



濱野 裕司

株式会社竹中工務店

東京本店設計部

日本建築美術工芸協会 法人会員

本日はこのような機会を頂きありがとうございます。最近の作品であります「資生堂銀座ビル」は突然生み出されてのでは無く、今までの建築に対する自身の考え方や経験・実績、そしてこの建築を取り巻く、様々な環境含めて生み出されました。そこで私が普段気に留めている、「芸術と技術」をシームレスに融合させる、との話を中心に据えて、この建物が創られた経緯や背景も含め、講演会を行わせて頂いただければと思います。

この題目である「芸術と技術」ですが、「芸術」を、文化・美・価値観・歴史・伝統…そして、そこから生まれる人の「想い」とし、「技術」を、設計・品質・生産・創造・未来…から生まれる「建築」と置き換えて、更に新しい価値をデザインするために「歴史や伝統」から学び「未来を創造」していく、との内容に繋がっていければと思っています。

・プロフィール

まず自己紹介になりますが、私は竹中工務店設計部で設計ISD部門長として、大型複合施設や事務所ビル・商業施設から店舗・住宅など、幅広く設計を手掛けてまいりました。その中であって常に、その建築が持つ背景や歴史そして人の想いをもとに、未来に向けた新しい価値観を、いかに建築に組み込むかが課題だった様に思えます。

・アートと建築との接点

自分が東京芸大の出身という事もあってか、自分の担当している建物に、初期段階から設計的な要素として自然とアートの要素を取り込みたいと考えていました。プライベートミュージアムのイブタンギー美術館では、作者の絵から飛び出て来た様な扉の取手をオリジナルで創り、東京ドーム・ラクーアでは、不思議の水の国のイメージを生む数多くのモニュメント、また、横浜ダイヤビルや中華レストランの富麗華などでは、海外著名アーティストの作品を建築に融合させる試みを行ってきました。設計デザインに、要求される用途や機能・性能や環境を満足させる事は当たり前として、その建築と融合された芸術的な要素や表現が、建物に高い魅力と文化性をも生むと思っています。

・シームレスな外装への想い

外装は建築を形づくる大変重要な要素です。自分の想いとしてより明確で力強いメッセージを建物に与える為に、シームレスな外装表現にこだわってきました。



建築の多くは工業製品としての建材で造られるので、様々な場所に物の取り合いとしての目地は必須になりますが、様々な工夫を凝らす事で、感じにくくする表現方法を模索してきました。横浜ベイクォーターではやわらかな曲線を縦型アルミスパンドレルで表現しリボンの様な表現を追求しました。御徒町駅前の松坂屋パークプレイスでは初めて本格的なアルミシェードを経験し、東急プラザ表参道原宿では外装を六角形のプレス材で反復する事で、建物を一つの塊として見せています。クロス銀座と言う建物では、開口部の表現や照明計画により、建物の階数や層間を無くす表現を目指しました。その様な経験の踏まえた中で、資生堂銀座ビル設計に取り組みしました。

・資生堂銀座ビル



銀座で創業し、銀座と共に発展してきた資生堂の銀座並木通りに建つ本社旧社屋（1966年竣工）の建替えとして、クリエイティブ機能を有する部門を集約したオフィス、ホール、レストラン、商業スペースを有する新本社社屋。未来に向けた新しい価値の創造と、ブランド力の強化のための「価値創造拠点」として計画されました。

設計デザインコンセプトを「先進性・豊かさ・オリジン」とし、高い耐震性や環境配慮など最新エコ技術の導入と共に、外装から内装の細部にわたるまで、社名の由来でもある「万物資生」の精神にこだわり、普遍的な自然素材やデザインモチーフを革新的な表現で展開しました。特に基調となるデザインには、建築主の文化を象徴する「花椿」や「唐草模様」を用い、資生堂宣伝制作部とのコラボレーションにより「美」の価値観の共有を行っています。



（外装）特徴的な建物外装を一体で覆うアルミシェードは、オリジナルデザインの「未来唐草」で構成されています。約幅1800mm、高さ4250mm、厚さ300mmが1ユニットとなり全体をシームレスに構成しています。形状は美的観点、安全性、生産性、環境性など様々な視点から検証し決定されました。唐草のシェープは1本の洗練されたラインが前後左右上下に美しく連続するようにデザインされ、人の手によってしか出来ない工程を経て、風格・味・色気を生み出しながらも、3次元モデルによるモックアップ製作や構造解析、防汚対策として光触媒の採用、生産性と層間変形などの実験及び検証など、最新技術を駆使して生み出されています。自然光や視線の制御をしながら、流麗な景色・インテリアを生み出し、銀座の街に資生堂らしい景観を創出しています。

（インテリア）内装は、外装と呼应しながら、やはり「万物資生」をキーワードに、自然の美しさ、豊かさを、素材と有機的な曲線、光で表現しました。外装か

らエントランス、低層部のギャラリーやホールなどの受発信拠点であるコミュニケーションスペースから、ワークプレイスと、いかにシームレスにデザインをつなぐか、ある意味で建物とアートが一体になって訪れた人すべてに「資生堂」を感じてもらう様に心がけました。



今後、資生堂グループのミッションである「美しい生活文化の創造」に向け、この創業の地より様々なクリエイティブが発信される事を願っています。

・新しい価値を創造する

資生堂というある意味で近代日本の文化や美をけん引してきた企業の新店の設計に関わった事で、またあらためて、新しいデザイン・発想は先人達が、築き上げてきた「文化や伝統」から生まれる事を実感しました。更に先人が築き上げた「文化や伝統」に「新たなデザイン」・「技術」を融合する事で、新しい価値「コト」が生み出されると確信しております。最近、設計担当した日本橋ダイヤビルでは、1930年に竣工した三菱倉庫江戸橋ビルの躯体を極力活かしながら、レトロフィット免震など最新の技術で新たな価値を建物に与えています。また明星大学記念図書館のプロジェクトでは歴史や物語、そして人の想い、「人」と「人」の結び付き、「縁」の大切さを強く再認識しました。

ちょうど講演会当日は3月11日。この大震災で目にしたものは、私達の文明が一瞬で無くなる姿でした。「建築や都市」を失うということは即ち文明生活を失う、逆に言えば私たちの文明は「建築や都市の姿」で建ち現れているとも言えます。「歴史・伝統」から学び「未来を創造」すること、すなわち、可能な限り、建築としての「モノ」ではなく、「芸術と技術」をシームレスに融合させ、新しいデザイン、新しい価値を生み出す「コト」創りをめざし、今後も設計に携われて行ければと思っております。

（資生堂撮影 ナカサアンドパートナーズ・伊佐 猛）