屋上庭園とし、眺望を最大限楽しめるようにすると共に建物のアイディンティティを表現している。

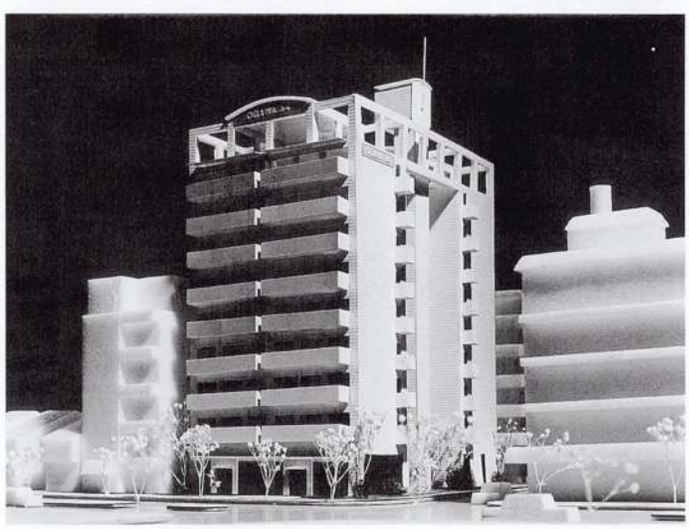


3-9F PLAN



1F PLAN



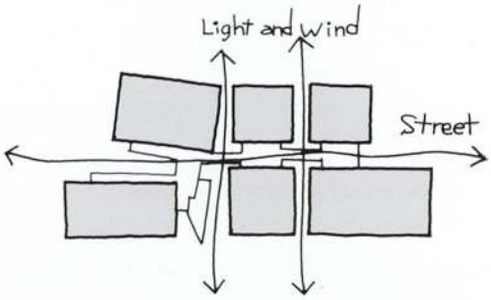


■PROJECT N

光のみち、風のみち、人のみち

街路は建物内部へと延長され、光と風と人とを住居へと誘う。中層部に穿たれた風穴は、更に多くのものを都市から呼び込む。

呼び込まれた都市は、交錯し、重なり合いながら都市住活の背景となる。





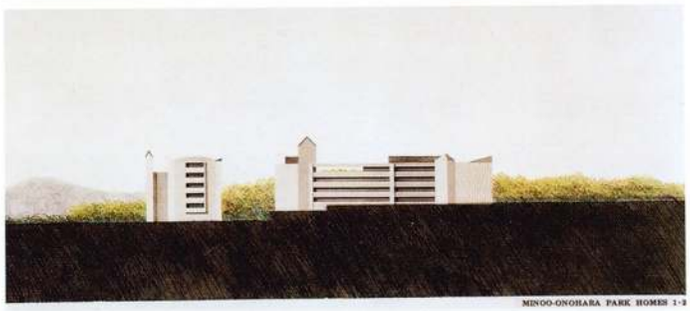
都市を切り取る風穴

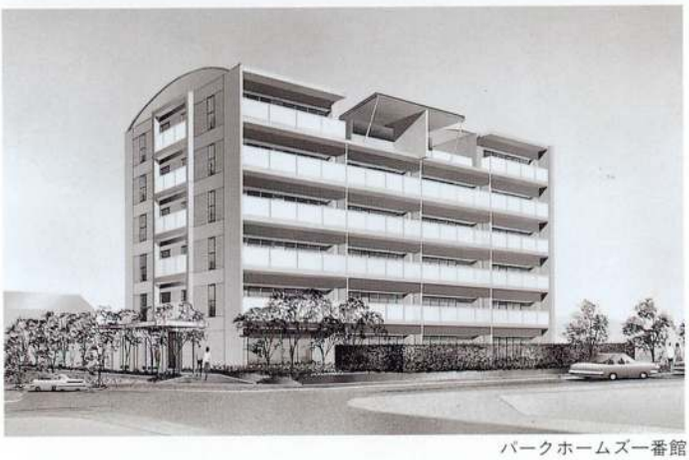


光と風・人を呼びこむスリット

■箕面小野原パークホームズ一番館・二番館

この集合住宅は千里ニュータウンを核とした、戸建とマンションの混在する新興住宅団地に立地する。周辺の文脈に対する回答として、「ヴォリュームの解体」すなわち屋根の細分化による、スカイラインの変化を持たせた。棟内においては、ブリッジ・中庭・ルーフテラスによってプライバシーと光と風の確保が図られている。

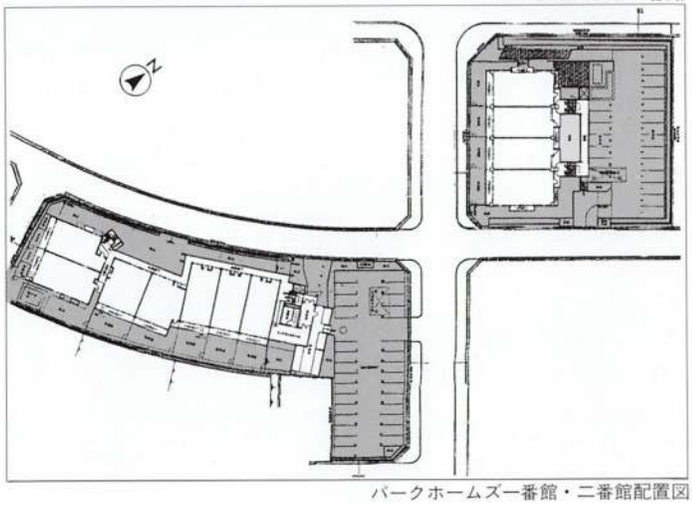




パークホームズ一番館



パークホームズ二番館



パークホームズ一番館・二番館配置図

LANDSCAPE

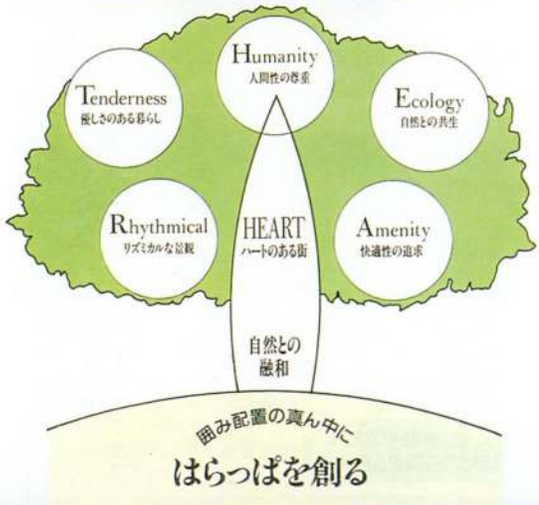
五感に働きかけるメッセージ —— 私たちは、誰れも自分なりの〝心象の風景〟といったものを持っていると思う。それが時に山や川やはらっぱといった自然であったり、ゲートや広場や建物又はそれらが創り出すスカイラインといった造られたものであったりする。

そういったステージが住まいには必要である。人々の感性に働きかけ何か心引かれる仕掛けが用意され一人一人が主役になれる所だ。一見無用に見え実は相性のいい風景は、住む人にプライドと憧れの心を共有させ、皆に守られ育くまれるランドスケープとなる。

■グランベール西神中央 —— 心象の風景・はらっぱ













■藤原台住宅事業計画 —— 形態イメージ・MONT SAINT MICHEL











■ジオ緑地公園 —— オープンスペースと敷際空間の演出







HIGH RISE

都市の持つ魅力には、計り知れないものがある。人は仕事を求め、都市に集まり、出会い、遊び、住む。都心に建つ集合住宅は、土地利用の面からみても高密度化し、周辺に空地を確保し、環境を再生する必要があり、そこに超高層集合住宅の生まれる必然性がある。超高層住宅の設計は、都市におけるランドマークとして、都市景観の重要な位置を占めるために、高い社会資産となること、及び、優れた眺望を活かすことが要求される。

水辺や緑を背景に、光や風の感じられるアメニティーの高い住居を創造する事を目指している。

■六甲アイランド CITY　イーストコート 3 番街



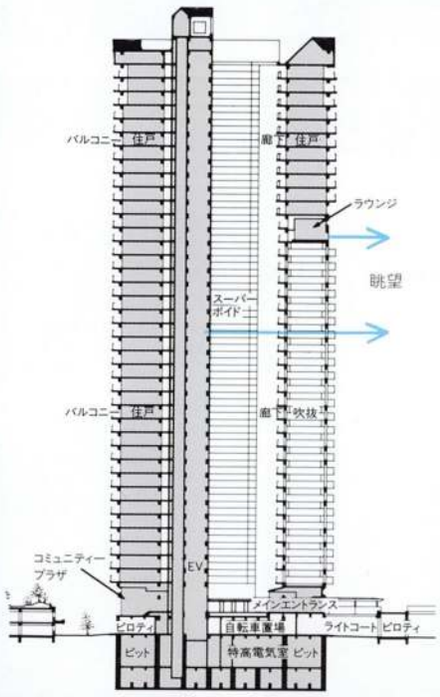
六甲アイランド CITY のシティーゲート



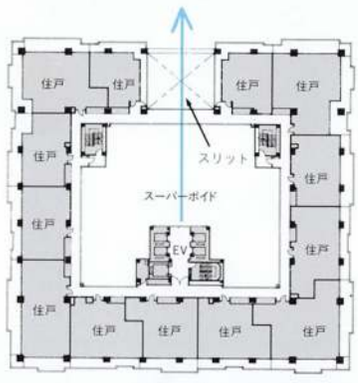
北側採光スリット　　PHOTO　村井修



シンボリックな外観　　PHOTO　村井修



断　面　図



平　面　図



スーパーボイド（29×24M）　　PHOTO　村井修



コミュニティープラザ



ラウンジ

■高見フローラルタウン七番街　D地区（16号棟）



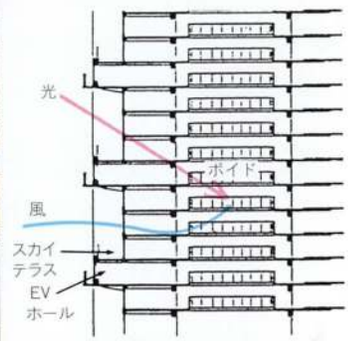






コーナーは柱から開放されている





4層構成によるEVホール

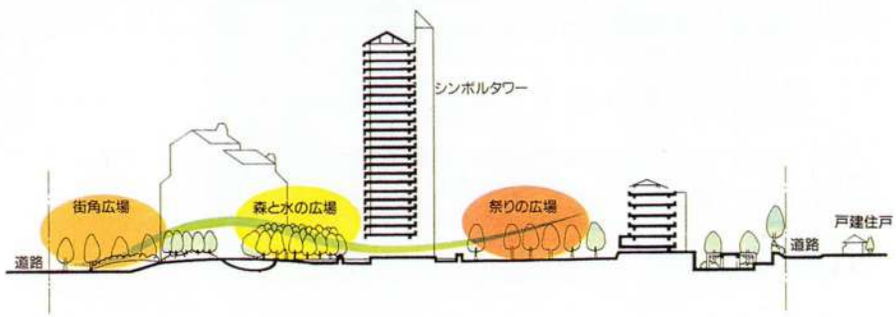
■グランコリーナ西神南



広場を中心とした、囲み型分節住棟配置の中心に、シンボルタワーとして、超高層住宅を計画している。





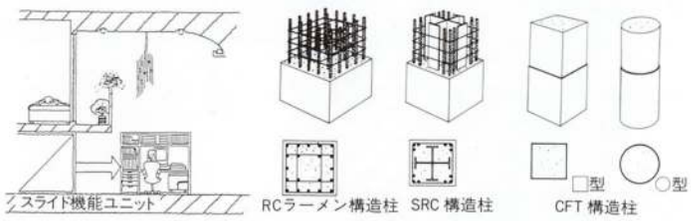


TOMORROW

豊かなゆとりある住生活を実現するためには都市における質の高い住宅ストックの形成を図る必要がある。「新・都市ハウジングプロジェクト」は21世紀に向けて、情報化、国際化、高齢化、余暇志向の高まりなどの社会の変化を長期的に捉えた新しい都市型の集合住宅の開発を目的としている。建設省を中心に民間企業等から研究開発協議会が構成され、住宅の構造、構法などのハードな面から住宅の供給方式などのソフトなものまで幅広い研究開発が行なわれている。

その中で竹中工務店が深くかかわった要素技術として、居住空間を立体的に活用するα-1.5や、鋼管コンクリート柱CFTがある。

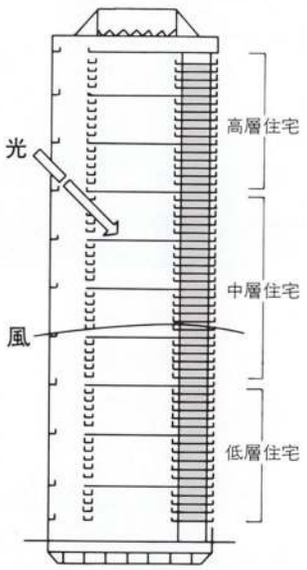
又、近未来プロジェクトとして立体居住都市T-50や、躯体・住戸分離方式を採用したSV-21などの提案がなされてきた。「西宮松山家族寮」は、これらを背景に次世代型集合住宅を目指し、具体化した一つの型であり実験的な試みである。



α-1.5　　CFT 鋼管コンクリート柱と在来構造柱の比較

■T-50



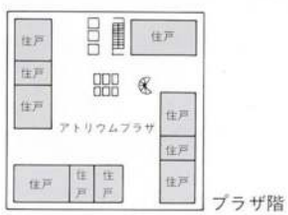


垂直の街づくり

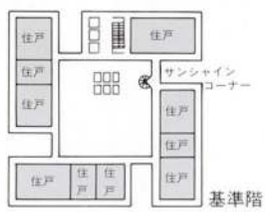
30階建クラスの集合住宅は1棟で300戸以上になり、これは街を構成する戸数です。在来の街を水平の街とすれば、超高層住宅は垂直の街といえる。水平の街は、永い歴史の中で馴染んできたものであり、この良さを垂直の街にも伝承したいと考えたのがT-50です。

T-50は次の単位で構成している。

隣　　区（番）…各階の構成（向こう3軒両隣）	約　10戸
近 隣 区（丁）…5階毎のアトリウムプラザに帰属	約　50戸
近隣分区（町）…1棟の構成	約 500戸
近隣住区……小学校区を構成	約3000戸



プラザ階

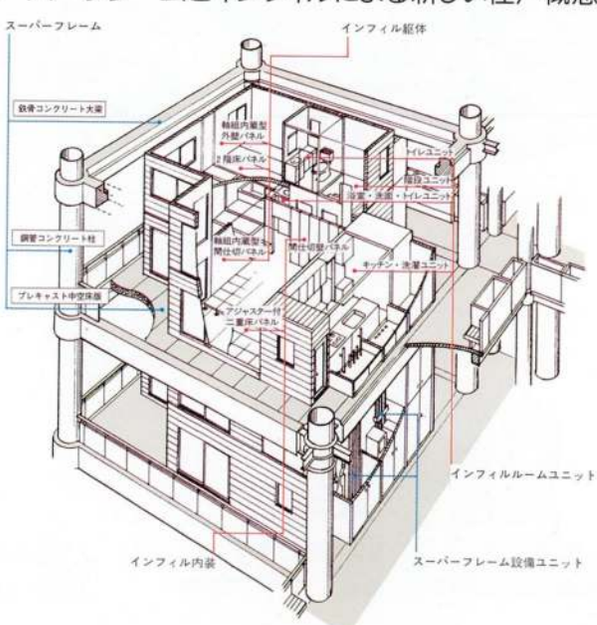


基準階

■SV-21(THS-SPACE VISION21)



スーパーフレームとインフィルによる新しい住戸概念



■西宮松山家族寮

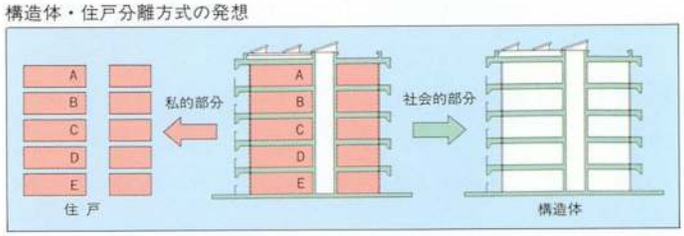
次世代型集合住宅の条件

次世代型集合住宅は、多様化する居住者のニーズを満たすとともに地球環境と共生しながら社会資本としての価値といった社会的ニーズにも応えることができなければならない。「西宮松山家族寮」は次世代型集合住宅のモデルケースとして計画された。構造体住戸分離方式の採用、省エネルギー技術、情報システム技術、CFT構造システムを活用することでまったく新しい生活空間を生み出している。

