2008 5



Architecture and Society
建築と社会

特集/新・ホテル物語～ホスピタリティ空間としてのホテル～

日本建築協会

火に強いマットレス！

「サータ」その品質と実績が物語る、全米ホテルベッドシェアNo.1 寝心地だけではありません。

Serta
WE MAKE THE WORLD'S BEST MATTRESS.™



サータのマットレスは安全性を追求し、難燃素材をほどこした
【FIREBLOCKER/ファイヤーブロッカー】を標準装備※しています。

※ホテル様の意向によりファイヤーブロッカーを搭載されない場合は御相談ください。

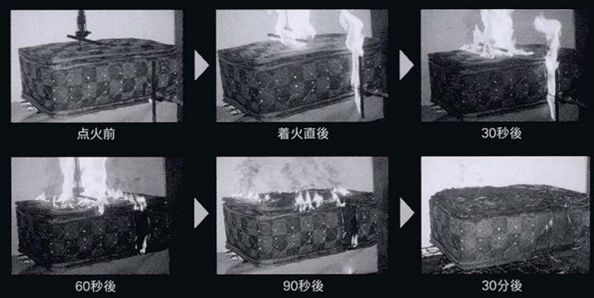
ホテルベッド業界初！
ファイヤーブロッカー マットレス

Serta FIREBLOCKER® helping keep families safe
EXCEEDS FEDERAL & STATE FLAMMABILITY STANDARDS

アメリカ・カリフォルニア州にて規制された、マットレスの火災に対する安全性基準「防災基準/TB-603」をクリアーした難燃仕様のマットレスです。サータのマットレスは、これまでの高品質に加え、高い【安全性】を標準装備しました。

「ファイヤーブロッカー」に使われている素材は、有害化学物質を含まない自然物と素材難燃繊維のブレンド素材です。燃焼に必要な酸素の供給を妨げ遮断する働きをする事で、発火まで時間がかかり、燃焼時に排出される有毒ガスの発生が遅れ、避難時間を確保できるようになります。つまり、「マットレス自体を出来る限り長い時間、燃焼から守る」事によるプロテクターとしての機能が「ファイヤーブロッカー」の特徴なのです。

■TB-603のテスト方法：マットレスをガスバーナーで横方向から50秒、上方向から70秒焼き、バーナーを止めてその後の鎮火時間で判定します。



ドリームベッド株式会社
コントラクト営業部 ホテル・商空間セクション

OFFICE
■東 京 TEL(03)6419-8228
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル1F
■大 阪 TEL(06)6253-7077
〒542-0081 大阪市中央区南船場4-10-18 ナサプライムハウス別館5F
■広 島 TEL(082)271-4201
〒733-0812 広島市西区己斐本町3-12-39
■福 岡 TEL(092)643-7272
〒812-0051 福岡市東区箱崎ふ頭4-16-6

SHOWROOM ●東京ショールーム ●広島ショールーム ●ライブラリーオフィス大阪



ホームページでサータ社のオリジナル・マスコットキャラクター「カウンティング・シープ」のCMがご覧いただけます。

http://www.serta-japan.jp/



会告

名誉正会員の指名

本年３月26日に開催した総会において右記の方が、長年にわたる協会へのご功績により名誉正会員に指名をされました。

今後ますますのご活躍とご健勝をお祈り申し上げます。

古林　敏郎　氏
現在、中国支部相談役

髙橋 明氏講演会「可能性を信じて～変化するすばらしさ」―障害者のスポーツを通しての人づくり―、そして会員交流懇親会の開催

来る６月18日（水）開催の日本建築協会通常総会終了後、総会出席者及び会員を対象に、右記のとおり講演会並びに会員交流懇親会を開催いたしますので、多数のご参加をお願いします。

平成20年度
通常総会開催　予告

と　き　2008年 6 月18日（水）
　　16：00から
ところ　大阪マーチャンダイズ・マートビル20階
　　東天紅
議　題　①平成19年度事業報告
　　②平成19年度収支決算
　　③役員改選の件

総会の正式開催通知は、５月下旬頃に各会員あて、別途送付します。

■髙橋 明氏講演会「可能性を信じて～変化するすばらしさ」―障害者のスポーツを通しての人づくり―

髙橋明氏は、1994年・リレハンメル冬季パラリンピック日本選手団総監督をはじめ、2000年・シドニーパラリンピック車椅子バスケットボール全日本チーム総監督など、パラリンピックで選手を率い、長野、シドニー、アテネのパラリンピックでは、開・閉会式のNHKテレビ解説者を務められました。特定非営利活動法人アダプテッドスポーツ・サポートセンター（ASSC）理事長として、障害者のスポーツ振興と普及活動に力を入れておられます。

と　き　2008年 6 月18日（水）
　　16：50～17：50
ところ　大阪マーチャンダイズ・マートビル20階「東天紅」
　　大阪市中央区大手前1-7-31
定　員　100人（参加費無料）

■会員交流懇親会

会員相互の情報交換、交流、親交を深めるため会員交流懇親会を開催。

と　き　2008年 6 月18日（水）
　　18：00～19：45
　　（講演会に引き続き開催）
ところ　東天紅（大阪マーチャンダイズ・マートビル　20階）
会　費　5000円（当日徴収）
　　事前にお支払いいただく場合は下記口座へ。
　　郵便振替口座 00910-9-39975
　　口座名義 社団法人日本建築協会

申込先　㈳日本建築協会総務課
　　下記のいずれかでお申し込み下さい。
　　TEL　06-6946-6981
　　FAX　06-6946-6984
　　Email　soumu@aaj.or.jp
申込締切　６月９日（月）

■髙橋 明（たかはし あきら）氏プロフィール



●1951年生まれ。大阪市出身。74年大阪体育大学卒業後、社会福祉法人大阪市障害者福祉・スポーツ協会に入社。大阪市長居障害者スポーツセンター・大阪市舞洲障害者スポーツセンター勤務を経て、現在スポーツ振興部スポーツ課長。
1989年より大阪体育大学、2004年より大阪府立大学に、非常勤講師として勤める。
2006年１月、NPO法人アダプテッドスポーツ・サポートセンターを設立、代表を務める

●現在の活動（活動予定）
日本車椅子バスケットボール連盟普及部副部長／日本車椅子ツインバスケットボール連盟相談役／大阪バスケットボール協会常任理事／㈶日本障害者スポーツ協会公認コーチ
●著書
「障害者スポーツ」（共著）／「メディカルリハビリテーション・高齢者、障害者スポーツup to date」（共著）／「共に生きる：障害者のスポーツを通して」（単著）／「アダプテッド・スポーツの科学」（共著）／「障害者とスポーツ」（単著）

講演会・懇親会FAX申込書（きりとり）

１．申込区分（○印をお願いします）
　①講演会のみ参加　②懇親会のみ参加　③講演会・懇親会の両方参加

２．６月18日の通常総会出席予定（○印をお願いします）
　①出席予定　②欠席予定　③未定
　（総会開催通知は５月下旬頃に各会員あて別途送付いたします）

３．懇親会会費の事前振込（○印をお願いします）
　①あり　②なし

申込者氏名	
ご連絡先	（職場・自宅）
ご連絡先TEL	

総会議決お知らせ

平成20年3月26日開催の平成19年度第2回通常総会において、下記議案が原案どおり承認されましたので、報告します。

1.平成20年度事業計画
2.平成20年度収支予算
3.名誉正会員推薦の件

1. 平成20年度事業計画

1. 平成19年度の事業概況

平成19年度の建設業界を取り巻く環境は、偽装問題に端を発した改正建築基準法の施行による建築確認厳格化に伴う工事着工件数の減少や入札上の問題での業務停止等、厳しいものがあった。

また、昨年末以降、サブプライム問題の影響による米国経済の停滞、原油高、円高等の影響を受けて景気も厳しくなりつつある。

当協会の各事業においては、16年度の大幅改革をベースにして、それぞれの事業における肌理細かなコスト削減を行うなど、各事業の状況に応じた改善等を行った。個別の事業については、「建築と社会」の発行をはじめ、概ね前年度と同様の事業を実施した。

このようにして17年度以降財政の縮小均衡を図り、支出抑制に努めた結果、事業収支は18年度決算においても順調に推移しており、この傾向は19年度決算においても維持できる見込みである。

2. 平成20年度の活動方針

各常設委員会の基幹事業は、40年、50年の実施年数を数え、会員の枠を超えて、それぞれの関係者間に定着しており、その社会的役割も大きい。このたびの建築基準法・建築士法改正を踏まえ、建築に従事する者の資質の向上が求められる。

また、協会の将来のために若い技術者のニーズに即した新しい事業の掘り起こしが求められる。そのためには協会の枠（会員）のみにとどまらず、有為な人材の育成に努めることを活動の柱として、

・会員外の一般参加者が参加できる事業
・他団体との交流・連携事業
・若手・中堅技術者の参加を促す事業（例　コンペ・研修・講習）等

の具体化を図る。

協会設立100周年を見据えて、今後10年間にわたり展開する事業を行うために、編集委員会のサブ委員会として10年委員会を設置したので、その事業の具体化を図る。

3. 平成20年度活動計画

（1）出版委員会

「建築技術選書」と「プロのノウハウ」の企画・編集

当委員会は、建築技術の単行本発行を企画し、出版することを目的として、時代のニーズに即した新しい著者の発掘を第一義的に行い、19年度で累計101冊の発行に達した。また、新たな出版に合わせて、この出版書をテキストとする著者の講習会を実施した。

平成20年度においては、19年度執筆中の図書を積極的に発行する。

（2）教育委員会

①建築工事実務講習会の実施

昭和32年以降、毎年主として中堅クラスの建築技術者を対象に標記講習会を実施。平成19年度までに延べ83回を数えている。

平成19年度は、本部・東海支部各1回の実施となった。本部も東海支部同様に1日コースとしたが、参加者数は低下し、収益性も悪化した。

平成20年度は、平成19年度と同様に年1回実施する。

②工高生デザインコンクールの実施

工高生の設計技能向上のため、昭和30年に創設、平成19年度で第53回を数えた。平成19年度は参加校数30校、応募作品数139点に達したが、20年度も19年度同様に実施する。

③工高建築科優秀卒業生の表彰

高等学校、専門学校の優秀な建築科卒業生を表彰することにより、本人の研鑽意欲の向上を促し、また激励することを目的とし、昭和27年より実施してきた。毎年約200校の申請があり、毎年申請する学校も多く重要度が高いので、平成20年度もこれまで同様実施する。

（3）事業委員会

情報見学小委員会

見学会として年3回程度、著名建築物や、茶室、近代建築等の見学会、並びに話題建築について、設計者・施工者等より話を聞く場を設けている。平成19年度は、見学会は3回（うち1回は茶室見学会）開催。

平成20年度は、19年度同様3回程度開催とし、10年委員会と連携しつつ新しい企画への取り組みや魅力ある事業の創出に努める。

（4）編集委員会

①会誌「建築と社会」の発行

会誌「建築と社会」は、大正6年の創立以来、当協会活動の中心にあり続け、会員相互あるいは会員と社会を結ぶ役割を果たしてきた。平成19年度は、創立90周年記念号（4月号）を発行した。

平成20年度も内容の充実に努め、発行を継続する。

②青年技術者の顕彰

満35歳以下の青年技術者を対象とする青年技術者顕彰制度は19年度で第54回に達し、建築界の優秀な人材を社会に顕彰してきたが、平成17年度からその意義をより一層深めるため、表彰式及び受賞者も出席しての懇親会を併せて実施している。

平成20年度も顕彰制度を実施するとともに、協会役員等や青年技術者同士の交流の場として、懇親会を実施する。

③読者と選ぶ「建築と社会」賞

平成11年度から会誌に掲載された建築作品・論文・記事を、社会性や環境への配慮を評価のポイントにして、読者投票をもとに選考して顕彰している。平成20年度も同様に実施する。

【10年委員会事業】

①建築現場見学会

次世代の建築界を担う人材の育成に繋がることを目的として、設計の意図を生かした建築現場やそれを支える施工者の工夫、また現代技術を駆使した工場での製作過程など、さまざまな“ものづくり”の実際を総合的に体感できる場を主として学生に提供する。

②コンペによる創造都市大阪の未来を提案

現在の大阪の問題点を探り、21世紀協会が提唱する文化都市大阪、創造都市大阪に相応しいビジョンを提示する。題材として、都市のインフラや近代建築のリノベーション等に着目し、例えば1年に1回、10年で10回行う、あるいはビエンナーレ形式で5回行い、そのトータルな姿が未来の大阪を語る提案となるようなコンペを実施する。

コンペテーマの例：まだ見出されていない、

あるいは忘れ去られたまちの資源を発掘し育てていくことを目的とし、その情報やアイデアを求めてこれから10年にわたり、「まちの活性化アイデアコンペ」として実施する。

（5）建材委員会

新建築材料の調査・検討・紹介

新しい建築材料の品質・性能の検討、設計・施工上の留意点等の調査を行い、会誌上で紹介を行う。

平成20年度は、この事業のみにとどまらず、㈳日本建築材料協会とも連携して、多角的な方法で建材の調査・検討・紹介を行う。

3．名誉正会員推薦の件

内規第１条該当者　１名

会員歴30年以上、年齢満70歳以上の者で理事、監事、支部長及び評議員歴が３期以上の者（ただし、現にこの職に在任の者は除く）

古林敏郎氏　S.8.7.28生　74歳　S.42.6.1入会

会員年数　40年

H.9.7～H.18.6　理事・中国支部長

2. 平成20年度収支予算書　—平成20年4月1日から平成21年3月31日まで—

単位：千円

科目	予算額	前年度予算額	増減	備考
Ⅰ. 事業活動収支の部				
1. 事業活動収入				
①会費収入				
個人正会費	13,496	14,003	-507	・個人正会員：937名
個人正会費(地方)	980	1,022	-42	・地方正会員：78名
団体正会費	30,773	32,149	-1,377	・団体会員：1,230口
準会費	17	25	-8	・準会員：２名
会費収入計	45,265	47,199	-1,934	
②事業収入				
編集委員会収入	17,525	20,000	-2,475	会誌収入、10年委員会事業収入
契約約款収入	4,072	2,600	1,472	契約約款販売収入
会員名簿収入	0	2,200	-2,200	隔年発行（H20年度発行なし）
出版委員会収入	500	500	0	出版企画料、講座参加料
事業委員会収入	250	400	-150	見学会、講演会参加料
教育委員会収入	1,300	1,500	-200	実務講習会参加料
建材委員会収入	0	0	0	会誌収入に含む（新建材広告料）
雑収入	188	238	-50	80年史売上、事業協力金
事業収入計	23,835	27,438	-3,603	
③雑収入	177	45	132	預金利息他
事業活動収入計	69,277	74,682	-5,405	
2. 事業活動支出				
①事業費支出				
事業関係人件費支出	15,696	15,442	254	3.5名
編集委員会事業費支出	18,025	20,000	-1,975	会誌発行費、10年委員会事業費
契約約款費支出	2,718	1,300	1,418	販売用約款購入費、送料
会員名簿発行費支出	0	2,200	-2,200	隔年発行（H20年度発行なし）
出版委員会事業費支出	100	100	0	講座経費、印税支払経費、委員会事業費
事業委員会事業費支出	200	300	-100	見学会、講演会経費、委員会事業費
教育委員会事業費支出	1,500	1,700	-200	工高生コンペ、講習会経費、委員会事業費
建材委員会事業費支出	0	0	0	会誌発行費に含む
雑支出	30	230	-200	80年史送料、切手代
事業費支出計	38,269	41,272	-3,003	
②管理費支出				
管理関係人件費支出	13,621	14,299	-678	1.5名＋派遣社員１名
退職給付支出	0	0	0	現状予定なし
福利厚生費支出	50	50	0	職員健康診断、教育、福利
助成費支出	2,300	2,350	-50	４支部への助成金、交付金
会議費支出	1,172	1,050	122	総会、評議員会、理事会、常設・特別委員会
旅費交通費支出	130	154	-24	アルバイト交通費含む
通信運搬費支出	500	500	0	電話、FAX、メール、郵送等通信費
集金費支出	800	900	-100	会費、グループ会費、広告料集金手数料等
消耗品費支出	2,000	2,100	-100	HP維持費，PCソフト、トナー、文房具等
備品購入費支出	300	300	0	
修繕費支出	100	50	50	
印刷製本費支出	100	80	20	協会パンフ印刷等
光熱水料費支出	280	280	0	電気代
保険料支出	20	20	0	火災保険料
租税公課支出	750	800	-50	消費税、法人府市民税
清掃費支出	40	20	20	１回／年・事務所床清掃
建物管理費支出	4,600	4,600	0	事務所賃借料等、20年度賃借料値上げ
雑支出	2,180	2,280	-100	監査、保守、協賛、購読、未収金償却外
管理費支出計	28,943	29,833	-890	
事業活動支出計	67,212	71,105	-3,893	
事業活動収支差額	2,065	3,577	-1,512	
Ⅱ. 投資活動収支の部				
1. 投資活動収入				
投資活動収入計	0	0	0	
2. 投資活動支出				
①特定資産取得支出				
事業基金積立預金支出	0	0	0	
退職給付引当資産取得支出	191	370	-179	H18年４月入社職員１名分積立
特定資産取得支出計	191	370	-179	
投資活動支出計	191	370	-179	
投資活動収支差額	-191	-370	179	
Ⅲ. 財務活動収支の部				
1. 財務活動収入				
財務活動収入計	0	0	0	
2. 財務活動支出				
財務活動支出計	0	0	0	
財務活動収支差額	0	0	0	
Ⅳ. 予備費支出	150	150	0	
当期収支差額	1,724	3,057	-1,333	
前期繰越収支差額	46,102	43,045	3,057	
次期繰越収支差額	47,826	46,102	1,724	

(注) 平成20年度については、借入限度額を30,000,000円とする。

兵庫県立考古博物館見学会

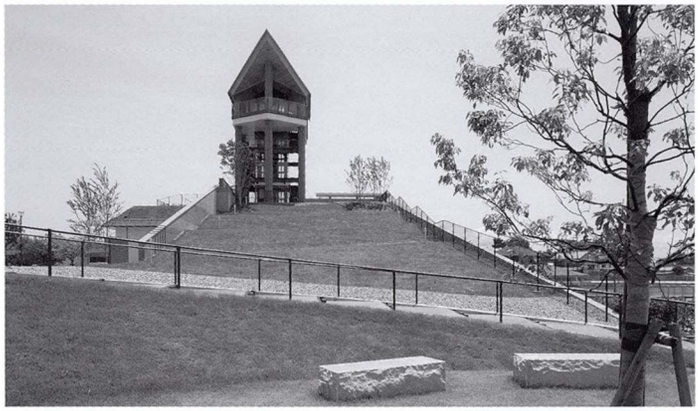
〔㈳大阪府建築士会および、㈳日本建築家協会のCPD対象(3単位)〕

●建築概要

所在地　兵庫県加古郡播磨町大中500
建築主　兵庫県
設　計　株式会社昭和設計
監　理　兵庫県県土整備部住宅建築局営繕課・設備課
　　株式会社昭和設計
施　工　竹中・日東みらい・ノバック・
(建　築)　神鋼興建建設　特別共同企業体
敷地面積　22,086.00㎡
建築面積　5,560.27㎡
延床面積　9,778.15㎡(建築基準法上)
構造規模　RC造・一部S，SRC造
　　地上2階、地下1階
工　期　2005年10月～2007年3月

昨年10月　兵庫県立考古博物館(こうこはく)が誕生しました。
兵庫県は遺跡の数が日本で一番多く、考古学の基本である「遺跡」と「遺物」を最大限に活用し、だれもが、いつでも、どこでも博物館の活動に主役として参加し体験できる、新しいスタイルの参加体験型博物館となっています。地中から発見される「遺跡」や「遺物」を保存する空間として、建物は極力地中化し高さを抑え、屋上は古代の植性を再現して緑化を図っています。また、遺跡・トレンチピットをモチーフとした現地の土を使った土壁や床タイルによる地中にいざなうアプローチやエントランスなど、緑豊かな史跡公園「播磨大中古代の村」との一体化と、環境との調和をはかった「環境融合型博物館」です。

日　時　平成20年5月24日(土)
　　14:00～17:00　(13:30受付)
講　師　兵庫県立考古博物館
　　広報担当　山下史朗氏
　　㈱昭和設計　都市・建築本部
　　第1設計部1室主査　久保岳氏
集　合　現地　講堂
定　員　40名(先着順)
参加費　660円(資料代500円、観覧料160円)
申　込　FAXまたはE-mailで、下記へお申し込みください。
　①催し名「兵庫県立考古博物館」
　②氏名
　③会員・一般の種別
　④職場名または学校名
　⑤参加証送付先(住所、〒)
　⑥連絡先電話番号
　⑦CPDを申請される方は、申請先の団体名
申込先　㈳日本建築協会編集事業課
　　大阪市中央区大手前1-7-31
　　TEL：06-6946-6981
　　FAX：06-6946-6984
　　E-mail：jigyoka@aaj.or.jp



出版委員会企画
第32回<プロのノウハウ>講座

建築主が納得する住まいづくり −Q&Aでわかる技術的ポイント

〔㈳大阪府建築士会および、㈳日本建築家協会のCPD対象(2単位)〕



企　画　㈳日本建築協会
著　者　玉水新吾
発行所　㈱学芸出版社
発行日　2008年3月30日
体　裁　四六判　224頁
定　価　本体1,900円＋税

日　時　2008年5月28日(水)
　　18：00～20：00
会　場　大阪マーチャンダイズ・マートビル(OMMビル)2階2号室
　　大阪市中央区大手前1-7-31
講　師　玉水新吾氏
定　員　40名(先着順)
受講料　会員2,000円、一般2,500円、学生1,000円
テキスト　『建築主が納得する　住まいづくり』
　　テキスト代 特価1,800円＊税込
　　＊当日ご持参の方は不要。
申　込　先着順で受講票を送ります。
　①催し名「第32回プロのノウハウ講座」
　②氏名
　③会員・一般の別
　④職場名or学校名
　⑤受講票郵送先住所、〒
　⑥連絡先電話番号
　⑦CPDを申請される方は、申請先の団体名
申込先　〒540-6591
　　大阪市中央区大手前1-7-31
　　OMMビル7F
　　㈳日本建築協会編集事業課
　　TEL：06-6946-6981
　　FAX：06-6946-6984
　　E-mail：jigyoka@aaj.or.jp

「住まいづくり」には、多大なエネルギーが必要である。お金の工面から、誰に頼むか、出来上がっても春夏秋冬1年を過ごさないと、住み心地が判らないというのが「住まい」である。一説に「家を建てること3度目に、ようやく満足する住まいにたどり着く」と言われる。
住宅展示場は、広さも、高さも、材料も目の当たりにできるし、設備機器だって全部説明してくれる。建設の手順だって十分教えてもらえるし、コストも比較しやすくなっている。ところが、家族全員の満足を得るのは難しい。TV番組の「ビフォアー、アフター」で見られる竣工時の涙、なみだの感動シーンを見ることは、まれである。
著者は、主に木造注文戸建住宅を、30数年建設してこられた、その道の「達人」。多くの建築主との葛藤の末、たどり着いたこと、それはひとえに、「納得して、ご満足いただく住まいづくり」。どんなところで建築主が悩み、施工側が思い違いをしたのか、お互いに失敗しないために…。喜んで入居していただける住まいを創ってこられた専門家です。
『建築主が納得する　住まいづくり』が世にでました。マイホーム計画中の人、住宅建築に携わっている現場の方、営業担当者にもお役に立つものと思われます。
(出版委員会委員長　上原正行)



玉水新吾(たまみず　しんご)

1953年京都市生まれ。名古屋工業大学建築学科卒業後、1976年から住宅会社にて、住宅現場の施工管理・品質・保証・工程・安全衛生・環境・技術研修教育・知的財産など30年住宅技術一筋。
資格：一級建築士・一級建築施工管理技士・一級土木施工管理技士・一級造園施工管理技士・一級管工事施工管理技士・インテリアプランナー・インテリアコーディネーター・コンクリート技士・第1種衛生管理者・建築積算資格者・宅地建物取引主任者等
講師：木建作業主任者、足場作業主任者、職長教育、事業主研修、RST講座・SMT講座、安全大会、石綿特別教育、各種技術研修、1級建築士学科講習(施工)等
特許：土台下パッキンおよびそれを含む建物の換気装置、基礎型枠セパレーター、換気水切り、減振装置、小屋裏換気構造、隅木取付用墨付け治具等
著書：「低層住宅施工現場のCIS」(PHP研究所)、「現場で学ぶ　住まいの雨仕舞い」(学芸出版社)

今年は9月号掲載で、応募締め切りが6月下旬となります!

