



Shuntaro Aoki 一級建築士・青木俊太郎の建築知識が豊かになるコラム

旅と僕と名建築

那珂川町馬頭広重美術館
@栃木県那須郡那珂川町



今回紹介する建物は栃木県那珂川町にある「那珂川町馬頭広重美術館」。写真だけでわかる方がいるかもしれませんが、コラムでおなじみの隈研吾氏設計の美術館です。川と山に挟まれ湿度が高く、車を降りた瞬間から苔むした空気を感じるようなエリアに建っています。屋根のルーバーには経年劣化で苔が生えており、平屋というサイズ感が山の稜線とも重なって昔からそこにあったような佇まいが感じられました。外壁を同一材でまとめ、連続性を持たせるデザインが隈建築の特徴です。この美術館も木のルーバーを外壁と屋根に設け、どこまでも続いていくような連続性があります。樋や設備などは排除し、すっきりとした

外観デザインにまとめ、よく見ると出入口の上部には意匠的に隠された内構が仕込んでありました。歌川広重の浮世絵のイメージを彷彿とさせる和紙の間仕切りはソリッド感がありながらも柔らかく、日本文化を表現しているように感じます。直線的なルーバーに和紙を巻き付けて間仕切りとしている部分もあり、堅と柔のバランスを取っているような印象を受けました。建物自体は直線的でありながらも、木材の経年劣化で朽ちた柔らかさと和紙の手触りの柔らかさが建物全体のバランスの調和を図っていました。土地の特徴や建物の用途、空気感や素材までが連なっているような名建築でした。

旅のおしえ ~形状の使い倒し~

隈設計を数多く見てきて気がついた特徴が「形状の使い倒し」です。外壁や屋根に多用している「ルーバー」を什器やクッションカバーなどにも展開。各所に点在させることで空間全体に統一感が出て、まとまった印象のデザインになると学びました。

Ria Niyama トイレ研究者・日山莉愛のトイレデザインレポート

トイレデザイン日記

LOG
@広島県尾道市



今回ご紹介するのは広島県尾道市にある宿泊できる複合施設「LOG」のトイレです。「LOG」は集合住宅として昭和38年に建てられたアパートをインドの建築集団「スタジオ・ムンバイ」がリノベーションした施設です。建物はよくある日本の団地の造りで、元々部屋として使っていた空間の壁を撤去し半屋外の開放的な空間に変化させていました。外壁はピンクページュの優しいカラーで仕上げられており、元々アパートだったとは思えないくらい品のある設えでした。トイレは建物の雰囲気に合わせて柔らかく和モダンを感じさせるようなデザインでした。壁はマットな質感のホワイトカラーの丸いモザイクタイルで全面を仕上げられ

ており、小さくこころとした見た目がとても可愛らしかったです。電球は天井や壁面に取り付けられており最小限の優しい光で照らしている仕様が温かい雰囲気を作り出していました。トイレのパーテーションは木枠に乳白色の亚克力板のようなものはめて作られています。透明なガラスとは違い、乳白色のた亚克力板なので、使用中は人影が見え人の気配を感じられるようになっています。内と外とでつながりを感じられ良いなと思いました。亚克力板は光沢感のある素材なので光を反射し、トイレの通路が明るく感じようデザインされていました。日本ではなかなか見かけない素敵なデザインなのでぜひ立ち寄ってみてください！

LOG 〒722-0033 広島県尾道市東土堂町1-1-12 尾道駅から徒歩14分

「LOG」は尾道の観光名所・千光寺につながる坂道の途中にあります。建物内にはショップなどもあり、宿泊しない人も利用できるので観光の際は寄ってみてください。

Follow Me / トイレ研究者・日山のInstagramはこちら！

＜ ジュークの最新ニュースはこちら ＞

NEWS

19CLUBツアー@小倉・下関開催

総勢21名が参加したブランディングツアーを小倉・下関で開催。若手・新潟、埼玉、兵庫、愛媛、山口、福岡と多くのエリアから集まりブランディングのインプットと交流を行いました。次回は12/5@東京！

NEWS

ユタカ電業新社屋お披露パーティー

ブランディングから設計までトータルでお手伝いしていたユタカ電業様新社屋が完成。創業日9/21にお披露目パーティーが行われました。全国から経営者仲間が集まり代表加藤ご挨拶する時間も頂きました。

NEWS

岩手日報社より取材を受けました

8月の企画展、岩手経済戦略会議での登壇の取材に続き、9/30に岩手日報社様より誌面の名物企画「人」のコーナーの取材を受けました。事業や社風、趣味など多岐に渡りヒアリング。10月以降に掲載予定です。