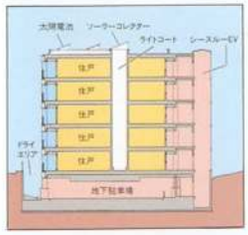
構造体・住戸分離方式による躯体から解放されたフレキシブルな空間

入居者の生活を長期間にわたって支える構造体と、多様な入居者ニーズに応じた自由な空間構成が、いつまでも快適な生活を送ることのできる住空間を可能にしている。又この方式は、世代を越えて将来の住戸プランの変更を可能にしている。

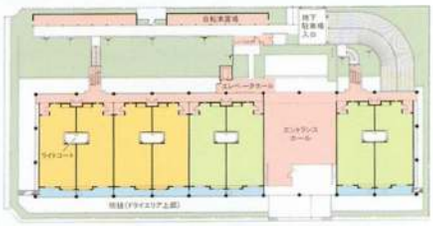
構造体・住戸分離方式の発想



断面図



配置図・1階平面図



PHOTO：松村芳治



南西外観



CFT柱とFR鋼梁



北東外観



玄関



光と風の地下駐車場



片持の軽やかな階段



エントランスホール：奥は緑化コンクリートの壁に施された植栽

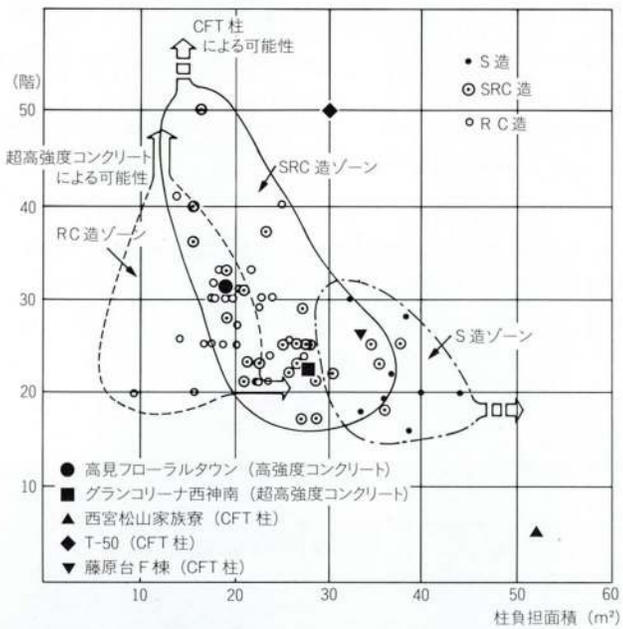


立体住戸（メゾネット住戸）

構造と計画の融合を求めて

近年の「住まい」に対する要求の個性化、多様化の流れは、集合住宅においても例外ではない。構造としても、この様な要求を先取りした技術開発により、計画の実現を支援、引っ張っていくことが必要と考えている。土地の有効利用、都市のランドマークとして計画される超高層集合住宅(特に超高層ＲＣ造集合住宅)の実現を可能とした高強度コンクリートの開発(設計、施工技術)を一つの成果としてあげる事ができる。ただ現在の要求に十分応えられるか否かについては反省の時期にあると考えており、より高強度の材料を採用し、個性化、多様化に対応した超高強度超高層ＲＣ造集合住宅を、一つの方向としてとらえている。またコンクリート充填鋼管柱(CFT柱)により実現した構造体と住戸の分離方式も新たな可能性を与えるものと期待している。

超高層集合住宅の構造種別と階数、柱負担面積
(1990年時点)(引用文献)





高見フローラルタウン七番街D地区(大阪)
高強度コンクリート(Fc450Kgf/cm²)



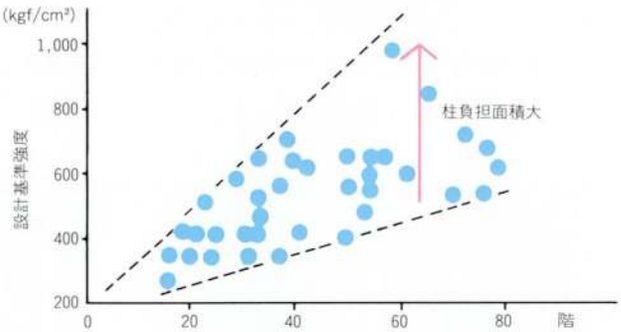
グランコリーナ西神南３期10番館(兵庫)
超高強度コンクリート(Fc600Kgf/cm²)



西宮松山家族寮(兵庫)
コンクリート充填鋼管柱

超高強度コンクリート(Fc600～1000kgf/cm²)

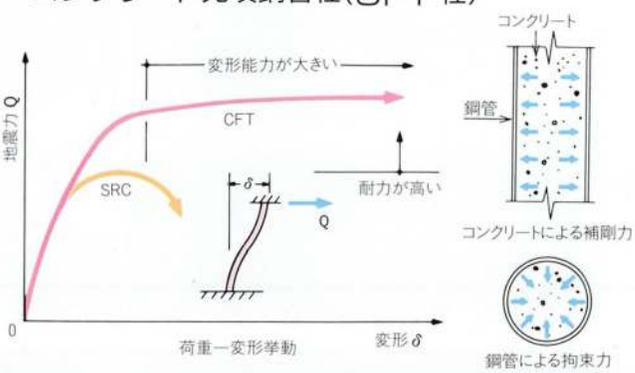
高強度・超高強度コンクリートの設計基準強度と階数の関係



□超高強度コンクリートの採用→良質な住空間の提供
- スパンを大きくできる：5.5m →7.5～8.0m
- 高層化を計れる：40階以上
- 柱断面を小さくできる

□超高強度コンクリートの施工支術
- シリカフューム：強度の向上、施工性（流動性）の向上
- 超高強度コンクリート用高性能ＡＥ減水剤

コンクリート充填鋼管柱(CFT柱)



□400～1,000kgf/cm²のコンクリートを鋼管内に充填
→お互いの弱点を補うことにより耐力、変形能力が向上

□コンクリート充填鋼管柱の採用→良質な住空間の提供
- スパンをより大きくできる
- より高層化を計れる：50階以上
- 柱断面をより小さくできる

AMENITY & ECOLOGY

次世代を見つめた集合住宅の設備―快適性、安全性、利便性を重視しながら、自然環境の中に織りなしたやさしく、そして経済性豊かな住宅設備を追求している。

室内環境を向上させながら省エネルギーにつとめ、地球環境にも配慮した設備システム、地域とのコミュニケーションをはかり、かつセキュリティ性能を高めた情報システム。

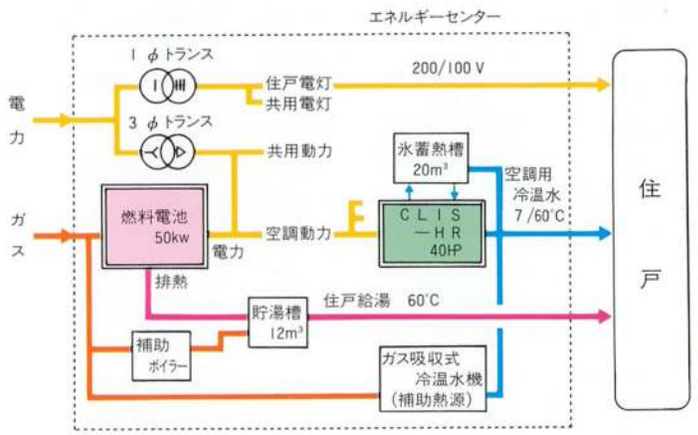
いずれも21世紀にむけて発信する住宅設備である。

エネルギーの高効率利用

・燃料電池と空冷ヒートポンプ製氷ユニット（CLIS-HR）を組み合わせた高効率セントラル冷暖房給湯システム



O社家族寮

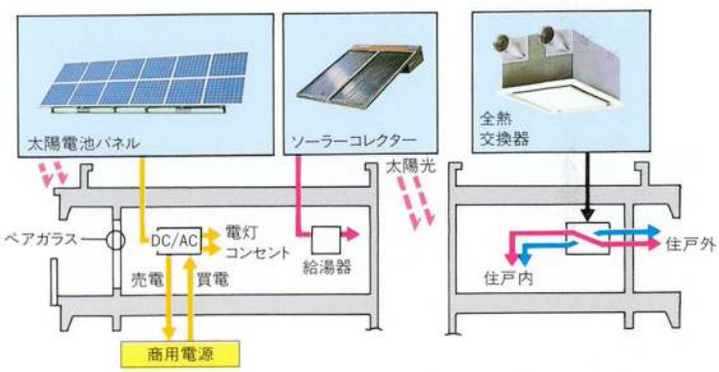


自然エネルギーの利用

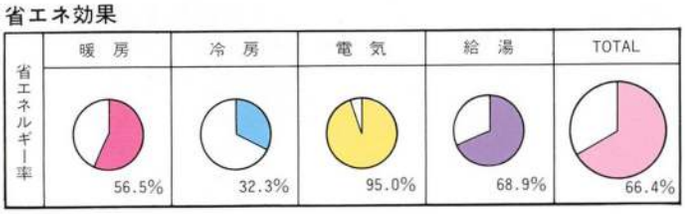
・太陽光発電、太陽熱給湯システム

・高断熱、換気全熱交換器の採用

・光庭による自然採光



省エネ効果



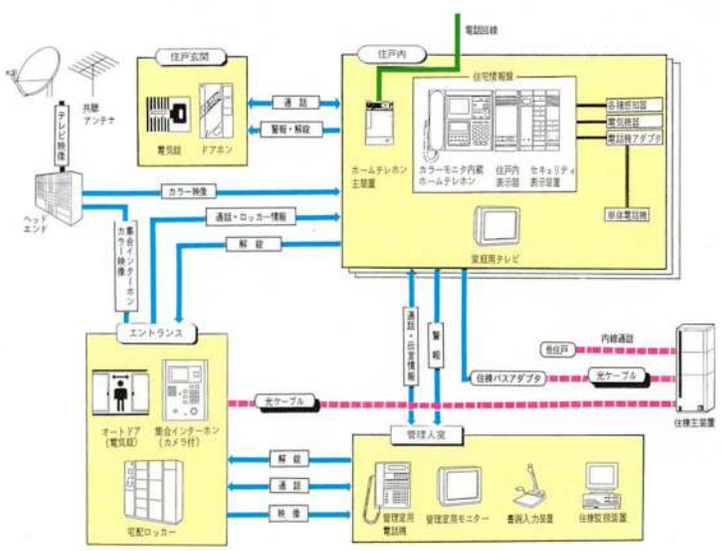
情報システムの充実

・光ファイバー採用により情報の多様化・高速化

・映像情報等、利用者へのサービス向上



当社西宮松山家族寮（通産省先導的高効率エネルギー利用型建築物モデル事業の適用第1号）



サングリエ阿倍野

建築概要
所在地　大阪市阿倍野区阪南町
用途　共同住宅（賃貸）
建築主　阪和三洋株式会社
敷地面積　582.53 m²
建築面積　432.32 m²
延べ面積　2,910.14 m²
階段　10F, PIF
構造　RC
住戸数　34戸
竣工年月　95年3月20日
担当者
設計　馬渡　勝昭・浦田　安基・衣川　俊彦
構造　井手　晃二・藤本　康和
設備　吉岡　哲次・田中　貴

藤原台住宅事業計画

建築概要
所在地　神戸市北区藤原台北町5丁目2番
用途　共同住宅
建築主　住友商事（株）、アーバンライフ（株）
全日空ビルディング（株）、（株）日鉄ライフ
敷地面積　63,600.39 m²
建築面積　9,625.61 m²
延べ面積　70,884.84 m²
階段　B1F, 9F, 11F, 14F, 18F, P1F
構造　RC, SRC
住戸数　636戸
竣工年月　95年3月31日
担当者
設計　山下　祥三・佐藤　敏和
構造　岡本　達雄・下野　直人
設備　吉岡　哲次・奥田　貢二

グランコリーナ西神南

建築概要
所在地　神戸市西区井吹台東1丁目2－1
用途　共同住宅（分譲）
建築主　三井不動産株式会社・阪神電気鉄道株式会社
敷地面積　27,182.08 m²
建築面積　6,856.05 m²
延べ面積　52,131.64 m²
階段　B1F, 5～22F
構造　RC・SRC
住戸数　405戸
竣工年月　95年8月
担当者
設計　佐竹　博幸・岩井　正和
構造　角　彰　・片山　一明・山田　政雄
設備　山下　孝生・瀬川　淳

PROJECT N

建築概要
所在地　大阪市天王寺区
用途　共同住宅（分譲）
敷地面積　3,099.34 m²
建築面積　1,616.00 m²
延べ面積　11,885.11 m²
階段　B1F, 10F, P1F
構造　RC
住戸数　136戸
竣工年月　96年12月（予定）
担当者
設計　宮崎　敏子　・奥村　雄樹・浜谷　明之
構造　佐々木　照夫・鴻野　良太
設備　吉岡　哲次・丁子　行彦

ジオ緑地公園

建築概要
所在地　大阪府豊中市東泉丘4丁目20―19, 20
用途　共同住宅（分譲）
建築主　阪急電鉄株式会社
敷地面積　26,824.13 m²
建築面積　11,573.95 m²
延べ面積　60,082.76 m²
階段　B2F, 15F, P1F
構造　SRC, RC
住戸数　454戸
竣工年月　94年2月
担当者
設計　横山　芳祝・吉田　孝　・菅　孝美
構造　丸岡　義臣・長瀬　正　・椿　英顕
設備　松田　龍彦・山下　孝夫・梅本　聖和

西宮松山家族寮

建築概要
所在地　兵庫県西宮市松山町77番1－2
用途　共同住宅（社宅）
建築主　株式会社　竹中工務店
敷地面積　2,615.88 m²
建築面積　1,286.08 m²
延べ面積　4,781.65 m²
階段　B1F, 5F
構造　S
住戸数　44戸
竣工年月　94年3月29日
担当者
設計　上原　正行・上屋　賢一・岩下　龍吉
構造　岡本　達雄・上田　博
設備　吉岡　哲次・奥田　貢二

箕面小野原パークホームズ一番館・二番館

建築概要
所在地　箕面市小野原東6丁目20番（一番館）
5丁目17番（二番館）
用途　共同住宅
建築主　三井不動産株式会社関西支社
敷地面積　1,701.15 m²（一番館）
2,366.31 m²（二番館）
建築面積　484.72 m²（一番館）
824.36 m²（二番館）
延べ面積　2,308.17 m²（一番館）
2,829.32 m²（二番館）
階段　6F（一番館）, 4F, P1（二番館）
構造　RC
住戸数　21戸（一番館）, 29戸（二番館）
竣工年月　94年10月31日
担当者
設計　北　泰幸・平沢　勇・小谷　美知夫・赤松　千州
山本　紀子・金子　英宏・加藤　慎悟
構造　渡辺　哲夫・吉屋　英行・池田　英美・沖田
設備　山下　孝生・瀬川　淳

六甲アイランドCITY イーストコート3番街

建築概要
所在地　神戸市東灘区向洋町中1丁目10番地
用途　共同住宅（分譲）
建築主　六甲アイランド開発株式会社・
積水ハウス株式会社・アーバンライフ株式会社
敷地面積　17,870.24 m²
建築面積　10,454.11 m²
延べ面積　66,034.72 m²
階段　B1F, 41F
構造　SRC+RC
住戸数　465戸
竣工年月　91年9月31日
担当者
設計　狩野　忠正・野口　伸一・岩下　龍吉
構造　角　彰　・吉屋　英行
設備　杉浦　修史・東郷　滋

アーバネックス塚口社宅

建築概要
所在地　尼崎市東塚口町1丁目490－1　他
用途　共同住宅（社宅）
建築主　株式会社　アーバネックス
敷地面積　6,339.55 m²
建築面積　2,482.91 m²
延べ面積　12,626.74 m²
階段　B1F, 10F, P1F
構造　RC
住戸数　132戸
竣工年月　93年3月5日
担当者
設計　山下　祥三・佐藤　敏和・熊谷　重次
構造　長瀬　正　・杉本　照彦
設備　杉浦　修史・栗田　晋一