若き創造者たちへ

「建築と社会」平成20年9月号
「第55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54回にわたって若き優秀なプランナー、アーキテクト、エンジニアをめざす人たち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。

55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（平成20年７月31日現在）以下の青年技術者であって、本会個人会員に限る。

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．応募分野は特定しない。応募者は、たとえば計画、一般設計、住宅・インテリア設計、構造、設備、施工、技術開発、行政、情報、コーディネート等々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1部、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。（なお、提出資料は特に指示のない限り返却はいたしません）

5．「青年技術者選考委員会」において選考された青年技術者は「第55回青年技術者特集号」（平成20年９月号）に掲載するとともに、表彰式を行い、記念品を贈呈する。

6．提出資料

■すいせん用紙

請求は、すいせん依頼先担当部署、または本会事務局へ。

■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

資料は、④を含めて**A3判用紙5枚以内にまとめる。**

①　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

④　上記①～③のいずれかの資料の実績において、応募者本人が関与した程度、役割、立場等を明らかにし、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、2000字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。**このコンセプトは、応募者の考え方を知る上で大変重要と考えているので、十分配慮されたい。**

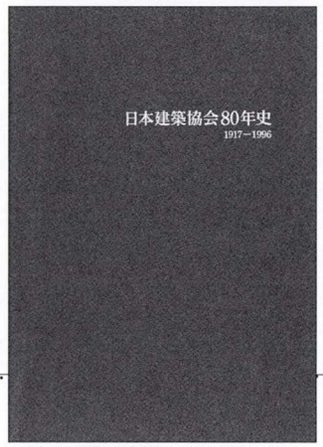
7．**提出期限**　平成**20**年**6**月**30**日（月）

8．**提出先**　日本建築協会「青年技術者選考委員会」
〒540-6591　大阪市中央区大手前1-7-31
大阪マーチャンダイズ・マートビル7階
電話 06-6946-6981　FAX. 06-6946-6984
Email：ken-sha@aaj.or.jp

9．**青年技術者選考委員会**（平成20年度）

委員長　設楽　貞樹／安井建築設計事務所常務取締役
委　員　木多　道宏／大阪大学大学院工学研究科地球総合工学専攻准教授
瀬戸本　淳／瀬戸本淳建築研究室代表取締役
松村　孝治／東畑建築事務所取締役常務執行役員開発本部長
長谷川隆一／竹中工務店プロジェクト開発推進本部(西日本)本部長
西山　峰広／京都大学大学院工学研究科都市環境工学専攻准教授
黒木　安男／鴻池組東京本店副本店長
伊藤　昌明／日建設計設備設計部門設計長
井村　　隆／清水建設関西事業本部設備設計部グループ長
宇城　英彦／大成建設関西支店建築部品質管理室長
釼吉　　敬／大林組本店建築生産技術部長

平成18年度から、青年技術者の公募は早めています。第55回青年技術者は、本年6月30日(月)までに応募できるよう準備をお願いします。



「日本建築協会80年史1917-1996」

増刷頒布中　頒価　3,000円

1999年７月に発刊した「日本建築協会80年史1917-1996」は、各方面から好評をいただいておりますが、このたび、皆様の強いご要望により、増刷・頒布することにいたしました。大正６年３月30日に関西建築協会として誕生した日本建築協会の80年の歴史を、様々な事業や委員会活動を通じて、また、本会設立者の片岡安、武田五一以降現在までの会員たちの社会活動を通して知ることができる記念誌として、A4判・240頁にまとめています。

とくに、協会草創期の大正・昭和初期の片岡安ら協会のメンバーと当時の大阪市長・関　ーとの交流を物語る一文は、大阪の都市計画史、あるいは関西の建築人物誌ともなっています。本会の歴史を知るだけでなく、建築を通して、それぞれの時代の雰囲気を身近に感じることができる大変貴重な資料となるものです。

購入ご希望のかたは、下記要領でお申し込み下さい。

＊

申 込 先　社団法人 日本建築協会
〒540-6591　大阪市中央区大手前1-7-31
大阪マーチャンダイズ・マートビル7階B室
TEL 06-6946-6981　FAX 06-6946-6984

頒　　価　１部3,000円（税・送料込み）

※増刷部数には限りがございますので、お早めにお申し込み下さい。

「日本建築協会80年史」

A4判・240頁・並製本

●日本建築協会の沿革／委員会活動／「建築と社会」の変遷／大正時代から現在までの本会主催の博覧会・展覧会・講演会／よろず相談住宅展／青年建築家・青年技術者顕彰／工高生デザインコンクール入選者etc.

●日本建築協会創立者と会を支えた38人のプロフィール（片岡　安・設楽貞雄・武田五一・池田　寶・波江悌夫・竹腰健造・尾崎久助・東畑謙三・塚本猛次・福田朝生・佐野正一・葛野壯一郎・横濱　勉・松本禹象・宗　兵蔵・園部文雄・日高　胖・野村一郎・古宇田　實・松室重光・松井貴太郎・安井武雄・中澤誠一郎・坂　靜雄・今林彦太郎・井上新二・松本儀八・池田宮彦・錢高輝之・中西六郎・大林芳郎・鴻池藤一・伊東五郎・竹中錬一・鷲尾健三・松村雄吉・横尾義貫・足立　孝）

●座談会「戦中から戦後初期の協会活動」―尾亀清四郎・大林芳郎・小西　岬・佐野正一・横尾義貫・三品哲夫の6氏による終戦前後の協会活動の証言―

＊

■執筆ワーキンググループ
坂本勝比古／安達英俊／石田潤一郎／植松清志／梅宮弘光／桐浴邦夫／酒井一光／橋寺知子／山形政昭／吉田高子／和田康由

■80年史編纂委員会
長谷部朔郎／安達英俊／近藤達夫／谷淳之介／十倉　毅／原見昌志／和田康由／吉田悦二



「日本建築協会の遺産と功績」（坂本勝比古）より



「草創期の人々」より片岡安の項

建築と社会

Architecture and Society
2008
No.1034
5
日本建築協会

■特集予告
6月号／設備に役立つ地震対策
7月号／中国支部特集

編集委員会（平成20年度、理事は平成19年度）

■副会長
井上　豊
中井　進
■編集担当理事
上原　正行
岡田　聿之
木戸　徹
佐藤　栄一
佐藤友美子
◎設楽　貞樹
竹中　統一
立成　良三
吉村　英祐
■特集小委員会
■計画分科会
★計画系
飯田　匡
飯沼　清明
鈴木　克彦
田中　直人
田中　慎治
紅谷　昇平
松田奈緒子
△三宅　次郎
守井　辰
吉村　英祐
★建築計画系
安部　新二
荒木　宏之
江副　敏史
奥村　朋孝
菅野　忠司
神戸　嘉也
木多　彩子
△楠　敦士
小林　優子
所　千夏
野田　隆史
桃杷　健一
松森　織江
★インテリア・住宅系
阿部　泰浩
加藤　力
神谷　浩司
黒柳　亮
髙野　直樹
田中　浩介
戸井賢一郎
ペリー史子
本山　仁
■構造分科会
秋田　智
岸本　光平
瀧野　敦夫
中塚　光一
難波　尚
△房安　智也
松村　健
向井　洋一
矢野　勇二
安野　郷

■設備分科会
△赤澤　正治
梶井　宏修
河井　康人
北野　勝也
谷野　太志
夏井　重行
福谷　周
桝井　貴廣
村上幸三郎
山下　修
渡邊　裕之
■施工材料分科会
桜井　和男
平田　茂良
藤丸　啓一
松元　秀樹
△山岡　篤人
吉田　正友
■法令分科会
伊賀　誠
△片岡　正和
金本　忠義
坂本　智生
谷本　和子
中迫　悟志
文山　達昭
河野　学
■作品作風小委員会
○居内　章夫
井上　雅祐
稲垣　和江
池上　明
岩佐　進
加嶋　章博
倉渕奈千子
澤田　純一
戸川　勝之
鞆野　淳司
豊田　充広
長堀　晃治
西田　佳代
芳谷　晴彦
増田　敬彦
山田　俊紀
■広告企画小委員会
荒本　俊明
宇城　英彦
小笠原修一
○虎谷　伸幸
○前田　衛
南澤　浩司
森川　幸信
■10年委員会
赤木　隆
川上比奈子
熊田　将男
河野　浩司
齋藤　幸代
菅原　幸也
中村　文紀
○前川　治彦

◎委員長　○副委員長　△幹事

印　刷　2008年4月25日
発　行　2008年5月1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
大阪市中央区大手前1-7-31
電　話　06-6946-6981
振替口座　00910-9-39975
印刷所　㈱NPCコーポレーション
定　価　1200円〔税込〕

Journal of the Arghitectural Association of Japan

特集　新・ホテル物語～ホスピタリティ空間としてのホテル～

序章　ホテルは何を提供できるのか●村上　実　14

各論　ホテル業界の現状とこれから●赤坂誠治　16

リゾートホテルのブランド～地域の捉え方とホスピタリティへの反映～●伊藤勝康　19

ホテルのカーペットとそのデザイン●礒　卓　23

終章　旅とホテル～ゲストルームのプランニング～●浦　一也　25

会告　名誉正会員の指名．高橋明氏講演会「可能性を信じて～変化するすばらしさ」―障害者のスポーツを通しての人づくり―、そして会員交流懇親会の開催．総会議決お知らせ―平成20年度事業計画、平成20年度収支予算書、名誉正会員推薦の件―．兵庫県立考古博物館見学会．出版委員会企画・第32回＜プロのノウハウ講座＞建築主が納得する住まいづくり―Q&Aでわかる技術的ポイント―．若き創造者たちへ―「第55回青年技術者特集号」へのおさそい―　1

作品作風　大阪市消防局庁舎（西消防署併設）　8

研究の風景　伊藤香織研究室（東京理科大学理工学部建築学科）　10

gallery　太陽と月（長澤和仁）●芳谷晴彦　12

法令コーナー　定期報告制度の見直し●片岡正和　30

構造の頁　連結制震構造を利用した超高層RC造建物の開発●福本義之　31

information　建築士制度見直しの概要について．（平成19年版）公共住宅建設工事共通仕様書・公共住宅建設工事積算基準説明会．建築リサイクル法府内一斉パトロール．「建築設備診断技術者」資格取得講習案内―ビルディングドクター＜建築設備＞―．病院建築基礎講座/福祉建築基礎講座と医療福祉建築賞2008作品募集．冨田玲子さんの「小さな建築」をめぐる千夜一夜シンポジウム．特別展「源氏物語千年紀展～恋、千年の時空（とき）をこえて～」．―数奇の玉手箱―三井家の茶箱と茶籠．お釈迦様の掌．プレキシガラス「PLEXIGLAS truLED」でCO_2排出量3.3トン削減　32

月間の動き　平成20年3月分　35

表紙　デザイン　花城 辰男（時空アート）
本文　デザイン　高橋 善丸



北側外観

作品風作

事業主■
大阪市

設計・監理■
大阪市都市整備局公共建築部
安井建築設計事務所

施工■
清水・大本・栗本・中林特定建設工事共同企業体

大阪市消防局庁舎(西消防署併設)

計画敷地は、京セラドーム大阪の北西、先行竣工した大阪市交通局庁舎に隣接しており、岩崎橋再開発地区の地区計画による京セラドーム大阪を中心とするペディストリアンデッキに3階レベルで接続する。消防防災活動中枢拠点として、本計画の建築・設備は震災などの大規模災害時にも、その機能を維持することが必要となる。そのためバックアップシステムや機器の円滑な更新を可能とする建築、設備の計画を行った。施設計画にあたり、災害対応機能また行政事務空間としての基本的な要求に加え、今回計画の具体的なテーマとそれに対する設計上の対応は次のとおりである。

(1) 災害対策の最重要拠点として、信頼性の高い庁舎

・基礎免震による高い耐震性。
・インフラ途絶時にも活動を支える各種設備バックアップシステム。
・指令システムの更新を確実円滑に行える建築・設備計画。

(2) 周辺環境と調和した庁舎

・周辺建築物と調和を図り、岩崎橋再開発地区の景観形成を展開する。

(3) 省エネルギー、省資源に配慮した施設

・外気を、積極的に利用するエネルギーを消費しない換気システムの構築。
・中央の外気吹き抜け空間(テクニカルボイド)を利用した自然採光・自然通風。

(4) 長寿命化への対応を図った施設

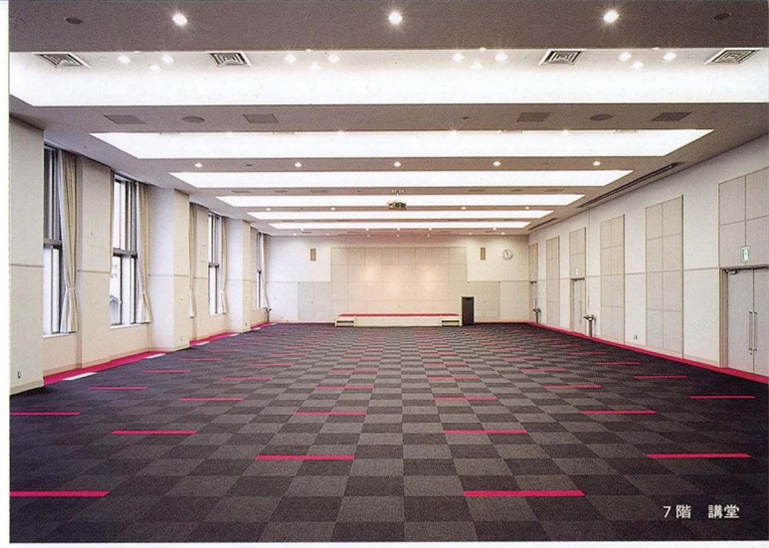
・仕様資材は耐久性とコストのバランスを検討の上、選択。
・保守、更新、増設を確実容易とする建築・設備計画。
・中央の外気吹き抜け空間(テクニカルボイド)を利用した配管ルート兼機器搬入ルート

(5) コストを抑制したバランスの取れた施設

・敷地内旧建築物地下躯体を利用した免震ピット計画。

所 在 地 ――大阪市西区九条南1-12-54
敷地面積 ―― 4,600.49㎡
建築面積 ―― 3,027.99㎡
延床面積 ――17,414.20㎡
構造規模 ――RC造(基礎免震)8F、B1F
最 寄 駅 ――JR環状線　大正駅、地下鉄　大阪ドーム前千代崎
撮　　影 ――伸和(山崎浩治)


航空写真


7階　講堂


7階　指令情報センター



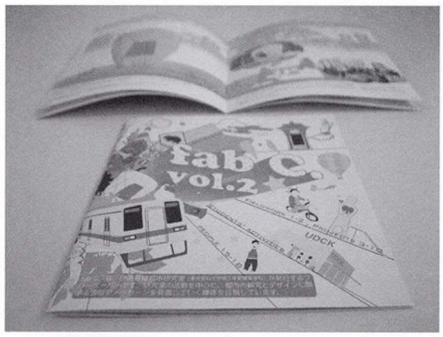
1階　エントランスホール


1階エントランス

研究の風景

東京理科大学理工学部
建築学科

伊藤香織研究室



伊藤研究室の広報誌「fab C.」


シビックプライド研究会の調査事例「ハーフェンシティ・ハンブルク・インフォセンター」

■都市と創造性に対する好奇心

先ごろ第２号が発行された伊藤研究室の広報誌"fab C."には、研究室の雰囲気が映し出されています。学生が活動を楽しんでいること、活動が多彩であること、そして発展途上であることも。伊藤研究室は、東京理科大学理工学部建築学科の都市研究室として2005年に発足しました。第一期生がこの３月に修士課程を修了し、現在、学部４年生13名、修士課程院生13名、指導教員である私、伊藤を含めて計27名が在籍しています。なお、fab C.のCには、都市(City)、創造性（Creativity)、好奇心（Curiosity）などの意味がこめられています。

東京理科大学には建築学科が２つあります。野田キャンパスにある理工学部建築学科と、神楽坂・九段キャンパスにある工学部建築学科です。都市の研究をするという意味では、私たちのいる野田キャンパスには少々ハンデがあるかもしれません。周辺には、行き交う人々を眺められる居心地の良いカフェも、先端の文化に触れられるギャラリーも、都市の猥雑さを体感できる繁華街もないからです。学生たちは、ともすればキャンパス近くの下宿と大学との往復だけで過ごしがちです。一方で、地域に入って活動しやすいという側面もあり、近隣の柏の葉や柏での活動も増えてきています。私たちは、都市へ出て体感し考えること、いろいろな人に出会うことを心がけており、学内外の多くの方々のご協力のもと、少しずつ活動範囲を広げている最中です。

■研究活動

研究室の研究範囲は都市に関わる広きに渡っています。その中からいくつか代表的な研究を紹介しましょう。

［都市のコミュニケーションデザイン］

2006年に、伊藤研究室とデザインジャーナリストが中心となって「シビックプライド研究会」を立ち上げ、シビックプライド（市民がまちに対してもつ自負心）を醸成するための都市のコミュニケーションデザインについて調査研究をしています。建築、コミュニケーション、アート、ランドスケープなどの専門家が加わり、月２回ほどのペースで研究会を開催して議論を重ねるとともに、欧州を中心に都市事例調査を行っています。研究会の成果の一部は、2008年７月に「シビックプライド：都市再生とコミュニケーション」（仮題）として出版される予定です。書籍では、バルセロナのコミュニケーション局、ハーフェンシティ・ハンブルク・インフォセンター、ニューカッスルゲイツヘッド・イニシアティヴなど、研究会で調査してきた事例と論考がまとめられます。また、研究会では事例研究だけでなく、提案やデザインの活動も始まっています。

多様な主体が関わる都市づくりのためには、まず住民や企業や子供たちなどにも都市に関心を持ってもらう必要があります。より多くの人々の気持ちに呼びかけ、都市のビジョンを共有し、都市の気分を作り出すための様々なコミュニケーションデザインの手法を研究しています。

そのほかにも、英国建築都市環境委員会（CABE）の都市のリテラシーをはぐくむ諸活動、日本の都市ブランディングやコミュニケーション・メディアとしての工事用仮囲いなどを扱った研究も、修士論文、卒業論文としてまとめられました。

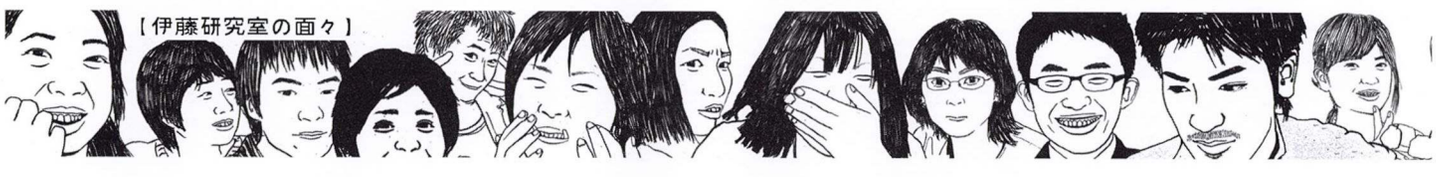
［都市内交通］

交通は都市計画学の主要なテーマの一つです。その中でも特に、徒歩、自転車、路面電車、バスなどの都市内交通は、都市の空間体験を形づくる交通です。また近年、コンパクトシティの概念やサステイナビリティの観点からも、公共交通の重要性が見直されています。

そこで、卒業研究を中心に、日本初の本格的LRT（ライトレールトランジット）である富山ライトレール、横浜都心部の観光行動に使われる貸し自転車や周遊バス、自動車依存度の高い那覇都市圏で唯一の軌道系公共交通であるモノレールを有効に機能させるためのパーク・アンド・ライドなどを対象にした研究を行ってきました。これらの研究では、各交通機関の利用者アンケートなどとともに、空間情報を利用した数理的な分析を行っています。GIS（地理情報システム）を使って経路探索によるシミュレーションをしたり、駅や施設の利用圏域の人口や土地利用の構成から交通機関のニーズの掘り起こしなどを行っています。

［空間情報を用いた分析と視覚化］

指導教員である伊藤の専門はもともと都市空間解析で、本学赴任以前は、多量の空間データを用いたデータ解析やそうしたデータの視覚化を専ら行ってきました。現在は、まだ研究室として本格的な都市空間解





都市環境デザインスタジオ



アートを通じた地域づくり「Grass on Vacation2007」制作協力



東京ミッドタウンでのピクニック。韓国からのメディアアートの若手研究者をむかえて。

析は行われていませんが、これからそうした研究も進めていきたいと考えています。

空間情報を用いた視覚化としては、2006年の第10回ヴェネツィア・ビエンナーレ国際建築展「都市：建築と社会」展への研究協力があります。本展覧会は世界の大都市圏を多様な視点でプロファイルし、グローバルな都市の変容について展望を与えようとするものでした。伊藤研究室は、展示制作パートナーとして、東京都市圏のプロファイリングのために、空間的社会的状態を表すデータの整備と視覚化を行いました。

■公共空間や地域に関わるデザイン

都市に関わるデザイン活動もまた、研究室の重要な活動です。

［柏の葉での活動］

特に、千葉県柏市の柏の葉エリアをフィールドにしたデザインや地域づくりに関与する活動機会が増えています。柏の葉は、2005年のつくばエクスプレス開通によって大規模な開発が起こっているエリアで、まさにこれから新しいまちが作られていく現場です。ここで、産学官が集まって新しいまちを考える場が形成されており、伊藤研究室もここでの活動に関わっています。

たとえば、東京大学・千葉大学・柏市職員などが参加して柏の葉のアーバンデザインの演習と実際に地域への提案をする「都市環境デザインスタジオ」には、伊藤がティーチングスタッフとして参加しているほか、2006年には２人の大学院生、2007年には５人の大学院生が参加しました。スタジオは「柏の葉アーバンデザインセンター（UDCK）」を拠点に行われています。様々な大学・分野の学生が集まることで交流が生まれ、ここから、都市を研究する学生の団体「都市学生ネットワーク（URBS.net）」や、地域を巻き込んだアート活動をする「柏の葉ピクニッククラブ」などが派生しています。伊藤研究室の何人もの学生がそれらの組織の立ち上げと運営に携わり、意欲的に活動しています。

［東京ピクニッククラブとの協働］

指導教員の伊藤が主宰するクリエイターグループ「東京ピクニッククラブ」と共同プロジェクトの形でもいくつかの制作活動をしています。2005年には国営昭和記念公園みどりの文化ゾーンで開催された都市の公園に関する展覧会で、「ピクニキオスク」という小さな小屋を出展しました。ピクニキオスクは、公園や広場など人が集まる場所に置かれ、そこで過ごす時間をより楽しいものにするためのフード・ツール・情報などを提供する施設です。展覧会では、インフレータブル（空気を送り込んで膨らます構造）で、容易に持ち運び展開できるピクニキオスクを設計しました。

2007年には、柏の葉エリアのまちづくりイベント「ピクニック月間」をサポートするとともに、「Grass on Vacation 2007」という作品作りに協力しました。これから町になるこの場所に親しんでもらうため、開発前の更地を草地にし、このフィールドが飛行機の形となって地域の小学校とショッピングセンターに飛んでいく、というアート作品です。逆に、飛行機型が切り抜かれた草地では、3日間にわたってピクニックエクスポが行われ、約3000人がこの場所でのピクニックを楽しみました。

いずれの活動も、アートや建築やアーバンデザインがどのように公共空間を形作り地域を活性化していけるかを、住民や地元企業や子供たちを巻き込んでともに考え、デザインしていこうとするものです。

■動く・考える・伝える

伊藤研究室のメンバーは、仲が良く、しかし自分の意見はきちんと述べる、とよく言われます。研究室会議やゼミでは、議論することを重視し、ひとりひとりが自分なりに考えてそれを人に伝わるように論理的に述べることを半ば義務化しているからかもしれません。あるいは、新米の教員が頼りないと、学生がしっかりしてくるのかもしれません。

研究室では、年に２、３回ピクニックを開催しています。単なるレクリエーションではなく、都市を知り（街なかのサイトのサーベイ）、生活のデザインを考え（道具やパッケージのデザイン）、人と出会う（必ずゲストを招く）ためのトレーニングになっています。都市では、多くの人間が集まり出会うことによって、日々新しいものごとがつくりだされます。研究・創造活動においても、実際に自分が動いて様々な人に出会うことが創造性を育み、他者に考えを伝え議論を交わすことは論理的に考える良い訓練になるでしょう。動くこと・考えること・伝えることをより深めていける研究室にしていきたいと思っています。

（文責：伊藤香織、イラスト：尾上永晃）



まち 建築 ひと

gallery

太陽と月

陶芸作家／株式会社陶額堂 工房統括
長澤 和仁 Nagasawa Kazuhito

太陽と月の彫刻は、敷地に近い弓弦羽神社（ゆづるはじんじゃ）の象徴“八咫烏（やたがらす）”から構想したものです。二つの中庭の一方へ、烏が象徴する“太陽”を設定し、対（つい）の主題として“月”を構えました。
直方体を分割してできる二つのオブジェクトから主題を想起するのはむずかしいですが、光源を内蔵する側を太陽と決め、外からの光で表情を浮き出す方を月としました。
ストイックな形ゆえソリやヒズミは陶素材の表現力として機能します。
素地の上にコテでザラッとしごいて月面をつくった後施釉せずに焼きしめ、太陽にはよく照る白い釉薬（うわぐすり）を施しました。
色相を白に限定することで、発光と反射、ブライトとマットの関係を鮮明にし、陶素材の端的で繊細な感受が可能になると考えました。


