



Works Collection

□ ■ □ □ □ □

[Commercial Space]



Commercial Space

□□■□□□ 商業空間 ①

ASAHI AZUMABASHI HALL

アサヒ吾妻橋ホール

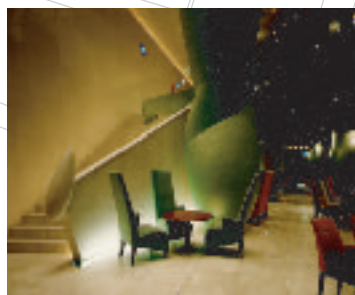
CLIENT :

ADDRESS : 墨田区 Sumida, Tokyo

DAY : 1989

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT

Basic Design by : フィリップ・スタルク Philippe Starck





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ①

ASAHI AZUMABASHI HALL

アサヒ吾妻橋ホール

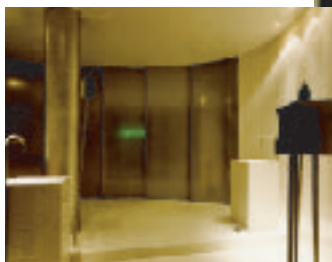
CLIENT :

ADDRESS : 墨田区 Sumida, Tokyo

DAY : 1989

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT

Basic Design by : フィリップ・スタルク Philippe Starck



スタルク村 1分の1の世界 野沢誠(建築家)

パリから西へ車で約40分も走ると、そこはもう畑ばかりの風景に変わってしまう。なるほどECの胃袋を満足させるだけのことはあるなと感心した。しかし東京の40分とはわけが違う。ビュンビュン飛ばした上でのことなのである。スタルクのアトリエでの打ち合わせは2度目なのだが、車は今回がはじめてである。

今回の打ち合わせのメインはオブジェの形を決めることにある。日本から三種類の50分の1のオブジェの模型とその土台となる建物の模型はもう着いているはずである。しかし今回の仕事も図面の描けないプロジェクトである。もう図面にこだわるのは止めにしたのだ。今日のオブジェも、削ったり盛り付けたりしたものをデジで解析するしかないのである。これでいいのだ。この方法が正解なのだ。足し算から結果を構築していく方法では時間がかかりすぎるし、スタルクには通用しない。形も形だ。現物でゆくしかないのである。

だがこうも360度同じような風景では、スタルクのアトリエのある、あのモンフィール・ラモリの小さな村へうまくどり着けるだろうか。しかしスタルクはどうしてこんな田舎に居るのかと思っていたが、そのいくつもあるだろう理由は最初に訪れたとき、一瞬にしてかつ十分に理解できた。要するに1分の1の発想のためとその現物を担う人たちが回りにいるのである。

いくつもの村をすぎ、やっとスタルクのいる村に入った。村というのだろうか、城壁こそないが中世の地方都市の面影を残している。中央には協会を目の前にした広場があり、すべての道は広場につながっている。

そういえば、その広場での楽しい話を聞いたことがある。スタルクがヨットのデザインを依頼されたとき、彼はヨットの中で生活してみなければデザインはできないといった。しかしながら、忙しい彼はその時間がとれないので、ヨットをその広場に運んでもらって、何日間かそのヨットの中で村の人たちと生活したということであった。そのうち飛行機でもという話になるんじゃないだろうか。実にスタルクらしい話である。そんなスタルクのアトリエ兼住いは、その教会の裏手あたりにある。とりあえずその広場へ出ることにした。車を見つけた彼は、村の人とお茶を飲みながら待っていてくれたカフェの椅子から立ち上がって、オーバーアクションで手をふって近寄ってきた。