グランベール西神中央

建築概要
所在地　神戸市西区美賀多台6丁目3－2
用途　共同住宅
建築主　西日本旅客鉄道株式会社
ジェイアール西日本不動産株式会社
敷地面積　17,220.75 m²
建築面積　6,443.71 m²
延べ面積　15,782.29 m²
階段　3F
構造　RC
住戸数　150戸
竣工年月　94年3月18日
担当者
設計　木原　富男・平沢　勇
桜井　信雄・衛藤　弘二
構造　木林　長仁・広瀬　隆太・槙田　倫子
設備　山下　孝生・丁子　行彦
瀬川　淳　・梅本　聖和

高見フローラルタウン七番街D地区16号棟

建築概要
所在地　大阪市此花区高見1丁目7番
用途　共同住宅（賃貸）
建築主　住宅都市整備公団関西支社
敷地面積　35,132.08 m²
建築面積　1,033.73 m²
延べ面積　26,463.13 m²
階段　B1F, 31F, P2F
構造　RC
住戸数　300戸
竣工年月　92年3月31日
担当者
設計　佐竹　博幸・東　政美
構造　角　彰　・渡辺　哲夫
設備　松田　龍彦・西田　雅

■編集委員

横山　芳祝	山下　祥三	吉田　孝
土屋　賢一	佐竹　博幸	馬渡　勝昭
宮崎　敏子	平沢　勇	片山　一明
小谷美知夫	岩下　龍吉	奥田　貢二
浦田　安基	岩井　正和	岩崎　弘季

構造の頁　230

公園地下に建設される大スパン・プレストレストコンクリート球形シェルの構造設計

阿波野昌幸　あわの　まさゆき
㈱日建設計大阪構造事務所構造部部員

建設中である大阪市の中央体育館（仮称）は、市のスポーツ施設の中枢的な役割を担うものである。建物（**図1**）は大小２つの円形アリーナを含むすべての施設を公園の地下に計画しており、その屋根部分が公園の植栽を支持すると同時に、地下にアリーナの大空間を実現させようとしている。

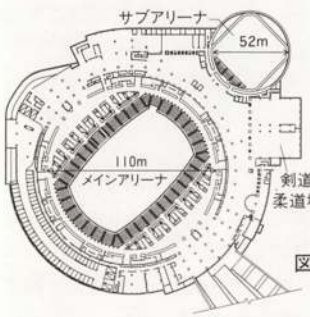


図1　平面概要図

大都市圏においては、近年、駐車場等が地下に建設されているが、本建物の計画は緑地の少ない市街地で、緑につつまれた公園と大規模な建築物を融合させた前例のない画期的な計画である。

基礎計画

図2に構造断面を示す。基礎は場所打コンクリート杭（一部拡底杭）および杭兼用のＲＣ造連続地中壁（以下ＲＣ連壁と称す）を採用し、GL-35ｍ付近のN値50以上の堅固な洪積砂レキ層に支持させることとした。

ＲＣ連壁はメインアリーナおよびサブアリーナの大屋根のコンクリート・球形シェルを支持する円筒形の耐力壁の直下に設ける。ＲＣ連壁は鉛直荷重を支持し、かつ地震時の水平力に対し十分に対応できる剛性と耐力を確保し、さらにアリーナ床面下への地下水の流入を防ぐ遮水壁として有効に働くように計画した。アリーナ周辺の建物は場所打コンクリート拡底杭により支持するように計画した。

なお、万一遮水壁であるＲＣ連壁を水が浸透し水圧がアリーナ床面に作用するのを防ぐために、アリーナ床面下に砕石による厚み900の排水層および排水管等を設け、浸透した水を揚水する計画としている。

メインアリーナ屋根の球形シェルの特徴

1）直径が110m、ライズが16mの大スパンのコンクリート球形シェルである。

2）シェルは前述のように公園地下に埋まる大規模体育館の屋根を構成し、公園の平均厚約１ｍ（0.6m～1.5m）の盛土および植栽等を支持し、屋根面の全荷重は約5～6t/m²となる。

3）シェルの主構造は鉄筋コンクリート造であるが、その最外周部のテンションリングは現場打のプレストレストコンクリート造とし、約２万tonの緊張力を導入している。

4）シェル部分は施工および経済性等を考慮して、プレキャストＰＣ版およびプレキャストＰＣ梁と現場打コンクリートによる合成構造とした。

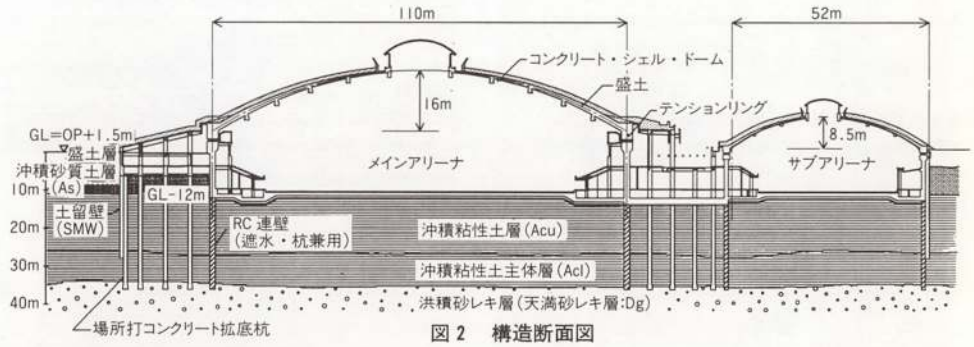


図2　構造断面図

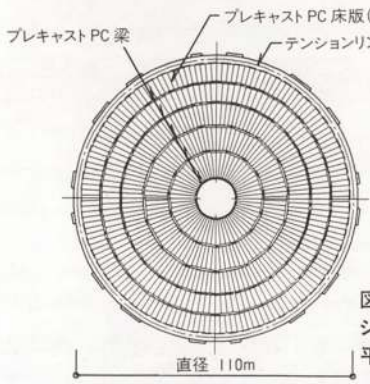


図3
シェル部プレキャスト材
平面図

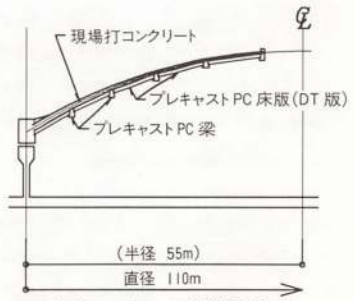


図4　シェル部断面図

メインアリーナ屋根の球形シェルの構造計画

シェルに鉛直荷重が加わると、放射方向（半径方向）に圧縮力が流れ、テンションリングに伝達し、テンションリングと外周のシェルを膨らませるような引張力が作用する。この引張力に対し、テンションリングの円周方向に導入したプレストレス力が抵抗する。すなわちこの部分はＰＣストランドを円周方向に配置し、緊張力を導入し、あらかじめコンクリートに圧縮力を加えるプレストレストコンクリート構造として計画した。

本計画のような大荷重を支持する大スパン屋根構造の場合、圧縮力に強いコンクリートによる球形シェルとすることにより、荷重のほとんどが圧縮力として支持されるので、非常に経済的かつ合理的な構造となる。テンションリングにプレストレスを導入することにより、コンクリートの材料特性である引張耐力の小さい特性を補うことができ、コンクリートを圧縮材として全断面有効に活用できることとなる。

また、テンションリングにプレストレスを導入するこの構造は、コンクリート打ち込みや盛土を載せるといった施工段階において、段階的にプレストレス力を導入することにより、コンクリートの応力を各施工段階でコントロールし、変形を小さくすることができる利点がある。

メインアリーナ屋根の構造

メインアリーナの屋根は、厚さ480～1200㎜の球形シェル部と、最外周部のテンションリング梁（縦4.8m×横3.0mの長方形断面の現場打コンクリート梁）と頂部に配した直径16mのコンプレッションリング梁（プレキャストＰＣ梁）から構成されている。

シェル部分は、**図3**、**図4**に示すように円周方向のリング状に五重に配したプレキャストＰＣ梁と、そのプレキャストＰＣ梁間に敷き並べたプレキャストＰＣ版（ＤＴ版）および現場打コンクリートによる合成構造としている。これによりプレキャストＰＣ版が現場打コンクリートの型枠となるため、足場製作作業および型枠工事がほとんどなくなり、ＰＣ版が本設躯体としても有効に活用できる。また、そのＰＣ版を支持する部材を剛性の高いプレキャストＰＣ梁としたことにより、支保工がＰＣ梁の端部の支持点に集約され、そのＰＣ梁のたわみ量が小さいため、そのスパン（支保工間隔）も十分に確保することができた。

シェルは最外周部のテンションリング部において、半径方向に変形可能なゴム支承により支持されている。このゴム支承は球形シェルに鉛直荷重が作用した場合やＰＣストランドに緊張力を導入した場合の水平変形および長期間にわたり進行するクリープ変形等を拘束しないために設けている。

蓄熱式電気床暖房―床材を選ばない新システム―

大村雅彦　おおむら　まさひこ　下辻利一　しもつじ　りいち
三菱電線工業㈱新規事業開発本部第三開発室

電気式床暖房は、クリーンかつメンテナンスフリーという優れた特長をもつが、維持費が高いという欠点があった。しかし、安価な夜間電力を用いて床を蓄熱する蓄熱式電気床暖房とすることにより、維持費の大幅な低減が可能となる。

三菱電線工業㈱では、潜熱蓄熱材、ヒーターユニット、温度コントローラーからなり、床仕上材、構造に対して最適な蓄熱温度の蓄熱材を選択して設計を行える理想的な蓄熱式電気床暖房「暖ストックシステム」を開発した。

以下にその概要を記す。

潜熱蓄熱材

潜熱蓄熱材には、吸放熱温度が一定で単位重量当たりの熱量が非常に大きいという特長がある。このため、従来の顕熱蓄熱式床暖房と比較して、
①安定した床温が得られる。
②床の軽量化が図れる。
等のメリットがある。

「暖ストックシステム」のMHS潜熱蓄熱材は、ボード形状で、蓄熱量は約49kcal/kg（コンクリートの約16倍）である。蓄熱材の仕様を**表1**に示す。また、この材料は、特殊製法により、蓄熱温度（融点）以上でも固体形状を保つものである。

表1　潜熱蓄熱材仕様

品名		MHS-32	MHS-36	MHS-40	MHS-47	MHS-52
蓄熱温度（℃）		32	36	41	47	52
寸法（mm）	B-25	長さ800×幅250×厚さ16				
	B-30	長さ800×幅250×厚さ19				
	B-33	長さ800×幅250×厚さ21				
蓄熱量	B-25	122kcal/枚				
	B-30	146kcal/枚				
	B-33	160kcal/枚				

蓄熱温度と床仕上材との対応は、おおむね次のようになる。

MHS-32　Pタイルや塩ビシート仕上用、温暖地域向き
MHS-36　MHS―32と同様で、寒冷地向き
MHS-40　カーペット類やフローリング仕上用
MHS-47　高級フローリング仕上に好適
MHS-52　床暖畳仕上に好適

床構造・施工

施工方式としては、コンクリート埋設施工と根太間施工がある。断面を**図1**および**図2**に示す。

建物には十分な断熱を施し、床面からの暖房負荷を、最も快適感の得られる50～70kcal/m²hになるように設計する。

床仕上材に関する制約は特にないが、床温の上昇に伴う反りや変形の起こらない材料を選択する必要があり、畳に関しては、熱抵抗値の低い床暖房用畳の使用が前提となる。

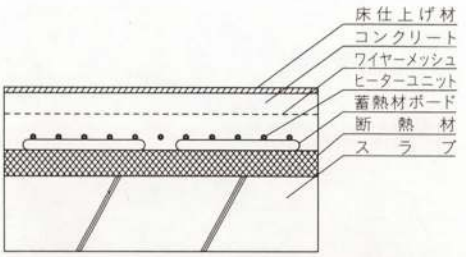


図1　コンクリート埋設施工

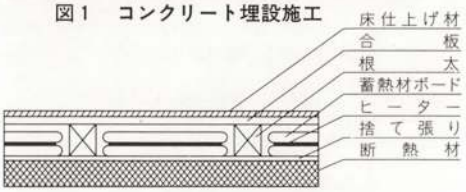


図2　根太間施工

実施例

当社能勢事業所における室温、床温、外気温の経時変化を**図3**に示す。仕様・条件は次のとおりである。

場所　大阪府豊能郡能勢町
床構造　コンクリート埋設施工
蓄熱材　MHS―40
床仕上材　タイルカーペット
通電時間　22時～8時（業務用蓄熱調整契約）
使用分類　主暖房

図3より、終日床温22～28℃、室温18～22℃で推移し、非常に快適な状態であり、また24時間暖房のため、朝から十分な暖房感を得ることができた。

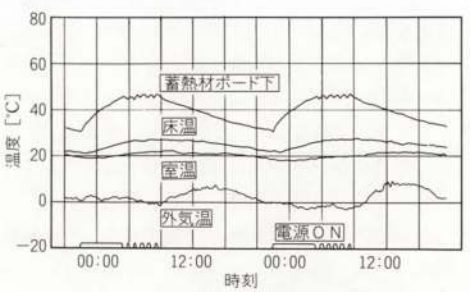


図3　各部温度の経時変化

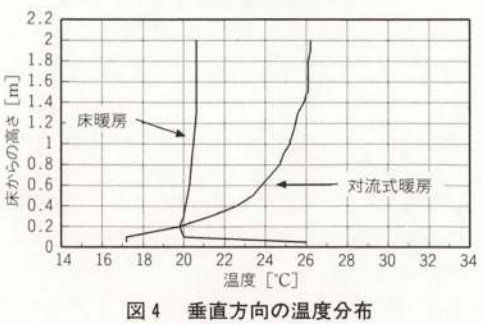


図4　垂直方向の温度分布

図4では、床暖房と一般対流式暖房の、垂直方向の温度分布を比較した。床暖房では、床面から天井までほぼ一定温度の頭寒足熱型環境であり、かつ輻射暖房のため、約20℃程度の室温で十分な暖房感を得ることができた。しかし、従来の対流式暖房では、垂直方向の温度差は9℃に達し、室温を約26℃まであげても、足もと付近の寒さは解消されなかった。

制御方式

夜間の蓄熱制御は、タイマーによる運転時間の管理と温度調節器によるヒーター温度制御となっている。基本操作は、暖房期間（約5か月）の開始時にスイッチをONし、終了時にOFFするだけである。また、別途床温制御を組み込むことにより秋口等中間期の蓄熱量を制御し、ランニングコストの低減を図ることも可能である。

設備費・維持費

蓄熱式電気床暖房は、他の床暖房方式と比較してイニシャルコストは高価になるが、格安の夜間電力を使用するため、ランニングコストは最も経済的である。各電力会社、契約電力種別による若干の違いはあるが、当社の試算では、通常の電気式床暖房の約20～40%程度、また、石油温水式床暖房と比較しても70～90%程度の維持費で済む。従来の電気式は高いというイメージを完全に払拭するものである。

なお、部材費用は1平方メートルにつき、埋設施工で4.5万円、根太間施工で6万円程度が目安となる。

用途

「暖ストックシステム」は、床仕上材に合わせた蓄熱材の選定ができるため、ほぼすべての建物に施工可能であるが、特に次のような施設、部屋に適している。

・吹き抜けのロビー、天井の高い部屋
・老人ホーム・病院・幼稚園等の施設
・一般家庭のリビング
・オフィスビル、図書館、美術館

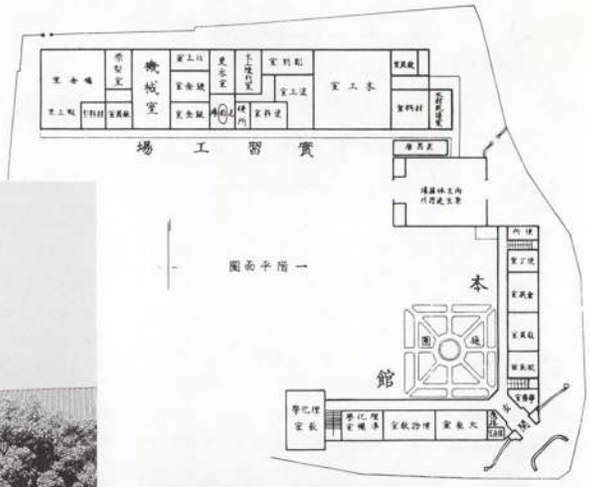
おわりに

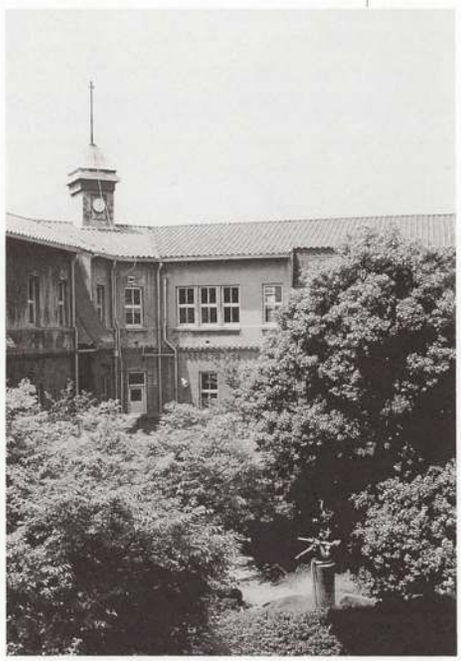
IAQ（Indoor Air Quality）の向上がより一層求められ、かつ、環境問題が大きくクローズアップされている現在において、排ガスを出さず、電力負荷平準化に貢献できる本システムは、まさにタイムリーなものといえる。今後、より一層の普及が見込まれる製品である。