月のオブジェ

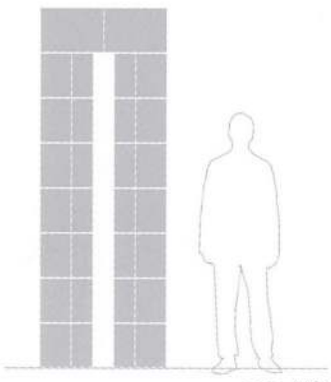

太陽のオブジェ


月のオブジェ（夜間）

1968　大阪生まれ
1991　大阪芸術大学卒業
1993　株式会社陶額堂入社

WWW.togakudo.co.jp

企画編集　芳谷晴彦（作品作風小委員会）


scale 1/50

特集

新・ホテル物語

～ホスピタリティ空間としてのホテル～

序章

ホテルは何を提供できるのか●村上 実

各論

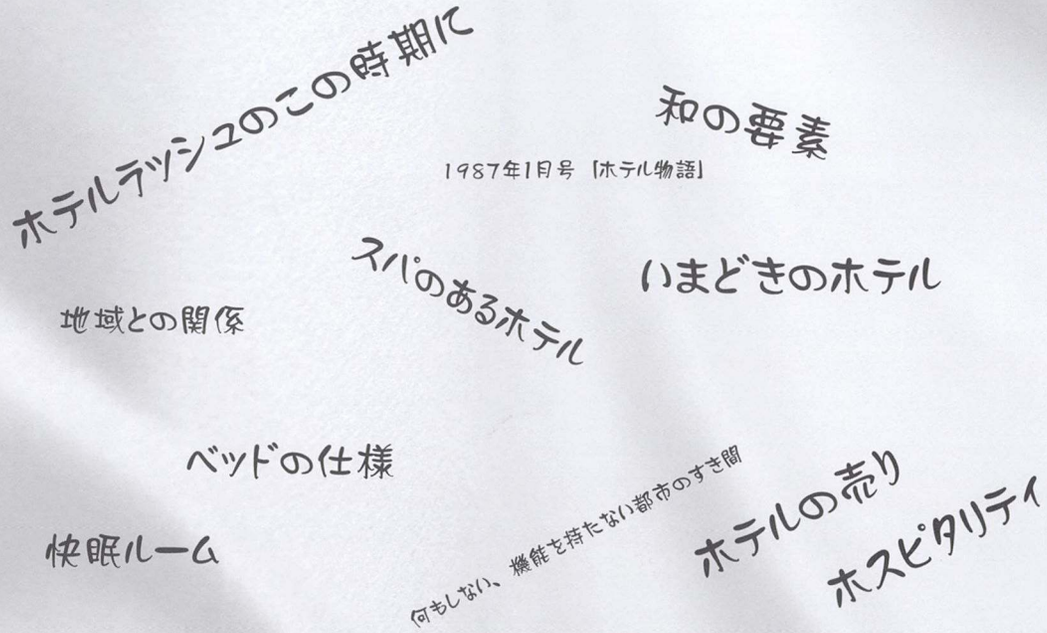
ホテル業界の現状とこれから●赤坂誠治

リゾートホテルのブランド～地域の捉え方とホスピタリティへの反映～●伊藤勝康

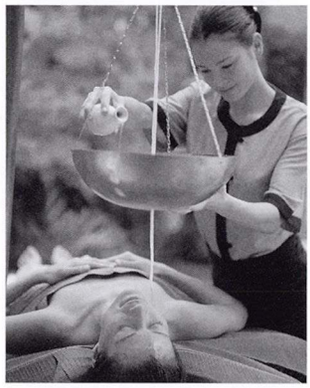
ホテルのカーペットとそのデザイン●礒　卓

終章

旅とホテル～ゲストルームのプランニング～●浦 一也



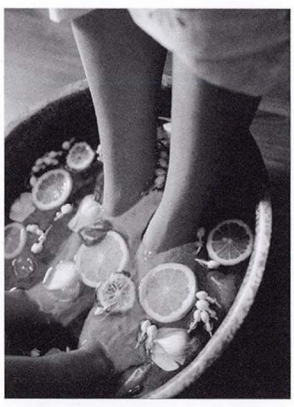
本特集企画担当編集委員
阿部泰浩／加藤　力／神谷浩司／黒栁　亮／高野直樹／田中浩介／戸井賢一郎／ペリー史子／本山　仁



序章

ホテルは何を提供できるのか

村上　実



■ホテルジャーナリズムの台頭

ホテルのジャーナリズムが、これほど喧伝される時代が来るとは予想だにしなかった。昔から、ホテル業界には「文化論」や「建築論」はあったが、ゲストのライフスタイルにまで言及した「ゲスト論」が展開される時代となっている。

筆者には2つの意味で、ホテルとの縁がある。最初はホテルジャーナリストとしての立場から専門誌の制作に長く仕え、後年はホテルの経営コンサルタントとしていまに至るまでである。前者の時代は、ホテル業界専門誌である『週刊ホテルレストラン』、そして1980年に創刊された、日本で初めてのホテルラヴァーズを対象にした『月刊theHOTEL』の時代。思い出深いのは何といってもザ・ホテルである。月のうち20日間がホテルの現地取材、ピーク時には年に10回ほどの海外取材をこなし、年間100日以上を海外の有名ホテルで過ごすという稀有な経験もさせていただいた。

世界のメジャーシティ、即ちニューヨーク、パリ、ロンドンからはじまり、瞬く間に世界中の有名ホテルで旅装を解くという得難い経験をしてきた。その数は優に3000軒は超える。コートダジュールの宝石と評されたモナコの「オテル・ドゥ・パリ」での滞在は、都合4回を数えるが、どの滞在にも素敵な思い出がよみがえる。スイスは、サン・モリッツにある世界で初めてパレスの名前を冠した「バッドラッツ・パレスホテル」。このホテルのロビーに飾られているルネサンスの巨匠ラファエロの「マドンナ」の優しい微笑みは、いつまでも筆者の脳裏に焼き付いている。

やがて時間がたち、ホテル専門の編集者の立場から経営コンサルタントへと替わる。その視点も、当然ながら施設やサービスから財務へと変わっていく。そして、面白いことに気付くことになる。「良いホテルとは」という究極のテーマである。ホテルが何を提供するか、至極簡単なテーマである。しかし、この回答にはさまざまな知見のある分析と精緻な美意識が根底になければ、単なる「ホテルの感想」になってしまう。これを文化論とするなら、そこには単なる経験則を超えたホテルへの愛情が求められる。

■リゾートを象徴する一脚の椅子

イタリア中部、シエナの小さなホテルでのエピソード。このロビーに置かれた一脚の椅子。ル・コルビュジエの作品だという。このホテルのオーナーは熱く語ってくれた。「コルビュジエがここを訪ねたのは40年ほど前のことです。彼はここで、ある建物のデザインを構想していました。ニューヨークにある国連ビルの素スケッチを描いていたんです。ほぼ夏の終わりから冬の始めまで。そのとき、スケッチをした絵をもとに製作されたのが、この椅子です」。なるほど、この椅子には大きな存在感があった。このホテルを訪れる誰もが、ロビーの一画に置かれたこの椅子を気に入り、必ずといってよいほど、誰もがこの椅子でリゾートの一日を楽しんでいたという。こういう類の話が好きだ。ホテルは、このようなストーリーの舞台として鮮やかな光を放つ。

ロンドンではチャプリンが、ローザンヌではオードリーが、ドイツではデートリッヒが、ジャマイカではヘミングウェイが、それぞれに際立った個性をみせながらリゾートライフを楽しんでいた。その痕跡が一脚の椅子に、いまも伝説として残っている。

いま、東京には外資系高級ホテルが建ち並ぶ。ザ・ペニンシュラ、ザ・リッツカールトン、まさにキラ星のごとくである。それだけ、我が国のホテルの水準も上がったのだとも思うが、一方では、このブランドホテルには精彩が感じられない。

ホテルとは、どの国でも客室やレストラン、宴会場、ブティック、スポーツジム（最近ではスパ）と定義しており、それぞれのニーズに応えている。がしかし、その意味で言うなら、この手の中身なら既に100年もたっているホテルの方が伝統がある分、最近の出来たばかりのホテルよりも魅力的に筆者には映る。熟成の進んだワインがそうであるように、芳香や色目にずっと深いものを感じる。

この新旧のホテル対比は、ホテルラヴァーズには恰好のホテル論のテーマであるらしく、何人か集まり、そこに老舗ホテルの社長でもいると、それは議論百出となる。最近では、ここに女性軍の意見も投影されるべきだと、痛感する。女性軍の多くは新しいホテル

を好み、男性軍の多くがクラシックホテルを選ぶという、実に興味深い分析が出来た。

この理由こそが、「ホテルは何を提供しているのか？」という今回のメインテーマに相応しいものになった。まず女性軍からの理由を。結論から言えばブランドと清潔感、プラス旨い飯、即ちシグネイチャーレストランということ。もうひとつ贅沢を言えばさらにブランドスパ、これで完璧なホテルライフということになるらしい。同伴するパートナーがプライオリティでないというのが、いかにも女性らしい視点だと言えるかもしれない。

翻って、男性軍はどうだろうか。基本は3B。香港リージェントを開発した、かのボブ・バーンズが提唱したもので、ベッド、バスルーム、ブレックファースト。確かに、多くの世の男性はこの価値を体験から知っている。ベッドは限りなく寝心地の良いものでなければならない。バスルームのシャワーは勢いがあり、バスタブは3分以内に見事にお湯が溢れ出さなければならない。そして朝は、スピード感があり、フレッシュなジュースと香ばしいトースト、そしてコーヒーという仕上げである。

どうだろうか。読者諸兄は、ホテルが提供できるものとはという問いにどう答えるのか。

■アートワークで実感する彼我の差

いま日本のホテルで、ある興味深いことが試みられている。そのひとつに、館内にある美術品や工芸品を紹介するアートをテーマにした限定本やウェヴサイトがあちこちで見かけられるようになってきた。これは、ホテルの進化論でもある。

一方で、ロブマイヤーのシャンデリアに気付くホテルゲストがいなくなった途端に、ホテルは一斉にコストを削減し、おおよそアートを対象にすべき箇所も削減し、単なる手抜きに近い情況をモダンアートと称していると言っては言い過ぎかもしれないが、少なくとも、そういう傾向にあるということは間違いないだろう。

これもホテルのゲスト論の域に入るが、ドレスコード同様に、本来であればワインや料理の知識、ファブリックのセンス、滞在するに相応しい、それ相応の教養というものがリンクしない限り、現代のホテルにはアートの存在理由が希薄になっているという現実には抗し難い。安価なリトグラフよりも高名なフォトグラファーのポートレイトの方が、現代建築にマッチするという理由なのか、パークハイアットなどの世界的なホテルチェーンでも、一気にアートワークに大きな変化の波が押し寄せているという感じがする。

ホテルという世界には、こうした論議を想起できる可能性があるというだけでも、大きな存在感があると思う。なのに、例えば、東京でどんなに外資系高級ホテルが乱立しても、日本の多くのメディアには、そのトレンドから、「TOKYOホテルアートコレクション」と銘打ったイベントをプロデュースするような才覚の持ち主は見当たらない。これがニューヨークやパリ、ロンドンとは決定的に異なる、決定的な文化度の差と言えるだろう。

これからのホテル像、まさに近未来ホテルにも話を展開してみよう。まず、その象徴となるのがメディカル機能を備えたホテル、即ちメディカルホテルの台頭である。もはや日本は少子高齢化の流れの中で、圧倒的な老人社会が現実のものとなりつつある。街場のシアトル系コーヒーの店内は、驚くことに老人に占拠されている。齢50も超えれば、例外なく身体のどこかに支障が出てくる。そこで病院通いとなるのだが、現実は“2時間待ちの5分診療”という状況。であれば、病気になるまえに予防医学という考え方がマジョリティとなる。例えば血液を入れ替えるキレーションなどは、都内で忙しい時間をぬって体験するよりも、素敵なリゾートホテルで体験した方が医学的な効果も高いという。

■スパ・リビングがホテルの近未来図

つまり、ホテル利用の目的が大きく変わり、心身を含めたリフレッシュや予防医学がホテルの新しい売り物になっていくというトレンドである。これを受けて、ハードウエアにも大きな変化が感じられるようになる。最近では、海外のラグジュアリーホテルでは、“スパ・リビング”なる言葉がメディアなどでも頻繁に使われるようになってきた。この意味するところは、スパライフがホテル滞在のメインテーマということ。客室の大半をスパスペースとしてデザインするという、大胆なもの。日本でも、和魂洋才のコンセプトで、リゾートホテルの客室に露天風呂をレイアウトすることが流行りになっているが、この延長線上にスパ・リビングというイメージがある。

このタイプの客室は天井も高く、インテリアデザインやファブリック類もカラートーンを抑制した、シンプルな傾向にあるように思う。シティホテルでも、プライベート空間という認識がより高まり、インルームディナー（従来のルームサービス）などの需要も以前に比べ飛躍的に増えているという傾向がある。

さらに近未来図という視点から、長期滞在利用も大きな特徴として指摘できるだろう。ホテルの運営管理にイールドマネジメントの考え方が徹底されるようになると、客数を増やすマーケティングから、滞在日数を増やすマーケティングに戦略転換され、例えば5日間の通し滞在だと、奇数日を無料化するといったアイディアが採用されるようになっている。特に沖縄の離島などは交通費が割高になるだけに、ロングバケーションを選択するユーザーが増えていくと専門家は分析している。

このようなライフスタイルが定着すると、当然ながらホテルデザインそのものも飽きのこない普遍的なデザインが好まれるようになる。また、環境意識がさらに高揚し、自然との共生という観点からアースカラーが改めて注目を集めるようになっていきそうである。

ホテルの存在は、多くの現代社会に暮らす人々にとって、最もインテリジェンスを感じさせる空間、これが最大のテーマになりつつある。生活の創意工夫、これを最もシンボライズするのがホテル建築であり、ホテルデザインという時代の到来である。

グランドホテルの時代にはホテルは特別な存在であった。しかし、これからのホテルには、生活の拠点となるようなトレンドが感じ取られることになるだろう。衣食住、そのいずれのテーマでも、ホテルは大きな示唆を示すことが可能であり、願わくば人生の終焉に至るまで、ホテルという空間に身をおける人生のグランドデザインが可能な新発想による新業態ホテルの誕生を待ちたい。

（むらかみ　みのる
株式会社オータパブリケイションズ取締役経営調査室長）

各論 1

ホテル業界の現状とこれから

赤坂誠治

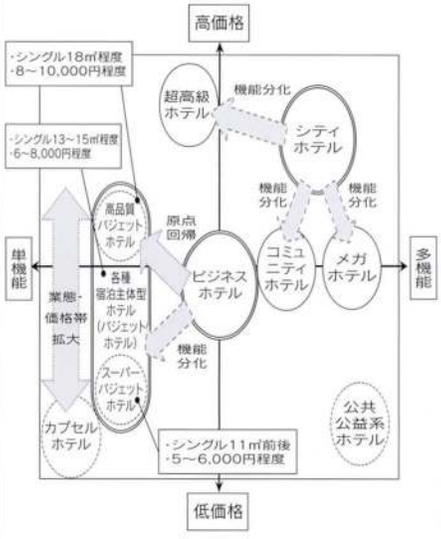


図1　日本のホテルの業態の推移とポジショニング

■世界のホテルの潮流

(1) 6大ホテルチェーンの確立　1950年代以降、米国を中心に旅行の大衆化とともにホテルがチェーン化され、成長してきた。1980年代後半には、規模や立地に合わせ細分化された様々なホテルの業態が確立された。

1980年代後半から1990年代にかけて、M&A等で様々なホテルチェーンの整理、統合が行われ、その中からヒルトン、マリオット、ハイアット、フォーシーズンズ、スターウッド、インターコンチネンタルの6大ホテルチェーンが確立された(**表1**)。これらは、様々なカテゴリーのブランドを多数所有することが大きな特徴である（**表2**)。(フォーシーズンズは現在1ブランドのみ)

(2) ホテル各社の成長　6大ホテルチェーンとともに、施設構成や価格等に特徴ある様々なホテルチェーンが成長､成熟してきた。例えば、宿泊機能を中心として価格訴求で展開したチョイス(米)、アコー(仏)や、アジア系超高級ホテルチェーンのラッフルズ、シャングリ・ラ､アマンリゾート等が挙げられる。

また同時期には独立系のデザインホテルも登場し、そのコンセプトやデザインは他のホテルチェーンにも影響を及ぼしている。

(3) ホテル各社の新展開　近年、各社は新たな展開を見せている。業態、ブランド、グレードの見直し（客室の快適性向上、スパ等付帯施設の新規導入等)、新たな顧客マーケットに対応した新業態ホテルの開発（デザインホテル、ライフスタイル提案型ホテル等)である。併せて世界各地への展開も強化された。例えば1998年に開発されたスターウッドのWホテルは、新業態ホテルの代表的なブランドの一つである。アメリカを皮切りに既に世界各地に展開を行い、日本にも2010年頃に横浜に進出が予定されている。

また、ホテルと著名高級ブランドとのコラボレーションも行われている。リネンやアメニティグッズの提携にとどまらず、ホテル全体のコラボレーションで話題を呼んでいる。マリオットのブルガリホテルが有名であるが、その他のブランドとホテルとのコラボレーションの構想も出てきている。

近年ではセレクトサービスホテル（高級、低価格の間で、宿泊満足度を高める料飲・会議施設等を厳選提供する業態)、オールスイートホテルといった業態開発・展開が進められている。

2005～2006年には、アメリカでは様々なカテゴリーにおいて20を超える新しいブランドが誕生している。今後それらが日本に展開することも考えられる。

(4) アジア圏への展開　ホテル各社は、日本を含む、人口や経済の発展の著しいアジア圏への展開に注力している。現在、アジア圏でのホテル開発の過半は経済大国の中国や、IT大国インドの各都市であり、各地で様々な競合がみられる。マカオには近年ラスベガスのカジノリゾートホテル各社も進出して、一大カジノリゾートが形成されている。シンガポールもカジノ誘致を決め、観光コンベンション都市としての開発が始まっている。

様々な観光資源を持ち、経済の発展も力強いアジア圏には、今後も様々なホテルの展開

表1　6大ホテルチェーンの概要

チェーン名・軒数、客室数(06年)	主要なブランド
ヒルトン（米） (Hilton Hotels Corporation) 2,747軒、472,720室	Conrad, Hilton, Double Trees, Embassy Suites, Hampton Inns & Suites他
マリオット（米） (Marriott International) 2,672軒、485,979室	The Ritz-Carlton, Bvlgali, JW Marriott, Marriott, Renaissance, Courtyard他
ハイアット（米） (Global Hyatt Corporation) 738軒、144,671室	Park Hyatt, Grand Hyatt, Hyatt Spa & Resorts, Hyatt Regency, Hyatt Place他
フォーシーズンズ（加） (Fourseasons Hotels and Resorts) 68軒、17,296室（05年現在）	Four Seasons
スターウッド（米） (Starwood Hotels & Resorts Worldwide) 845軒、257,889室	The St. Regis, Sheraton, Westin, W, Le Meridien, Four Points, Aloft他
インターコンチネンタル（英） (InterContinental Hotels Group) 3,606軒、537,533室	InterContinental, Crowne Plaza, Holiday Inn, Holiday Inn Express他

表2　例：インターコンチネンタルホテルズグループのカテゴリーと主なブランド

カテゴリー	ブランド
最高級	InterContinental
高級	Crowne Plaza
中・高級	Holiday Inn
エコノミー	Holiday Inn Express
長期滞在型	Staybridge Suites, Candlewood Suites

が続くであろう。

■日本のホテルの潮流

(1) ホテル業態の推移　明治時代以降、限られた人のための迎賓館や避暑のホテルが徐々に展開され、第２次大戦後の高度成長期に、国内ホテルのチェーン化が始まった。各地でホテルが急速に数を増やし、利用者層も広がった。料飲施設、宴会施設を持つ総合型のシティホテル、出張ビジネス客をメインターゲットにした宿泊施設が中心のビジネスホテルという、大きく２つの業態で推移してきた。

バブル期前後には様々な業態の開発が行われた。外資系超高級ホテルの誘致や、客室数1000室超のメガホテル、地域の交流核となるコミュニティホテル、総合リゾート開発に伴うリゾートホテルなどである。ビジネスホテルには婚礼や宴会機能が導入され、施設規模が大型化し、シティホテルとの競合が行われてきた。

一方、1990年代はじめに宿泊機能を主体とし、付帯施設をほとんど持たないバジェットホテルといわれる業態のチェーン展開が始まった。値頃感のある価格帯（バジェット）での客室提供で、多様な利用者層の宿泊ニーズをうまくとらえたものだった（**写真１**）。



写真１　バジェット(宿泊主体型)ホテルの客室事例
〈コンフォートホテル　中部国際空港〉

2000年以降、都市開発の集客核となる超高級・高級ホテルと、低価格の宿泊主体型、いわゆるスーパーバジェットホテルが展開の中心となり、「二極化」といわれる状態が続いた。近年では、宿泊主体型ホテルがさらに客室の広さや価格帯にバリエーションを広げ、その中で高品質バジェットホテルという一つの業態を確立している（**図１**）。

(2) ホテルの現状　国内系、外資系の多様な業態のホテルが、都心部や主要駅前だけでなく、郊外やリゾート地など各地で開発、競合がなされている。投資企業による著名ホテルチェーン全体の売買、各地での新規開発案件への参画も積極的に行われている。

2006年現在、ホテルは約９千軒・約72万室と増加傾向に、旅館は5.4万軒・約84万室と減少傾向にある。バブル崩壊後も宿泊主体型ホテルを中心にホテル軒数は増加しており、近年中に１万軒、客室数も旅館を上回るとみられる。

■日本のホテルの具体的な動向

(1) 超高級ホテル　外資系ホテルの東京への展開と既存シティホテルとの競合が「2007年問題」として話題を呼んだ。約40～50㎡、50,000円程度の客室と、様々な魅力ある付帯施設の導入で、国内外の富裕層をターゲットにしている。

今後も京都や大阪といった国際級都市への進出計画もあり、各地で新たな競争が始まるとみられる。

(2) シティホテル　宿泊、料飲、宴会の機能を持つ総合型のシティホテルは、大規模なリニューアルを始めている。内装や設備の単なる更新だけでなく、明確なホテルの特徴づけで、ブランド力の強化と話題性の創出、利用機会の拡大を狙っている。

宿泊施設は客室内の設備や性能の見直しによる快適性の向上（客室の拡大、IT対応、寝具の見直し等）が実施されている。様々なテーマに沿った客室やフロアの導入（ブランドとのコラボレーションやキッズ、ファミリー層対応）、さらには一部客室のグレードの向上による「ホテル・イン・ホテル」として高価格帯の客層の新たなマーケットの掘り起こしも行われている（**写真２**）。



写真２　テーマを持たせた客室改装の事例
〈リーガロイヤルホテル　ザ・ナチュラルコンフォートタワーズ〉

料飲施設は業態、コンセプトの再構築が始まっている。オールデイダイニングの導入やスパ・エステ機能との連携がみられる。

婚礼・宴会機能は、マーケットが大きく変化している。大型の法人宴会は減少し、婚礼宴会は、少子化、挙式スタイルの変化で、邸宅式ブライダルハウスと競合している。婚礼宴会の個性化への対応や、ホテル各機能の総合力の発揮による優位性の訴求、マーケットによっては機能の絞り込み（会議・研修機能への特化等）が必要となっている。

付帯施設では、スパ・エステ機能の導入がブームである。特に女性客層を狙い、化粧品ブランドとの提携や海外著名スパの誘致など、各ホテルとも力を入れている。

エンターテイメント機能の導入や、イベントの開催、ホテル関連商品の販売も行われている。中でも料飲施設から発展したテイクアウトショップ、いわゆる「ホテイチ」機能は今やデパートやマンションにまで展開を始めている。各家庭にシェフを派遣するサービスなどもあり、ホテルから外への積極的な展開も始まっている。

(3) スーパーバジェットホテル　「より安く寝る」ことを望む客層をターゲットに、サービスや付帯施設を削減し、宿泊機能のみに特化した価格訴求型のホテルである。一般的にはシングルルーム約10～11㎡、５～6,000円という低価格を実現している。

この業態は既に国内主要都市から地方中核都市や産業集積地、ロードサイド、リゾート地等へと立地エリアは幅広い。国内に100軒超を展開するホテルチェーンも出現し、都市部では狭いエリアに複数のホテルチェーンが競合する立地も少なくない。会員システムでのリピーターの確保や大浴場の導入など、競合との差別化も行われている。

(4) 高品質バジェットホテル、ビジネスホテル　高品質バジェットホテルは、広くてゆったりとした客室で、快適な滞在を望む客層をターゲットにしている。シングルルーム約18～20㎡、８～10,000円前後とし、料飲機能をテナント等で導入し、利便性の向上を図っている。

その展開に影響され、従来のビジネスホテルが宿泊主体型へと業態の見直しを行い、新

築、リニューアルにより、今まで培ったブランド力に新たなコンセプトを加えて展開を始めている。

いずれも会員システムの導入はもちろん、客室のゆとり、快適性や快眠性の向上、IT設備の強化、充実した朝食の提供、タイムユースや長期滞在への対応等、何らかの特徴を打ち出し、個性化、差別化が見られる（**写真3**）。最近ではデザインやそれら様々な付加価値を全面に出し、高単価（10～15,000円クラス）を狙うホテルも出てきている。

展開の中心となるエリアはともに政令市の中心街や県庁所在地である。



写真3　快眠をテーマにした新業態ホテルの客室事例（レム日比谷）

(5) リゾートホテル、超高級旅館　近年、リゾートホテルに外資系ホテルが参入（箱根、沖縄、北海道等）し、活況を呈し始めている。とくに沖縄エリアには各種のリゾートホテルが計画、開発され、新旧多数のホテルの競合が始まっている。

東京、横浜等の都心のベイエリアには、都市における非日常空間としてアーバンリゾートホテルの誘致も進んでいる。とくにTDR周辺や横浜MM21エリアには、新たなホテルの導入により、周辺全体の整備とあわせた一大アーバンリゾートが形成されつつある。

