

ReNŌDA

都市に開かれた感性の交差点



研究目的：
購入の前に「関係」が生まれる空間モデル
本卒業制作の目的は、生活雑貨を媒介として、都市の中で「滞在→関係→選択（購買）」が自然に成立する建築モデルを提示することである。ここで重要なのは、購買を否定することではなく、購買を“最初から決められたゴール”にしないことである。人が場に居て、働き、話し、食べ、泊まる中で雑貨と関係を持ち、その結果として「欲しい」「持ち帰りたい」が発生する構造を建築として成立させる。

ReNŌDA はショールームでもホテルでもない。生活雑貨を「空間の一部」「生活の道具」「時間の媒体」として扱い、都市における滞在の価値を再定義する提案である。

計画名称 | ReNŌDA
計画所在地 | 東京都港区虎ノ門一丁目
敷地面積 | 約 7,000 m²
延床面積 | 約 8,500 m²
階数 | 地上 5 階 + 屋上テラス

A-A' 断面図



Re (再構築) / Node (結節点) / Data (痕跡) 研究背景

都市の商業空間は、効率的な購買や回遊を成立させるために、来訪者の行動をあらかじめ設計してきた。体験型ストアや複合施設が増えた現在でも、その多くは「体験→購買」という到達点を暗黙に持ち、入店後の行動は空間側により誘導される。結果として、来訪者は“消費者”として固定され、「目的を持たない滞在」「偶発的な交流」「何もしない時間」は生まれにくい。特に再開発ビジネス街では、都市が効率と論理で最適化されるほど、立ち止まる余白は排除され、都市は「通過する場所」になっていく。本研究はこの状況に対して、商業空間を“売買の装置”から“滞在のインフラ”へ変換し、都市の中に新しい結節点（Node）をつくることを試みる。

「通過と管理の地、虎ノ門」

虎ノ門は、江戸時代に江戸城外郭の門「虎之御門」が置かれたことに由来する土地であり、都市における内と外を分け、人の流れを制御するための「境界」として機能してきた。ここは滞在の場ではなく、城と外部を結ぶための通過点であり、秩序と管理が優先される空間であった。戦後から現在に至るまで、虎ノ門はオフィス街、そして再開発による国際ビジネス拠点へと更新され続けている。一方で、目的を持たずに立ち止まり、過ごすための余白は、依然として限定的である。

このように虎ノ門は、時代ごとに姿を変えながらも一貫して、通過し、管理され、機能することを求められてきた都市の結節点である。

ReNŌDA は、この「通過と管理の地」に対し、効率や成果から一時的に解放される滞在の余白を挿入する試みだ。

地上 5 階 + 屋上テラスによる 「滞在の深度」をつくる縦構成

ReNŌDA の建築の骨格は、地上 5 階建てと屋上テラスからなる縦方向の構成にある。この建築は、機能を積層するための器ではなく、都市における滞在の距離感そのものを構造として扱う建築である。

都市に最も近い 1 階では、誰もが自由に立ち入れる公共的な滞在を受け止める。そこから上階へ進むにつれて、滞在は徐々に内側へ向かい、仕事、食、宿泊といったより私的で時間密度の高い行為へと移行していく。最上部に設けた屋上テラスは、内部で積み重ねられた滞在を再び都市へと開放するための余白として機能する。