Report

「本館の永久保存に向けてのシンポジウム」開催

大阪市立工芸高校・大阪市立第二工芸高校の本館の永久保存決定を記念して







「本館の永久保存に向けてのシンポジウム」が、7月16日（土）〔午後2時から5時まで〕に大阪工芸会（大阪市立工芸高等学校同窓会）と関西工芸会（大阪市立第二工芸高等学校同窓会）主催により、大阪の阿倍野区民ホールで盛大に開催された。

企画の趣旨および目的は、「シンポジウム開催のお知らせに」によると「著名な明治大正建築が取り壊されている昨今、本館の永久保存が決定されたということは厳しい時代に大変喜ばしいニュースです。決定された大阪市の英断には、拍手喝采と共に市民として感謝申し上げます。そこで、そのデザインと歴史的・社会的意義を広く地域の人々に知って戴ければとこのシンポジウムを企画いたしました」とのことである。

このシンポジウムは大阪工芸会・関西工芸会の方々のほかに、在校生全員、区民などに幅広く知らされた。参加者は、予想外に多く約300人を数え、関心の大きさがうかがえた。

＊

大阪工芸会会長・植澤昌夫氏による開催宣言、同理事長・井垣祥考氏による趣旨説明につづいて、大阪市立工芸高等学校長・西澤爽先生より挨拶と永久保存決定までの経過報告が行われた。

大阪市教育委員会に働きかけた保存の要望は次のとおりである。

1．学校の立場から、時代を超えて愛されるアールヌーボー様式を取り入れた建築物を活用することは、デザインや造形を学ぶ生徒に生きた教材になるはずである。

2．卒業生の立場から、自分たちの感性を伸ばしてくれた愛着のある学校が保存されることは、実に喜ばしいことである。

3．阿倍野区民の立場から、古くて美しい学校建築が残ることは阿倍野区の宝である。区民に開かれた学校、地域に開かれた学校として活用されることを期待している。



働きかけの後、大阪市教育委員会により2年間の調査の結果、昨年度市議会で6億円余りの予算がつき、保存が決定された。大阪では、大阪府立中之島図書館について二番目の永久保存である。13カ月間かけて創立当初の状態に復原し、美しく生まれ変わる本館への誇りと期待が、校長先生の熱意ある報告に込められていた。

＊

次いで、京都工芸繊維大学助教授・学術博士・藤田治彦先生より「大阪のバウハウス・工芸高校本館のデザインと歴史的・社会的意義を考える」をテーマに、90分の基調講演が行われた。

講演の趣旨は、先生のレジメによると、「…(中略) …今回の保存決定とシンポジウム開催にあたり、なぜこの建物に保存する価値があるのか、どのように保存し、私たち現代人（とくに大阪市民や学校などの関係者つまり広い意味でのコミュニティの人々)、そして次の世代が活用してゆくことが望まれるのかを整理して考えてみたい」であった。

先生は、次の3項目に着目され、スライドプロジェクターを2台用いて講演をすすめられた。

1．本館は、1920年代（大正10年代）の建築様式をいまに伝える貴重な建築物である。

2．本館は、近代デザイン教育の歴史の貴重な記録である。

3．本館は、大阪阿倍野の歴史的環境・社会的環境の重要な一部である。

＊

最後に、坂下清氏（大阪工芸会）をコーディネーターに、シンポジウムがすすめられた。パネラーには、大阪工芸会から上田健一氏、関西工芸会から藤谷宏氏、元建築科教員山田修氏、大阪市立デザイン教育研究所生の渕原奈月さん、区民代表・PTAの寺脇純一氏、兵庫県立近代美術館学芸員の山野英嗣氏が参加し、それぞれの立場で大阪市立工芸高等学校・第二工芸高等学校の教育理念や本館保存についてディスカッションが行われた。

それらの一部をご紹介する。

・大阪市立工芸高等学校に行けばデザインがわかるデザインセンターにしてはどうか。
・大阪、いや国際的にもキラッと光る学校を創りたい。
・地域における倶楽部として活用しては。
・地理的に便利なので、地域だけにとどまらず大阪市の外郭団体を設置して、広く利用してはどうか。
・美術やデザインを担当する中学校の教員の研修の場に利用しては。
・市民が気楽に立ち寄れる市民ギャラリーにしてはどうか。
・大阪のデザイン界のメッカとして、デザインの発祥地としては。

など、楽しく魅力に富んだビジョンが多数出された。

＊

閉会の挨拶は、関西工芸会理事長・曽我武氏より行われ、永久保存による母校の発展を力説されていた。

参加者には永久保存を祝い、記念してテレホンカードが配られた。（1994・7・20記）

文責 和田康由 大阪市立工芸高校建築科教諭

岸　和郎
DIE HARD MODERNISM

米井　寛
日本建築協会事業委員
三和総合研究所

30'sEYE—21世紀へのエスキス第5回は、建築家・京都工芸繊維大学助教授の岸和郎氏を迎え、「DIE HARD MODERNISM」と題した講演とディスカッションを行った。「日本橋の家」で93年JIA新人賞を受賞した岸氏への注目を反映し、当日は定員30人を上回る46名の参加があった。

■モダニズムとの距離

岸氏が建築を学んだ学生時代の時代背景から講演は始まった。当時の建築論壇では、R.ヴェンチューリの「複合と対立」がバイブル的存在で、磯崎新氏があこがれの建築家であり、大学でもモダニズム的教育体系に疑問が投げかけられていた。時代は「状況としてのポストモダニズム」の中にあり、氏もモダニズムに対してはある距離を保ちながら、しかし作家としての岸氏が選択した表現は、「四角い箱」であった。「基本的には(モダニズムの)あの空間が好き」だから、「レースの先頭にたつのはやめ」て、「時代遅れの四角い箱をつくろうと思った」という。バブル経済の崩壊とともに一部に形態操作としてのモダニズム回帰がみられる状況にあって、岸氏が「ネオモダニズムの旗手」のように称されることがあるが、これに対しては、氏は決してオプティミスティックなモダニストではないこと、そして時代がひと回りしてたまたま再びモダニズムが注目されているにすぎないという理由で、「気持ち悪さ」が表明された。



■DIE HARD MODERNISM

2年前に岸氏が京都と大阪で開いた個展を訪れたアメリカの批評家ジェフ・ケプニスが語った「この建築はDIE HARD MODERNISMだね」というコメントが、この講演のタイトルにつながっている。おそらく映画「ダイ・ハード」をもじったものだが、映画の中のブルース・ウィルスのように「決してえらそうにではなく、ようやく生き残ったモダニズム」という意味で、氏はこのコメントが気に入ったという。

■素材と空間構成

次に、初期の住宅KIM HOUSEから最近作の園部SDオフィスまで、7つの作品がスライドで紹介された。これらの作品にみられる岸氏の建築手法の中で、特に印象深かったのは、素材の扱いと、空間構成の2点である。「素材」は主に工業生産品を用い、そのもの自身の質感を生かしながら即物的(ザッハリッヒ)な扱いがなされているところが新鮮に感じられた。また「空間構成」は、内部から外部への段階的構成や、部分的に突出した垂直方向への運動性が、モダニズムが指向した一義的な均質空間とは異なる重層的で多義的な空間を生んでいるように思われた。この「素材」と「空間構成」の特質が初期の作品におのおの顕著に表れた例として、KIM HOUSEと京都科学・開発センターをあげたい。

敷地15坪の都市住宅であるKIM HOUSEでは、都市に対するペシミスティックで閉鎖的な構えの中に隠された豊かな垂直空間に加えて、工場生産された素材をアセンブルするプレファブ工法の採用が注目される。ただしここで指向されるのは、プレファブ工法によるモダニズム的普遍的な住空間ではなく、固有な場所に応じた限定的な空間である。

これとは一転して、のびのびとした敷地を与えられた京都科学・開発センターでは、まず下層部のコンクリート壁の上にスチールの架構が載せられた「形態的事件」がひき起こされている。また、内・外部の関係は、季節を感じながら仕事のできるスペースをつくるという意図のもとにオープンであるが、内部空間は半屋外の空間を介して段階的に外部に開かれている。内外の関係を「開くか閉じるか」という一元的な問題として扱わず、両者の多元的な関係の中に最適解を見いだそうとする手法は、岸氏のモダニズムに対する姿勢と重なって受けとめられた。

こうした岸氏のデザイン手法は、近作でさらに完成度を高める。93年JIA新人賞の対象となった「日本橋の家」は、間口わずか3mの極小住宅であるが、内部には階段やシャフトや照明器具といった構成要素が軽々と浮遊し、狭さを克服して余りある瑞々しい空間が生みだされている。特に居住性を維持する限界寸法(内法約2,500mm)に挑みながら、例えば成形セメント板素地使いのような余分なものを剝ぎとられた各部材が「もの」自身として生々しく浮かびあがってくる素材の扱いは感動的ですらあった。

最近作で、「今までやろうとしたことの集大成」という園部SDオフィスでは、壁やガラススクリーンが層状化された構成や、遠望すると2枚のガラスカーテンウォールの向こうにまた空が見えるといったシーンに、「(概念としての)透明性」の建築化の一つの様相を見たような気がした。

■快楽の屋上庭園へ

講演の最後に、中京の家などに用いられた「屋上庭園」という概念についての興味深い解説があった。「中庭」が都市に対して閉じた静的で制度的な空間であるとすれば、「屋上庭園」は、都市に開かれた騒然としたダイナミックな空間である。ここには、かつてヴィラ・ロトンダでは女神が立っていたが、近代のサヴォア邸では人間が立てるようになった。またロックフェラーセンターを見れば、ここが商業主義に利用されやすくキッチュにもなりうることを示している。都市は、欲望に支配された垂直性と、秩序に支配された水平性という2方向のベクトルの総和であるが、両者の中間に位置するのが「屋上庭園」ではないかと岸氏はいう。

ここでの「欲望」への言及が氏のモダニズムに対する距離を物語っており、欲望の垂直軸と秩序の水平軸を調停する位置にあるという「屋上庭園」のあり方は、実はそのまま岸氏の建築のあり方にも通じるように思えた。それは、氏の建築がモダニズムのボキャブラリーを用いながらも、モダニズム(インターナショナルスタイル)の予定調和的な均質空間とは異なり、空中のテラスや非常識な天井高といった個別的な「欲望」が空間化された特異点ともいえるスペースを要所に包含することを試みているからだ。あくまで静的でストイックな秩序の水平軸と、これを突き破る欲望の垂直軸を自在にコントロールしながら統合していく建築の様相が、これから現れる岸氏の建築の魅力であるような予感がした。

*

穏やかな語り口の中に、モダニズムへの深い理解に支えられた「潮流」に左右されない建築家の強い意志が感じられ、また会場からの質問にも快く丁寧に応じる岸氏の開かれた姿勢に触れ、参加者は皆おそらくモダニズムへの認識を深め、岸氏の新たなファンも増えたことだろうと思う。「どこまでダイ・ハードであり続けるか」という問いには、「20世紀はこのままいる」とのことだったが、関西若手建築家のリーダーの一人として、岸氏の今後のさらなる活躍を期待しながらリポートを終えたい。

日　時　1994年3月31日(木)　18：30〜21：00
会　場　日本建築協会サロン
参加者　46人
主　催　日本建築協会若い会員の集い小委員会

『チャンディガールの40年ー或るインドへの道ー』展

生活水準や交通システムに従って街区が分けられ、街区には何人もの建築家によって数多くの住宅や各種の施設が建設されており、その心臓部にはル・コルビュジエによる打ち放しコンクリートの議事堂や総合庁舎が建設されたチャンディガール。

1950年代に、ル・コルビュジエの都市計画が唯一実現した街チャンディガールは、時間の経過に従ってインドの人々に受け入れられ、育まれ、成長している。

ギャルリー・タイセイの今回の展覧会では、ル・コルビュジエやP.ジャンヌレ、M.フライらのオリジナルドローイング、チャンディガールの全体計画の模型、ル・コルビュジエが制作したエナメル板による扉のレプリカ、L.エルヴェがチャンディガールを撮った様々な写真やVTRを展示し、この街の誕生から今日までの姿を展観する。

会期　1994年8月29日(月)〜10月21日(金)
10：00〜17：00　月〜金曜日開廊・祝日休廊
会場　ギャルリー・タイセイ　03-5381-5510
東京都新宿区西新宿1　新宿センタービル17F
入場　無料
主催　ギャルリー・タイセイ“Chandigarh 40 years after Le Corbusier”展実行委員会

病院建築に関する研修会

会　期　1994年9月12日(月)、13日(火)
会　場　明治大学会館　8階会議室
東京都千代田区神田駿河台1ー1
定　員　150名（定員になり次第締切）
受講費　一般　50000円
日本病院建築協会会員　30000円
申込先　主催者：(社)日本病院建築協会
〒108　東京都港区芝5ー26ー20
TEL 03-3453-9904　FAX 03-3453-7573

受講費は、申し込みと同時に、金融機関（三菱銀行四谷支店、三和銀行四谷支店、東京中央郵便局）に振り込むこと。

■9月12日(月)　10：00〜16：30
●講演「救命救急と臓器移植」
太田宗夫氏（千里救命救急センター所長）
●講演「高齢者施設の光環境」
ソルベイ・フリーデル氏（スウェーデン王立工科大学リサーチャー）
●シンポジウム「高齢者の環境工学」
司会：大原一興氏（横浜国立大学）
講師：吉野　博氏（東北大学）／吉田あこ氏（筑波技術短期大学）／田村明弘氏（横浜国立大学）／長谷川敬氏（長谷川敬アトリエ）／長島孝一氏（AUR都市・建築・研究コンサルタント）

■9月13日(火)　10：00〜17：00
●講演「老人保健福祉施設マニュアル」
中村吉夫氏（厚生省老人保健福祉局）
●講演「病院建築と免震構造」
多田英之氏（福岡大学）/山口昭一氏（日本免震協会）
●講演「病院のライフスパン」
河口　豊氏（国立医療・病院管理研究所）
●シンポジウム「病院計画のユーザー参加・看護婦参加」
司会：谷口　元氏（椙山女学園大学）／藤橋和光氏（共同建築設計事務所）
講師：井部俊子氏（聖路加国際病院）／辻野純徳氏（UR設計）／伊藤雅春氏（大久手計画工房）

JDFデザイン・フォーラム'94

(財)国際デザイン交流協会（略称JDF）主催の第7回国際デザイン・コンペのテーマ「触」に因み、デザインの立場から討論と提言の場が8月の大阪に引き続き、9月に東京でもたれる。定員200人。

テーマ　21世紀への提言「触」のイマジネーション
日　時　1994年9月16日(金)　13：30〜16：00
会　場　日本電気㈱本社ビル・多目的ホール
東京都港区芝5-7-1　TEL 03-3454-1111
内　容　●プレゼンテーション　13：30〜14：40
榮久庵憲司氏（ICSID名誉顧問）
●パネルディスカッション
坂根厳夫氏(慶応義塾大学教授)、長澤忠徳氏(東北芸術工科大学助教授)、巽　正和氏（国際デザイン交流協会常務理事）ー司会ー
参加料　一般2000円、学生1000円