特筆すべきは、日本古来の宿泊業態である旅館の中でも、超高級旅館のブームである。独特な空間構成やおもてなしは、国内だけでなく、海外からの観光客にも好評を博している。

■都市におけるホテルの役割

現在ではホテル、とくにシティホテルは単なる宿泊、料飲、宴会それぞれの機能の提供にとどまらず、様々な人に多様な目的で身近に利用される都市機能の一つとなっている。都市開発のイメージアップや集客の拠点としても重要な役割を担っており、今後もさらに都市に必要不可欠な施設、機能として位置付けと強化がなされるだろう。

一方「特別な場」であった頃のホテルは、その存在自体が「都市の顔」でもあった。1階に顔となるエントランス、ロビー、ラウンジ空間を導入し、来街者にも利用されてきた。しかし近年では、様々な用途の複合建物の一部にホテルを導入する事例も増えている。例えば低層部に商業テナントを導入して収益性を高める、あるいはオフィスとの複合で1階の「オフィスの顔」を重視する場合などである。その際、ホテルのロビー、ラウンジ空間は、建物の中間階や眺望の良い最上階となる。また宿泊主体型ホテルではロビーを宿泊者のみに提供する空間とするケースも多い。

よって、ホテルの業態や開発手法、利用者の変化に伴い、ホテルの「都市の顔」としての役割は少しずつ変化しているといえる。

■これからの日本のホテル

(1) 利用者の変化への柔軟な対応　少子化、高齢化が進む一方で、ホテルをTPOに応じてさらにうまく使いこなす人たちや、訪日客の増加に伴い外国人利用者が増加するとみられる。それらのユーザーの多様な変化やニーズをうまく捉えた「マーケットイン」の視点を持つホテルやブランド、新業態が求められるのではないだろうか。

利用機会の拡大を促す必要もある。そのためには、地域との連携強化も欠かせない。ホテルがテイクアウトショップや各種イベントでの情報発信をするだけでなく、例えば地域と一体になり「街のコンシェルジュ」として様々な情報やサービスの提供を行うことも考えられる。

(2) ブランド、業態の整理　現在、国内には外資系を含む大小100近いホテルチェーンが展開し、複数のブランドを持つものもある。今後新たなホテルの進出や展開も考えられ、競合はますます激しくなる。よってM&A等で類似の業態やブランドの整理統合が行われ、個性、付加価値の高いホテルが生き残り、伸びてゆくのではないだろうか。

(3) ホテルから外部への展開　テイクアウトショップだけでなく、既に高級賃貸マンション（サービスアパート）への展開や、人間ドック等で医療機関との連携がみられる。今後もホテル内のスパ・フィットネス、料飲施設等と住宅や教育、医療・高齢者施設等の外部施設との相互連携のもと、様々なサービス、ホスピタリティの提供や、健康、食育への取り組みがさらに進むだろう。

(4) 事業性の確保　景気の先行きが不透明な現在、右肩あがりの事業収益性の向上は見込めない。事業主（建物所有者、ホテル運営会社とも）はマーケットを長期かつ十分に見据えた無理のない事業計画を作成し、事業化を行う必要があろう。

開業後も常に周辺環境を注視し、施設への適切な投資や運営、販売方法の改善で収益の向上を図らねばならない。

運営の効率化の点では、自動チェックイン機やカードキーの登場でフロントスタッフの効率化が図れるようになった。今後も技術革新によるさらなるIT化、例えばホテル会員カードとチェックイン、客室キー、清算機能を携帯電話にすべて持たせ、利用者はそれ一つで予約からキー受け取り、チェックアウトを、ホテル側は顧客管理を自動的に行うことも考えられる。

■今後のホテルに期待すること

様々な場面で活用されるホテルは、都市に欠かせない機能として、今後もますます変化、発展してゆくだろう。

一方、ホテルの語源hospes（旅人・客・宿主）から分かれた、hospitalis（手厚いもてなし）という言葉がある通り、ホテルにはおもてなし、ホスピタリティの視点が欠かせない。ハード面の整備や充実だけでなく、ソフト面、例えば価格とサービス、クオリティのバランスという基本をきちんとおさえていく必要があるのではないだろうか。

「○○ホテルといえば、ここが良い」という一言でいえる明確かつ強力なコンセプト、ブランド力のあるホテルがより多く確立され、その中から国際的にも認められるホテルチェーンが今後もさらに登場することを期待したい。

（あかさか　せいじ
株式会社竹中工務店 プロジェクト開発推進本部(西日本)）

各論 2

インタビュー

リゾートホテルのブランド

～地域の捉え方とホスピタリティへの反映～

伊藤勝康

リゾートトラスト株式会社 代表取締役社長

日常的に非日常を体感できるホテル

――1973年の設立以来、会員制リゾートホテルのパイオニアとしてサンメンバーズ、リゾーピア、エクシブ、グランドエクシブ、エクシブ離宮など常に新しいリゾートホテルを展開されています。ホテルの立地として最適な場所と選定された、その地域をどのように捉え、ホスピタリティへ反映されているかお聞かせください。

リゾートで集うということには、2つのニーズがあると考えています。ひとつには、行ったことのないような場所へ行くこと、たとえば海外旅行など、めずらしいところへ行って新しい発見をすることでほっとしたり、癒しを感じたいということ。もうひとつのニーズは、職場や自宅から近くで、日常的に非日常を味わい、癒しを感じてもらう。あるいは、人との出会いでホスピタリティを感じてもらうこと。これが、われわれが追求してきたリゾートホテルの考え方です。われわれのお客様は東京、名古屋、大阪など大都市の方がほとんどですが、できるだけ近くで常々利用しやすい立地を求められることが必然的に多くなりました。最初、始めた35年前までは、リゾートというからには、やっぱり泊りがけで行きたい、泊りがけで行くからには4～5時間かからないと行った気がしないという感覚がありました。ところがお客様のご要望も35年来、年々変わりまして、ちょっと遠い、はなれたところで休日を過ごすということから、より近いところで日常的に非日常を味わいたいという方が増えました。より近いところでリゾートを味わいたいと変化してまいりました。

伊藤勝康社長



しかし今後は、時代背景を考慮して、システムを整えることで、遠い場所もいいというご要望にもこたえていく予定です。今までは、どちらかというと居住に近い地域に展開してきましたが、それにこだわらず、ニーズがあればどんどん他のところへも展開していきたいと考えています。

リゾートホテルのブランド

――リゾートホテルの「ブランド」とホスピタリティの関係についてお聞かせください。

リゾートそのものは、一番には場所がくると思います。われわれのブランドをつくるということは、一番に空間づくりにあります。空間を考えるときに重要なのは、自然環境です。お客様に自然環境をいかに楽しんでいただけるかということが、われわれの使命であり、ホスピタリティであると考えています。

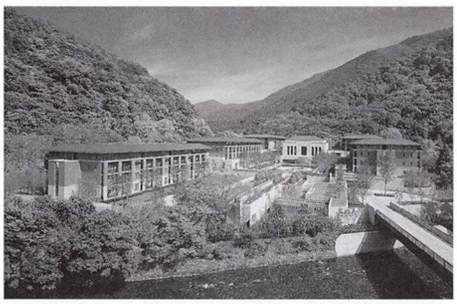
――地域の場所性というものが何よりも大事であるということでしょうか。

そうですね、場所の選定については、ユーザーである会員の方の全員共通のご要望があります。自然的な景観が優れているところに建ててほしい、汚いところは絶対にいや、ということが第一ですね。どうしても、海とか山ということになるでしょうね。

――ホテルに行くこと、ホテルで過ごすこと自体をリゾートとして楽しまれる方もいらっしゃると思いますが。

われわれはホテルの中だけで過ごせればいいと考えているわけではありません。やはりその地域の自然景観や歴史的建物の景観など、まちと一体であるということが一番望ましいと思います。

われわれが望むリゾートというのは、自然環境もよし、まちの環境もよし、すべていいところであるに越したことはないわけですが、残念ながら戦後日本では、特にまちの景観がますます悪くなる一方です。そういう事情から、少なくとも自分たちがかかわったところでは、別世界をつくろうではないかと取り組んできた側面もあります。本来は、まちや地域と一体になったもののほうが優れていると考えています。お客様も、ほっとする場所がホテル内の限られた1万坪、2万坪よりは、周りの10万坪くらいも含めて、すばらし



エクシブ京都八瀬離宮

い歴史景観や優れたまちなみなどの散策を楽しみ、まちの人とふれあい、楽しいホスピタリティを感じられるほうがいいと思います。それが理想です。われわれがつくったものが地域の役に立ち、周りの人々が景観を大切にするようになっていき、いいまちがどんどん出来上がっていけば、これはすばらしいことではないかと思います。

たとえばエクシブ箱根離宮はそういう傾向にあって、まちの景観をきれいにするために看板をやめる活動が起こるなど、周辺地域にも影響を与えています。これからは、そういう傾向が強くなってくると思います。

ホテルに求められる需要の変化

――昔のお客様が持たれていたリゾートホテルへの思いと、それから変遷して今、変わってきたというものはありますか。

徹底的に違うのは、30年から40年前までは日本のリゾートの需要というのは、「こどもといっしょ」「リゾート＝こども」でした。こどもといっしょに楽しめる。あるいは、おじいちゃん、おばあちゃんですと、孫といっしょに楽しめる。このパターンが90％以上でした。おじいちゃん、おばあちゃんだけでリゾートを楽しむようなことはありませんでした。それが今どうかというと、老齢者の２人きりが多くなりました。あるいは自分たちの仲間同士など。これは、基本的な考え方が変わってきたと思います。以前日本人には、遊ぶことは何か悪いことをしているような意識がありました。遊ぶための大義名分がほしいので、こどもの教育のため、こどもを喜ばせるため、など理由をつけていました。会社の団体旅行も会社のみんなで行けば怖くないという日本的な発想だと思います。もっと昔だと、お伊勢参りなども、遊びにいく段取りに大義名分をつくっていただけの話で、そういう道徳観があったからだと思います。それが欧米の個人主義的な考え方に変わったことで、やっぱり人生楽しまなくてどうするという考え方に変わってきたのでしょう。

――今は、ゆとり、楽しむことに積極的になれるようになってきたということでしょうか。

そうですね。徹底的にそういう価値観が変わってきて、少しは、その面ではよくなったと思いますね。

リゾートホテルと健康

――ホテル以外の事業として健康などに関するメディカル事業を東京、大阪で展開されていますが。

お客様に対してホスピタリティを提供することがわれわれの使命であると考え、リゾートで楽しんでいただく、癒しを感じていただく、というのもひとつのホスピタリティ、もうひとつは、人生楽しく過ごすための基本は健康であるという視点から健康管理、健康に役立つようなサービスを提供することも大きな役割であると考えています。そういう意味でやっていまして、これもホテルと同じく、医療的な機能であっても、その空間にいると安らぎを感じていただけるとか、そういったことをテーマにしています。

リゾートホテルとシティホテル

――ホテルトラスティなどシティホテルも展開されていますが、「リゾートホテル」と「シティホテル」の特色について共通するもの、または違うものなどお聞かせください。

日本でいわゆるビジネス型のホテルというのは、もともと戦前は全部旅館でした。東京・名古屋・大阪の大都市間はそのほとんど、７～８割が空襲で焼けてしまいました。それで今のホテル形式になりました。それでも、３割くらい残ったもので旅館形式というものはやっていましたが、戦後20年くらいでほぼなくなりました。その後残ったのは旅館機能ではなく、料理旅館というものだけ残りました。いわゆる一般の宿泊を機能とするところは全部ホテルに代わってしまいました。

ホテルトラスティ名古屋栄



戦後一貫してビジネスホテルは機能オンリーだったので、一晩泊まれればいい、あるいは、泊まってすぐ会社に行ければいいということがコンセプトでした。今でもほとんどがそういうものです。しかし少なくとも１日24時間のうち８時間過ごしたら、一日の１/３を過ごすのですから、たとえ寝ている間も雰囲気や感じのいい空間のほうが体も休まると考えています。ホテルで過ごしていただく空間を、いかに快適にするかということを重要なテーマとしてつくりました。われわれはリゾートホテルで培った経験を取り入れ、今までの機能オンリーのものではない、ホスピタリティを大切にしたホテルを提案しています。

東京ベイコート倶楽部　ホテル&スパリゾート

――「港の宮廷」として東京・お台場に展開された、地上約100mのスパ施設を持つ会員制リゾートホテル「東京ベイコート倶楽部 ホテル＆スパリゾート」にみる、これから目指されているリゾートホテルの今後の展望についてお聞かせください。

都市につくることを目指しているということではなく、都市の中で憩いを感じたい、より近いところでリゾート気分に浸ってみたいという需要が非常に大きくなったということだと思います。最初パークハイアットが出来、これが東京に出来たリゾートホテルのはしりだったのですが、それまではヒルトンや、ハイアットなど機能重視のホテルでした。そこでわれわれは需要を調査しました。われわれが驚いたのは、立地場所である新宿周辺の人たちの利用率がものすごく多い、４割もある



東京ベイコート倶楽部 ホテル＆スパリゾート

ことでした。外人のビジネスマンの利用が4割、残りの2割が日本のビジネスマンの利用でした。本来はビジネスが主と考えられていましたが、需要が変わってきました。

調査を続けてきた中で、たとえば最近オープンしたペニンシュラでは、オープンから1年間で土曜日の週末が100%埋まるほど盛況です。今まで信じられない結果でした。とある日系の名門ホテルは土曜日には割引券を配るほど利用者の確保は難しい状態でした。日本の名門ホテルのほとんどがそういう状態でした。ところが、ペニンシュラを利用したいという人たちは、都市ホテルに泊まれればいい、パーティーがやれればいいということではなく、そこに滞在することによって本当の癒しを感じたいという目的でホテルを選ぶようになっています。そういう人たちが非常に増えてきたと思います。今の外資系のホテルの宿泊料は、同じスペースで日本の帝国ホテルやホテルニューオータニの2～3倍の料金です。それでも外資系のホテルのほうがいいというのは、都市ホテルにもっと癒される空間が求められているのではないでしょうか。

われわれは、そういったニーズがあるならば、こたえていくのが使命であると考え、東京のお台場に「東京ベイコート倶楽部 ホテル&スパリゾート」をつくりました。東京という中にあっても、利用者がそこに安らぎやリゾートを求めておられるということであれば、そのニーズを満たすホテルの中でトップとなるものをつくらなければならないと考えています。

――今まで、ありそうでなかったということでしょうか。

そういうことでしょうね。そういうニーズを捉えていなかったということだと思います。昔の料亭などすごく高級なところは、結局は法人が利用しますが、接待需要というものは本当の癒しにはなりません。本当に自分が行きたい、自分が過ごしたいというのは、やはり自分のお金で利用してみてはじめて感じるのではないでしょうか。だから、そういう意味でいうと東京にはなかったと思います。残念ながら外国のホテルがそういうニーズにこたえる機能を備えてきて、同じ空間で料金が倍もするにもかかわらず、そちらのほうに宿泊客が流れていく現状は、日本のホテルとしては残念です。

建築は景観をつくる

――今後の展開についてお聞かせください。

今後は、いいリゾート地、自然空間、景観とかそういったところに行きたいという人たち、そういう需要もあるので、引き続きこれはやっていきたいと考えています。ロケーションは、まだまだ発掘するところはあります。あまり人には知られてはいないすばらしい景観や、そこに行くだけで力がわいてくる場所はたくさんあります。今までと同じコンセプトで、まだまだこれはつくっていきたいと思っています。

それからもうひとつは、都市のリゾートホテル。これもひとつのパターンとして今後はつくっていきたいと考えています。たとえば都市間のものですと、東京、名古屋、大阪にあるより、東京、北京、上海にあったほうが、いいと考えています。ほとんど時間的に変わらなくて、客層も増え、しかも経済が、日本だけで見ているとしぼんでいくものが、ちょっと広げるだけでどんどん増えていく。事業はニーズが増え、経済規模が大きなところでないと成り立ちません。沈んでいく中でがんばろうと思っても、だれかのシェアを取ってくるだけになります。あまりそうするといいものになりません。ひとつの展開としては、海外も視野に入れたほうが今後の発展につながるのではないかと思っています。

――都市にリゾートホテルをつくるというコンセプトは、海外でも成り立つと。

成り立つでしょうね。日本が都市の景観については、一番遅れています。名古屋や大阪に外国の方が来ないのは、この景観によるものと考えています。これがもっと本当に日本的なもので、そういったものをきちっとつくる、たとえばビルであってもインテリアやエクステリアが、ああ日本だな、名古屋だな、ということがわかるといっぱい人が来ると思います。これくらいの都市だと相当大きい。大連よりも大きいのではないでしょうか。今は大連のほうがまちとしては上だと思いますが、あの中国、あとから出来ても、すごい景観を守ろうとしています。中国人も日本人と同じで、看板をたくさん出すことで有名ですが、それを規制し、町並みをそろえようとしています。ヨーロッパの町は景観が命です。パリの小さな町でも、景観を整えるだけで人はたくさん訪れます。



エクシブ京都八瀬離宮

建築の景観が大事だと思ったのは、あのラオスの町です。戦争により90%近く破壊され、歴史的なものはなくなり、ぼろぼろになりました。しかしその後、半分くらいは新しくなりましたが、昔のままの景観を見事に復元しています。すばらしい考え方だと思います。一番最近で驚いたのは、クロアチアの町並み。ほとんど戦争前の景観と変わっていません。セルビアの空爆で壊滅的になった町をそのまま復元してしまうという力に感心します。

――その地域のオリジナリティのある景観を守っていくということが大事ですね。

景観のいいところに住んでいた人たちは、景観があってはじめて自分たちが癒しを感じ、楽しく生きられて、もしそこが悪い景観であったら、生きられないくらいの感覚を持っているのではないでしょうか。われわれ日本人は悪い景観にも慣れてしまいます。宇都宮の大通りなどの商業用の看板がずらっと並んでいる様は、自分で自分の町をどんどん住みにくくしている事例です。

――地域へホスピタリティが広がり、まちづくりへ発展していけばすばらしいことです。

そうありたいですよね。人が集うところにはそれなりの景観があってはじめて人が来ます。そういうことがわかれば、もうかるから景観をよくしようとします。今まで景観なんて金にならないからやらないというだけでしたが、今は景観が経済価値の指標になっているくらいです。建築家は楽しくてしょうがないと思います。建築というのはひとつの景観

をつくり出します。景観をつくり出すというのは、歴史であったり、まちであったり…。住むところをつくるというのは一つの文化や歴史をつくるのとまったく同じ行為です。この建物が出来て非常に景観が良くなって人が集うようになったと、思うだけで非常に楽しい。そういう設計者とわれわれも出会いたいと思います。

自然環境と建築空間

――地域に還元されるホテルづくりとは。

やはり、その景観をどうやったらよくなるかという観点でやっていくと、われわれがつくったものが参考になり、周りもよくなる。もうひとつは、やはり、自然環境との調和。日本は、自然環境は世界でもトップクラスです。すばらしい自然があります。一方で建物は世界でビリといわれていますね。世界一の自然環境を世界一最低の建築が壊しているというのが日本の事情でしょう。戦後の設計者やまちをつくろうとする人が、考えなくなってきたことにあると思います。

ヨーロッパではどうして周辺のまちに合致したものをつくれるかというと、提案者が必ず合ったものしか提案しないからです。石造りで統一してあったら、飛んだりはねたりするものは提案しません。必ず、地域とかそこの景観にマッチした本物を提案するから後世まであの景観が保たれているのだと思います。もちろん、いろいろな規制もあるでしょうが。

――景観になじみながらも、内部の高級感などは必要ということでしょうか。

ホテルというのは、やっぱり２～３日は過ごすわけです。われわれのお客様はかなり富裕層の方が多いのですが、その方の自宅より貧弱なところには行きたくありませんよね。

東京ベイコート倶楽部 ホテル＆スパリゾート



やはりほっとするということは、同時に自分の持っている美的センス、質感なり、そういったものを超えるものが提供されてはじめて、来て良かったなと思うのです。自分の持っているものより程度の低い提案なら、先ほどの建築家でもそうですが、既存のまちより程度の低い提案では、どんどんまちは悪くなっていくと思います。だから高級感については相当こだわります。

設計者に求めるもの

――設計者に対して、もっとこうあってほしいというところはありますか。

まちと景観というのは住んでいる人全員の話です。地域が建築協定かなにかで、景観を少し良くするだけで人は集まります。町並みについても、地方の商店街は駄目になっていますが、特徴がないからです。もしそれが、たとえば秋田の町であれば、秋田らしい、昔ながらの景観を持った町並みならば、それを求めて旅行者は必ず来ます。旅行者が来るということは品揃えが多くなる、周りの人たちもそこで買うということになると、郊外の大規模スーパーへ行かなくてもいいわけです。アメリカのダウンタウンなどは全滅です。汚ならしい、危険という町にしてしまうと駄目になる。ニューヨークのハーレムは、ちょっとSOHOのように替えたら、おんなじ景観なのにまた人が集まりだして、まちはきれいになりました。そういうことからも、景観を大事にしてほしいです。

――インテリアについては、いかがでしょうか。

ホテルというのは非日常的な空間なので、一番ありふれているものに人はなかなか感銘してくれません。何か新しい提案であるとか、ここへきて初めて体験できる雰囲気であったり、そういうものが必要だと思います。

――感動を与える場をつくるということでしょうか。

そう、やはり普通のものだけではつまらない。もし、おんなじようなものが２つあったとすると、実はどちらへ行っても同じ。どちらでもいいということだと、存在意義がありません。建物の存在意義においてインテリアというものは非常に大切で、その時代にあった、その時代に求められているけれどなかなかない、あるいは、昔をしのばせるけれども、新しい表現、新しい解釈によってつくっていくなど、すると、それに出合った人たちに感動を与えます。インテリアデザインにおいて、そういうものをなくしたら終わりだと思います。



東京ベイコート倶楽部 ホテル＆スパリゾート

――新しいけれども２～３年で廃れてしまうようなデザインではなく、もっと長く続かせなくてはいけないと。そのバランスがなかなか難しいですが。

そう、やっぱりでもね、歴史を振り返ってみると、そのときに新しいとは言っても、いいものは永遠に残っていく。やっぱりいいものはきちんと残ると思います。いいものさえつくってくれれば。

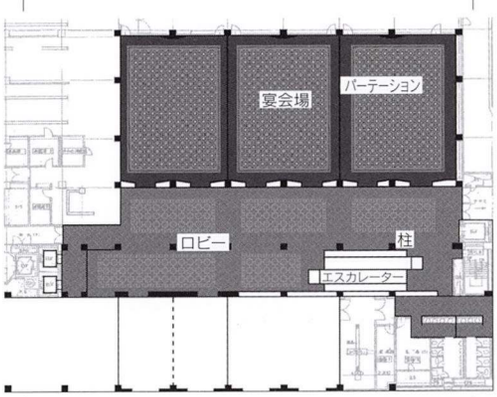
建築と社会などまさにそのものであると思います。いい建築をつくれば、まちは出来るし、社会が出来ていく。人が集い、ほっとするというのは全体の雰囲気が大切です。そういうホテルをわれわれは目指しています。

と　き　2008年３月10日
ところ　リゾートトラスト株式会社本社
●聞き手〈編集委員〉
高野　直樹／株式会社安井建築設計事務所
設計部
戸井賢一郎／株式会社日建スペースデザイン
大阪設計室
●コーディネーター
野崎　敏夫／株式会社安井建築設計事務所
常務執行役員

各論 3

ホテルのカーペットとそのデザイン

儀　卓



ボーダーデザインを宴会場とロビーに使った一般的なレイアウト方法

私が在籍するデザインチームは、カーテン、織物クロス、カーペット、椅子張り地などファブリック商品の開発業務をおこなっている。私自身の主な担当はカーペットであり、本稿では、ホテルとカーペットにまつわる所見を述べさせていただく。

■カーペットがホテルで使われる理由

カーペットの種類には、ロールカーペット(長尺反物)、ラグカーペット（マット状のもの)、タイルカーペット（1枚50cm角サイズが主流）がある。日本で使用されている量をみるとタイルカーペットが約90%を占め、残りがロールカーペット等である。ホテルで主に使われているのはロールカーペットであり、幅は270～400cm、長さは約30mまでが標準で、反物を継ぎ合わせて部屋の中に敷き詰めていく。以降で記すカーペットとは、ロールカーペットのことをいう。

＊

人の往来が激しい場所に敷く業務用カーペットは、強度を持たすつくりこみをするため、家庭用に比べ高額なものになる。アッパークラスのビジネスホテルやシティホテル、リゾートホテルで利用され、フロントロビー、宴会場(会議室、多目的ホール)、宴会場ロビー、共有部通路、客室、客室階廊下、料飲施設といった所に用いられる。これらの場所にカーペットが使われる理由をまとめてみた。

●高級感　ホテルの利用客がインテリアに高級な雰囲気を感じてくれる、これを第一の理由に挙げたい。カーペットの魅力は踏み心地の柔らかさや歩きやすさを体感し、質感やデザインといった外観を楽しむことにある。他の床材では得られないクッション性は、科学的な実験により足の疲労軽減に最も優れた床材であることが実証されている。そして多彩なデザインはインテリアの高級感を演出するのに一役かっている。本稿でいうデザインとは色、図柄、テクスチャーのことを指し、この分野では他の床材に比べバリエーションの豊富さは抜きん出ている。