この肌寒い日なのにトレードマークのTシャツ、というより下着じゃないだろうか、どちらにしても、いつも変わらずタフで飾り気のない人である。

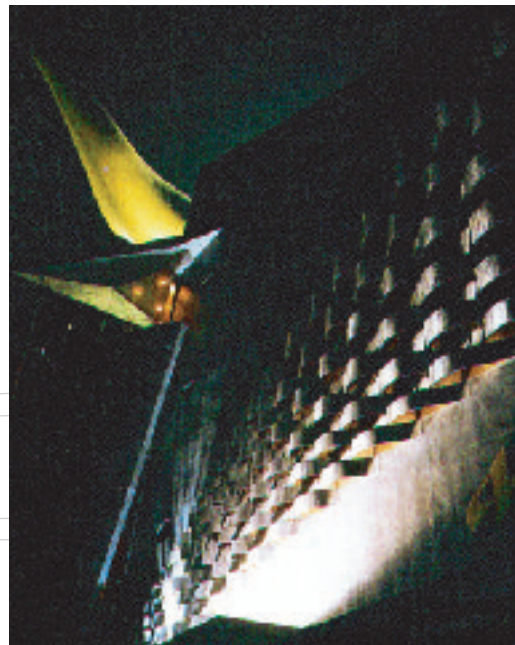
スタッフの人たちとひととおりの挨拶が終って打合せに入るのだが、打合せの場所はいつも芝の生えた庭が選ばれた。草上ミーティングである。アトリエにも庭にもところ狭しというんなオブジェが賑わっている。

あれはあれでこれはあれだな。すべて何かの部品なのだが、独立したオブジェとしても完成されているし、主張もしている。今回のプロジェクトのためにつくられたアルミキャストのモデルも同じ価値感の中にあるように思える。ナイフとフォーク、ヨット、灰皿、椅子、建築、さらにはそれらの部品に至るまで、条件は異なるけれどもそれを内包しながらも、シンプルで力強い表現はスタルクの世界そのものといえる。

彼は打合せの中で、彼の出したデザインがデコラティブかどうか質問してくる。その質問がもっとも難問であることは彼も承知の上ではあるのだが、スタルクというイメージに溶け込めないものに対して、いわゆるスタルクらしくないものに対してのみNOという返事をした。これはかなり主観が混じってはいるだろうが、その都度出てくるデザインは違えども、スタルク以外の何物でもないという感想を誰しももつことだろう。その価値でしか答えることができないのである。これは炎の形に至るまで繰り返されるのである。手で撫でて遠い世界の声を聞き確かめるようにして決めてゆくのである。これがとてつもない早業なのだ。また諦めるのもすこぶる早い。

打合せの途中に、突然このプロジェクトのための椅子とテーブルの現物モデルが届いた。とりあえずこちらの手を休めてそちらの打合せに移ることにした。現物モデルを前にしたときがもっとも緊張する一瞬である。色、形、材質、すべてチェックが入ったが、打合せは一瞬にして終わってしまった。あれだけのコメントで理解してしまった人は近所の人である。驚きである。いろいろなキャストの模型も数日でやってのける人もいる。素晴らしいネットワークである。まさにスタルク村だ。よってスタルクには発想と現物との開きがないのである。このプロジェクトにおいて、模型から直接現物に至ったのは、炎、プラスターの柱、キャストの円窓、2階の天井、階段手摺のオブジェ。そのほとんどがスタルクから送られてきたものである。さらには職人さんも送られてきた。トイレの彫金がそうである。その上をゆくものもある。1階の捲れ壁の絵も画家が現場で描いたものである。

家具はすべてスタルクのもとで製作されて送られてきたものである。これらすべてがスタルクの1分の1の世界のものだ。しかしながら、あの炎のオブジェクトはスタルクにとっても僕にとっても、とてつもなく大きな1分の1だった。