建設副産物リサイクル シンポジウム

建設副産物リサイクル広報推進会議主催、建設省後援で、建設業関係者を主な対象としたシンポジウムが、10月のリサイクル推進月間に向けて開催される。

日時　1994年9月26日(月)　13：30〜17：00
会場　有楽町朝日ホール（有楽町マリオン11F）
定員　700名（先着順）、参加無料
内容　●講演「私と地球とリサイクル」
マリ・クリスティーヌ氏（タレント）
●パネルディスカッション「リサイクルプラン21ーその実現に向けてー」
コーディネーター／久野悟郎氏（中央大学教授）
パネリスト／建設省・東京都・横浜市・排出業者・処理業者
申込　往復ハガキの発信用に①会社、②所属、③役職、④氏名、⑤住所、⑥TELを、返信用に返信先を記入して、8月31日(水)までに下記へ郵送のこと。
建設副産物リサイクル広報推進会議事務局
〒112 東京都文京区音羽2-10-2　㈱先端建設技術センター内　TEL 03-3942-0211

Space design school 10月

大阪ガスインテリアデザインスクール主催の「Space design school」で10月から開講されるゼミは「高齢社会を迎えたまちづくり」。講師は石東直子氏（石東・都市環境研究室主宰、中国天津大学客員講師）。

募集定員　30名（定員になり次第締切）
受講費用　35,000円（再受講は30,000円）
会　場　大阪ガスインテリアデザインスクール
大阪市中央区備後町3ー6ー14
テーマ　①10月25日(火)　18：30〜20：50
「高齢者の生活行動・日常生活像を知る」
②11月1日(火)　18：30〜20：50
「都市の文化的ストックの活用」
③11月8日(火)　18：30〜20：50
「住まいも街もバリアフリー」
④11月15日(火)　18：30〜20：50
「街なかがリフレッシュ、リハビリの舞台となるように」
⑤11月22日(火)　18：30〜20：50
「シニア住宅の種々(いろいろ)」

問い合わせ・申し込みは大阪ガスインテリアデザインスクール（TEL 06-262-4089）へ。

関西四大学合同建築展

大阪芸術大学、京都精華大学、京都造形芸術大学、京都芸術短期大学の合同建築展は6回目を迎え、今年は「祭りの場」をテーマに開催される。

■展示会
会　期　1994年10月12日(水)〜10月16日(日)
平日12：00〜19：00　日曜10：00〜19：00
場　所　一心寺信徒館日想殿（TEL 06-771-0444）
大阪市天王寺区逢坂2ー8ー69

■シンポジウム
日　時　1994年10月15日(土)　18：00〜21：00
パネラ　上田　篤氏（京都精華大学教授）
高橋靱一氏（大阪芸術大学教授）
渡辺豊和氏（京都造形芸術大学教授）
ゲスト　高口恭行氏（建築家、一心寺住職）
司　会　鈴木隆之氏（京都精華大学講師、小説家）

建築学会の小冊子を頒布

(社)日本建築学会近畿支部環境保全部会が取り組んできた〝大都市のメインストリートを考える〟研究成果がまとまり、このほどA4判、144ページの冊子『大都市メインストリートの都市景観を考えるー大阪・御堂筋を中心にー』として発行された。1部1000円（送料別）で一般に頒分されるので、希望者は下記へ。

申込先　㈱日本建築学会近畿支部環境保全部会事務局
田村佳英〈〒534 大阪市都島区都島南通2-1-3-809　㈲英(ハナブサ)　建築設計事務所内〉

現代・見立て百景展

砂を水に、石を山や島になぞらえる枯山水の造園手法。方丈の空間に無限の広がりを見る茶の湯の世界。一本の矮小化された木に森羅万象を凝縮しようとする盆栽や盆景。こうした、無限大の世界を限られた小さな空間や物になぞらえる「見立て」の手法は、現代建築や装飾にも採り入れられている。

INAXギャラリー大阪展では、いけばなの「立花図」をはじめ蓬莱山を象った正月の床飾りなど、過去から現在にいたるまでの見立てのさまざまが紹介される。

■現代・見立て百景展

会　期　1994年9月9日㈮〜11月27日㈰
10：00〜18：00 休館日―10月5日、11月2日

会　場　INAX大阪支社・2Fショールーム
大阪市西区新町1-7-1　TEL06-539-3518

協　力　㈱磯村才治郎商店、梶山富蔵、寶研堂ほか

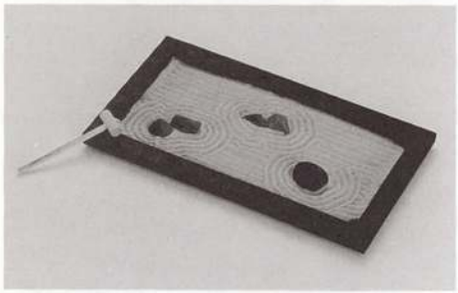
■講演「〝見立て〟のさまざま―江戸時代絵画を中心に」

日　時　1994年10月18日㈫　18:00〜19:30

講　師　狩野博幸氏（京都国立博物館美術室長）

会　場　INAX大阪支社・8F会議室

定　員　100名（先着順）　入場無料



micro ZEN　撮影　伊奈英次

ふるさとの顔づくり設計競技

大阪府枚方市津田土地区画整理事業地区の、歩行者専用道路、沿道の空間、および街区公園の設計競技が、下記のように行われる。応募資格は問わず。

応募登録　1994年7月1日〜9月30日

質疑受付　〃8月15日〜9月16日

作品提出　1995年3月3日〜3月10日

入選発表　〃5月末（予定）

審査委員　新谷洋二氏（日本大学教授）ほか10名

賞　建設大臣賞（特選）1点・賞金100万円
準特選1点・20万円、入選2点・20万円

特選は、事業者と入賞者の合意が得られた場合には、審査委員会の了承を得て実施が図られる。

コンペの詳細は、主催者・㈶都市づくりパブリックデザインセンター（〒102 東京都千代田区平河町1-6-8 TEL 03-3222-0981、FAX 03-3222-0986）へ。

建築音響・防音研修講座

期　間　1994年9月22日〜12月9日 9:30〜16:30

会　場　講義――㈳日本建築材料協会3階会議室（大阪市西区京町堀1-8-3）
講演と見学――大建工業㈱コーディネートプラザ（岡山市海岸通2-5-8）
実習――㈶日本建築総合試験所（吹田市藤白台5-8-1）

定　員　20名

講　師　青山信英氏（青山コンサルティング）ほか6名

参加費　1名22万円（主催、後援・協賛団体会員企業）
1名24万円（一般）

申込先　主催者の㈳日本建築材料協会（TEL 06-443-0345）へ9月10日まで。

病院建築賞募集

㈳日本病院建築協会の第4回病院建築賞の、顕賞の対象となる病院等は、平成3年4月1日〜平成5年3月31日に新築または増改築を行った作品で、診療所や保健・福祉施設等を含む。

応募作品の中から、建築として質が高く、患者側並びに職員側にとって快適で使い勝手のよいものを、必要に応じて現地調査を交えて選考委員会で選考する。

応募資格は病院等の開設者、管理者、設計者、施工者のいずれでもよい。

応募料　1作品につき5万円を応募時に納入

応募期日　1994年8月1日〜9月末日（当日消印有効）

提出資料　①応募申込書と建築概要書と設計主旨
②配置図・平面図・断面図など（A3判）
③写真15枚以内（周辺環境の分かるもの。室内は家具・機器が設置されているもの）
以上①〜③をA3判ファイルにおさめる。

選考委員　筧　和夫氏（東北学院大学教授）
上野　淳氏（東京都立大学教授）
川北　祐幸氏（順天堂大学客員教授）
上林　三郎氏（聖路加国際病院顧問）
小島比登志氏（厚生省健康政策局課長）
西野　範夫氏（田中・西野設計事務所長）
丸谷　武久氏（日建設計東京）

応募・提出　㈳日本病院建築協会　TEL 03-3453-9904
〒108 東京都港区芝5-26-20

平成6年度BELCA賞募集

㈳建築・設備維持保全推進協会（BELCA）は、建築物の維持保全を実施、または優良な建築物の改修を実施した者（物件）を表彰する「BELCA賞」への、募集を呼びかけている。歴史的記念建造物は対象外。

募集期間　1994年9月1日㈭〜10月11日㈫

選考範囲　(1)ロングライフ・ビルディング部門―築後20年以上の、ロングライフを考慮して設計、継続的に維持保全をされた優秀な建築物
(2)ベストリフォーム・ビルディング部門―改修後1年以上を経過した、改修によって画期的な活性化が図られた優秀な建築物

審　査　岸谷孝一氏（日本大学教授）ほか20名の審査員による2段階審査

応募手続　LLB部門―建物所有者、設計者、施工者、維持管理者
BRB部門―建物所有者、設計者、施工者
応募申込みは上記いずれかが行う。この場合、他の関係者の了解を得ておくこと。
応募書類の書式の問い合わせは下記へ。

提出先　㈳建築・設備維持保全推進協会
〒107 東京都港区赤坂1-8-2
TEL 03-3224-9181　FAX 03-3224-9170

建築デザイン会議'94 IN KYOTO『未来への構築』参加者募集

第8回建築デザイン会議は、今年は京都の寺院に場所を移して、『未来への構築』をテーマに開催されるが、会議に参加するオーディエンスを一般公募している。

開催日　1994年10月14日㈮、15日㈯

会　場　京都市内の寺院
●10月14日　13:00〜21:00
清水寺、聖護院、相国寺、銀閣寺、広隆寺、東寺、泉涌寺の7会場で7分科会。
●10月15日　10:30〜16:30
相国寺の大方丈と承天閣美術館でユニットディスカッションを同時開催。

分科会　UNIT 1　フォルム／新しい形とは何か?
UNIT 2　テーマ／われわれはいかなるテーマ（主題）を持ち得るか?そのテーマは相互に共有可能か?
UNIT 3　インタラクティヴ／署名のない作品は成立するか?
UNIT 4　ビルディングタイプ／建築におけるビルディングタイプの革新とは?
UNIT 5　タイプ／タイプにかくされたもの?
UNIT 6　アート／建築における美学的横断性とは何か?
UNIT 7　リアリティ／リアリティと想像力は背反するか?

一般オーディエンス（参加費10000円、宿泊・食事・資料代含む）230名、学生オーディエンス（参加費無料、宿泊・昼食代は自己負担）70名を募集している。

応募者は、9月8日までに往復ハガキに氏名、住所、TEL、FAX、勤務先(学校名)、所属、年齢、オーディエンスの区分、参加希望のユニットを第2希望まで明記し、建築デザイン会議'94運営組織事務局（デルファイ研究所内　〒102 東京都千代田区四番町8-13、TEL 03-3222-5031）あてに申し込む。

日本建築協会

月間の動き

【平成6年6月分】

定時評議員会

22日・5時～5時半・於本会会議室
出席者　鶴田議長ほか45名（委任状共）
議　事　(1)評議員会議長（副議長）互選の件
(2)理事補選（1名）の件
(3)平成5年度事業報告承認の件
(4)平成5年度決算報告承認の件

通常総会

22日・5時半～6時・於本会会議室
出席者　市川会長ほか16名
議　事　(1)平成5年度事業報告承認の件
(2)平成5年度決算報告承認の件
(3)平成6年度事業計画承認の件
(4)平成6年度収支予算承認の件
(5)名誉会長推挙の件

理事会

第1回常任理事会
22日・4時半～5時・於本会会議室
出席者　市川会長ほか15名
議　事　(1)平成6年度第1回定時評議員会開催の件
(2)平成6年度第1回通常総会開催の件
(3)協賛名義使用承認の件
(4)入退会者承認の件
(5)事業報告その他

編集委員会

第3回広告企画小委員会
1日・4時～5時半・於本会会議室
出席者　勝副委員長ほか4名
議　事　収支状況報告
第3回作品作風小委員会
2日・6時～9時半・於本会会議室
出席者　富田副委員長ほか7名
議　事　(1)作品の掲載状況並びに掲載予定の報告
(2)作品の選定
(3)「Gallery」掲載報告・予定
(4)「SKETCH BOOK 欄」の掲載予定
第3回計画分科会―建築系―
2日・7時～10時・於本会会議室
出席者　石山幹事ほか8名
議　事　平成6年9月号「水と建築」(仮称)特集内容の検討
第3回会員企画小委員会
7日・6時～8時15分・於本会会議室
出席者　稲木副委員長ほか6名
議　事　(1)シリーズものの報告と掲載予定
(2)新しい企画案について
第3回編集委員会
9日・6時～8時半・於本会会議室
出席者　荒井委員長ほか5名
議　事　(1)6月号「いま、医療施設は」特集経過報告
(2)7月号「住空間における居どころへの視点」特集経過報告
第3回設備分科会
13日・6時～9時15分・於本会会議室
出席者　村上幹事ほか7名
議　事　(1)編集委員会の報告ほか
(2)10月号「建築設備計画におけるCGシミュレーション」特集の企画
(3)「設備の頁」の企画
第3回計画系―インテリア・住宅―分科会
13日・7時～11時・於竹中工務店インテス会議室
出席者　中村幹事ほか5名
議　事　平成6年7月号予定の「住空間における居どころへの視点―個からの再出発」特集の原稿内容を検討
合同分科会特集第1回会議
15日・6時半～9時・於本会会議室
出席者　鈴木克彦幹事ほか7名
議　事　合同特集内容検討
第3回構造分科会
15日・6時～9時半
出席者　二宮幹事ほか6名、吉村委員
議　事　(1)「構造の頁」の企画
(2)「構造美」特集の具体化
第1回法令分科会
20日・4時～6時・於本会会議室
出席者　中西委員ほか2名
議　事　(1)「法令コーナー」の企画
(2)法令特集の企画
(3)法令分科会幹事の選出
会員企画小委員会打合せ会
21日・6時～8時・於本会会議室
出席者　塚口委員ほか21名
議　事　仮称「大阪建築学生の会」発足に向けて
第4回計画分科会―建築系―
27日・7時～10時半・於本会会議室
出席者　石山幹事ほか5名
議　事　「水と建築」(仮称)特集内容の検討
第4回作品作風小委員会
30日・6時半～9時半・於本会会議室
出席者　富田副委員長ほか8名
議　事　(1)作品の掲載状況並びに掲載予定の報告
(2)作品の選定
(3)「Gallery」掲載報告・予定
(4)「SKETCH BOOK 欄」の掲載予定

事業委員会

第3回若い会員の集い小委員会
14日・7時～9時20分・於本会会議室
出席者　杉本副委員長ほか6名
議　事　(1)前回事業委員会の報告
(2)実施報告及び今後の予定について

建材委員会

第3回建材委員会
8日・3時半～5時半・於本会会議室
出席者　和田委員長ほか5名
材料説明：ドライアイスブラスト工法／宮越委員
議　事　秋季工場見学会について

出版委員会

第3回出版委員会
16日・5時～6時・於本会会議室
出席者　山田副委員長ほか7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」講座シリーズについて

見学会

京都ホテル見学会
7日・2時～5時・参加者84名

建築工事実務講習会

15日・10時～4時半・於京都建設会館・講堂・受講者　39名
科目・講師　「施工計画Ⅰ」　服部勝興氏
(㈱鴻池組大阪本店建築技術部部長代理)
「施工計画Ⅱ」　高橋憲昭氏
(㈱松村組大阪本店建築部次長)
22日・10時～4時半・於京都建設会館・受講者　43名
科目・講師　「積算業務」：吉田豊氏
(㈱竹中工務店大阪本店見積部見積課長)
「仮設見積」：藤井孝晏氏
(㈱大林組本店建築工務部副部長)