●リラックス　繊維製品特有の親しみやすさ、工芸品的な温かみが、リラックスできるインテリアをつくり出す。カーペットの起源は約3000年前に遡り、古代から人間の暮らしと密接にかかわってきた。人が直接触れる調度品のためか親近感や愛着が湧きやすく、人々の心を落ち着かせる力を持っている。石や木が床全体に使われているホテルでは、アクセントにラグカーペットを置く手法がよく取られている。無機質な石だけで床を覆ってしまうと冷たい印象や殺風景な雰囲気になってしまうこともままあり、カーペットの温かさや柔らかな質感が必要となるのだろう。

●機能　カーペットの持つ様々な機能や特性が居心地の良い空間をつくり出してくれる。例えば音を吸収、遮断し、反響を防ぐ性質があるため、宴会場やロビーでは足音を殺し、大勢の声が発する耳障りな感じを軽減してくれる。客室では他人の出す音や自分の出す音を気にしないで、ゆっくりと休むことができる。そのほかにも滑りにくく安全であること、保温性が高く省エネに貢献できることなど優れた特性を持っている。まさに快適、安全な環境を提供することができるインテリア用品だといえる。

●イメージチェンジ　カーペットを取り替えるだけでインテリアの雰囲気を一新させることができる。インテリアのイメージが集客を左右するホテルにとって、部屋の印象を簡便に変えられることは大きな利点になる。カーペットの機能だけにとどまらず、デザインもホテルの重要な関心事になっている。

＊

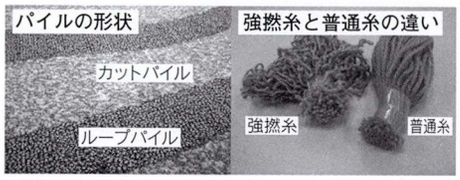
逆に、問題点や要望される点としてよく指摘される事例も、参考までに記しておく。

●汚れ　汚れにくいカーペットを求められることが非常に多い。繊維の防汚加工技術は発達し、液体系の汚れは着きにくく落ちやすくなっている。だが汚れの種類すべてに対応できる防汚性能は確立するのが困難だ。汚れたら放置せず、なるべく早く清掃するのが美観を保つ最良の方法である。

●寿命　耐久性の保証を求められる場合があるが、歩行頻度や手入れの度合いなど条件によって変わるので答えるのは難しい。時間がたつに従い、糸が踏み固められてフェルト化したり、カーペットを継ぎ合わせた接合部が破れたりなどの傷みが生じてしまう。敷き替えは平均で宴会場は約7年、客室は約10年でおこなうことが多い。この辺りが耐久性の

目安と考えてもらうのがよいだろう。

●クモ　クモ現象と呼ばれる問題がある。カーペットに雲の形のような影が出る現象で、汚れているように見える。カーペットの表面は6～10㎜長の糸が立った状態になっており、この糸をパイルと呼ぶ。形状にはカットとループの二種類があり、クモはカットパイルでよく現れる。パイルが部分的に逆方向に傾き出し、その箇所が雲のように見えてしまうのだ。原因は不明で、敷く場所の湿度や歩行の偏り、床の不陸などの要因が重なり、パイルの傾きを引き起こすと考えられている。対策として、糸を強く撚った強撚糸を使い、パイルを傾きにくくする方法が採られる。



＊

もちろんホテルではカーペット以外の石や木、セラミックなど多種類の床材が使われている。特に高層建築で営業する最近のホテルは、近代的な建築に質感がフィットする石や木を使うケースが多い。ホテルの中でカーペットの面積は減少してきた感があるが、インテリアの重要アイテムであることに変わりはなく、今後もホテルの住環境や美観を高めることに貢献していくと思われる。

■カーペットデザインの歩み

ホテル用カーペットは大別すると、機械織機を使って製造するウイルトンカーペット、アキスミンスターカーペット、タフテッドカーペット、工具を使い人力で製造するハンドタフテッドカーペットの四種類からなる。織機の違いや製品特性については割愛するが、それぞれに表現できるデザインに特徴があり、また制約もある。本稿はデザイン全般の傾向について語り、特定のカーペットのデザインを示すものではないことをお断りしておく。

ホテルにはメーカーが一般に販売している既製品だけではなく、そのホテルのためだけに作られた特別注文のカーペットが多数含まれている。ロビーや宴会場など人目を引く場所に敷いているものは特注品（別注ともいう）である確率が高い。昨今は利用客もホテルを選ぶ基準の上位に、インテリアを挙げる。特注品でオリジナルデザインを作り、インテリアの独自性やデザイン性を高め、ホテルの魅力をアピールすることが顧客獲得のための手段になる。ホテルの意向や設計者、デザイナーの個性、メーカーの技術、時代の流行、それらが特注品のデザインに反映されている。私個人の経験では、20年前は年間20件程度であった特注品の引き合いが、今ではその10倍近くに増えている。オリジナルデザインへの志向はこれからも強まる傾向にある。

＊

●80年代　ホテルは宴会需要が営業の柱で、宴会場やロビーは披露宴を想定したインテリアづくりがなされた。カーペットはシャンデリアとならんで華やかさを表現する花形的な存在であった。カラーは高貴や豪華さの象徴である赤絨毯を連想させる色合いが主流で、デザインモチーフは西洋のデザイン様式（ルネッサンス、ロココ、バロック）に範を求めた装飾性豊かなものが採用された。旅館から転進したホテルでは西欧風のインテリアを取り入れながらも、和風の図柄をモチーフにする意向が強く、伝統的な文様をアレンジしたデザインが支持された。この時代の特徴的な傾向として、ご当地に因んだ花鳥風月を取り上げたデザインが望まれ、花柄を中心とした具象的な図柄が好まれた。

●90年代　バブル崩壊時代だったが、好景気時に企画された新築、改装計画を実行するホテルも多かった。玄関ロビーに吹き抜け空間を持つアメリカンリゾートタイプのホテルが登場し人気を集め、宴会場は1000㎡を超える規模も珍しくなかった。インテリアはトータルコーディネイトの意識が強まり、カーペットも赤系主体からカラーバリエーションの多様化へと変化した。アースカラーという言葉と色がこの時代の特徴だった。客室フロアは複数のカラースキムが使われ、偶数階と奇数階でウォームスキム、クールスキムに分けるなどデザインとサイン計画をうまく組み合わせる手法が採られた。デザインはインテリアの格式が高まるボーダー柄が多くのホテルで取り入れられた。大宴会場はパーテーションで分割した部屋ごとに、ロビーや廊下はエレベーター前や客室ドア前など要所にボーダー柄を配した。カーペット単体の図柄だけではなくフロア全体をどのようにレイアウトするかが、デザインのポイントになっていった。複雑なフロアレイアウトが可能になったのは、この時代に織機の柄出し装置が紋紙からコンピュータ制御に進歩したためである。

図柄の主役は、具象柄から幾何、抽象柄に移っていった。インテリアの中でカーペットデザインが突出するのではなく、周りとの調和を重視した結果、幾何柄や抽象柄がモチーフとして扱いやすかったのだと思う。

●近年　多くのホテルが宴会から宿泊重視にシフトし、エステサロンや料飲施設といった付帯設備が利用客の耳目を集め、一般誌でホテル特集が組まれるようになった。特に最近の外資系ホテルの進出ラッシュは世間の注目を浴びた。客室は快適さを求め広くなる傾向にあり、スイートルームのインテリアは高級マンションのモデルルームの参考になっている。大宴会場はコンベンションルームの性格を強め、中小宴会場が個人の多様化した披露宴に対する要求に応える形になってきた。海外デザイナーがインテリアを監修するホテルが増え、彼らが日本を表現したデザインが新鮮に映り、和モダンブームの先駆けになったことも記憶に残る出来事だ。

カーペットはテクスチャーに凝るのが流行になった。表面が平滑なオールカットより、凹凸感の出るオールループやカット&ループといった織り技法を駆使したものや、強撚糸や収縮糸等の意匠糸を使って質感に深みを持たせたデザインが望まれている。宴会場、客室といった場所を問わず、図柄の敷き栄え感だけではなく足元の質感にこだわることがデザインの傾向になっている。テクスチャー重視は他のインテリアファブリックにも共通し、デザイナーはテクスチャーが生み出す陰影や素材感をインテリアデザインの質を高める重要な要素として捉えている。

＊

カーペットがこれからもホテルインテリアに必要とされ、優れた機能と素晴らしいデザインを提供し続けることを願ってやまない。

（いそ　すぐる　株式会社川島織物セルコン インテリア事業部 テキスタイル商品部 デザイングループ グループリーダー）

終章

旅とホテル

～ゲストルームのプランニング～

浦　一也

■現在のホテル

旅をして、そこに人がとどまる限り、ホテルというものはなくなりません。そしていつの世にもホテルはその町の象徴であり、その町の程度を示すバロメーターでもあったのです。

それにしても、ホテルは昔から「儲からない」といわれます。それはそうです。たった一晩の宿泊客のために、昨日できたばかりのようにクリーンナップし、髪の毛一筋も落としてはならないのですから。隣室や上下、外部の音が聞こえてもいけませんし、部屋の中で無防備な姿になるので、安全であることはもちろんです。安全＋清潔＋静寂＝安心といわれる所以です。「汚いホテル」「遮音に問題があるホテル」などといわれると、あっという間に人が来なくなるのです。儲からないのです。

以前は「ホテルのように」とよくいわれました。ホテルのようなロビー…。ホテルのような豪華さ…。夢のようでそれは素敵で…。つまり「高嶺の花」だったのです。ところが今はどうでしょう。誰でも行ける街のパブリックスペースになってしまいました。それはよいとしても、「ウチのお風呂のほうがいいわ」「安っぽいわね」「ホテルなんて名ばかりね」という声さえ聞こえてきます。ホテルは安くつくり、よく見せるものだということがみなさん分かってきたのです。もう期待していないのです。

ホテルブランドによるグレードということもなくなりました。以前は、ホテルの名前がそのままグレードをあらわしていたのです。またホテルが事業者でもあったのですが、いま、ほとんどのホテルはオペレーターと所有者が分かれています。建物の売買が盛んに行われ、持ち主は頻繁に替わります。リブランドとかいって、ホテルの名前も時々替わるのです。もちろんコンセプトもインテリアデザインも。こうなると、使うほうが分からなくなり、「あのホテルはいまこういう名で、こんなホテルになった」ということが話題になるのです。そしてそういわないと分からないほど、デザインも似ています。みんな同じようになっていいのでしょうか。

■これからのゲストルーム

ホテル…とつぶやくとき、ことほど左様にそのイメージは変わってしまったのです。心が浮き立つものがまるでありません。

というふうに書くと身も蓋もないのですが、それでもホテルはホテルであり続けなければなりませんし、よく見ると、変わらないように見えるなかにも変化があります。たとえばゲストルーム。

●このごろバスタブが少なくなっています。アンケートをとるまでもなく、若年ほどゆっくり湯に肩まで浸かりたいと思わなくなっているのです。みなさん日本的な洗い場がないところで身体を洗うのはどうしていますか？　浴槽に浸かって、そのまま身体を洗いますか？　それとも浴槽でシャワーだけ使いますか？　あのシャワーカーテンなるもの、身体にまとわりつきますね。それより独立したシャワーブースがあれば気持ちがいいのです。バスタブは身体を温めたり、リラックスさせたりという本来のものになりますが、使い分けは面倒です。シャワーブースがあれば、それすら不要かもしれないのです。

●バスルームがガラススクリーンで仕切られたり、窓がついたりした部屋がふえてきました。ベッドルームからバスルームが見えたりするのは「品がない」「とんでもない」と思われてきましたが、倫理観はその社会をよくあらわすものです。ガラススクリーンは狭い部屋を広く見せますし、ブラインドなどがあれば中が見えなくもなるのです。私はこの現象を、いまに仕切りすらなくなるかもしれないと思い、「溶けていく」といっています。バスタブは湯を張ったベッドのようなものです。旅館の分野では当然ですが、そのうち日本的な露天風呂があらわれるかもしれません。扉や壁は限られ、それすらシングルルームでは不要かもしれないのです。もとより、ドアというものは２人以上の空間で必要になるものですが。

●ベッドルームも変わってきています。家庭のようにテレビがますます薄く大きくなりました。大きな図体を隠すために「アーモアド」（よろいをつけた）としたことが笑い話のようです。

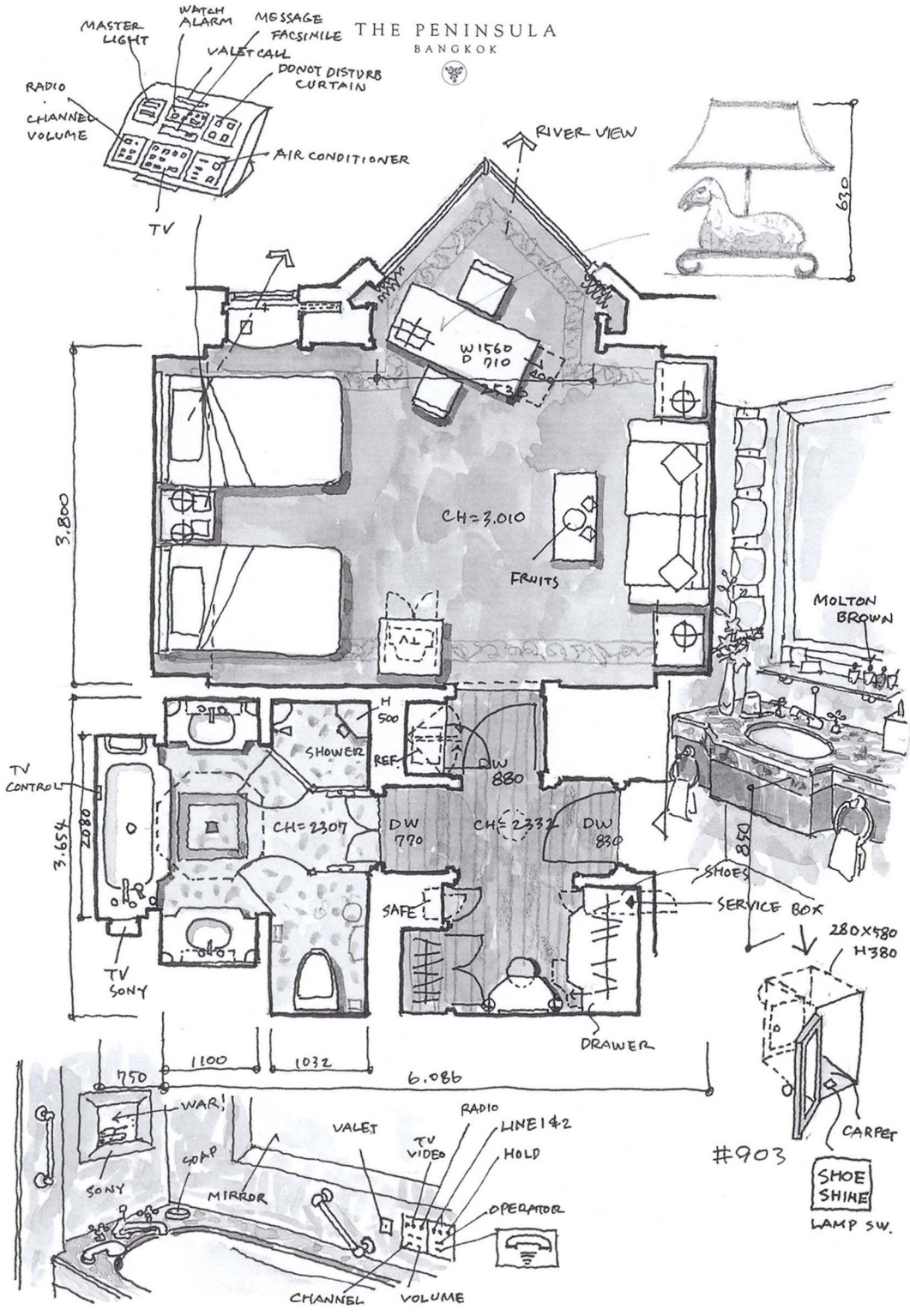
●ライティングデスクも変わります。だいたい手紙なんてあまり書きません。Eメールをするためにパソコンをモバイルする人がふえているので、部屋にはパソコン用のジャックが必需なのです。パソコンはコーヒーテーブルでもできますが、低いのです。ルームサービスで食事をしたり、お茶を飲んだり、書き物をしたり、パソコンもできたりというと、高さ650とか700で、すこし大きないわゆる「ロマノフテーブル」にとって替わられるかもしれません。ライティングデスクは姿を消します。

●ミニバーは充実すると思います。冷蔵庫は小さくならないのです。どんな大きさのホテルでも容量はふえ、酒類の内容は多品種になり、それを楽しみにするようになるでしょう。ミニバーの豊かさは部屋のグレードをあらわします。

●ベッドまわりは、より豊かになります。羽根ぶとんを使うホテルがふえ、デュベスタイルとしてターンダウンサービスをしているところはほとんどなくなります。コンフォーターやベッドスプレッドは減るでしょう。リネンの程度は上がり、細かな番手のリネンが話題になり、低反発の素材の枕が活躍し、安眠・快眠の程度を競うようになります。

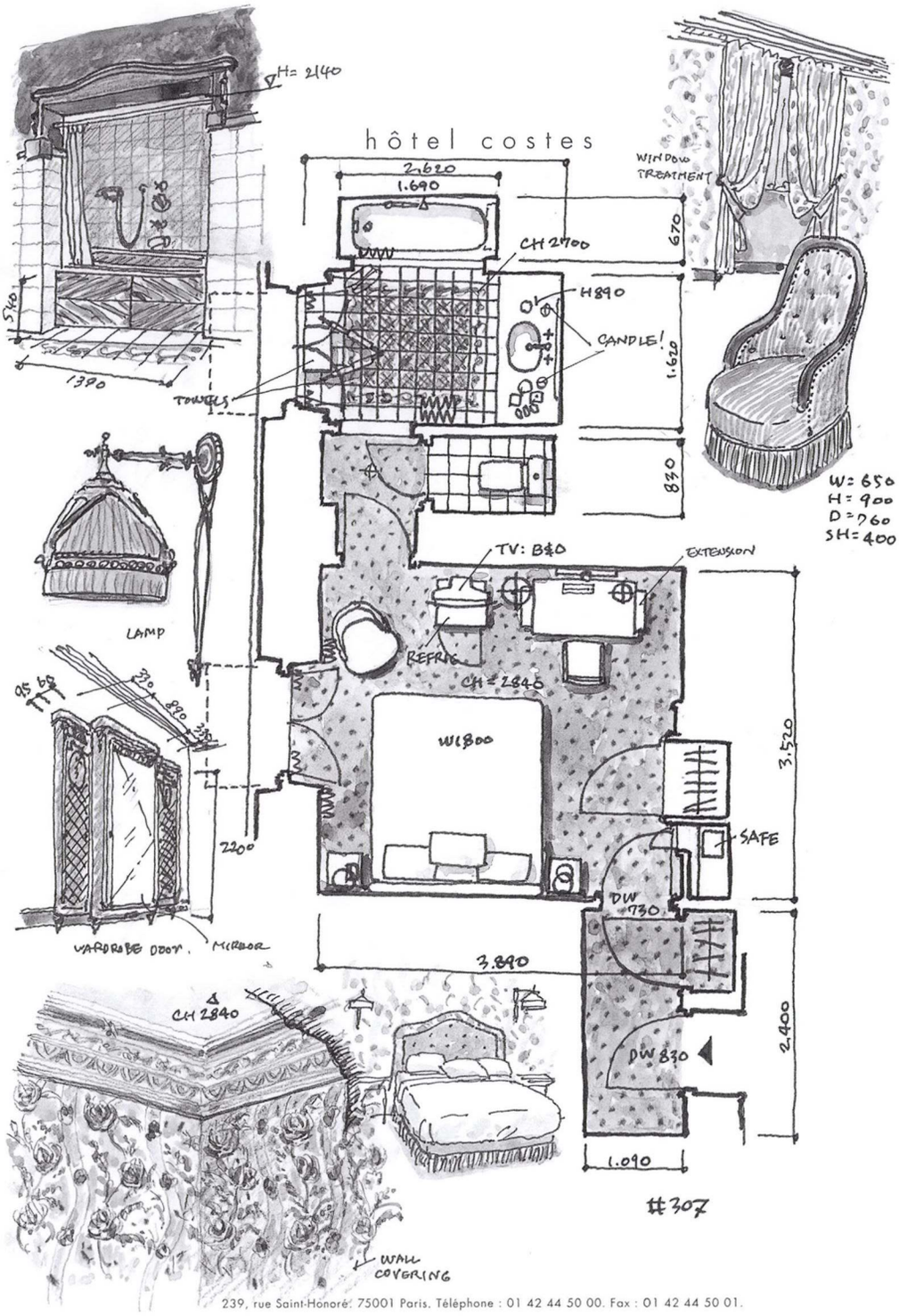
*

これらはみんな、これからのホテルならではのものです。新しいコンセプトで臨むホテルは当然新築がいいのですが、経済状況を考えれば新築ばかりというわけにはいきません。われわれは何回もホテルブームを経験しましたが、軀体は耐震改修できるものが多いのです。やっと、社会資本としての建築が残ってきたともいえます。建築家はどちらかというと新築をしたがるでしょうが、インテリア



ペニンシュラ・バンコック

タイ
バンコック



オテル・コスト

フランス
パリ

プランナーやデザイナーのメンタリティは改修でもあまり変わりません。オペレーターにとっても多くの反省の上に立ったリノベーション、リニューアルのほうがいい場合すらあります。

基本的にホテルという施設は休みがありませんが、改修にはカーペットを張り替えるだけのソフトリニューアル、家具の一部だけ、バスルーム以外、配管を盛り替え、水回りを対象、2室を1室にするなどの大改造まで、多くのレベルがあり、デザイナーは利用者の傾向やコストを含めてクライアントと綿密に立案します。設備なども含めた全体のファシリティ・マネジメントやコンストラクション・マネジメントが望まれるところです。

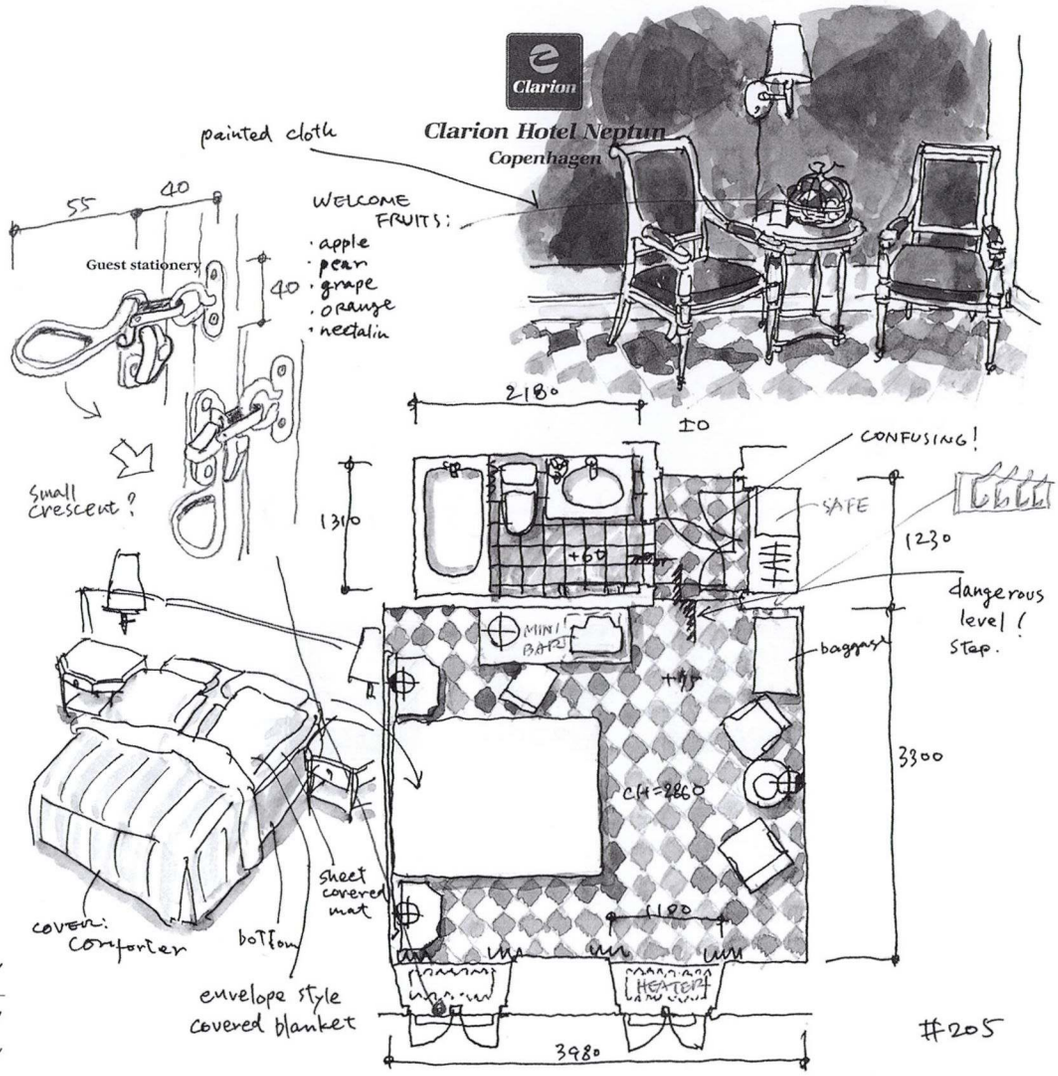
*

日本には、優れた宿泊施設として旅館の存在があります。旅館は伝統的な施設ですが、その範疇からホテルと区別されて扱われてきました。旅館を時間とプライバシーという点から考えますと、まず、時間的な「きまりごと」があるのが旅館です。食事時間が定められます。入浴の間に食事や寝具の用意などがされるのはすばらしいホスピタリティーともいえますが、自由度が少ないともいえます。またプライバシーのなさは当然で、旅館ではいつも従業員から聞き耳を立てられているといった、ホスピタリティーの考え方がまったく違う施設であるといわざるを得ません。しかしその高いホスピタリティーにはすばらしいものがあり、ホテルでも何とかならないものかと思うものがあります。今後、その良さを尊重して、日本的な新たな宿泊施設として、ある姿を目指すべきです。ホテルと旅館の長所を併せ持った第三の施設が待望