Commercial Space

□□■□□□ 商業空間 ①

ASAHI ANNEX アサヒアネックス

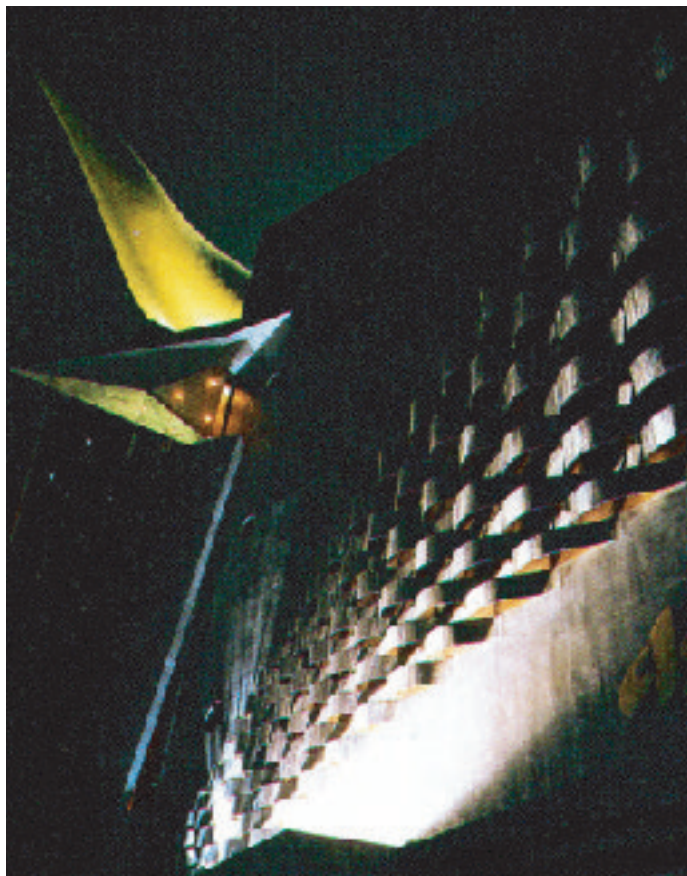
CLIENT :