建築クラブ

第266回朝食会
14日・8時～9時半・於大阪グランドホテル
演題「笑売繁盛」
講師　月亭八方氏（落語家）
出席者　63名

6月の入会者（敬称略）

〔団体会員2社〕
㈱ゼスト　　㈱富士昭
〔個人会員51名〕

磯部　信晴（フジタ）	織田　英利（フジタ）	貝島　潤（フジタ）
川本　正昭（フジタ）	後藤　隆（フジタ）	佐藤　宏平（フジタ）
下江　博（フジタ）	手島　芳雄（フジタ）	仲田満佐留（フジタ）
藤田　修司（フジタ）	山本　充敏（フジタ）	秋山　太平（松村組）
井上　卓也（松村組）	井上　正文（松村組）	飯井　通晴（松村組）
石塚　俊明（松村組）	今井　靖治（松村組）	大倉　輝己（松村組）
大森　隆（松村組）	片田　清士（松村組）	小林正太郎（松村組）
下地　敏之（松村組）	砂川　誠（松村組）	田代　浩樹（松村組）
中村　啓三（松村組）	西村　裕治（松村組）	細谷　大輔（松村組）
山本　隆（松村組）	池田光太郎（大阪市建築技術協会）	亀潤　徹夫（大阪市建築技術協会）
近藤　正一（大阪市建築技術協会）	坂本　年弘（大阪市建築技術協会）	多賀　浩三（大阪市建築技術協会）
水田　裕治（大阪市建築技術協会）	横山　芳治（大阪市建築技術協会）	隅水　顕夫（大阪市都市整備局）
西岡　道雄（大阪市都市整備局）	水谷　昇（大阪市都市整備局）	芦田　秩佐（井関）
打田　恒夫（打田設計企画）	小野　正人（清水建設）	鎌井　美衣（長工1級建築設計(事)）
佐々木裕輔（大和ハウス工業）	財満　孝之（広島県土木建築部）	菅野　俊彦（鹿島建物総合管理）
鈴木　国幸（積水ハウス）	長友　千義（友建）	西尾　重信（竹中工務店）
松永　安弘（錢高組）	松原　賢明（安井建築設計(事)）	宮崎みよし（彫刻家）

〔准会員6名〕

木村　真和（修成建設専門学校）	塩見　英之（修成建設専門学校）	平田　孝夫（修成建設専門学校）
深見　康彦（修成建設専門学校）	馬郡　結（修成建設専門学校）	吉川みゆき（修成建設専門学校）

特集
竹中工務店の集合住宅

協賛

アイジィテック株式会社　大阪市西区京町堀2-12-21 横井第3ビル　TEL06-445-5211

アイホン株式会社　東大阪市長田東5-18-2　TEL06-746-1811

株式会社アトラス　大阪市天王寺区東高津町11-9 日生上本町ビル　TEL06-765-2360

青木産業株式会社　大阪市浪速区幸町3-2-14　TEL06-567-1733

石村硝子株式会社　京都市伏見区深草西浦町8-142　TEL075-641-8115

株式会社石渡康三郎塗装店　大阪市阿倍野区播磨町2-6-1　TEL06-693-2031

伊藤硝子産業株式会社　神戸市兵庫区大開通10-1-8　TEL078-576-6465

オーエム継手工業株式会社　大阪市平野区瓜破1-6-5　TEL06-790-3740

オリエンタル建設株式会社　大阪市北区芝田2-6-23　TEL06-372-0104

株式会社大阪硝子店　大阪市中央区本町4-5-2　TEL06-262-3536

大塚オーミ陶業株式会社　大阪市中央区大手通3-2-21　TEL06-943-6695

コニシ株式会社　大阪市中央区平野町2-1-2 沢の鶴ビル　TEL06-228-2963

三機工業株式会社　大阪市中央区北浜2-2-21　TEL06-202-3071

シンコールウォール株式会社　東大阪市長田東3-54　TEL06-747-5345

昭和アルテック株式会社　大阪市淀川区西中島4-7-20　TEL06-309-6923

新菱冷熱工業株式会社　大阪市北区堂島1-1-5 梅田新道ビル　TEL06-344-7102

新和化工株式会社　豊中市南桜塚1-2-1　TEL06-843-0356

タカラスタンダード株式会社　大阪市城東区鴫野東1-2-1　TEL06-962-1531

株式会社タテバヤシ商店　京都市南区西九条大国町37　TEL075-681-7221

ダイダン株式会社　大阪市西区江戸堀1-9-25　TEL06-441-8231

大建工業株式会社　大阪市北区中之島2-3-18　TEL06-228-3464

中央電気工業株式会社　大阪市北区太融寺町3-24　TEL06-312-8881

株式会社東洋防水　大阪市東住吉区田辺1-14-7　TEL06-621-3741

日本電設工業株式会社　大阪市北区豊崎3-17-15　TEL06-372-3533

株式会社日本電装　大阪市天王寺区味原町13-8　TEL06-762-9135

株式会社富士ピー・エス　大阪市北区芝田2-2-1 新梅田ビル　TEL06-372-0384

藤本鉄工株式会社　神戸市東灘区向洋町東2-7-10　TEL078-857-0070

株式会社ポゾリス物産　大阪市中央区北浜3-2-23 信愛ビル　TEL06-202-3294

株式会社ミカド　尼崎市金楽寺町1-5-1　TEL06-482-6323

株式会社三木塗装店　大阪市住吉区苅田2-9-35　TEL06-699-6565

室谷商事株式会社　神戸市中央区三宮町3-7-6　TEL078-331-0881

株式会社モーリインターナショナル　大阪市西区北堀江1-3-3　TEL06-533-1501

株式会社ユニックス　大阪市鶴見区今津北4-10-32　TEL06-969-7551

株式会社和中商店　大阪市北区豊崎5-8-11　TEL06-371-0731

SYSTEM FURNITURE

設計　施工　販売

クローゼット・ドア
（木製・スチール）

下　足　箱

壁　面　収　納

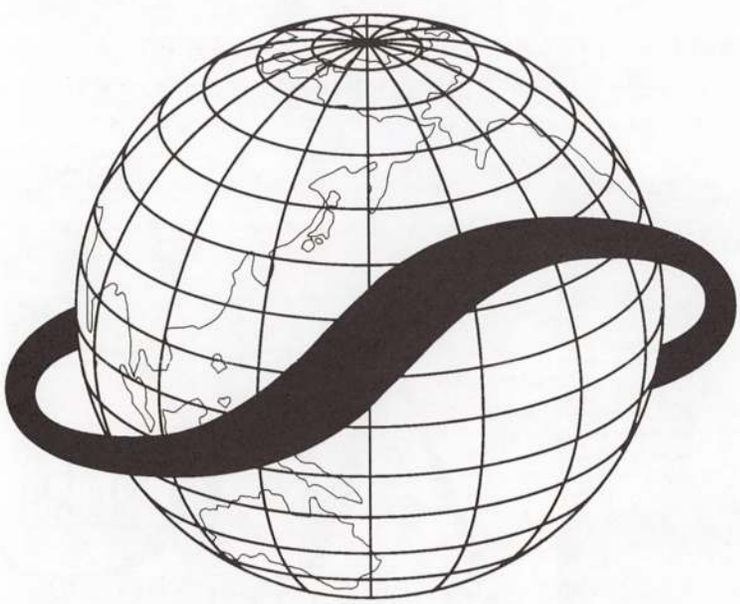
木　製　建　具

アルミ製障子・ふすま

アイジィテック株式会社

〒550 大阪市西区京町堀2-12-24 横井第3ビル2F
TEL06-445-5211 FAX06-445-5210

ASAMI ELECTRIC



「快適地球」

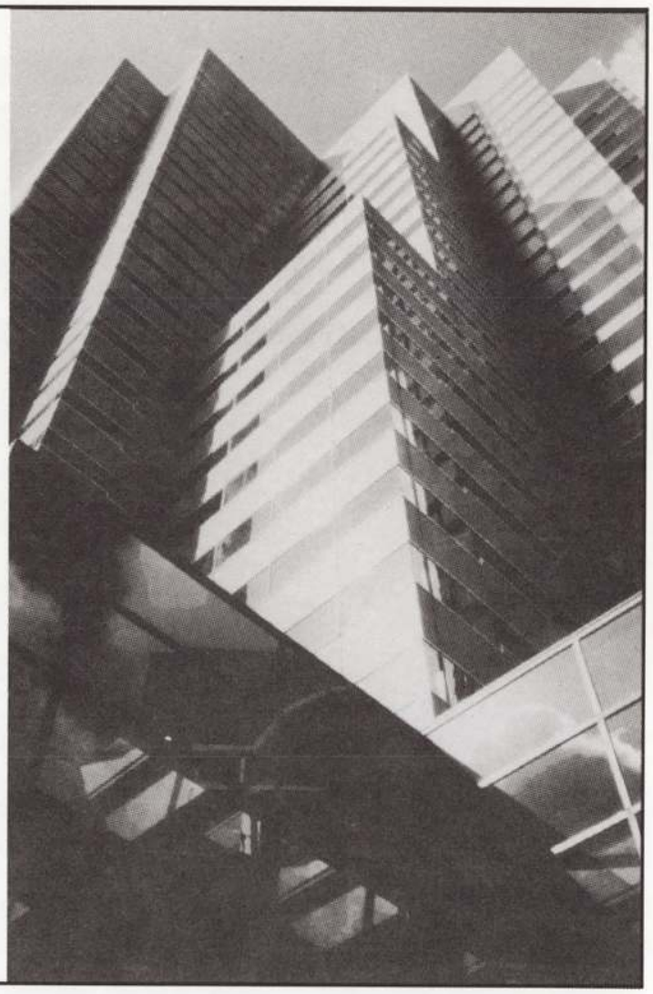
電気は暮らしのエネルギー。浅海電気は**電気を中心とした総合設備事業**の分野で活躍しています。深い経験とゆたかな実績がつくる確かな技術力で、快適な地球社会のお役に立っています。

浅海電気株式会社
代表取締役社長 浅海伸之

本社 〒530 大阪市北区西天満3丁目7番4号 TEL.06(362)8701
支店/東京・札幌・浜松・名古屋・福岡

INAX

人・間・空・間
たいせつに

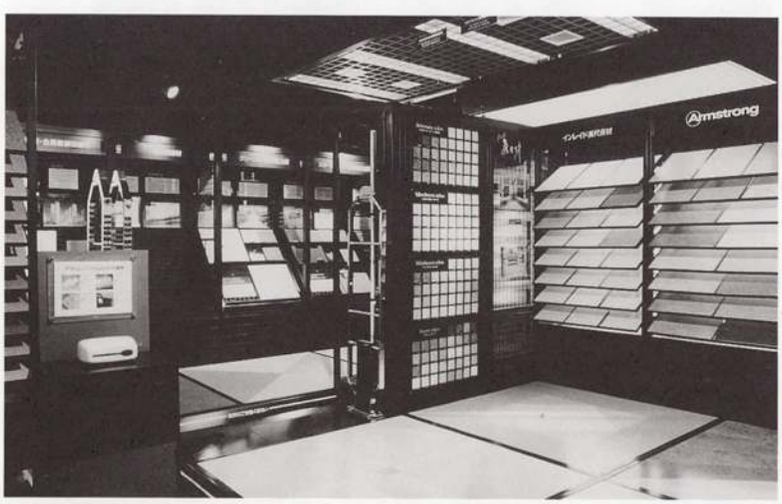


INAXが提唱する「環境美」は、都市空間を再構成する都市美、
高質の住まいづくりを推進する生活美、
そして企業イメージを建築物で高める企業美
この3つが柱となっています。
そしてここに共通する基盤は、「セラミック技術」です。
台所、浴室、トイレなど水まわりはもとより、
門、庭園、玄関まわりなどのエクステリアをカバーし、
さらに建築の内外装から街の広場づくりへと、
INAXタイルの世界は大きく未来をひろげつつあります。

株式会社INAX
大阪支社　〒550　大阪市西区新町1—7—1　TEL.06—532—6081
本　　社　〒479　愛知県常滑市鯉江本町5—1　TEL.0569—35—2700

「満足いただける商品」を「納得いただける価格」で。

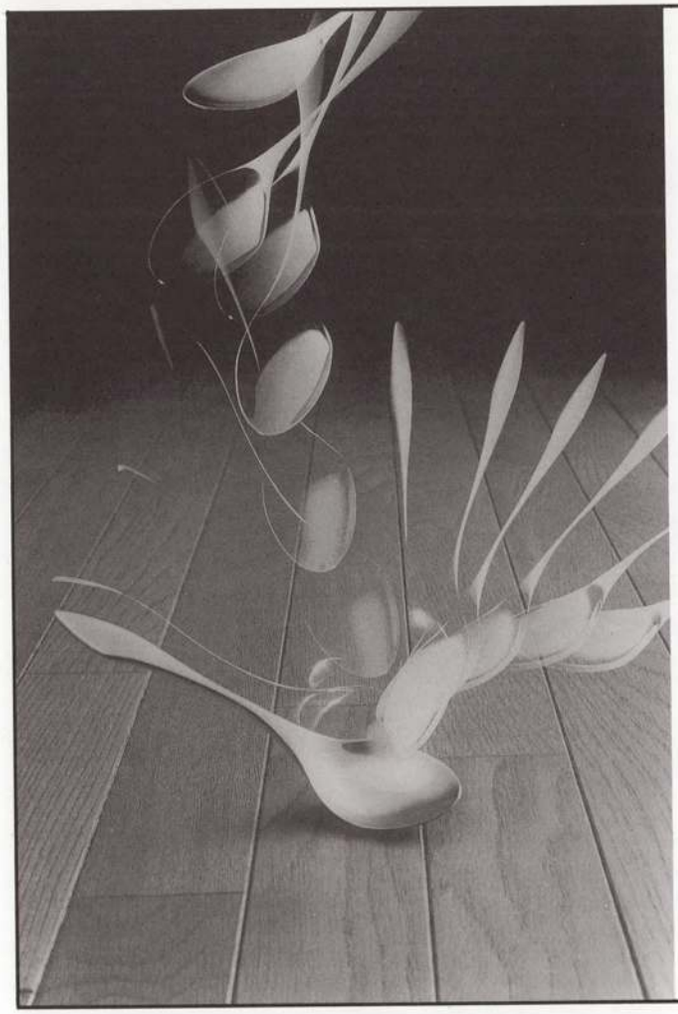
今こそ物に対する「真の価値」が問われており、世の中の志向も高級品から
「本当にいいもの」へと移行しております。エービーシー商会は空間造りの原点にたちもどり、
皆さまに「満足いただける商品」を「納得いただける価格」でご提供いたします。



ABC shokai
SHOW ROOM

お問い合わせは
㈱エービーシー商会
大阪営業所：〒540 大阪市中央区大手前1-7-31OMMビル8F TEL.06(944)4900
本　　社：〒100 東京都千代田区永田町2-12-14 TEL.03(3507)7111

ショールームへどうぞ。 札 幌 011(231)7060 東 京 03(3507)7117 大 阪 06(944)4903 営業時間10:00～18:00(土曜・日曜・祭日・年末年始・夏休み休館)



WOODY SYSTEM LIFE

遮音木質フロア

ダイレクトエクセル45

お求めやすくなった、
ダイレクトエクセル45

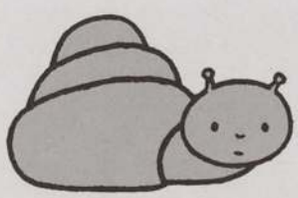
遮音性能LL-45。
階下への透過音を気にせずにすむ、
“ゆとり”ある生活を
実現する遮音木質フロアです。

EIDAI 永大産業株式会社　建材事業部
〒559 大阪市住之江区平林南2-10-60　☎06-675-2341(代)

大阪ガス 祝 関西国際空港開港

はじめまして。ぼくたちが、大阪ガスの温水床暖房&浴室暖房乾燥機の、新しい目じるしです。

ぼくが ぽかぽか ヌック です。



え・ディック・ブルーナ Illustration Dick Bruna,© copyright Mercis b.v., 1969.

ガスによる温水で、足もとからお部屋全体を
ぽかぽか暖めます。ガス温水床暖房〈ヌック〉。

足もとからお部屋全体をムラなく暖める 理想の頭寒足熱暖房です。
お部屋の空気を汚さず、ダニ除去にも効果的 健康的な暖房です。
月々の暖房費・工事費も意外と安上がり 低コストな暖房です。



ガス温水床暖房 NOOK
ヌック



ぼくが しっかり カワック です。



え・ディック・ブルーナ Illustration Dick Bruna,© copyright Mercis b.v., 1967.