されます。

*

このように、ホテルは変わろうとしているのです。事業者も設計者も考えています。かつてのような栄光にはなりませんが、新しい都市施設として住宅やオフィスに負けないデザインを模索しています。旅をするということは、「あのホテルに泊まれる」とわくわくするくらいのことを狙っているのです。



クラリオン・ホテル

デンマーク
コペンハーゲン

■メジャリング

私は泊まったゲストルームを実測し続けています。はじめは仕事の資料収集でしたが、今は「病気」に近いものがあります。これをしないと落ち着かないのです。1時間足らずでメジャーや計測器で実測して、レターペーパーに1/50で描き、着色です。室内の色は水彩絵具で調色して調べ、色名帳を持つことはありません。写真より正確なものになります。時にはドレープの端裂をシッケイすることだってあるのです。

世界中のホテルを見たわけではありませんが、性能では国内のホテルがずっと上。海外のホテルは概して保守的に見えます。もちろんコンテンポラリーなホテルも多いのですが、伝統的なホテルこそ、その意匠を守っているという価値があります。夢ホテルはそのままのかたちでも魅力を失わず、むしろそのようなホテルを旅行者が選んでいるのです。これは趣味・嗜好の域でしょうが、はっきりいって、実測してもいわゆるデザインホテルは面白くないのです。

実測したゲストルームから何かが見えてきます。批判は創造するよりずっと簡単なものですが、私にとって実測して確かな裏づけを持つことで、創造との間に「振幅」が生まれるのです。

*

ホテルは、宿泊施設ですが「そこに住まない」という特別な施設であるにもかかわらず、これからも形を変えながら永続していくはずです。

インターナショナルといわれますが、それは「西欧型」にすぎなく、風土や民族、習慣といったものがどこかに必ずあらわれるのがホテルです。初めての地で、裸になってくつろぐのですから、安心や安眠をつくり出すというのは大変なことです。ハードばかりではないのです。サービスやソフトが価値の半分以上を占めるでしょう。それも人の細やかな配慮がものをいうのです。

ホテルを去るとき、「もう二度と来たくない」と思うのと「もう一度来たいな」という間にはすごい差があります。だから、面白いのです。「あのホテルには二度泊まった」と聞いて快哉を叫んでいる設計者がいるのです。

（うら　かずや
株式会社日建スペースデザイン代表取締役、東京藝術大学修士）

「建築と社会」誌

特集一覧●1986~2007

大正6年3月に誕生した日本建築協会（当時・関西建築協会）の、機関誌は大正6年9月に「関西建築協会雑誌」と題して創刊された。大正8年に「日本建築協会雑誌」、さらに1年後には「建築と社会」と改題し、今日に至っている。

取り上げてきた特集テーマは下記のとおりで、バックナンバー購入希望は、日本建築協会事務局（TEL 06-6946-6981、FAX 06-6946-6984）まで。販売価格は1200円（送料・消費税含）。

号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1986 vol.67	●これからの住空間―都市型集合住宅にみる	●屋根―そのデザインと素材	●現代デザイン―ポストモダニズム10年 ●これからの防水工法	●インテリジェントビルの建築・設備計画	●自治体営繕と公共建築	●建築防災と法 ●大阪市庁舎（第2期）	●21世紀の住宅と設備	●開発―その創造的仕掛けの鍵をもとめて― ●ツイン21	●CAD―その応用と展開	●オフィス空間の構成	●第33回青年技術者	●インテリア・イクステンションとリニューアル
1987 vol.68	●入浴物語	●腐食	●創立70周年記念号	●躍動する東海へ	●貯蔵・保管施設 ●大阪府立体育会館	●室内の仕上床	●駅	●行政建築家の可能性	●シティホテルの設備	●宝塚の街づくり＊	●建物と町並みの接点 ●昭和設計作品集	●第34回青年技術者
1988 vol.69	●ホテル物語	●軟弱地盤と基礎 ●文化と伝統―東海からの報告	●設備におけるLCCとリフレッシュ ●東畑建築事務所作品集	●建物の外装リフレッシュ＊	●都心居住	●中国地方の展望とひろしまのまちなみ	●21世紀への照明＊	●制振＊	●超高層住宅を考える	●集合住宅のリフレッシュ＊ ●大阪府営善	●第35回青年技術者 ●800号記念＊	●讀賣テレビ
1989 vol.70	●夢をのせる輸送設備	●リゾート事情 ●竹中工務店創立90周年記念	●色の復権 ●東海の新建築と伝統技術＊	●省力化のための材料・工法	●まちづくりと法	●博覧会とまちづくり	●都市環境創造と設備I	●建築とアート	●構造の省力化 ●鹿島建設大阪支店建築設計部作品集	●都市環境創造と設備II ●ユーザー参加のハウジング	●第36回青年技術者	●最近の博覧会パビリオン
1990 vol.71	●商品化住宅のデザイン＊	●ニュータウン・ルネサンス	●東海の都市景観 ●佐賀市文化会館＊	●スケール感	●プレハブ住宅技術の現在と未来	●国際花と緑の博覧会	●建築家のための設備知識―中規模オフィスビルによるケーススタディー	●高強度化―設計の多様化をめざして―＊	●やわらかな住宅管理・ユーザーの役割	●都市のナイス・プレイス ●兵庫県営繕の歩み	●第37回青年技術者 ●和歌山県の展望と景観＊	●高級感―建物の顔：感性の時代を迎えての外装材
1991 vol.72	●新しい都市空間づくり―I― ●オフィス・プレジャー ●新しい都市空間づくり―II― ●建築の風景	●東海支部復活30周年記念	●大阪東京海上ビルディング	●今、京都 ●建築家のための設備知識―複合商業ビルによるケーススタディー	●建築と土木 ●毎日放送本社ビル ●近畿地方建設局営繕部	●一般号＊	●建築をめぐるトラブルとその解決 ●建設現場のイメージアップ作戦	●空間のアイデンティティ ●きんでん写真集 ●大建設計40周年	●自治体住宅政策への提言 ●大林組創業100年記念	●建築と土木―構造技術の世界― ●第38回青年技術者	●スリムでタフなコンクリート ●21世紀の住まいを考えるシンポジウム
1992 vol.73	●夢物語―人がかわる、まちがかわる―	●こだわりのインテリア ●近畿の郵政建築15年の歩み	●建築とデザイン―東海支部―＊	●建築家のための設備知識―集合高層住宅の設備システム―	●地球環境時代の建築	●街創り、住まい創り―住宅・都市整備公団関西支社10周年―	●木構造を使ってみませんか―集成材による構造―＊	●接着―建築分野への限りなき可能性	●中国地方の町並みと建築家の「語り、夢、作品」＊	●屋台一仮設の魅力に学ぶ― ●ハウジングのメインストリームを探る	●いま建築教育に何が期待されているか	●京のかたちと色
1993 vol.74	●第39回青年技術者 ●東畑建築事務所創立60周年記念作品集	●大阪府営繕	●東海の美術館・博物館	●市民劇場の舞台設備	●環境―限りある自然と建築とのかかわり	●都市のスカイライン	●映画の中のインテリア ●けいはんなプラザ・住友ホール	●建築の再生―構造技術の役割― ●大阪市営繕	●国際的パートナーシップの可能性	●福祉のまちづくり	●都市型住宅再考	●第40回青年技術者 ●環境―人にやさしい空間創造をめざして
1994 vol.75	●コピー文化の新時代 ●広島の街創りアジア競技大会	●九州のインスタレーションと貌	●伊勢・神宮式年遷宮と神宮界隈＊	●建築のエネルギーシステム	●明日に向かって―会員作品＊	●いま、医療施設は	●住空間における居どころへの視点	●まちなかの看板 ●竹中工務店の集合住宅	●水と建築 ●日本建築総合試験所	●建築設備のCGシミュレーション ●村野、森建築事務所	●構造美―建築の中の美 ●集合住宅団地リニューアル	●第41回青年技術者 ●関西国際空港
1995 vol.76	●光がつくる風合の世界＊	●音―騒音から操音/創音へ	●飛騨・美濃―まちの活性化と地方文化＊	●トイレから見た都市文化	●トイレ空間	●接合 ●コスモタワー	●ユニバーサルデザインとは	●私の空間作法―会員作品	●新しい「都市・建築」の視点＊	●建築構造と社会の接点 ●日建設計＊	●ライフラインと建築設備＊	●第42回青年技術者 ●滋賀県建築課
1996 vol.77	●阪神大震災から学ぶ＊	●大阪府住宅供給公社創立30周年記念＊	●遠江―その地方振興と文化＊	●立体駐車場設備 ●大建設計	●災害！非常時に生きる法体系 ●OAPタワーズ	●いま、プールがおもしろい	●住まいの未来像	●マルチメディアがつくる世界	●キーコンセプトの新時代	●最新の大規模スポーツ競技施設の設備	●私の空間作法'96 ●九州の元気 ●りんくうの3作品	●第43回青年技術者 ●近畿地建営繕部
1997 vol.78	●建築のロングライフ化をめざして	●鉄ものがたり＊	●東海支部会員作品 ●金沢・優住一風土・文化とまちなみ・建築＊	●創立80周年記念／建築と私と社会―80人の眼―＊	●木造建築物の伝統技術とその将来	●住む空間の復興―法・制度の運用と新たな展開へ― ●住都公団関西支社	●素材の不思議 ●大阪ドーム	●新エネルギー ●住宅・都市整備公団改革への提言	●クロスワード都市OSAKA＊	●モザイク都市の住むかたち ●昭和設計40周年	●私の空間作法―会員作品―	●第44回青年技術者 ●京都駅ビル
1998 vol.79	●新しいまちづくりの予感 ●東畑建築事務所創立65周年	●Concrete ●九州とわたし、そして建築	●東海支部会員作品 ●信州―諏訪とその周辺―	●街並みの演出―最近の外構材料	●生活環境の安全・安心	●地球環境保全と建築	●心と体を元気にするインテリア	●建築設備―ビルメンテナンスの立場から	●建築への証言'98―21世紀に向けて	●ゆれをとめる―たえる技術からかわす技術へ	●私の空間作法 ●2001年の医療施設	●第45回青年技術者 ●駅とともに歩んだJR西日本の12年
1999 vol.80	●“らしさ”のデザイン ●建築を綾どる小粋なモノの仕掛人	●大阪市都市整備局	●東海支部会員作品'99 ●北信濃―街並み修景と地域文化の再構築	●都市のパブリック	●関西建築界の流れと東畑謙三の足跡をたどる	●大阪城天守閣平成の大改修	●改正建築基準法―まちづくり・すまいづくりへの展開―	●私の目でみた環境問題	●アーバンインテリア―都市空間としてのインテリア	●木とともに	●私の空間作法	●第46回青年技術者
2000 vol.81	●21世紀のデザインの動向を見る ●安井建築設計事務所創業75周年	●中国支部―しまなみ海道と中国地方の街づくり―	●東海支部会員作品2000 ●越中・富山―地域文化の振興と新たな施設づくりの流れ	●こころを癒す環境デザイン	●測る―測定方法と測定結果が意味するもの―	●スケルトン&インフィル	●改正建築基準法―パートII―	●100年後へのメッセージ ●日建設計創業100周年	●来世紀に引き継ぐ―わざ、もの、こころ―	●時間	●私の空間作法―会員作品― ●21世紀の高齢者の居住環境	●第47回青年技術者
2001 vol.82	●エヌ・ティ・ティファシリティーズ	●21世紀の建築設計教育	●東海支部会員作品 ●岐阜・大垣	●IT社会におけるきずな	●自然素材をめぐる「もの・わざ・ひと」	●成熟社会をささえるまちづくり	●現代の日本の空間・文化を探る	●環境―近未来に向けて今できること― ●大建設計―作品特集1996~2001―	●建築の力都市の力	●緊張 ●都市基盤整備公団関西支社	●私の空間作法―会員作品―	●第48回青年技術者 ●NHK大阪放送会館・大阪歴史博物館＊
2002 vol.83	●国土交通省近畿地方整備局営繕部＊	●再生・リサイクル	●東海支部会員作品 ●愛知・名古屋	●生活環境の安全・安心―パート2―	●塗装のいろいろ	●都市再生に向けた建築基準法集団規定のあり方	●いま、インテリアデザインは ●湊町リバープレイス	●建築をささえるセンサー	●建築とボランティア	●時を超えて～サステナブルエンジニアリングの現在～	●私の空間作法―会員作品―	●第49回青年技術者 ●大阪市中央公会堂
2003 vol.84	●東畑建築事務所創立70周年	●九州の地域づくり・まちづくり	●東海支部会員作品2003 ●愛知・名古屋―この地の文化・芸術と建築・街づくりを考える―	●サスティナビリティ～次世代に引き継ぐ都市・建築・暮らしのデザイン～	●建築と五感	●都市計画法及び建築基準法等の改正	●コンバージョン―インテリアから発信するまちなみ―	●介護と建築・設備	●建築とノスタルジー～建築の主観的価値について～	●力と楽しくつき合う方法	●私の空間作法―会員作品―	●第50回青年技術者＋青年技術者顕彰50年
2004 vol.85	●大阪市住宅局	●都市緑化	●東海支部会員作品 ●愛・地球博＊	●省リスクな「まち再生」＊	●リニューアルの技	●地域住民主体のまちづくりと支援制度	●Product Design＋1	●銭湯～心地よさを求めて～	●建築家とは何か	●巨大地震にそなえて	●私の空間作法―会員作品―	●第51回青年技術者
2005 vol.86	●震災から10年	●「健やか」 ●長崎医療センター	●東海支部会員作品2005 ●東海における施設づくりへの新たな試み	●建築の経済化	●住まい方の変化	●人工栽培	●次世代に伝える「木」の建築 ●「建築と社会」1000号記念	●改正建築基準法と景観緑三法	●火災から守る	●構造の過去から未来へ＊	●私の空間作法―会員作品―	●第52回青年技術者
2006 vol.87	●都市環境デザインと参加のまちづくり	●「地方空港の時代」～まちと共存する空港づくり～	●東海支部会員作品2006＋東海支部特集3部作＊	●都市再生の本質～光と影のはざまで～	●変容する家族形態とあたらしいライフスタイル	●身近な省エネルギー～エネルギーをたくわえ、有効利用する～	●設計図が伝えるもの	●建築物の安全・安心＊	●第53回青年技術者	●「セキュリティ」	●もしも…～構造が未来へつなぐ夢～	●私の空間作法―会員作品―
2007 vol.88	●光り輝く京都の景観まちづくり	●学校新時代	●東海支部会員作品2007＋東海支部特集3部作	●創立90周年記念―この10年、これからの10年	●あそび考	●こだわりが創る住まいのカタチ	●住まいの設備と空間の移り変わり	●建築系雑誌が伝えるもの	●建築基準法等大改正	●第54回青年技術者	●ガラスを考える	●楽しい構造の世界

＊は欠号

449

法令コーナー

定期報告制度の見直し

片岡正和
大阪市計画調整局建築指導部担当係長

昨今、エレベーターや遊戯施設等における事故が多発しているが、この中には、建築物や昇降機等の安全性の確保にとって重要な日常の維持保全や定期報告が適切に行われていなかったことが、事故の一因と見られるものがあった。このため、建築基準法第12条に基づく定期報告制度について、適切な調査・検査が行われるよう、建築基準法施行規則の一部改正及び関係告示の整備がなされた（平成20年４月１日施行）。

建築基準法に基づく定期報告制度とは

建築基準法では、建築物の所有者、管理者又は占有者は、その建築物（遊戯施設等の工作物を含む）の敷地、構造及び建築設備を常時適法な状態に維持するように努めなければならない（法第８条第１項）とされている。また、特定行政庁が指定する建築物（昇降機等の建築設備や遊戯施設等の工作物も含む）の所有者・管理者は、定期に、専門技術を有する資格者に調査・検査をさせ、その結果を特定行政庁に報告しなければならない（法第12条第１項及び第３項）とされている。なお、特定行政庁が指定する建築物（昇降機等の建築設備や遊戯施設等の工作物も含む）に関し、定期的に調査・検査を行い、その結果を特定行政庁に報告することは、建築物の所有者・管理者に課された義務であり、定期報告をすべきであるのに怠ったり、虚偽の報告を行った場合は、罰則（100万円以下の罰金）の対象（法第101条第１項第２号）となる。

改正等の概要

（１）定期報告の調査・検査の項目、方法、判定基準の明確化

定期調査・検査の項目、方法、是正の必要の要否の判定基準が、①特殊建築物等（劇場、映画館、病院、ホテル、共同住宅、学校、百貨店等で一定規模以上のもの）②昇降機（エレベーター、エスカレーター及び小荷物専用昇降機）③遊戯施設（コースター、観覧車、メリーゴーランド、ウォーターシュート、ウォータースライド等）及び④建築設備等（換気設備、排煙設備等）について、それぞれ定められた。

また、定期報告を受けた特定行政庁が適切な措置を講じやすくするため、昇降機と遊戯施設で同じ様式の報告書を用いることとなっていたものを分け、調査・検査結果表の添付を義務づけるとともに、その中で検査項目ごとの担当調査・検査資格者や調査・検査を代表する立場の資格者を明確にすることとし、調査・検査の結果、「要是正」や「要重点点検」と判定された項目に対する改善策の具体的内容等、前回の調査・検査以降に発生した不具合について報告することとした（閲覧対象となる概要書も同様）。

【調査・検査の結果の判定基準】

●要是正…修理や部品の交換等により是正することが必要な状態で、所有者等に対して是正を促すものであり、報告を受けた特定行政庁は、所有者等が速やかに是正する意志がない等の場合に必要に応じて是正状況の報告聴取や是正命令を行うこととなる。

●要重点点検…次回の調査・検査までに「要是正」に至るおそれが高い状態であり、所有者等に対して日常の保守点検において重点的に点検するとともに、要是正の状態に至った場合は速やかに対応することを促すものである。（「要重点点検」は、昇降機及び遊戯施設の一部の検査項目に有り）

●指摘なし…要重点点検及び要是正に該当しないものである。

※なお、要是正及び要重点点検に該当しない場合にあっても、特記事項として注意を促すこともある。

（２）定期報告制度の見直しのポイント

下図に示す。

さいごに

建築物の所有者等は、建築物を常時適法な状態に維持する義務があり、専門技術を有する資格者による適切な調査・検査を実施しなければ、思わぬ事故につながり、社会的責任を問われる可能性もある。また調査者・検査者は、建築物の安全性を確保するために、調査・検査を適切に行うとともに、所有者等に対して維持保全のアドバイスを行うことを心がけることが重要である。（かたおか　まさかず）

※詳しくは、その建築物の定期報告を行う特定行政庁へお問い合わせいただきたい。

①特殊建築物等

これまで	平成20年４月１日以降
○外装タイル等の劣化・損傷 手の届く範囲を打診、その他を目視で調査し、異常があれば「精密調査を要する」として、建築物の所有者等に注意喚起	手の届く範囲を打診、その他を目視で調査し、異常があれば全面打診等により調査し、加えて竣工、外壁改修等から10年を経てから最初の調査の際に全面打診等により調査
○吹付けアスベスト等 施工の有無、飛散防止対策の有無・劣化損傷状況を調査	左に加え、吹付けアスベストが施工され、かつ飛散防止対策がされていない場合は、当該アスベストの劣化損傷状況を調査
○建築設備・防火設備 設備の有無及び定期的な点検の実施の有無を調査	左に加え、定期的な点検が実施されていない場合は、作動状況を調査
	調査結果の報告の際に、配置図及び各階平面図を添付

②昇降機

これまで	平成20年４月１日以降
○ブレーキパッドの摩耗 目視により検査（不適合の判定基準は摩耗がはなはだしく制動力の維持が困難な場合）	摩耗の程度を測定し検査結果表に測定値を明記（測定値により結果の判定を行う場合）するとともに、結果の判定基準を明確化
○主索の損傷 目視によりJISの基準を満たしていることを検査（満たしていなければ不適合）	目視により一定の基準（おおむねJISの基準を告示に規定することにより、判定基準の法令上の位置づけを明確化）を満たしていることを検査
	検査結果の報告の際に、主索（最も摩損したもの）、ブレーキパッドの状況がわかる写真を添付

③遊戯施設

これまで	平成20年４月１日以降
○車輪軸等のき裂 １年に１回、探傷試験により検査	目視で検査するとともに、探傷試験を次のとおり実施 ・人力走行ものは５年に１回 ・定常走行速度が40km/h未満のものは３年に１回 ・それ以外は１年に１回 ・その他目視により検査して異常があった場合
	検査結果の報告の際に、車輪軸等の探傷試験の結果を添付

④建築設備等

これまで	平成20年４月１日以降
重要項目以外は抽出検査（数回で検査対象全数を一巡するよう留意）	原則として全数検査とし、国土交通大臣が定める項目（換気量測定、排煙風量測定など）は実質的に1/3の抽出も可
	検査結果の報告の際に、次のものを添付 ・換気設備→換気状況評価表と換気風量測定表 ・排煙設備→排煙風量測定記録表 ・非常用の照明装置→照度測定表

定期報告制度の見直し

362

構造の頁

連結制振構造を利用した超高層RC造建物の開発

福本義之
㈱大林組本店建築設計部

最近の超高層RC住宅は、耐震性能の向上、住空間のフレキシビリティ、接空面の拡大等のニーズが高い。今回、これらのニーズにこたえることを目的とし、連結制振構造を利用したシステム「デュアル・フレーム・システム（DFS）」を開発した。

デュアル・フレーム・システムの概要

デュアル・フレーム・システムは、文字通りひとつの建物を、２つの構造体に分離・独立させて構築する構造システムである。中央部分に吹抜を有するロの字形の平面形状の住戸を構成するラーメン架構と、内部に立体駐車場を組み込んだ剛性の高い連層耐震壁架構とから構成され、それぞれの構造体を制振装置により連結している（図１）。

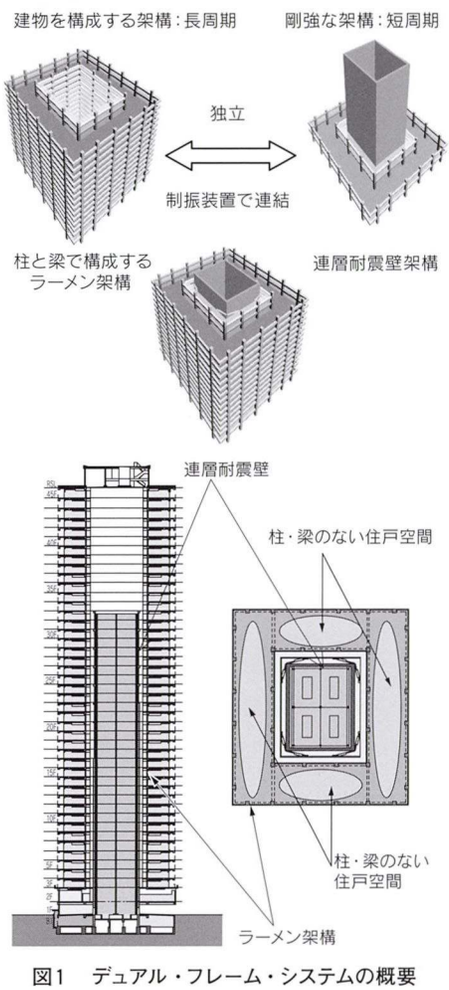


図１　デュアル・フレーム・システムの概要

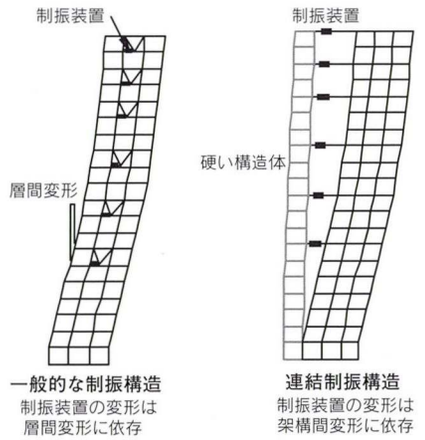


図２　一般の制振構造と連結制振構造

連層耐震壁架構は、一次の固有周期が約１秒程度であり、外部のラーメン架構の固有周期は約3.5～４秒程度である。そのため、この２つの架構が地震動を受けた場合、おのおのの構造体の変形モードの違いにより、２つの構造体の間には大きな変形差が生じる。デュアル・フレーム・システムとは、この変形差を利用する連結制振構造であり、一般の制振構造に比較して、大きな制振効果を得ることが可能となる（図２）。