ADDRESS : 墨田区 Sumida, Tokyo

DAY : 1990

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ①

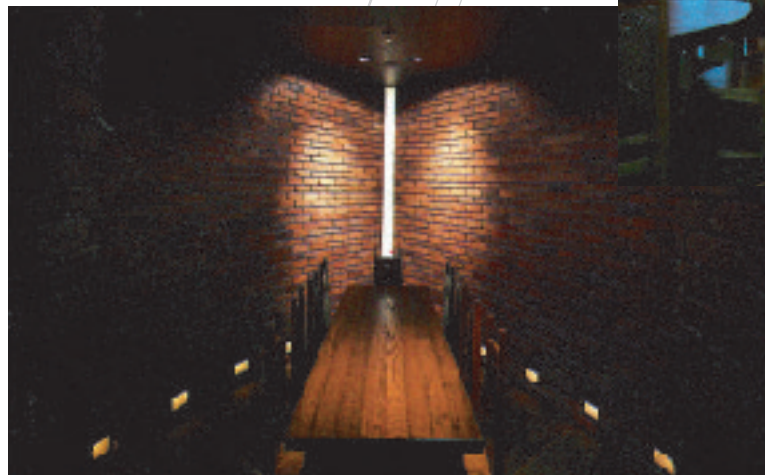
ASAHI ANNEX アサヒアネックス

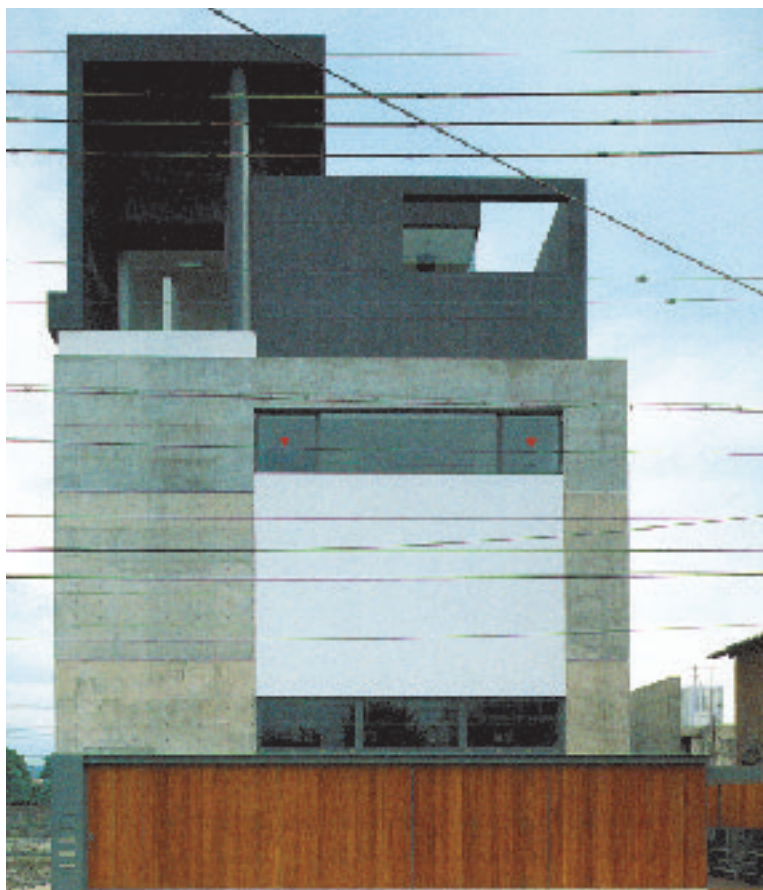
CLIENT :

ADDRESS : 墨田区 Sumida, Tokyo

DAY : 1990

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ③

TAK BUILDING TAKビル

CLIENT :

ADDRESS : 京都市左京区 Sakyo, Kyoto

DAY : 1991

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ④

WOODSTOCK ウッドストック

CLIENT :

ADDRESS : 軽井沢 Karuizawa, Nagano

DAY : 1992

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ④

WOODSTOCK ウッドストック

CLIENT :

ADDRESS : 軽井沢 Karuizawa, Nagano

DAY : 1992

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT

© 2004





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ⑤

COSTUME NATIONAL コスチュームナショナル

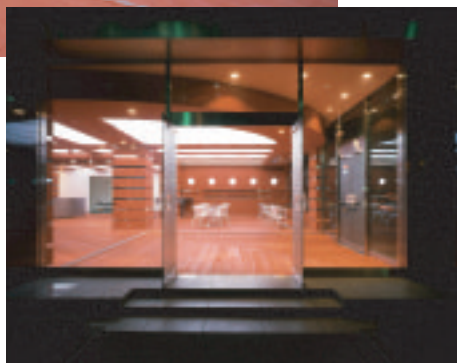
CLIENT :

ADDRESS : 墨田区 Sumida, Tokyo

DAY : 1990

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ⑥

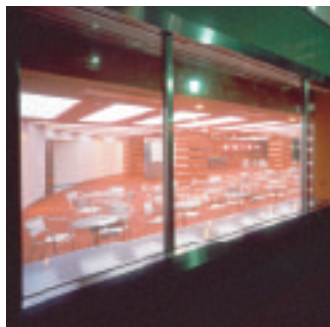
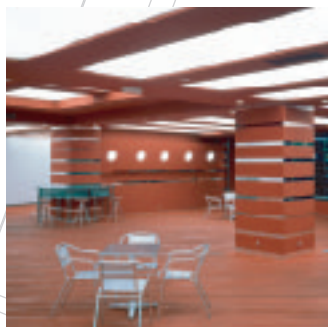
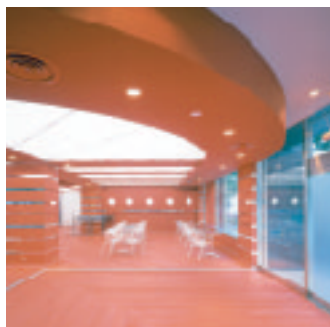
MARUNOUCHI CAFE 丸の内カフェ