ガスによる温水で、浴室とお洗濯物をしっかり乾燥。
暖房・換気もできる浴室暖房乾燥機〈カワック〉。

プライバシーを気にせず、雨の日や急ぎの時も 洗濯物を乾かします。
カビ・ニオイの発生を防いで、いつも清潔に 浴室を乾かします。
冬の一番風呂やシャワーの時も快適に 浴室を暖めます。



浴室暖房乾燥機 KAWAK
カワック



KANDENKO

先端技術は、夢が育てる。



私たちは豊かな人間環境づくりをめざす総合設備企業として、建築・AVS(音響、光彩、ステージ・スタジオ)・電力・情報通信などあらゆる分野で最高のサービスと設備をお届けしています。地域社会とともに歩み、明日を見つめたい。関電工は、人に優しい技術でさまざまな夢をひとつひとつ実現してゆきます。

いつも、人に優しい技術で未来へ。

関電工

関西支店：〒541 大阪市中央区本町1丁目5番7号
☎06(271)1071㈹

新日軽

天空に結ぶ、パルテノンの秘密。

アクロポリスの丘にすっくと立つ、
白亜のパルテノン神殿。
古代ギリシャを代表するこの建物には、
なんと直線はただの一本も使われていません。
神殿を取り巻くエンタシス*の円柱は、
地面に垂直ではなく
微妙に内側へ傾いて立ち、
その延長線は上空数千メートルの
一点で交わります。
床や軒も地面に水平ではなく、
やや中央が高くなっています。
古代の設計者たちは、綿密な計算で
気づかないような傾斜や曲線を施し、
目の錯覚を利用して
均整と調和のとれた神殿を造ったのです。
世に永く美しいと賞賛される建物には、
人間工学をふまえた、
綿密な設計が隠されている。
新日軽は、たゆまざる技術力で、
カーテンウォールなどの
超高層ビル用建材から
住宅建材、エクステリア商品などの
開発、製造を通じて快適環境を生み出す、
パルテノンの美を創造しています。

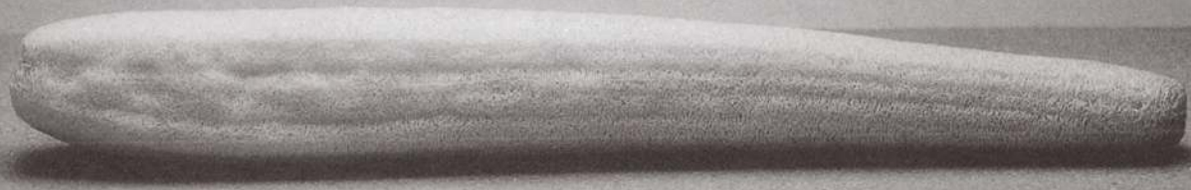


新日軽株式会社
本　　社/東京都江東区木場2-7-23 ☎03(3820)2245
大阪支店/大阪市淀川区西中島7-1-5 ☎06(390)1313

TAJIMA

「へちま」の無数のスキマから、ACフロアの安全性が生まれました。

へちまのような連続気泡の発泡層が、安心のための機能を発揮します。



1 転倒してもショックを吸収。
ACフロアは、中間に発泡層があるため、転倒してもショックを吸収します。

2 底冷えしない。結露しにくい。
発泡層の無数のスキマが空気層をつくり、優れた断熱性を発揮。また、表層が温度変化になじみやすいことなどにより、さまざまな結露の防止に役立ちます。

3 滑りにくく、歩きやすい。
表面がリップル状の仕上りのため、歩行、一時停止、方向転換など、人間のさまざまな歩行パターンにとって安心できる防滑性能を備えています。

4 歩行音が静か。
患者の方にとって気になる廊下の靴音、椅子の移動音…。ACフロアなら、表層と中間の発泡層が、周囲への反響や階下への伝播を抑え、静かな環境をつくります。

5 組み合わせ多彩。
多色粒子の上品な色調を持つACフロアグラーノに、ACフロアの無地、マーブル柄をラインナップ。色と色、柄と柄など多彩な組み合わせで、新しいフロアイメージを創造できます。
●表層に高分子量の塩化ビニル樹脂を採用、耐久性に優れています。
●抗菌性能を持つ抗菌ACフロアもあります。

(ヒューマンな住環境づくりに応える安心設計) 連続気泡フォームバックビニル床シート

ACフロア グラーノ　ACフロア 28・35・55　抗菌ACフロア

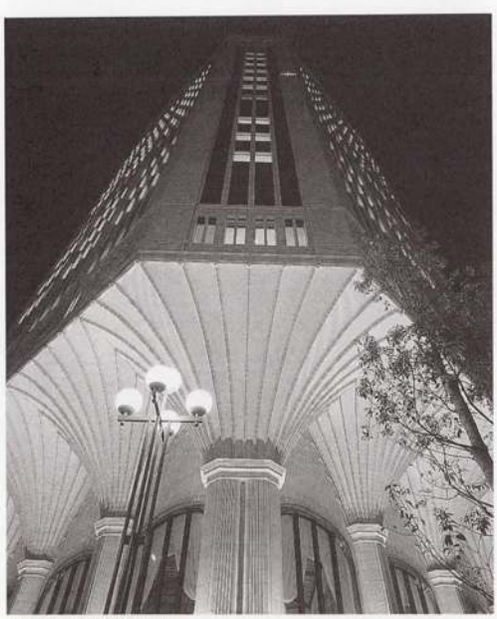
株式会社タジマ
東・西床協組

■営業本部　〒101 東京都千代田区岩本町3-11-13 ☎03-5821-7731 FAX03-3862-5908
■東京営業所　〒101 東京都千代田区岩本町3-11-13 ☎03-5821-7741 FAX03-3851-3615
■大阪営業所　〒550 大阪市西区京町堀1-10-5 ☎06-441-5951 FAX06-444-2596

営業種目

プレキャスト・コンクリート・カーテンウォール
設計・製造・施工

MAKE UP THE CITY



大同生命大阪本社ビル

優れた技術力で、〝都市の顔〟をクリエイトする。

(コンクリートカーテンウォール工業会一種会員)

株式会社ダイワ

本社・工場　三重県員弁郡大安町梅戸1316　〒511-02　TEL.0594 (77) 0821
名古屋事務所　名古屋市昭和区鶴舞2－5－22　〒466　TEL.052 (883) 2611
大阪支店　大阪市北区中之島6丁目2番40号 中之島インテス10F　〒530　TEL. 06 (447) 5525
東京事務所　東京都港区元赤坂1－5－31　〒107　TEL.03 (3796) 6030

商品は空気です。



熱と空気のエンジニア

株式会社

大気社

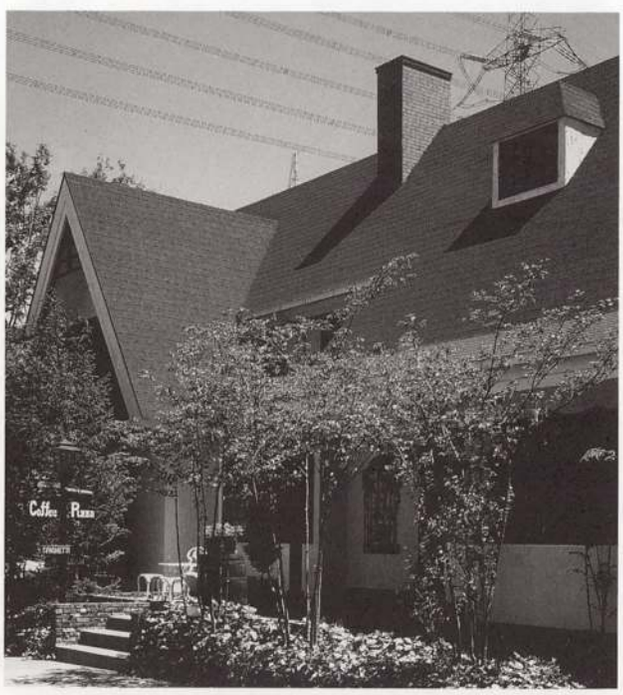
●営業種目

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
新宿住友ビル　☎03－3344－1851(代)
大阪本社・大阪支社　大阪市北区中之島3-2-18
住友中之島ビル　☎06－448－5851(代)
北海道支店――☎011-222-3371(代)
東北支店――☎0222-21-7800(代)
北関東支店――☎0486-44-5431(代)
横浜支店――☎045-212-4011(代)
名古屋支店――☎052-211-1535(代)
中国支店――☎082-247-5541(代)
九州支店――☎092-431-2147(代)
営業所―東関東(千葉)・新潟・京都・神戸・岡山・四国(高松)・金沢・長野・静岡・豊田・北九州・熊本・鹿児島
海外拠点―北アメリカ・カナダ・タイ・シンガポール・マレーシア

くっきり、鮮やか。

――屋根はいま、新しい表情をもった



柔らかな質感、鮮やかなライン、深い色どり。美しい葺き味でフネンシングル・一文字は日本の屋根に確実に定着してきました。親しめる建物や環境づくりにあわせて選んだ、新色9色がそろって、さらに個性的、さらに魅力的になりました。

三星フネンシングル

一文字

西日本三星シングル工事協同組合
田島ルーフィング株式会社

大 阪：〒550 大阪市西区京町堀1-10-5　TEL(06)443―0431
神 戸：〒650 神戸市中央区栄町通5-1-22　TEL(078)362―6121
広 島：〒730 広島市中区西平塚町8-13　TEL(082)246―8625
福 岡：〒810 福岡市中央区大名2-4-35　TEL(092)724―8111

夢みる数だけ技術があります。

トーエネックの総合システム技術は、さまざまな分野で活躍しています。



街、住まい、社会、あらゆる場面で快適を届けるトーエネックの総合システム技術。各種電気工事・情報通信・防災設備・冷暖房空調設備など幅広く活躍しています。豊富な経験、先進の技術、柔軟な発想によって創られる環境は、つねに人と地球への優しさを考え、ヒューマンでインテリジェントな空間づくりを実現しています。私たちは、いま、未来を拓くためソフトとハードに磨きをかけています。

TOENEC

21世紀をリードする総合設備企業

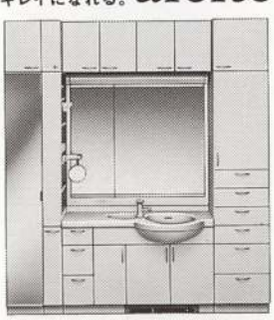
株式会社 トーエネック

（旧 東海電気工事株式会社）

本　　店／名古屋市中区栄1-20-31　〒460　☎〈052〉221-1111
東京本部／東京都豊島区巣鴨1-3-11　〒170　☎〈03〉5395-7111
大阪本部／大阪市淀川区新北野3-8-2　〒532　☎〈06〉305-2181
主要事業所／名古屋・岡崎・静岡・三重・岐阜・長野・飯田・北海道・東北・千葉・北関東・神奈川・京都・神戸・北陸・中国・九州・沖縄・香港

手早くメイクができる〈アフェイテ〉にすればもう安心。いろんな工夫をしてるから、キレイになって外出できます。

時間をかけずにキレイになれる。afeite



古い洗面所は新しいグルーミングルームへ

TOTO

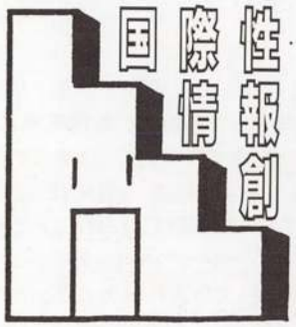
世間は身なりで人を見る。



東陶機器株式会社 大阪支社／〒530 大阪市北区曽根崎2-3-7 梅新第一生命ビル東館……☎(06)364-1181

余・遊・空・間

THE STATE OF THE ART.
芸術的な技術力



国際性……海外商品をダイレクトで調達
情報性……地球規模での情報収集
創造性……より快適な居住空間の創造
経済性……ローコストを徹底追求

自社海外業務部がバックアップ

トータルな**内装**システムを通じて
アメニティライフを創造します。

中久保商事株式会社

〒534 大阪市都島区都島本通り1－4－1
TEL 06（923）5508
FAX 06（923）5525

人にやさしく 地球にやさしい

家庭用生ゴミ処理機

FREE DASTER

生ゴミは大切な資源です。
フリーダスターは家庭で出る生ゴミを粉砕、回収し家庭菜園プランター等の肥料としてリサイクルできます。

●生ゴミは、シンクから流し込むだけでOK！
●細かくし、水を切りコンパクトに袋づめ！
●新しくて、クリーンな生ゴミ処理方法です！



製造元 ㈱日生技研
総販売元 伊藤忠商事株式会社 近畿支店
TEL(06)241-3781 FAX(06)241-3784

販売元 中山商事株式會社
〒550 大阪市西区江戸堀1丁目15—16
TEL(06)441-8781 FAX(06)445-6653

時を織りなす色しぶい





マルエス不燃シングル ベストロン
5タイプ24カラー

すべらない カラールーフ 白 赤 青 緑

マルエス S 日新
総合防水メーカー
日新工業株式会社
営業本部／〒103 東京中央区日本橋久松町9-2 TEL.03（5644）7211（大代表）
〒550 大阪市西区新町1-12-22 TEL.06（533）3191（代 表）

日本板硝子のGRC セムクリート®

●セムクリート（GRC：Glassfiber Reinforced Cement）とはセメントモルタルを耐アルカリガラス繊維で補強した複合材料です。

●セムクリート2はGRCセメント（特殊低アルカリセメント）を使用しており、寸法安定性にすぐれています。タイル、石などの表面仕上材の先付を可能としました。

● GRCハイウォールは新軽量GRC（比重1.5）とスチールフレームの複合体で、中低層をはじめ高層まで対象とした外壁システムで、地上高100m規模の建物にも使用可能です。パネルの構造は、新軽量GRC40～50mm厚の板部と、力骨となるスチールフレームとを、つなぎ筋によって一体化したもので断熱性、耐火性にすぐれています。
耐火性能（建築基準法に定められた外壁＜非耐力壁＞1時間耐火の試験に合格―於 建材試験センター―）
指定番号 wn 1265

◉特 長
1 不燃材料です。
2 機械的強度が高く、肉薄設計が可能です。
3 単位面積当りの部材重量が軽減できるため、運搬・施工時などの取扱いが容易です。
4 成形性にすぐれ、自由なデザインが可能です。
5 セムフィルの補強効果により、通常のセメント・コンクリート製品に比較し、収縮亀裂を減少することが可能です。

◉日本板硝子株式会社
ビル建材部
大阪／〒531 大阪市北区大淀中1丁目1番90-300号
梅田スカイビル ガーデンファイブ3F Tel.(06)440-3863(代)
東京／〒105 東京都港区芝1丁目11番11号
住友不動産芝ビル3F Tel.(03)5443-0141(代)

世界初のリニアモーターエレベーター、誕生。
エレベーターの理想、ここに極まる。



リニアモーターならではの画期的なメリットを満載しています。
- ●軽量、コンパクトで、フレキシブルなビルの設計が可能です。
- ●屋上の機械室が不要なため、耐震設計上もたいへん有利です。
- ●加速から、着床にいたるまで、なめらかで高精度な運転です。
- ●最高分速105mの高速運転で、輸送能力が30%アップ*します。
- ●騒音の少ない静かな運転(かご内で43〜46dB(A))です。
- ●前面パネルの鏡面スクリーン仕上げが、開放感を演出します。
- ●合計384通りの豊富なデザインバリエーションから選べます。

*当社比

詳しいカタログを用意しております。
下記住所あて、ご請求ください。

SKYLINEAR
スカイリニア

MOVIN' OTIS

●製造据付販売保守　日本オーチス・エレベータ株式会社 近畿支店
〒540 大阪市中央区城見二丁目1番61号(ツイン21MIDタワー) TEL.(06)949-1331

21世紀に向けて
技術と誠意で信頼に応える



西宮松山家族寮

営業品目

タイル各種
天然石・人造石
設計、施工



有限会社 百武タイル工業所

〒573 大阪府枚方市宮之下町28—14
TEL (0720) 53-1751(代表)
FAX (0720) 54-0944



一方向配筋スラブに最適!!（実用新案登録品）

フェローデッキ

製造販売・設計・施工

株式会社 富士昭

東　京	〒169 東京都新宿区高田馬場3-12-5 セブンビル2F	TEL.03-3360-6251
大　阪	〒530 大阪市北区天満1-7-12 天満田中ビル	TEL. 06-354-7011
名古屋	〒460 名古屋市中区栄町3-32-23 青木ビル西館2F	TEL.052-242-3605
大　分	〒870-01 大分市大字皆春117	TEL.0975-22-1775
福　岡	〒810 福岡市中央区高砂1-11-3 福岡ゼネラルビル	TEL.092-523-6211

岩盤破砕 パワーアップ!!