INFORMATIONS

●10/24-25デザインスクール@ジュークアンリミテッドオフィス(盛岡) ●12/5(木)19CLUBブランディングツアー@東京<2024FAINALI>

Masumi Abasaka デザイナー・赤坂真純が全国のスタバの魅力を発信

MY STARBUCKS

弘前公園前店 @青森県弘前市



今回ご紹介するのは、青森県弘前公園前にあるSTARBUCKSです。弘前公園前店は日本で数々の桜の名所に位置し、日本で2店舗目となる登録有形文化財の店舗です。1917年に陸軍師団長の官舎として設計され、切妻の屋根が特徴的です。店内は建物そのものの意匠を活かした空間になっており、日本庭園を望む和室は弘前の伝統工芸や地域の素材を用いて現代風にアレンジされた座席になっていました。丸テーブルやボックス席など木のぬくもりを感じられる落ち着いた空間でひとときを過ごせます。天井や壁面にも青森県産のヒバの木が使用され、壁土には青森県の名産であるホタテの貝柱と店舗で使用したコーヒーの豆が練りこんでおり、一つ一つ

丁寧に作られていると感じました。元控室だった部屋からは弘前公園が望めます。桜の名所になっていますが、秋は紅葉が美しく、一年を通じて四季とCOFFEEを楽しむことができます。壁面に飾られた建物の写真からは100年以上の歴史を知ることができ、土地・産業・伝統を大切にしたいという想いが込められている店舗でした。悩んでいる時、仕事をしたい時、読書をしたい時、一日何回でも行ってしまいたくなる空間、そこが「MY STARBUCKS」。

<STARBUCKS 新商品情報>

チョコレートムースラテ Tall ¥600 (9/30~販売開始)

スターバックスコーヒー 弘前公園前店 〒036-8207 青森県弘前市上白根町1-1 営業時間/7:00-21:00

弘前公園前店は大正レトロな雰囲気が楽しめる落ち着いた店舗です。店舗限定で販売している弘前公園の桜をデザインした津軽びいとりガラスも人気です。

Dawei Li プロジェクトマネージャー・李大偉がスムーズな建設プロジェクト方法を紹介

プロジェクトマネジメントのコツ

Vol.34 建物の強度や設置条件を確認する

クレーンを設置する際は、まず建物の強度や設置条件を確認することが重要です。クレーンの種類や形状に応じた適切な設置スペースが必要であり、レールを設置する壁や梁は十分な強度が求められます。特に古い倉庫や工場の場合、建物が老朽化している可能性があるため、過去に強度を確認していたとしても時間の経過とともに状況が変わっていることがあります。そのため、専門家に依頼して再度確認を行うことが推奨されます。建物の図面や構造計算書をもとにした強度確認を怠らないことが、安全なクレーン設置の鍵です。倉庫や工場には寿命がありますが、定期的な点検や修繕を行うことで建物の寿命を延ばし、長期間にわたって安全に使用し続けることが可能になります。これにより、メンテナンス費用や修繕費用の抑制も期待できるため、建物の状態を常に把握し、早めの対策を講じることが大切です。

Ayana Morii グラフィックデザイナー・森屋綾那のリアル子育て絵日記

おかーさんえにっき

5さいからげっ...キャンプのおままごにいま、まいはんキャンプ

「トッパファクトリー」サイトはこちら▶

ブランディングに役立つ本と映画ご紹介

ジュクおすすめ！
BOOK

建築MAP東京
企画・編集=ギャラリー・間
2003年1月

ツアーで訪問したTOTOは社会貢献活動の一環として建築・デザイン・生活文化をユニークな視点でとらえた書籍を発行しています。建築めぐりの楽しみを喚起する前例のない書籍として、空前のベストセラーになったのがこちら。代表加藤も学生時代に購入し、東京の建築巡りに勤しんだ原点の1冊。(現在は入手困難)

ジュクおすすめ！
MOVIE

トイレのピエタ
2015年 日本
監督：松永 大司
主演：野田 洋次郎

ツアー一見学先のトイレに絡んだ作品を紹介。死後、十字架から降るされたキリストを母マリアが抱く姿を描いた芸術作品「ピエタ」。トイレシネマは監督がこだわりすぎて何個もトイレを作ったそう。さて、ラブストーリーなのにトイレとピエタがどう繋がるかはぜひご鑑賞を。RADWIMPS野田洋次郎の俳優デビュー作。

IF YOU WANNA BE UNLIMITED, YOU SHOULD READ THIS!