CLIENT : 三菱地所

ADDRESS : 千代田区丸の内 Marunouchi, Chiyoda, Tokyo

DAY : 1998

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 7

WIN A COW FREE

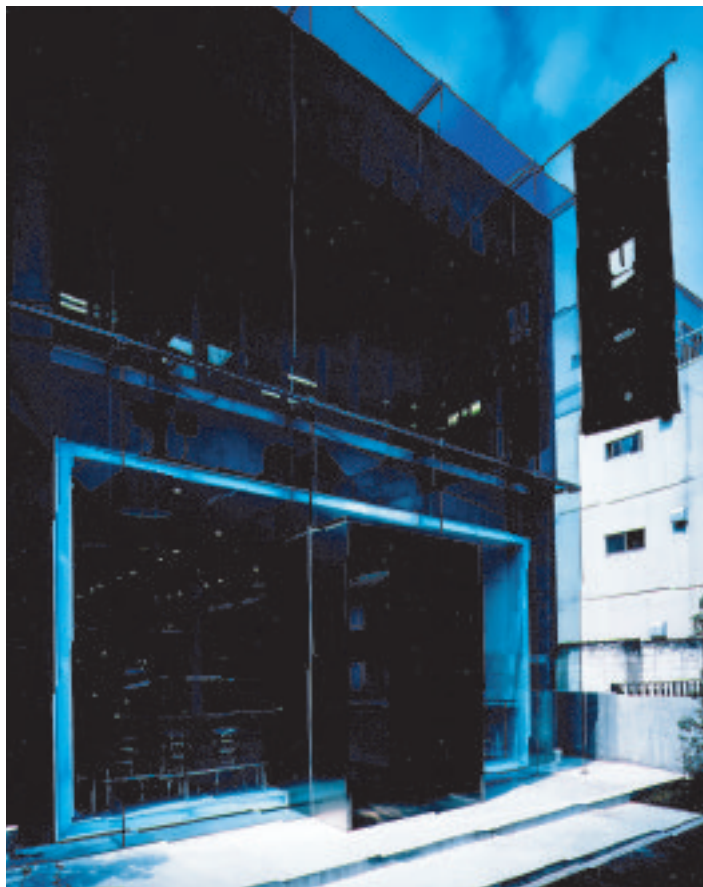
CLIENT : SETT

ADDRESS : 目黒区青葉台 Aobadai, Meguro, Tokyo

DAY : 1999

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ⑧

MANIVIA マニヴィア

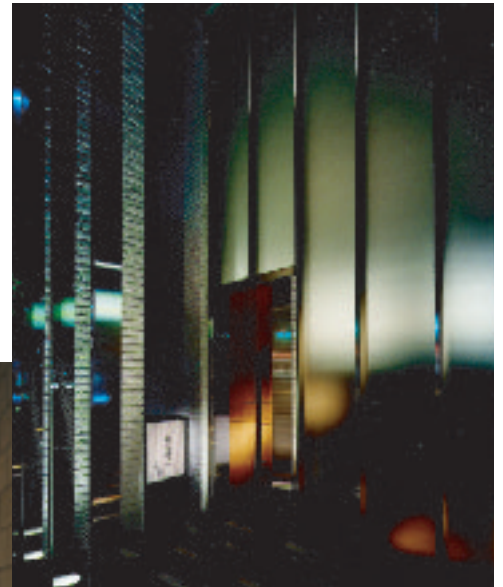
CLIENT : 株式会社 麻仁商会

ADDRESS : 南青山 MMinamiAoyama, Minato, Japana, Tokyo

DAY : 1999

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ⑨

KYOSUZU 京寿々

CLIENT :