超大口径・超大深度アースドリル工法(OMR/B工法)の
一貫施工に威力を発揮します。



SSD 工法

SOMAS SUPER DRILL METHOD

新しい場所打ち拡底杭

OMR／A工法（リバース式拡底掘削）

OMR／B工法（バケット式拡底掘削）

NKTB・SKTB・KKTB・SMTB杭工法
（リブ付鋼管コンクリート拡底杭）

丸五基礎工業株式会社

本　社　大阪市北区東天満2-6-2(南森町中央ビル) 〒530 ☎(06)358-3601㈹

関西支店　大阪市北区東天満2-6-2(南森町中央ビル) 〒530 ☎(06)358-3601㈹
東京支店　東京都江東区東陽6－3－30 〒135 ☎(03)3649-5131㈹
名古屋支店 ☎(052)222-6801㈹　福岡支店 ☎(092)472-4392㈹
広島支店 ☎(082)246-3211㈹　高松営業所 ☎(0878)81-2257

ユーネックス

シートを貼る——意匠力は天然石の格調

YAMAMOTO YOGYO

石材調のテクスチャーを持つシート状の仕上材。話題の貼る壁装材です。
軽くて取扱いが容易で、施工は極めて簡単。
工期の短縮、速乾性で高能率化が可能です。
また複雑な形状にもカットでき、直径40～50cm程度の曲面にも追従。
出隅L材や江戸切目地シートの他、新しく砂岩調シートも加わり、
カラーバリエーションも 多彩。表現の幅も広がります。
個性化ニーズに対応した、乾式工法の本格派の建築仕上材です。



貼る石材調シート内外装仕上材

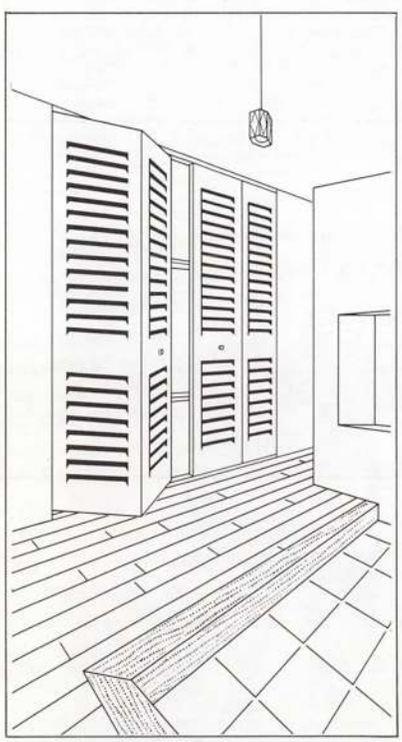
ユーネックス®
U・NEX
（特許出願中）

（注）Rは登録商標の表示です。ユーネックスは登録商標です。

㊐日本工業規格表示許可工場　許可番号577014号
山本窯業化工株式会社
本社 〒564 大阪府吹田市豊津町41-20 TEL(06)338-8601代表 FAX(06)338-8606

NTT宮崎支店　設計監理：㈱NTTファシリティーズ
㈱建築企画コム・フォレスト

東京支店 TEL(03)3265-8888代表 FAX(03)3265-4789　名古屋営業所 TEL(052)201-0133代表 FAX(052)201-0135　岡山出張所 TEL(086)244-1408代表 FAX(086)244-1430
北関東営業所 TEL(0286)32-6944代表 FAX(0286)32-6925　静岡営業所 TEL(054)258-2914代表 FAX(054)258-2918　福岡営業所 TEL(092)431-3912代表 FAX(092)471-0295
大阪営業部 TEL (06)338-8701代表 FAX (06)384-0557　広島営業所 TEL(082)291-6200代表 FAX(082)295-0386　仙台営業所 TEL(022)264-4692代表 FAX(022)264-4689　福崎工場 TEL(0790)22-5734代表 FAX(0790)22-6870



Hi-S ステンレス製 ハイスクロセット®ドア

“住まい方”を美しく高める、収納ブースデザイン折戸。

住まいでの収納として、押入や家具にかわって今や主流となったクローゼットシステム。折戸式なので開けた時の室内への張り出しが少ないことや、壁一面を使うので収納量が多いなど、効率良いスペース利用が評価されています。壁面を大きく占めるので、雰囲気づくりに個性を発揮するファニチャーとしても機能します。たとえば、天然木理の深い味わいを精巧に再現した塩ビシートで化粧貼りしたスチール製はリビングに、エッチングなどを施し繊細なデザインフェイスを表現したステンレス製はゲストルームに、爽やかな木香が気持ちを安らげる純木製は寝室になどと、お部屋のイメージごとにコーディネイトしていただけます。

LB N.タイリビング
建設大臣認定
優良住宅部品

UNION 建設環境金属製品の 株式会社ユニオン

本社・ショールーム——大阪市西区南堀江2-13-22 〒550 ☎06(532)3733㊫ FAX06(533)0736
東京支店——東京都江東区白河2-9-5 〒135 ☎03(3630)2171㊫ FAX03(3630)4433
東京ショールーム——東京都港区虎ノ門2-3-22 〒105 ☎03(3506)1717㊫ FAX03(3506)1718
名古屋営業所・ショールーム——名古屋市中川区舟戸町3-20 〒454 ☎052(363)5221㊫ FAX052(363)5255

建　築　の　こ　こ　ろ　伝　わ　る　確　か　な　製　品　を

「音」と「錆」の問題を解決。
外部用鉄骨階段

階段屋
YOKOMORI

Z55 SFRC階段



建築時の安全性とトータルコストの低減

CIMSTEP-1

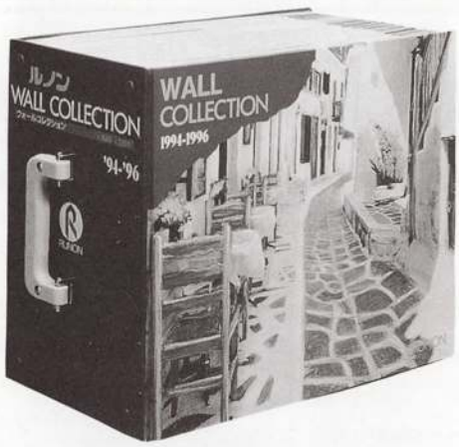
RC建物用先行鉄骨階段工法



株式会社 横森製作所

本　　社　〒151 東京都渋谷区幡ヶ谷1-29-2 ☎03(3460)9211
大阪支店　〒551 大阪府大阪市大正区三軒家東1-7-18 公仁志ビル ☎06(554)5578
九州支店　〒809 福岡県中間市大字中底井野字砂堀1164 ☎093(244)0027
名古屋営業所　〒480-11 愛知県愛知郡長久手町大字長湫字下鴨田44-1 ☎0561(63)9510
広島出張所　〒730 広島県広島市西区横川町1-4-6 富田ビル1F ☎082(296)4131
北海道出張所　〒061 北海道石狩郡石狩町新港西3-749-3(石狩港機械金属工業団地内) ☎0133(73)1051

そのあたたかさがルノンです。
ルノンは常にマインドのある
インテリアをお届けします。



ルノン株式会社

〒141 東京都品川区大崎1-8-1　TEL(03)3492-7341(代)　FAX(03)3493-5843
本社営業部
〒143 東京都大田区平和島6-1-1　TEL(03)3767-4581(代)　FAX(03)3767-4585
大阪営業部
〒540 大阪市中央区森の宮中央2-7-5　TEL (06) 941-8478(代)　FAX (06) 941-8744
九州営業部
〒812 福岡市博多区豊1-5-20　TEL(092)471-8501(代)　FAX(092)473-6359

◆営業所 TEL◆　札幌(011)832-6691　仙台(022)286-9411　大宮(048)648-1061　千葉(0472)27-5152
多摩(0425)24-0599　横浜(045)441-5630　信越(025)244-1369　名古屋(052)232-6291　広島(082)256-3777
鹿児島(0992)59-5510

室谷

内装不燃材

室谷商事株式会社

本社　神戸市中央区三宮町3−7−6(神戸フクトクビル5階)
電話　神戸(331) 0881〜3
支店　大阪市北区西天満2丁目6番8号(堂ビル5階)
電話　大阪(364) 2031〜4
倉庫　神戸市東灘区御影石町4丁目（電話811-3610)

OM

テトカッパー防水層

カッパー防水帯 ——— コーパータイト　オクロン防水帯

資料をご請求下さい。

奥山化工業株式会社

本　社 東京都中央区銀座8-4-9 奥山ビル　TEL03(3571)2703㈹ FAX03(3571)0264
大阪事務所TEL06(391)1081−2FAX 06(395)2109　名古屋出張所TEL052(811)3660
横浜営業所TEL045(320)4832　FAX045(320)4765　厚木出張所TEL0462(21)1761FAX0462(23)4341
埼玉営業所TEL048(774)2845　茨城出張所TEL0292(28)0878FAX0292(28)2614

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 大阪市中央区南新町1−2−10(TS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

学校建築のトータルアドバイザー

二葉工業株式会社

黒　板・掲示板・家　具
電動黒板装置・サイン・スクリーン
〒547 大阪市平野区加美北3−4−5
TEL06(792)5858　FAX06(792)2810

＊奉仕感謝の店

タイル及び規格石一式施工

株式会社 川岸窯業商店

本　社　大阪市西区西本町1の13の33
TEL.06−532−0461(代表)
FAX.06−535−5181
天理営業所　天理市丹波市新町49

新鮮

情報処理／編集・企画／印刷・製本

ハード&ソフト…プリンティングの先端を拓きます。

ND
日本電植株式会社
本社 〒530 大阪市北区天満1丁目11番8号 TEL06(352)7502 FAX06(352)7486
別館 〒530 大阪市北区天満1丁目7番21号 TEL06(357)1803 FAX06(357)4950



奥郷屋敷(四国高松市)
㈱竹中工務店施工

〒556 大阪市浪速区塩草一丁目二番三号
ナニワ瓦株式会社
あらゆる屋根工事の相談は、
ファックス　五六一〜七四五四
五六一〜七四一六

空調・衛生・クリーンルーム設備
（設計・施工）

朝日工業社

本社・本店　東京都港区浜松町1-25-7　電話03(3432)5711
大阪支社　大阪市淀川区加島1-58-59　電話 06(302)2270
支　　店　北海道/東北/北関東/横浜/名古屋/中国/九州

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　☎03－3344－1851(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　〒550 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)3261-8231
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　給排水衛生　搬送機設備　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 03－3211－8511(代表)

空気調和設備　給排水設備　電気設備
産業設備　水処理施設　環境施設

三機工業株式会社

取締役社長　大島　剛
取締役大阪支店長　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)
本社・東京本店　東京都千代田区有楽町1-4-1　電話03(3502)6111(大代)
支　　店　名古屋・九州・北海道・中国・東北・北陸・神戸・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　大阪市此花区西九条2丁目13番28号　電 06－466－2268
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(3667)3431(大代)
支　　社　名古屋・仙台・札幌・広島・福岡・金沢・新潟・横浜

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03－3344－1911
大阪本店　大阪市北区西天満3丁目13番20号　電話 06－363－1371
支　　店　仙台・横浜・名古屋・神戸・広島・福岡
営業所　札幌・京都・松江
出張所　青森・秋田・盛岡・大宮・千葉・川崎・山梨・富山・福井　和歌山・鳥取・岡山・高松・下関・熊本・宮崎・鹿児島・沖縄

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代
三重支店　津市栄町2－111　電話(0592)26-3610代
四日市営業所　四日市市西末広町　電話(0593)53-7431代
滋賀営業所　大津市中央2丁目4-28　電話(0775)22-9738代

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　東京都文京区小石川1丁目12番14号(日本生命小石川ビル7階)　郵便番号112　電話(03) 5689－2351代表

OKUJU
スペース クリエイター

建築に革命をもたらした技術がある
「大規模天井無足場工法」

内外装創作パネル・システム天井・間仕切
株式会社 オクジュー

本　社
大阪市北区西天満5丁目3番7号 〒530
TEL(06)312-4131　FAX(06)312-7998
東京・九州・横浜・名古屋・仙台・宮崎・京都

夢×技=∞ 無限大
何時もあなたの街で
お会いしている
クリハラの技術



電気・計装・空調・土木
栗原工業株式会社
本社/〒530 大阪市北区角田町1-1(東阪急ビル)
TEL 06(313)1101
創業1919

Carrier 冷暖房は CARRIER キャリア
東洋キャリア工業㈱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5階)
電話 06(361)3671(代)
支店 東京都中央区日本橋茅場町2丁目17番3号
電話 03(3666)1478(代)
営業所 堺・泉州・泉南・滋賀

人と都市の快適な環境をつくります
営業種目 設計・施工・監理
●電気設備
受変電・幹線
動力・制御装置
電話、放送、インターホン
防犯、防災
中央監視制御
システム計装
●空調・給排水・衛生設備
空気調和
工場配管
水処理
コージェネレーション
クリーンルーム
●プラント
プラント計装
システムエンジニアリング
●情報通信設備
情報通信ネットワーク
情報処理
通信システム
放送システム
●電力流通設備
受変電
架空送配電
地中送配電
あかり・快適あふれるクリエイティブカンパニーをめざす。
住友電設株式会社
大阪本社 〒550 大阪市西区阿波座2-1-4 ☎(06) 537-3400
東京本社 〒105 東京都港区芝2-2-17 ☎(03)3454-7311

電気設備・計装制御設備・空調設備・クリーンルーム設備・プラント設備
給排水衛生設備・エネルギー集中監視システム…設計施工
三宝電機株式会社
SANPO
取締役社長 嘉納秀一
本社 〒530 大阪市北区西天満2-6-8(堂ビル) TEL 06(364)1471・FAX 06(364)5533
東京支社 〒105 東京都港区新橋2-16(ニュー新橋ビル) TEL 03(3504)0231・FAX 03(504)0268
名古屋支店 〒462 名古屋市北区金城3-12-14 TEL 052(991)5131・FAX 052(914)7535
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・FAX 078(871)6261
堺研究所 〒590 大阪府堺市三宝町七丁389 TEL 0722(27)8408・FAX 0722(27)1424

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(3574)0665 福岡出張所 TEL 福岡092(771)6168

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

電気設備工事設計施工
東光電気工事株式会社
関西支社
支社長 馬田栄
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 北海道・東北・丸ノ内・新宿・神奈川・東関東・中部・九州

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)

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
株式会社 エヌエムビー
株式会社 ポゾリス物産
本社：東京都港区六本木3－16－26
大阪支店：大阪市中央区北浜3-2-23(信愛ビル)
TEL 06-202-3294

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(代)
FAX(06)351－5299

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、逆打部の充塡モルタルに
●デンカキューテックス（止水・補修用急硬セメント）　コンクリート軀体の漏水補修に
●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）3272−8501

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

東郷化成株式会社
TEL 滋賀・守山（0775）83−2381
TEL 大阪（06）877−1581

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・オリエンタルエターノコアー(ETC-F)
・オリエンタルスチールライト(STL)
・オリエンタルメタル(OPM)



大和郡山市九条スポーツセンター屋根　エターノコアーF

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.　※カタログをご請求下さい。

オリエンタルメタル株式会社

本社及西日本支社　〒660 兵庫県尼崎市昭和南通3−26 松本ビル7F　TEL.(06) 412−5131
東日本支社　〒335 埼玉県蕨市塚越5−6−32　TEL.(048) 442−3115

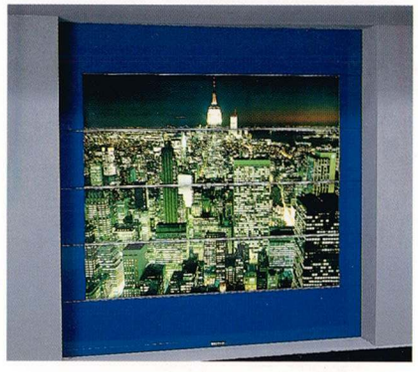
TOYO Shutter

シャッター新世紀

輝くのは、私です。

シャッターに描かれたメッセージが、
閉店後のお店をアピール。

絵や写真、文字、ロゴタイプなどを使って自由に描けるスクリーンと、バックライトを、シャッターに組み込んだ〈アドビジョン〉。浮かびあがる美しいメッセージが、閉店後のお店を効果的にアピールし、前を通る人に、お店を強く印象づけます。
〈アドビジョン〉は、今、新しい時代の、新しい扉を開きました。



アドビジョン

東洋シヤッター株式会社
本　社／大阪市中央区南新町1-2-10(TS ビル)〒540 TEL.06-943-6571
東京本社／東京都港区六本木6-3-18(第一地所麻布ビル)〒106 TEL.03-3479-2911

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
振替口座 大阪一一三九七五番
正会員の購読料は会費に含めて徴収
定価1,200円(本体1,165円 消費税35円 送料共)
雑誌 03379-8