19UNLIMITED PROJECT DRIVE & DESIGN

TEL 019-601-6619
FAX 019-601-6719
SITE 19unltd.co.jp

初参加多数！ブランディングツアー-@小倉・下関



企業ミュージアムのヒントの宝庫「TOTOミュージアム」を皆で見学

9/20・21に北九州市小倉・山口県下関でブランディングツアーを開催。全国各地の企業訪問・街歩きを通してブランディングやデザインをインプットし、参加者同士でブランディング交流をしてもらうことを目的に19CLUB(ジュークアンリミテッド)が運営するブランディングコミュニティ)で企画しています。今年からクラブメンバーの新規加盟者が増え、5月の岩手開催に続き、9月のツアーも半数以上が初参加メンバーというフレッシュなツアーになりました。岩手、新潟、埼玉、兵庫、愛媛、山口、福岡と全国各地からたくさんのメンバーに参加していただきました。

最高峰の企業ミュージアムで学ぶ

今回の目玉は2つ。初日は北九州市小倉の「TOTOミュージアム」を見学。TOTO創立100周年記念事業として開設されたTOTOミュージアムには水回りの文化や歴史とともに、TOTOのものづくりへの想い、商品の進化が展示されています。ジュークでお手伝いさせていただくことが多い「ブランディング×本社・工場建設」は、企業の歴史や大切にしていることを普段から社員だけでなく、来客時も説明でき

るような仕掛けを設けることを心がけています。そんな演出を考える私たちが普段勉強しているのがこのTOTOのような企業ミュージアムです。今回は日々ブランディングを学ぶクラブメンバーと一緒に企業ミュージアムを見学しました。全国各地企業が運営するブランディングコミュニティ)で企画しています。今年からクラブメンバーの新規加盟者が増え、5月の岩手開催に続き、9月のツアーも半数以上が初参加メンバーというフレッシュなツアーになりました。岩手、新潟、埼玉、兵庫、愛媛、山口、福岡と全国各地からたくさんのメンバーに参加していただきました。

社屋完成お披露目イベントに参加

2日目は山口県下関市に移動し、ユタカ電業様の新社屋・工場お披露目イベントに参加しました。2021年5月からジュークと一緒にブランディングに取り組んでいるユタカ電業は山口県下関市に本社を置き、鉄道の設備メーカーとして日本全国の沿線で活躍しています。3年半のブランディング期間では

関東支社のリノベーションや展示会初出展、キッズフェス初開催など様々なアクションに取り組んできました。そして、ついに新社屋・工場が完成。創業日の9/21を体系的なお披露目として設定しました。参加メンバーには「自分たちならどうするのか?」「どんな準備・演出・配慮が必要か?」を考え、体験してもらいました。もちろん、純粋にユタカ電業から企業ブランディングを学ぶ目的もあります。

ホスト企業にも学びとフィードバックを

19CLUBツアーの特徴は、視察受け入れ企業もクラブメンバーであること。視察を機に「また来たい」「誰かに紹介したい」とファンを作ることをお伝えしています。視察の受け入れをしたことがない企業でも、資料や演出の面でジュークがしっかりと伴走しています。受け入れ慣れているユタカ電業様でも、お披露目イベントとなるとそれは新たな挑戦。更なる経験値アップに繋がっています。ツアー参加者の感想、加藤から「こうするともっと良くなる」などの声をしっかりホスト企業にもお伝えしました。今回のブランディングツアーは12/5@東京開催(今年最後!)です。



創業者、歴史の見せ方を学ぶ



ユタカ電業様お披露目イベント



スタッフ自らが案内する社内ツアー

進行中プロジェクトをチラ見せ!

2024 NO.34 ON-GOING PROJECTS

「空き家バトン」ロゴマーク チラシデザイン

株式会社中央開発
岩手県北上市 / 不動産会社

空き家対策専門サービス「空き家バトン」@岩手 ～地元北上で空き家コンシェルジュを目指す～

1969年北上市大曲町にて創業し、55年を迎える不動産会社の中央開発様。2024年7月に6代目代表取締役役に高橋宏一氏が就任。北上市、県南に密着した地元目線の丁寧な仕事が好評で、開発から賃貸まで幅広いニーズに応えています。北上市が運営する空き家バンクの相談が真っ先に持ち込まれるほどに信頼と実績がある中央開発様の空き家事業。事業拡大はもちろんのこと、空き家の有効活用方法の提案を通して地元経済活性化を果たすサービスブランドの立ち上げをお手伝いしました。