地震応答解析例

デュアル・フレーム・システムにより計画した45階建ての鉄筋コンクリート構造建物の地震応答解析例を、以下に示す。

解析モデルは、主体架構と連層耐震壁架構をおのおの独立した分岐曲げせん断分離型弾塑性振動解析モデルとする。主体架構および連層耐震壁架構の復元力特性は、おのおのの架構の静的解析結果により求め、主体架構と連層耐震壁架構の減衰は内部粘性減衰を考慮し減衰定数３％の瞬間剛性比例型とした。地震波は、既往の３波を使用した。

図３に、主体架構の応答層間変形角を示す。制振装置で連結することにより最大応答層間変形角は、連結しない場合に比べ約47～85％に低減することが可能となり、低減効果は非常に大きいと考えられる。

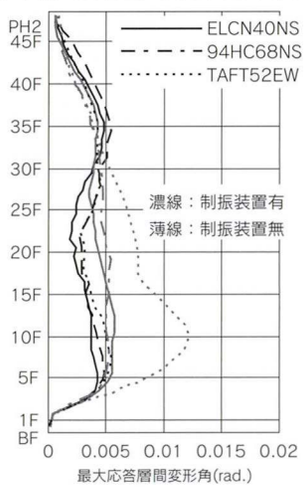


図３　最大層間変形角

エネルギー応答による制振効果

また、デュアル・フレーム・システムの制振効果を制振装置の消費エネルギーにて評価した（入力地震動は想定建設地の地盤特性を考慮した告示波）。図４に、入力地震動継続時間中の入力地震エネルギーに対する各項の消費エネルギー比を示す。

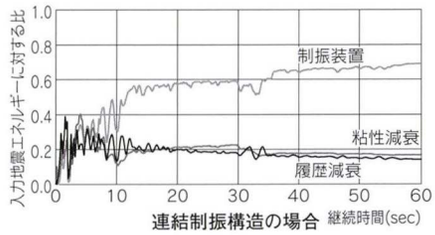


図４　入力エネルギーに対する消費エネルギー比

制振装置の消費エネルギーは地震入力エネルギーの70％程度であり、大きなエネルギーを消費している。一般に層間に制振装置を設置した場合は、制振装置の消費エネルギー量は10～20％程度であることを考慮すると、デュアル・フレーム・システムの場合、非常に大きな制振効果を有している。また、粘性減衰エネルギー量に対する制振装置のエネルギー量は約4.1倍である。制振装置による付加減衰定数を消費エネルギー比から類推すると、粘性減衰定数が３％であることより、約12.3％相当である。

入力地震動エネルギーに対する履歴減衰による消費エネルギー比は14％であり、一般の制振構造の建物に比べ非常に小さいことより、レベル２地震動に対し部材降伏を許容しない設計も可能であることを示唆している。

居住性能の向上

デュアル・フレーム・システムでは、効率よく地震エネルギーを吸収することができるので、住戸を構成するラーメン架構の梁柱は少なく、また断面を小さくすることが可能となる。そのため、広い居住空間も確保しやすく、かつ将来の居住空間の変化にも対応できる長寿命の住宅とすることができる。また、中央部のRC造の壁で囲まれた内部に立体駐車場を配置するので、住宅への騒音を遮断することが可能となる。

システムの実施状況と今後

現在、このデュアル・フレーム・システムを用いた建物を１棟建設中である。また、着工直前の物件も含め、現在、３棟の建物を計画中である。今後は、中央部に立体駐車場がない場合においても適用できるシステムなどに適用範囲を広げていきたいと考えている。

（ふくもと　よしゆき）

お知らせ information

▶建築士制度見直しの概要について

構造計算書偽装問題への対応として、平成18年臨時国会で成立した「建築士法等の一部を改正する法律」は、平成18年12月20日に公布され、原則２年以内に施行となる。以下、建築士制度見直しの概要について説明する。

■建築士の資質、能力の向上

○建築士事務所に所属する建築士に対する定期講習の受講（３年毎）の義務付け

○建築士試験の資格の見直し

■高度な専門能力を有する建築士による構造設計及び設備設計の適正化

○一定の建築物（構造設計の場合：鉄筋コンクリート造高さ20m超、鉄骨造４階建て以上、木造高さ13m超または軒高９m超等 設備設計の場合：３階建て以上、かつ床面積5,000㎡超の建築物）について、構造設計一級建築士（要件：５年以上の構造設計の実務経験＋講習修了）、設備設計一級建築士（要件：５年以上の設備設計の実務経験＋講習修了）による法適合チェックの義務付け

○建築士が設計・工事監理した場合の小規模木造住宅等に係る構造関係規定の審査省略の見直し

■設計・工事監理業務の適正化、消費者への情報開示

○建築士事務所を管理する管理建築士の要件強化

○設計・工事監理契約締結前に管理建築士等による重要事項説明及び書面による確認の義務付け

○建築士事務所以外への再委託の禁止

○分譲マンションなど発注者とエンドユーザーが異なる一定の建築物の設計等について、一括再委託を全面的に禁止

○建築士名簿の閲覧、顔写真入りに携帯用免許証の交付

■団体による自律的な監督体制の確立

○建築士事務所協会及び建築士事務所協会連合会の法定化

○建築士会、建築士事務所協会等による建築士等に対する研修の実施

■建設工事の施工の適正化（建設業法の改正）

○分譲マンションなど発注者とエンドユーザーが異なる一定の工事について、一括下請請負を全面的に禁止

○資格者証の交付等を受けた監理技術者の配置を要する場合を、学校・病院等の重要な民間工事に拡大

【施行スケジュール（主なもの）】

平成20年５月28日：登録講習期間の登録申請等の準備行為の開始

平成20年11月28日：改正建築士法の施行

平成21年５月27日：構造/設備設計一級建士による設計または法適合確認の義務づけの開始

▶（平成19年版）公共住宅建設工事共通仕様書・公共住宅建設工事積算基準説明会

「公共住宅建設工事共通仕様書（平成19年版）」及び「公共住宅建設工事積算基準（平成19年版）」は統一基準としては１回目の改定となる。そこで理解を深め、適切な適用と一層の普及を図ることを目的として説明会を開催する。

■公共住宅建設工事共通仕様書説明会

開催時間　９：40～12：25

参加費　6,300円（テキスト代別、消費税込み）

テキスト　公共住宅建設工事共通仕様書（平成19年版）8,400円（消費税込み）
公共住宅建設工事共通仕様書（平成19年版）
別冊　機材の品質・性能基準
1,600円（消費税込み）

■公共住宅建設工事積算基準説明会

開催時間　13：30～16：10

参加費　6,300円（テキスト代別、消費税込み）

テキスト　公共住宅建築工事積算基準（平成19年版）建築6,300円、電気設備5,250円、機械設備5,250円、屋外整備5,250円（各消費税込み）

〔共通〕

開催日時　2008年５月21日（水）

開催場所　大阪府KKRホテル　オオサカ
大阪市中央区馬場町２-24
TEL.06-6941-1122

定　員　100名

＊説明会内容についての問い合わせは、㈶ベターリビング居住システム研究部（03-5211-0584）まで。

▶建築リサイクル法 府内一斉パトロール

■一斉パトロールの実施体制

・実施日/2008年５月19日（月）

・実施機関/大阪府及び府内17市（特定行政庁）大阪市、豊中市、堺市、東大阪市、吹田市、高槻市、守口市、枚方市、八尾市、寝屋川市、茨木市、岸和田市、箕面市、門真市、池田市、和泉市、羽曳野市

・重点にパトロールを行う事項

①適正な分別解体等が実施されているか。②特定建設資材廃棄物について適正に再資源化

等が行われているか。③解体工事が建設業許可または解体工事登録業者によって行われているか。④解体工事等の届出が事前に提出されているか。

■パネル展

場所（期間）/府庁本館（2008年５月12日～16日）府庁別館（2008年５月19日～23日）

問合せ/大阪府住宅まちづくり部建築指導室審査指導課建築環境・設備グループ

▶「建築設備診断技術者」資格取得講習案内 —ビルディングドクター<建築設備>—

開催日　2008年**7月23日**(水)～**7月25日**(金)

時　間　１日目10：00～18：00、２日目9：00～18：00、３日目９：00～17：00

場　所　大阪府私学教育文化会館５階講堂
大阪市都島区網島町６-20

定　員　150名

申込み　2008年４月１日～５月20日（火）

受講料　50,400円（消費税、テキスト含む）

問合せ　社団法人建築・設備維持保全推進協会（土･日･祭除く９：00～17：30）
〒100-0004　東京都千代田区大手町１-６-１大手町ビル764
TEL.03-5252-3873
E-mail：belca@belca.or.jp

▶病院建築基礎講座/福祉建築基礎講座と医療福祉建築賞2008作品募集

㈱日本医療福祉建築協会が毎年開催している標記講座は、初心者を対象に基礎知識を平易に解説。

会　期　病院：2008年**7月1日**(火)･**2日**(水)
福祉：2008年**7月3日**(木)

会　場　建築会館ホール
東京都港区芝５-26-20

定　員　180名（定員になり次第締め切り）

受講料　病院建築（２日）：40,000円
福祉建築（１日）：20,000円

申込み　郵便かFAXにて、所要事項と受講講座名を記入して下記へ。
日本医療福祉建築協会事務局
〒108-0014 東京都港区芝５-26-20 建築会館
TEL.03-3453-9904
FAX.03-3453-7573

■病院建築基礎講座2008

●７月１日（火）10：00～16：30
・全体計画/山下哲郎（工学院大学）
・病棟の計画/竹宮健司（首都大学）
・診療部の計画/井上智史（山下設計）
・供給部の計画/石橋達勇（北翔大学）

●７月２日（水）９：30～16：30
・外来部の計画/小林健一（国立保健医療科学院）
・情報システムの計画/宇田　淳（広島国際大学）
・これからの急性期病院/筧　淳夫（国立保健医療科学院）
・病院の施設基準/郡　明宏（鹿島建設）
・病院のデザイン/川島浩孝（共同建築設計事務所）

■福祉建築基礎講座2008

・７月３日（木）９：30～16：30
・高齢期の「住まい」～理念編～/大原一興（横浜国立大学大学院）
・高齢者施設と高齢者住宅の建築計画/石井敏（東北工業大学）
・高齢者ケアの今日的課題～改修と転用・サテライト・複合化・療養病床再編～/井上由起子（国立保健医療科学院）
・高齢者施設の基準/菅野正広（かん一級建築士事務所）
・高齢者施設のデザイン/大井幸次（大久手計画工房）

■医療福祉建築賞2008作品募集要項

<趣旨>

医療福祉建築賞は優れた医療福祉建築を顕彰し、それを広く世に知らせることによって、これら施設の質の向上をはかることを目的として定めるものである。

<対象>

2005年４月１日～2007年３月31日までに新築、増改築または改修を行った医療・福祉・保健施設ならびにその関連施設。なお、前記条件に合致する限りにおいて、前向きに応募し選外となった作品の応募も対象とする。

<応募資格>

当該施設の開設者、管理者、設計者、施工者のいずれでもよい。ただし、選考委員または委員の所属する組織が計画・設計・運営に関与している施設は応募できない。

<提出資料>

①所定の応募申込書ならびに建築概要書
②設計主旨
③図面　配置図・平面図・断面図など、A3判
④写真15葉程度とし、周辺環境がわかるものを含むこと。また、室内については家具・機器等が設置されていること

上記①～④をA3判クリアファイル１冊におさめて提出。ただし『医療福祉建築』に作品全体が紹介されたものについては、②～④の一部について当該誌の提出をもってこれに代えることができる。

<応募期日>

2008年８月20日から９月１日（当日消印有効）

<提出先>

社団法人　日本医療福祉建築協会
住所　〒108-0014　東京都港区芝５-26-20 建築会館
TEL.03-3453-9904　FAX.03-3453-7573

応募料：応募者１作品につき６万円

<選考>

委員長/河口　豊（広島国際大学医療福祉学部教授）委員/郡　明宏（鹿島建設建築設計本部建築設計グループマネージャー）鈴木紀之（筑波メディカルセンター病院副委員長）橘　弘志（実践女子大学生活科学部准教授）辻　吉隆（厚生労働省医政局国立病院課首席営繕専門官）中野夕香里（Yukari＆Co代表）三村澄夫（ティーエッチピー代表取締役）

<公表>

2009年３月末日

▶冨田玲子さんの「小さな建築」をめぐる千夜一夜シンポジウム

冨田玲子氏の著書「小さな建築」は、建築専門外の人たちにも、街のこと、建築のこと、住まいのことを、食べることやお洒落をするのと同じ感覚で考えてもらいたいと願って出版された。その本の中から、「子ども」「老い」「街と建築」の３つに焦点をあて、毎回招く２人の語り手とともに、話の輪を広げていく企画である。

■第２回　５月23日（金）18：30～20：30
「老いをくらす」：上野千鶴子（社会学者）・片倉もとこ（文化人類学者）・冨田玲子（建築家）

■第３回　６月11日（水）18：30～20：30
「わくわくする建築・街」：藤森照信（建築史家・建築家）・陣内秀信（都市学者）・冨田玲子（建築家）

会　場　東京デザインセンターB2F ガレリアホール

定　員　150名

参加料　2,000円

申込み　名前（フリガナ）、会社名、学校名、住所、TEL、FAX、E-mailを明記のうえ、申し込む回を指定して、FAXまたはE-mailで申し込む。
東京デザインセンター
(TEL.03-3445-1121・FAX.03-3445-1125・E-mail：galleria@design-center.co.jp)まで

▶特別展「源氏物語千年紀展～恋、千年の時空（とき）をこえて～」

源氏物語の作家、紫式部の日記から、源氏物語が寛弘５年（1008）には宮中で読まれ、評判になっていたことがうかがえる。そこで平成20年（2008）を「源氏物語千年紀」ととらえ、またこの年が京都文化博物館の開館20周年にあたるのを記念して、特別展を開催する。本展では、千年の長きにわたり愛されてきた源氏物語の世界、その主要な登場人物や名場面を優れた絵画作品によって紹介するとともに、源氏物語の背景となった平安時代の文化や、源氏物語をめぐって現代まで積み重ねてきた様々な営みも展観する。国宝、重要文化財、重要美術品約40点を含む計約160点を展示する。

会期　2008年４月26日(土)～６月８日(日)
　　10：00～18：00
　　５月７、12、19、26日、６月２日(休館)
会場　京都文化博物館
　　京都市中京区三条高倉
　　地下鉄「烏丸御池駅」下車、５番出口から三条通を東へ徒歩３分
　　TEL. 075-222-0888
料金　一般1,300円、大高生900円
　　中小生500円
＊その他関連行事あり。
招待券は日本建築協会(TEL.06-6946-6981)へ。

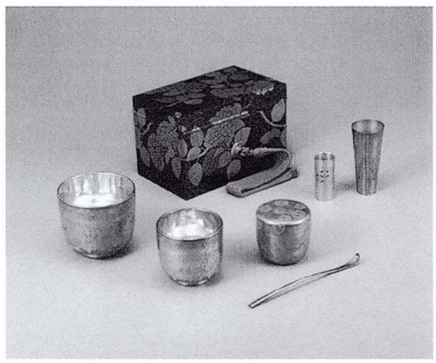


国宝 雲中供養菩薩像
平安時代　京都・平等院蔵

▶―数奇の玉手箱― 三井家の茶箱と茶籠

茶箱および茶籠とは、茶人が自らの好みで選び仕立てた持ち運びが出来る小型の箱や籠などに、喫茶用の茶道具一式を組み込んだものである。これは茶の湯をたしなみつくした人が行き着く究極の趣味世界ともいわれる。こだわりの袋や裂で包んだそれらはまさに「数奇の玉手箱」と呼ぶにふさわしい茶道具である。いずれも三井家の当主や夫人たちがそれぞれの好みで仕立てた一品ばかりで、三井家ならではの数奇の文化がうかがえる貴重な文化財である。本展では三井家から寄贈された約30点に草花図襖絵などをまじえて展示する。

会　期　2008年４月16日(水)～６月29日(日)
　　月曜日休館
会　場　三井記念美術/Mitsui Memorial Museum
　　東京都中央区日本橋室町３－１－１
　　三井本館７階
入　場　一般800円、大高生500円
　　中小生無料
問合せ　03-5777-8600ハローダイヤル
　　http://www.mitsui-museum.jp
招待券は日本建築協会（06-6946-6981）へ



紫陽花蒔絵茶箱

▶お釈迦様の掌

塩保朋子・人長果月・宮永愛子の三人に「お釈迦様の掌」という言葉を預けて２年。三者三様の表現は、時間をかけて温められ、深められていった思索と探求の賜物である。本展では三人の作品をとおして、彼女たちの旅路を辿ってみたい。

【出展作品】

宮永愛子：ガラス張りのギャラリー空間と中庭で、結晶の輝きが日の光とともに移り変わる。

人長果月：芥川龍之介作「蜘蛛の糸」からイメージした映像インスタレーション。大展示室をフルスケールで展開する巧みなインタラクティブ映像で、人々は地獄と極楽が混ざり合う変化の中へと取り込まれていく。

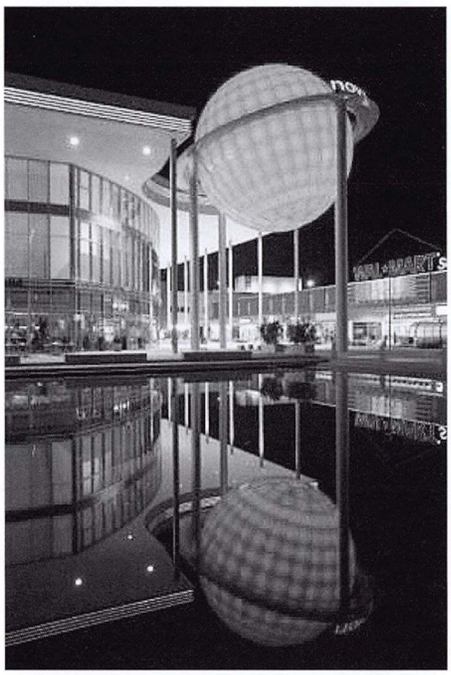
塩保朋子：細密な切り絵施し水をイメージした作品を中展示室天井から滝のようにおろし、厳かな空間をつくりだす。

会　期　2008年５月７日(水)～５月24日(土)
　　11：00～７：00（日・月休廊）
場　所　アートコートギャラリー
　　大阪市北区天満橋１－８－５
　　ＯＡＰアートコートギャラリー
　　TEL.06-6354-5444

▶プレキシガラス「PLEXIGLAS truLED」でCO_2排出量3.3トン削減

Evonik社のLED対応「PLEXIGLAS truLED」は、LED使用のライトオブジェや電光掲示板に採用するのに最適で、LED独自の色彩と光にマッチし、高い透過率と散乱性を持つ一方、現代では重視される省エネも兼ねている。ここ数年、発光ダイオード（LED）は照明市場におけるシェアを急速に伸ばしている。LEDの長所は消費電力の低さ、長寿命、そして応用範囲の広さなどだ。しかし、オブジェや電光掲示板にLEDを採用しても、温暖化防止や電力価格上昇を考慮し、エネルギー効率を可能な限り高める努力を怠ることはできない。

高い透過率と散乱性を兼ね備えた「PLEXIGLAS truLED」は、最低限の消費電力で最適な発光を実現することから、ライトオブジェや電光掲示板に採用されるようになった。



総会

第2回通常総会

3月26日（水）16：00～16：50
出席者　佐野会長ほか875名（1,760口委任状含む）
場　所　OMM地下1階ギャラリー
議　事（1）第1号議案　平成20年度事業計画（案）
（2）第2号議案　平成20年収支予算（案）
（3）名誉正会員推薦

理事会

第2回通常理事会

3月26日（水）15：05～15：35
出席者　佐野会長ほか43名（委任状含む）
場　所　OMM地下1階ギャラリー
議　事（1）第1号議案　平成20年度事業計画（案）
（2）第2号議案　平成20年収支予算（案）
（3）名誉正会員推薦
（4）報告事項

編集委員会

第12回編集委員会

3月12日（水）18：00～21：45
出席者　設楽委員長ほか7名
議　事（1）4月号「まちづくり2011年宣言」特集経過報告
（2）5月号「新・ホテル物語」特集の企画
（3）6月号「設備配管に役立つ地震対策」特集の企画
（4）7月号「中国支部」特集の企画
（5）8月号「建築と景観―建築の視覚的価値」特集の企画
（6）各小委員会・分科会の報告
（7）収支状況報告
（8）読者と選ぶ「建築と社会賞」第一次選考

第6回建築系分科会

3月3日（木）19：00～20：30
出席者　楠委員ほか3名
議　事　2008年8月号特集企画案検討

第8回設備分科会

3月5日（水）18：00～20：45
出席者　赤澤幹事ほか3名
議　事（1）6月号「設備に役立つ地震対策」特集の企画
（2）「設備の頁」の企画
（3）“測定機器シリーズ”頁の懸案事項
（4）新企画の提案

第8回施工材料分科会

3月5日（水）17：00～18：00
出席者　山岡委員ほか5名
議　事（1）11月号特集テーマについて
（2）今後のスケジュール

第12回法令分科会

3月4日（火）15：00～16：30
出席者　片岡委員ほか3名
議　事（1）「法令コーナー」の企画
（2）10月号法令特集の企画
（3）分科会幹事の件
（4）情報交換

第12回作品作風小委員会

3月27日（木）19：00～20：00
出席者　井上副委員長ほか5名
議　事（1）作品の選定3作品
（2）作品の掲載状況並びに掲載予定の報告
（3）「gallery」掲載報告・予定
（4）前回の編集委員会の報告

第13回広告企画小委員会

3月12日（水）17：00～18：00
出席者　設楽委員長ほか2名
議　事（1）4月号「まちづくり2011年宣言」特集の企画
（2）5月号「新・ホテル物語」特集の企画
（3）6月号「設備配管に役立つ地震対策」特集の企画
（4）7月号「中国支部」特集の企画
（5）広告頁「第一線の建築設計者に聞く　いち押し建材・設備」シリーズの企画
（6）広告掲載状況
（7）過去の広告収集状況
（8）収支状況報告

第11回10年委員会

3月13日（木）19：30～21：00
出席者　設楽編集委員長・前川副委員長ほか4名
議　事（1）現場見学会
（2）コンペについて

事業委員会

第7回情報見学小委員会

3月13日（木）18：00～18：45
出席者　瀬戸川委員長ほか7名
議　事（1）西九条中高一貫教育校見学会結果報告
（2）甲子園会館見学会結果報告
（3）来年度事業案について

見学会

武庫川女子大学甲子園会館見学会
3月1日（土）14：00～16：00
場　所　西宮市戸崎町1－3
参加者　33名
出席者　瀬戸川委員長ほか4名
説　明　大喜多　孝哉　㈱大林組

教育委員会

第54回工高生教育小委員会募集規定作成会

3月7日（金）18：00～19：30
出席者　和田副委員長ほか8名・久保審査委員長ほか4名
議　事（1）第54回工高生デザインコンクール募集規定原案の検討
（2）今後の作業予定

入会者（敬称略）

〔団体正会員〕
YKK AP㈱
あいち建築デザイン専門学校
〔個人正会員〕
谷口 幸雄　㈱日建設計
玉水 新吾　エス・バイ・エル㈱

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO



TOTO史上最高傑作。

ネオレスト ハイブリッドシリーズ AHタイプ
奥行705mm 高さ547mm 幅389mm
希望小売価格¥305,000～（税込¥320,250～）

NEW 世界初※ ハイブリッドエコロジーシステム搭載 ※2007年6月29日発表

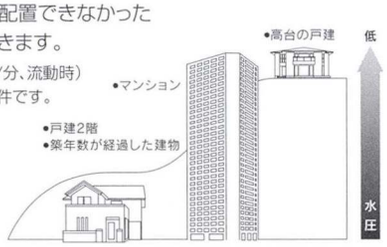
水道から直接流れる水と内蔵タンクから加圧されて流れる水により、パワフル洗浄。タンクレストイレがさらに進化しました。



✧低水圧どこでも設置

高台の戸建やマンションの高層階など、
今までタンクレストイレが配置できなかった
低水圧の環境にも設置できます。

※必要給水圧0.05MPa（10L/分、流動時）
従来のタンク式便器と同等条件です。



✧節水No.1※

便器洗浄量を従来の13Lから5.5Lへと約65%もの節水に成功。
業界NO.1のエコロジー&エコノミーを実現しました。

※節水はTOTO調べ（2008年1月1日現在）。

充実の基本機能

ラクして、キレイ
✧サッとひと拭き フチなし形状 ✧驚くほど汚れにくい セフィオンテクト

NEOREST
HYBRID SERIES

HYBRID ecology SYSTEM

商品の技術的なお問い合わせは、TOTOナビダイヤル **FAX.0570-01-2111 TEL.0570-01-1010**
受付時間〈平日〉9:00～18:00 〈土・日・祝日〉10:00～18:00（夏期休暇・年末年始を除く）
ホームページ専門家コーナー **www.com-et.com**

水まわりからCO2を減らそう。
チーム・マイナス6%

暮らしながらそっとエコロジー TOTO

Daiwa Lease®
大和ハウスグループ

リースのもっと向こうへ。

ダイワリース

これまでのリース会社の既成概念にとらわれることなく
大和リースはリースの可能性を追求していきます。





折板屋根
緑化システム ecoヤネ



大和リース株式会社　www.daiwalease.co.jp
大阪本店　規格建築営業所

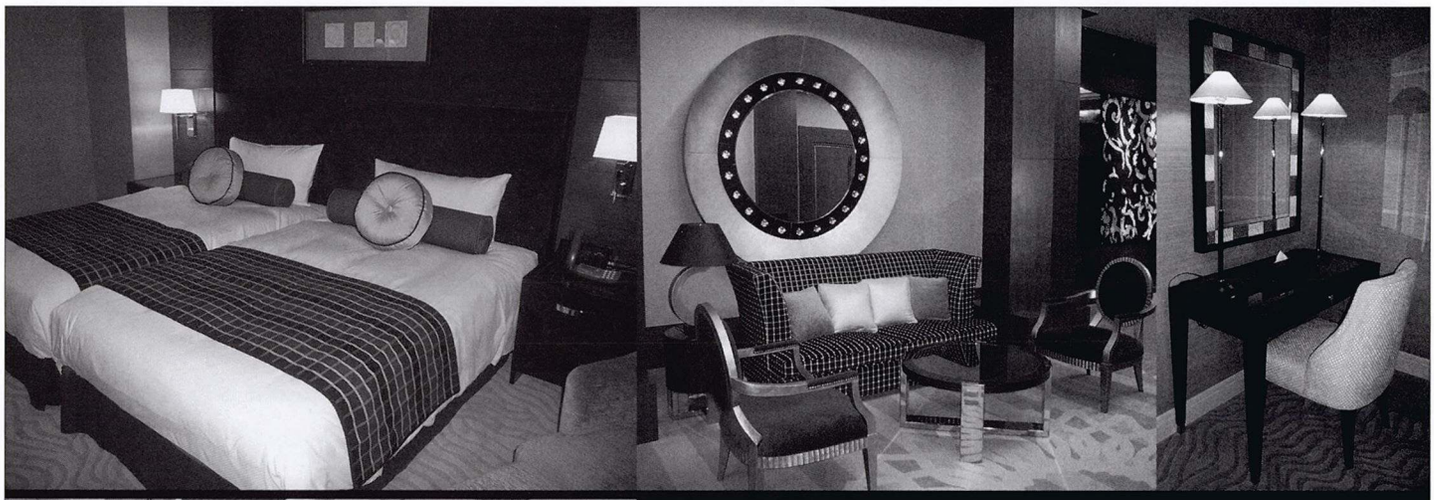
〒540-0029 大阪市中央区本町橋5番20号 ダイワリースビル　Tel : 06(6942)8010　Fax : 06(6942)8056

建設業許可番号・国土交通大臣許可（特-17）第5903号
宅地建物取引業者免許番号・国土交通大臣免許（6）第3836号　ISO9001/14001認証取得

Think space
for
people

株式会社 大丸装工
DAIMARU DESIGN & ENGINEERING CO., LTD.