ADDRESS : 渋谷区 Sshibuya, Tokyo

DAY : 2001

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

□ □ ■ □ □ □ 商業空間 ①

SHIBUYA O-EAST

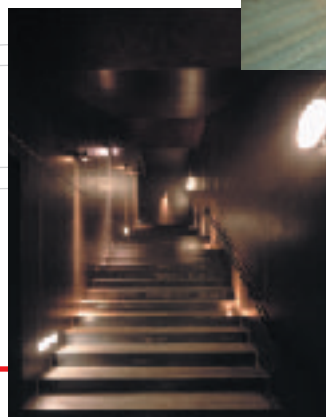
uCLIENT : 株式会社 コンチネンタル・リース

ADDRESS : 渋谷区道玄坂 Dougenzaka, Shibuya, Tokyo

DAY : 2003

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

商業空間 ①

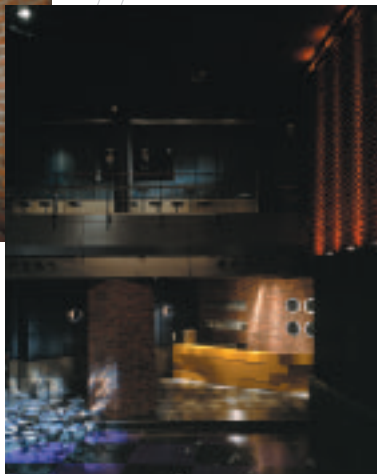
SHIBUYA O-EAST

CLIENT : 株式会社 コンチネンタル・リース

ADDRESS : 渋谷区道玄坂 Dougenzaka, Shibuya, Tokyo

DAY : 2003

Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT





Commercial Space

商業空間 ①

SHIBUYA O-EAST

CLIENT : 株式会社 コンチネンタル・リース
ADDRESS : 渋谷区道玄坂 Dougenzaka, Shibuya, Tokyo
DAY : 2003
Designed by : MAKOTO NOZAWA + GETT



HOT & COOL / 渋谷のライブハウス

道玄坂上から文化村へ抜ける「ライブリングストリート」と呼ばれている街路には、渋谷の音楽文化が軒を連ねている。

「SHIBUYA O-EAST」が「SHIBUYA O-WEST」とこのストリートを挟んで位置している。その構成は、2階・3階の吹き抜け空間をもつこの建物のメインとなる「O-EAST」、5階に「O-CREST」、地下1階には「DUO」の参加という大小さまざまな3つの音場（ライブハウス）からなる。

ライブハウスは音楽を媒体として発せられるエネルギー表現の場であり、その空間はその計り知れないパワーとエモーションを受け止めることのできる強靱さと優しさを兼ね備えることが求められている。大空間でありながらジャンピングに耐えられる構造、デシベルでは計れない音圧を受けとめる防音、エネルギーの表現を的確に伝えることのできる音響と照明、音場と裏方、エモーションとスタッフ、ホールとバーというように。

ホットで動な内部空間への想像と期待が高まるとは逆に、クールで静、以前からそこに存在していたかのような真新しさを消すテクスチャーが外部空間として必要だった。その表現手法として、下塗りの色が浮き出るような重ね塗りを、コンクリートの躯体に直に施す手法を選択した。

敷地の3辺（正確には4辺）が道路に面していることにより表裏が問題なく構成することができ、込み入ったこの地域の持つ楽しさを邪魔しないためにも、その特異な敷地の形状によって生まれる面々、辺々で変化する外周りが、大空間を内包する大きさをフェイクする効果があった。また、その特異な形状が、ホールとバーの関係のように内部空間にも変化と奥行きをもたらした。

1階の半外部的空間はストリートを隔てた「O-WEST」とつながりをもちつつ「DUO」、「O-EAST」、「O-CRAFT」のホワイエの役割を担う。

内面で燃えるエネルギーの熱さと人の手でしかできなかったテクスチャーのもつ温かさをクールな外装面から感じ取ってもらえるだろうか。（野沢誠）