専門家として見せる

中央開発の空き家事業は知っている方には信頼と実績があれど、現在のホームページは賃貸の印象が強い状態。社名には「開発」と入っているため、大規模な開発を得意とする不動産屋さんという印象も強いようです。そこで、空き家の専門家として見せるために得意技を絞って見せるフォーカスブランディングをご提案しました。「中央開発の空き家事業」ではなく、サービス名を決め、別名刺・別ホームページを作り、本体とは切り離れた別ブランドとして世界観を尖らせてみます。

ロールモデルはイギリス

まずは、空き家が少ない国を考えました。ヨーロッパは建物が石造りのため堅牢さがあり、何百年という歴史の長さから築100年を超える建物が多く存在しています。人々もそこをリノベーションして住まうことになら抵抗がありません。ヨーロッパの中でも特にイギリスに注目しました。イギリスでは築100年を超える家ほど価値は高く「ゴースト付なら人気」というおもしろさがあります。時間と個性が価値に

なるイギリスのように、空き家バトンは日本の空き家に対するイメージを変えていきたいと考えました。そこでデザインにイギリス感を少々プラス。ブランドカラーにはオーリーブグリーンを採用しました。オーリーブは古来より「リセットして再生する」ことを象徴します。

想いをバトンのように繋ぐ

社長も社員さんも皆地元出身というローカル企業。大手空き家サービスとの違いは地元に対する想いの強さです。生まれ育ち、現在も生活している街に対しての想い入れも当然あります。資産として売る・買うだけでなく、リレーのバトンを渡すようにそこでの暮らしの思い出ごと買い取り、丁寧に次の家主へお渡しします。日本の空き家率が過去最高を更新している昨今「空き家って選択もいいね」となり、空き家が減り、人が増えて街が元気になる。そんな循環の推進を「空き家バトン」に託しました。

空き家コンシェルジュとして

ダイレクトメール用のチラシ・名刺をデザインし、10月中の公開に向けてホームページも準備中です。空き家の買い取り事例も順次公開予定。お住まいだけでなく、カフェやレストランなど店舗にすることで人の流れを生んだ事例など、街の活性化に繋がるようなアイデア等も発信予定です。売りたい・買いたいをサポートするだけでなく、コンシェルジュのように提案ができるようなブランドを目指します。

【サイトはこちら】

<https://akiya-baton.com/letter/>



No.34 加藤の社長ブログ

Design Executive Officer

DEO NOTE



岩手経済戦略会議にパネリスト登壇②

少子化の根源は地方企業！?

毎回テーマが変わる岩手経済戦略会議。今年のテーマは「人口減少」でした。少子化対策=子育てしやすい街づくり、と通り一辺倒で思っていたので最初は正直当社の事業には関係のないテーマだな...とっていました。しかし、基調講演の天野さんが以前、岩手日報の取材を受けた際のコラムを読んで、ハッとさせられました。そこにはまさに20年前の私?と思うことが書かれていました。若い女性が地元で働きたいと思える企業の選択肢がない故に、首都圏に進学しそのまま就職。結婚し、子供が生まれたら環境を変えるのも...となりそのまま定住。地元には帰ってこない。大人も子供も首都圏に集中。少子化の根源は地方企業だったのです。「これはコーポレートブランディングを生業とする当社でも力になれることがある!」とパネリストに選ばれたことに腹落ちしました。

地元に戻ってこない族だった私

振り返ってみると私も進学時は、地元に行きたい大学がなく仙台で浪人。その後、京都の大学に進学。就職は一応地元、東北で探してみるも、ここ!というところがなく結局東京で新社会人となりました。たまたま前職の中途採用の内容が豊か、建設会社でしたが脱ゼネコンを図ろうと革新的な動きもありそうで、ここは面白い会社かも、とUターンしたわけですが、あの時情報収集のためになんとか転職サイトに登録していなければ岩手には帰って来ていなかったと思います。当然そうなるもジュークアンリミテッドもこの世に誕生していないわけです。20年近く経つのに、まだ同じ現象が起きているのか...と記事を読みながらびっくりしました。しかも、天野さんの話では優秀な女性こそ、就職活動で地元の企業も一度は選択肢に上げて就活すること。しかし、企業側が適正な職を用意できない...

(気になる記事の続きは下記QRから!)



上記ブログの続きは右記二次元コードから「note」で読めます→