■大　阪　オフィス
大阪市中央区南船場2-1-3上山ビル
TEL (06)4705-6200
■東　京　オフィス
東京都江東区東陽2-4-2新宮ビル
TEL (03)5665-1800
■営　業　所
札幌・仙台・名古屋・福岡・沖縄





idea をかたちに

私共、株式会社パンインテリアプロダクトは,
ホテルの家具、インテリア、内装工事を専門としている会社です。
お客様の理想のホテルを実現する為に、
私達の国内外の広範囲な調達網と、ノウハウをご利用ください。

株式会社 パンインテリアプロダクト
〒110-0005 東京都台東区上野5丁目24-16 KDX御徒町ビル8F
Phone 03-5818-6941 Fax 03-5818-6948
E.mail: info@pan-interior.com
U R L :http://www.pan-interior.com



天童木工

www.tendo-mokko.co.jp

■本社/工場/東北支店/ショールーム 0120-01-3121
〒994-8601 山形県天童市乱川1-3-10
●東京支店/ショールーム 0120-24-0401
●名古屋営業所 052-204-3021
●大阪支店/ショールーム 0120-53-4131
●札幌連絡所 011-836-2222
●福岡支店 092-432-2020
●広島連絡所 082-431-3480

SHOWA YOTAL.Co.,Ltd.

WORLD FINEST FLOORING

高級フローリングメーカーとしてお客様のさまざまなニーズにお応えいたします。



株式会社昭和洋樽製作所　http://www.showayotal.co.jp

本　　社／〒661-0977　兵庫県尼崎市久々知2丁目22番17号　TEL(06)6492-1328 FAX(06)6492-1566
東京(品川)営業所／〒140-0015　東京都品川区西大井6丁目7番1号　TEL(03)5718-1178 FAX(03)5718-1158

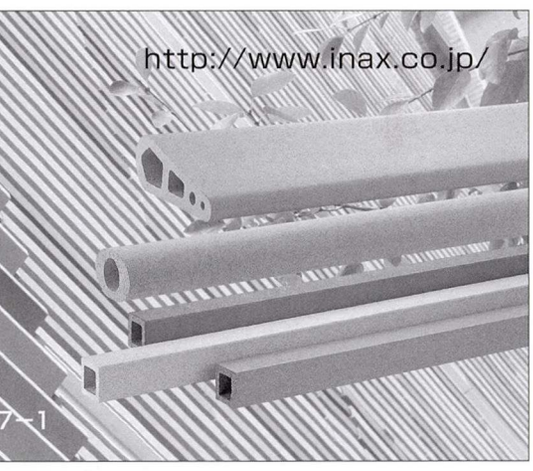
INAX　http://www.inax.co.jp/

セラミックスの可能性を追求。

テラコッタルーバー

設計者の想いに、技術と感性で応える。

株式会社INAX
関西統括支社プロジェクト統括営業部　☎06-6539-3681　大阪市西区新町1−7−1



KAIDER

『人に優しく』を前提に、合成樹脂に秘められた
無限の可能性を引き出し環境の満足度に貢献します。

KAIDER
株式会社カイダー・ベースボード工業
〒101-0024 東京都千代田区神田和泉町1-3-4 青木ビル
TEL 03-3861-1931(代) FAX 03-3861-1930
ホームページ　http://www.kaider.co.jp

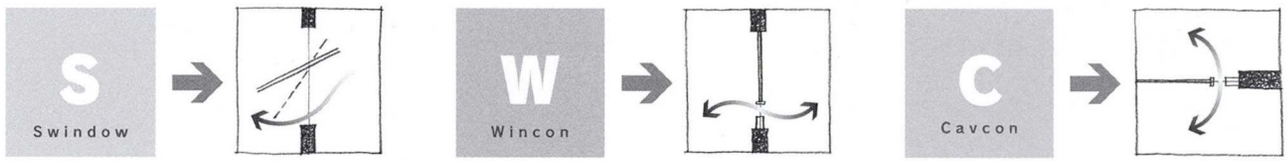
ホテル用合成樹脂部材

- 樹脂木粉入り巾木
- 樹脂木粉入り天井廻縁
- 樹脂木粉入り扉枠、CD枠、SD枠、UB枠
- 樹脂木粉入り膳板、サッシ額縁
- 樹脂木粉入りカーテンボックスレール
- 樹脂木粉入りチェアレール
- 樹脂木粉入り腰壁リブ材
- 樹脂木粉入り各種モールディング

※特注型形状もお受け致しております。

『呼吸する建築』

『ナビ ウインドウ 21』 **NAV WINDOW 21**



Swindow●スウィンドウ　　Wincon●ウィンコン　　Cavcon●キャブコン

三協立山アルミ株式会社　東京本社／〒164-8503 東京都中野区中央1-38-1住友中野坂上ビル18F〈環境商品部〉 TEL(03)5348-0367

インターネットホームページ
http://www.nav-window21.net/

TOLI TILE CARPET VARY SERIES

TOLI TILE CARPET

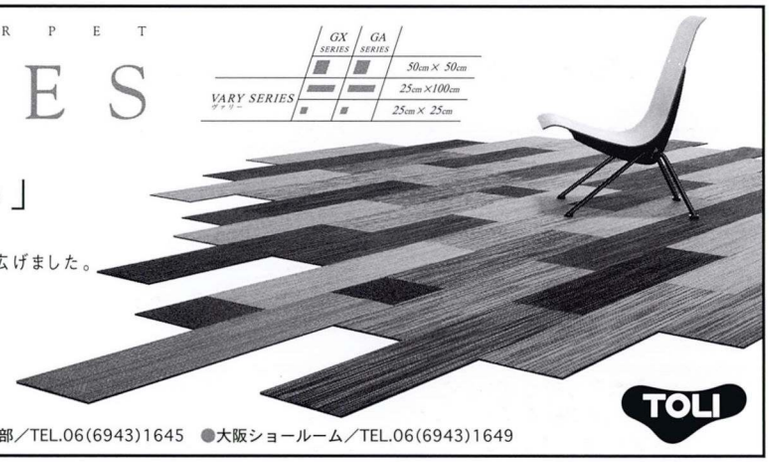
VARY SERIES

新たなモジュール、広がるデザインバリエーション
東リ タイルカーペット「VARY SERIES」

従来の50cm角モジュールに、25cm×100cmの矩形タイプと、
25cm×25cmのアクセントタイプを新たに加え、コーディネートの幅を更に広げました。
自由な発想で印象的なパターンハーモニーをご提案ください。

○意匠登録済・特許出願中 ○グリーン購入法適応商品 ※対象商品…コレンテV・レアクラウドV

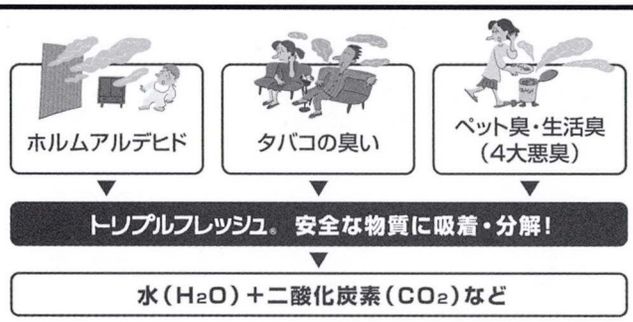
「東リタイルカーペットVARYシリーズ」は
2007年度グッドデザイン賞を受賞しました。



東リ株式会社 http://www.toli.co.jp ●西日本営業開発部／TEL.06(6943)1645 ●大阪ショールーム／TEL.06(6943)1649

空気を洗う
トリプルフレッシュ®

ホルムアルデヒドをはじめ、タバコや4大生活悪臭を吸着・分解して消臭する「トリプルフレッシュ」加工。ただ吸着するだけでなく、化学的に水や二酸化炭素などの無害な成分に分解、臭いを再放出する心配がない、信頼性・安全性にすぐれた消臭機能です。



ゆたかなインテリアライフをお届けする信頼のブランド
住江織物株式会社
■本 社　大阪市中央区南船場3-11-20

セールスネットワーク
株式会社スミノエ
■本 社　大阪市西区新町2-4-2 なにわ筋SIAビル　TEL. 06-6537-6305

http://suminoe.jp



不二サッシ株式会社　大阪支店　大阪市中央区淡路町3 5 13　TEL(06)4706 4134

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(6302)2270
支　　店　北海道/東北/北関東/横浜/名古屋/中国/九州

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　〒550-0002 大阪市西区江戸堀1丁目9番25号　電話(06)6441-8231
東京本社　〒102-0071 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　〒354-0044 埼玉県入間郡三芳町大字北永井390番地　電話(0492)58-1511

www.naniwa.com
We have hope

■印刷事業　ポスター、カタログ、パンフレット、書籍、年鑑、社史、雑誌、文字、画像データ処理
■メディア事業　SPプランニング・コンサルティング、ITソリューション、web及びメディアコンテンツ企画制作

株式会社NPGコーポレーション

本　社　〒530-0043 大阪市北区天満1-9-19
tel:(06)6351-7271(代)　fax:(06)6352-7479
第二ビル　〒530-0043 大阪市北区天満1-11-8
tel:(06)6351-0128(代)　fax:(06)6351-0208
東京支社　〒105-0004 東京都港区浜松町1-2-1 一光浜松町ビル7F
tel:(03)3433-5211(代)　fax:(03)5776-7733
（旧社名ナニワ印刷㈱、日本データネット㈱）

地球環境を守り、100年建築に貢献する
NACL のアルミ表面処理
株式会社日本電気化学工業所
http://nacl.jp　E-mail:sc@nacl.co.jp
本部営業部　〒560-0036 大阪府豊中市蛍池西町2丁目7番26号 NACLﾋﾞﾙ2階
TEL (06)6843-1235(代) FAX (06)6853-1632
東京事務所　〒111-0051 東京都台東区蔵前2丁目7-2 東京NACLﾋﾞﾙ
TEL (03)3862-0978(代) FAX (03)3862-7098

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）　コンクリート躯体の漏水補修に
●デンカES（土質安定用急硬材）　地盤補強用薬注入
●デンカΣ1000（製品用超高度混和材）　コンクリートパイルの早期出荷とハイモメント製造用に

電気化学工業株式会社
近畿地区販売店

浜宗産業株式会社
TEL 本社・京都・京丹後（0772）72－2220
舞　鶴（0773）76－0133

金森藤平商事株式会社
TEL 大阪（06）6332－6861
TEL 東京（03）3272－8501

小浦産業株式会社
TEL 大阪（06）6443－6181

光洋物産株式会社
TEL 大阪（06）6252－6000

東郷化成株式会社
TEL 滋賀・守山（0775）83－2381
TEL　大阪（06）6877－1581

日本建築協会企画・販売

出版図書一覧

1917年３月に創設された日本建築協会（当時・関西建築協会）は、すでに昭和初期には大阪近辺で住宅博覧会や建築講演会を開く一方、当時は入手しにくかった建築の情報を図書の出版という形で会員に提供していた。

＊

以後、創立周年記念事業として、その時代の動きをとらえて単行本を出版している。

50周年、60周年、70周年、そして80周年に、図書の出版が企画され、現在も継続して発行・販売されている出版物は、以下のとおり。

＊

購入希望者は、㈳日本建築協会事務局（TEL06―6946―6981、FAX06―6946―6984）まで。

日本建築協会創立70周年記念出版

住宅近代化への歩みと日本建築協会 1988年

Ａ４判　企画・発行：日本建築協会　本体価格1,500円

日本建築協会創立75周年記念出版

工高生デザインコンクール入選作品集 1992年

Ａ４判　企画・発行：日本建築協会　本体価格2,000円

昭和生まれ　関西の建築家50 1987年

Ａ４判　企画・発行：日本建築協会　本体価格1,500円

日本建築協会建築クラブ朝食会300回記念講演記録集

講演記録集 **話のはなし** 1997年

Ｂ６判５分冊　企画：日本建築協会建築クラブ　販売価格2,500円（税・送料込み）

民間（旧四会）連合協定

工事請負契約約款（平成19年６月改訂）

工事請負契約書・仲裁合意書・契約書使用上の留意事項・建設工事に係る資材の再資源化等に関する法律第13条および省令第4条に基づく書面

頒布単位：２部１単位とする

価　　格：１単位700円（税込）送料は実費

日本建築協会事務局（06-6946-6981）で販売

最新刊 平成19年8月30日発行

住宅エクステリアの100ポイント

（計画・設計・施工・メンテナンス）

成長するエクステリア業界の技術者に求められる広範な知識・考え方を、多数の写真と図を使って体系的に整理した初めての書

著者　藤山　宏

Ａ５判　232ページ

定価　2,500円＋税

日本建築協会創立60周年記念事業「建築技術選書」姉妹篇・四六判２色刷イラスト入

〈プロのノウハウ〉シリーズ

企画：日本建築協会　発行：学芸出版社　本体価格￥1,600～￥2,700

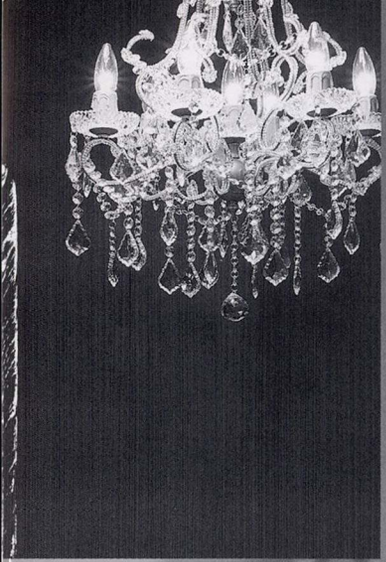
- 衛生設備のトラブル50　建築設備トラブル研究会
- 鉄筋工事・本音の現場学　荒川治徳
- 建築と音のトラブル　中川清ほか
- 木造住宅監理の話　山田　修
- 第二版 環境と共生する建築25のキーワード　大西正宜
- 木造住宅のしくみ　在来工法の基本と応用　浅野平八・東　敏博
- インテリアコーディネートの100ポイント　町田ひろ子監修／松本　茂・村元俊子著
- 木づくりの常識非常識　上村　武
- 建築トラブルにみる常識非常識　荒川治徳
- 第三版　都市計画法を読みこなすコツ　高木任之
- 建築の現場管理システム　伊東貞夫
- 新版コンクリート工事のチェックポイント100　加賀秀治
- 建築基準法の性能規定を読みこなすコツ　高木任之
- 建築工事の祭式　「建築工事の祭式」編集委員会
- 飛躍する構造デザイン　渡辺邦夫
- 改訂版　建築物の消防法を読みこなすコツ　高木任之
- プロが教えるキッチン設計のコツ　井上まるみ
- 現場で学ぶ　住まいの雨仕舞い　玉水新吾
- 住宅エクステリアの100ポイント　藤山　宏
- 第三版　建築基準法を読みこなすコツ　高木任之

日本建築協会創立70周年記念事業・Ｂ5判

選書特装版

企画・日本建築協会　発行・学芸出版社　本体価格￥3,000～￥4,000

- 水にまつわるトラブルの事例・解決策〈建築篇〉　「建築漏水」編集委員会
- 水にまつわるトラブルの事例・解決策〈設備篇〉　「設備漏水」編集委員会
- 建物の汚れ－トラブル事例と解決策　「建物の汚れ」編集委員会
- 建築デザインのための構造計画　須賀好富
- 入門・建築積算　生島道春
- 建物の結露－トラブル事例と解決策　「建物の結露」編集委員会









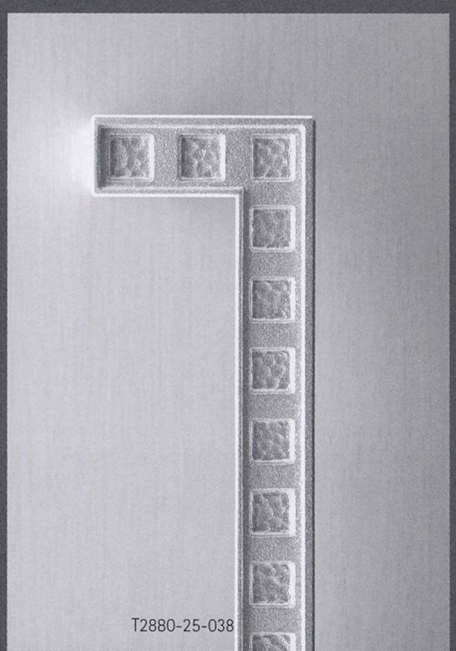


T2880-25-101

2008 New Products
T2880 DoorHandle

鋳物のボリューム感と、鍛造による工芸的な美しさ。

アルミ鋳物ならではの重厚な表情の中に、鍛造特有の立体感でアクセントをつけたドアハンドル。細部にまでこだわり抜いた美しさが、触れる人の心を惹きつけ、その先にある空間への期待感を誘います。



T2880-25-038

UNION

建築文化を創造する
株式会社ユニオン

ITEM

建築用金物「アーキズム シリーズ」

建築用ドアハンドル
ロマンテ
レバーハンドル
消火器収納ケース アルジャン
ドアストップ エッセ
ユニフリード
キャスタル＋メタルアート
ケアシステム ハンドバー
フロアシステム
サインシステム ピクト
視覚誘導点字鋲 ナビライン
都市景観 ヒューランドスケープ

住宅用製品「モデライズ シリーズ」

ユニアート
クロセット
[セキュリティ シリーズ]
オフィス用セキュリティ錠 オートロック ケアガードS
リモコン式ドア施錠システム ケアガード
血流認証装置 ユニガード

景観製品

都市景観 ヒューランドスケープ

ISO 9001 | ISO 14001

www.artunion.co.jp

本社
〒550-0015
大阪市西区南堀江2-13-22

大阪支店
〒550-0015
大阪市西区南堀江2-13-22
tel 06-6532-3731
fax 06-6533-2293

東京支店
〒135-0021
東京都江東区白河2-9-5
tel 03-3630-2811
fax 03-3630-2816

名古屋営業所・ショールーム
〒454-0805
名古屋市中川区舟戸町3-20
tel 052-363-5221
fax 052-363-5255

上海事務所
Room 305, 555 Building,
555 Nanjing Road West,
Shanghai 200041 PRC
tel ＋86-21-52130430
fax ＋86-21-52130431

北京事務所
Room 1903, Dongyu Building,
A Shuguang (W)A1,
Caoyang Area Beijing 100028 PRC
tel ＋86-10-58220780
fax ＋86-10-58220779

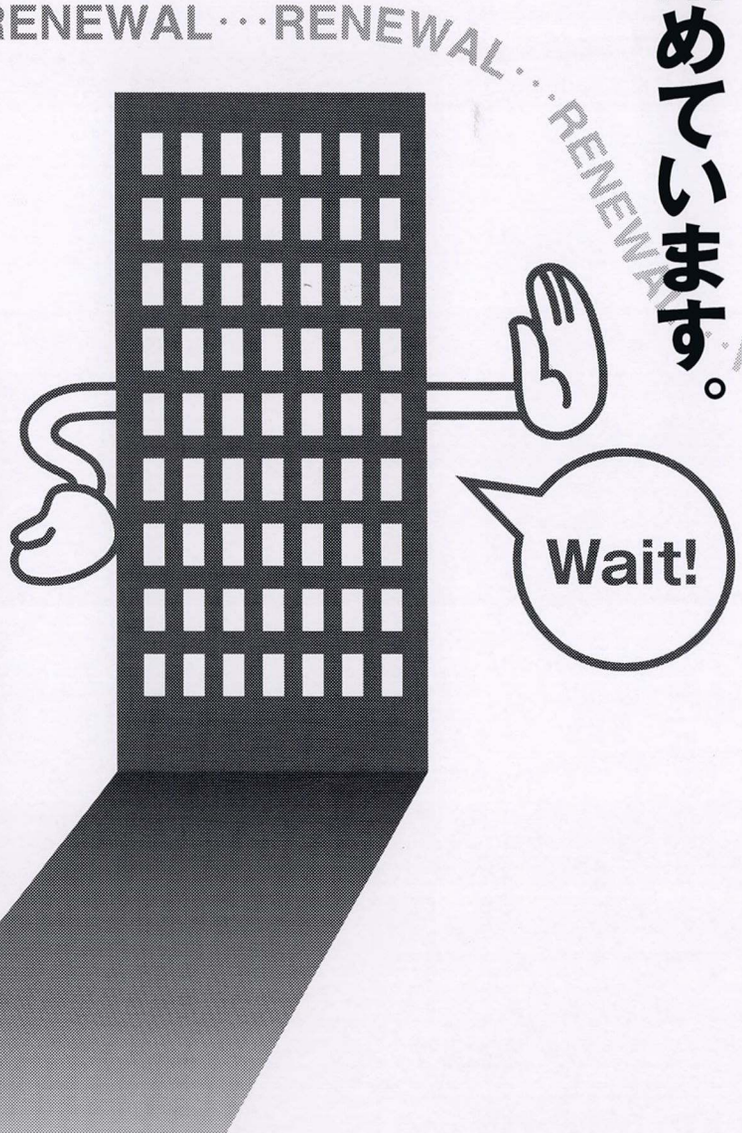
アトリエユニオン／東京
〒103-0022
東京都中央区日本橋室町4-5-1
tel 03-3517-1818
fax 03-3517-1819

アトリエユニオン／大阪
〒550-0015
大阪市西区南堀江2-13-22
tel 06-6532-8920
fax 06-6533-0224

Kinden
CORPORATION

是が非でもリニューアルしていただこう、
そんな意識を持たないことから、
きんでんは、始めています。

RENEWAL･･･RENEWAL･･･RENEWAL･･･RENEWAL･･･RENEWAL･･･



施設管理のことでお困りですか？
まず、専門スタッフが診断いたします。

省エネルギーや環境対策、室内環境の快適性、設備システムの情報化対応などにお困りでしたら、〈きんでん〉にご相談ください。すぐに電気、空調、内装などの専門スタッフが診断にお伺いします。いつでも施設や設備を安心してお使いになれるよう、診断結果とお客様のニーズをもとに中長期リニューアル計画をご提案します。また、改善するところがあるなら、順次対応してまいります。総合設備エンジニアリング〈きんでん〉は、診断から、計画・設計・施工・メンテナンス・移転・引越しまでをトータルにサポートし、お客様に、信頼と満足をご提供いたします。

お客様の立場で、リニューアルを考えたい。

きんでん

本　　店　大阪市北区本庄東2丁目3番41号　〒531-8550　☎06-6375-6000
東京本社　東京都千代田区九段南2丁目1番21号　〒102-8628　☎03-5210-7272
http://www.kinden.co.jp/

建築と社会　2008.5　Vol.89　No.1034　社団法人 日本建築協会　〒540-6591 大阪市中央区大手前1-7-31 電話：06-6946-6981 FAX：06-6946-6984 http://www.aaj.or.jp
毎月1回1日発行　昭和24年3月19日第3種郵便物認可 ISSN 0912-8182　定価1,200円（税込）
雑誌　03379-5