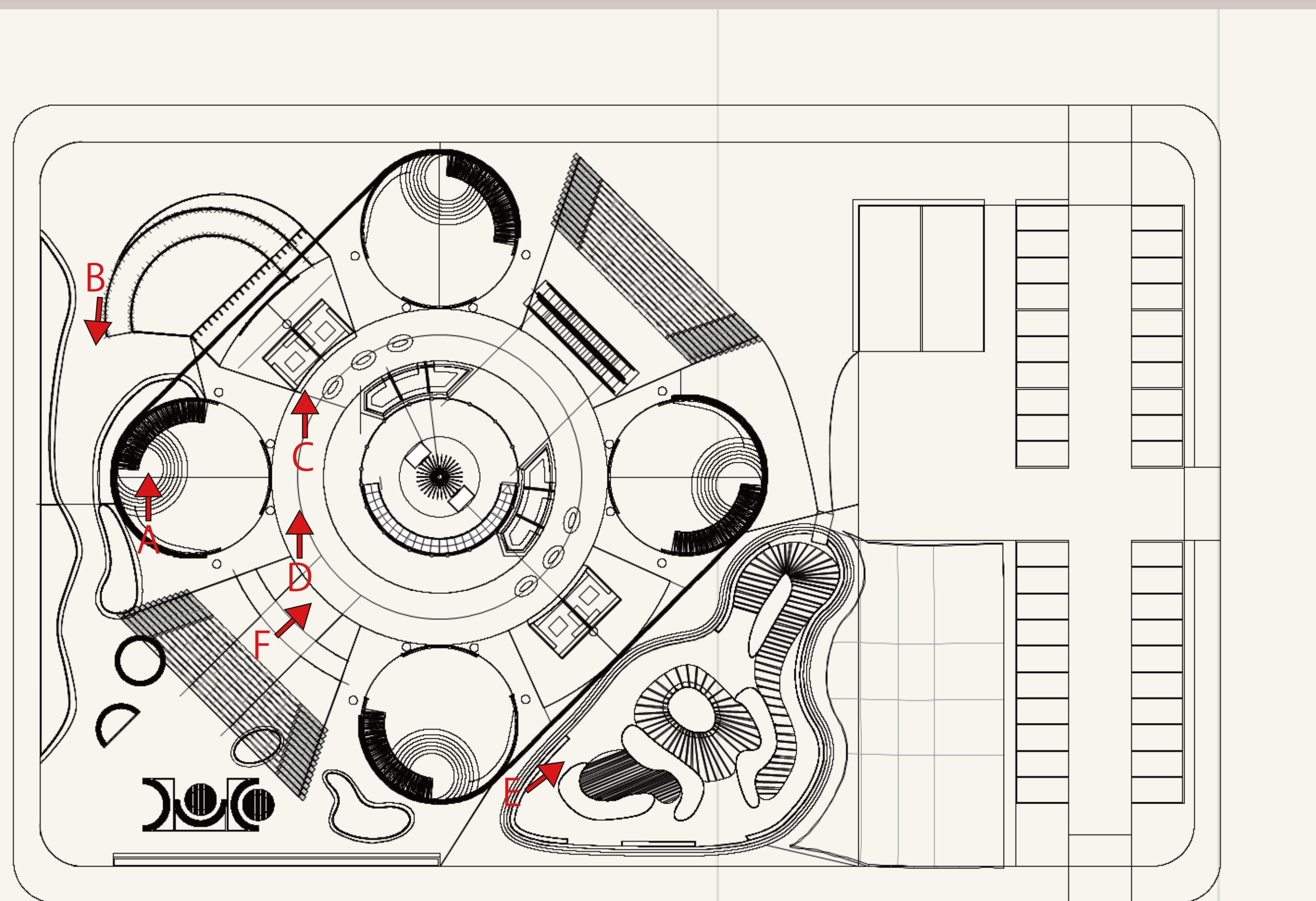
この公共から私的、そして解放へという流れは、来訪者に特定の行動を強制するものではない。上下移動そのものが、都市との距離を調整する行為となり、来訪者は自らの意思で滞在の深度を選択することができる。

また、本計画では階層を貫く大きな吹き抜けを建築の中心に据え、上下階の滞在が常に視覚的・感覚的につながる構成としている。これにより、各階は独立した用途として完結するのではなく、互いの気配を感じ合いながら重なり合う。吹き抜けは、採光や開放感のための装置ではなく、異なる滞在が同時に存在する状態を可視化するための建築的骨格である。

体験の連続性

ReNÔDAにおける体験は、あらかじめ定められた順路や購買行動によって構成されるものではない。本計画では、「どこから入り、どこへ行き、何をするか」を建築側が指示しないことを前提としている。来訪者は、都市の延長として1階に入り、休む、働く、待つといった行為を自由に選択する。そこから上階へ進むかどうかも含めて、滞在の深度は各人の意思に委ねられる。建物内に設えられた生活雑貨は、展示物や商品として切り分けられるのではなく、飲食店の家具、客室の備品、ラウンジの什器に至るまで、すべて実際に使われている状態で空間に組み込まれている。来訪者は「商品を見る」のではなく、「生活の一部としてそれらと関わること」になる。2階では、生活雑貨と空間が一体となった環境の中で、見る・触れる・使うといった行為が自然に発生する。ここでの選択は即時的な購買を目的とするものではなく、滞在や体験の延長として生まれる関心の表れである。また、飲食フロアや宿泊フロアで実際に使用した家具や備品も、同様に購入可能な対象として位置づけられている。3階以降では、仕事、食事、宿泊といった行為の中で生活雑貨と関係を持つ時間がさらに深まる。特に宿泊階では、一晩を過ごすという最も深い関与を通して、使い心地や空間との相性が身体的に実感される。ここで生まれる選択は、説明や接客によるものではなく、生活の時間そのものから導かれる。このようにReNÔDAでは、「過ごすこと」と「選ぶこと」が明確に分離されていない。来訪者は購買を目的として行動するのではなく、滞在の結果として選択に至る。行動を強制しない建築構成が、体験と選択を緩やかに連続させている。

1F | 都市に開かれた滞在



1階は、都市と建築が最も近く接する層であり、目的を持たない滞在を受け止める場所として計画する。来訪者は購入や利用を前提とせず、休む、待つ、働く、ただ居るといった多様な行為を自由に選択できる。ここでは来訪者は「客」ではなく、都市の一部として存在する。ReNÔDAにおける滞在の出発点であり、都市の延長としてのリビングである。



view1-E



view1-A

view1-B



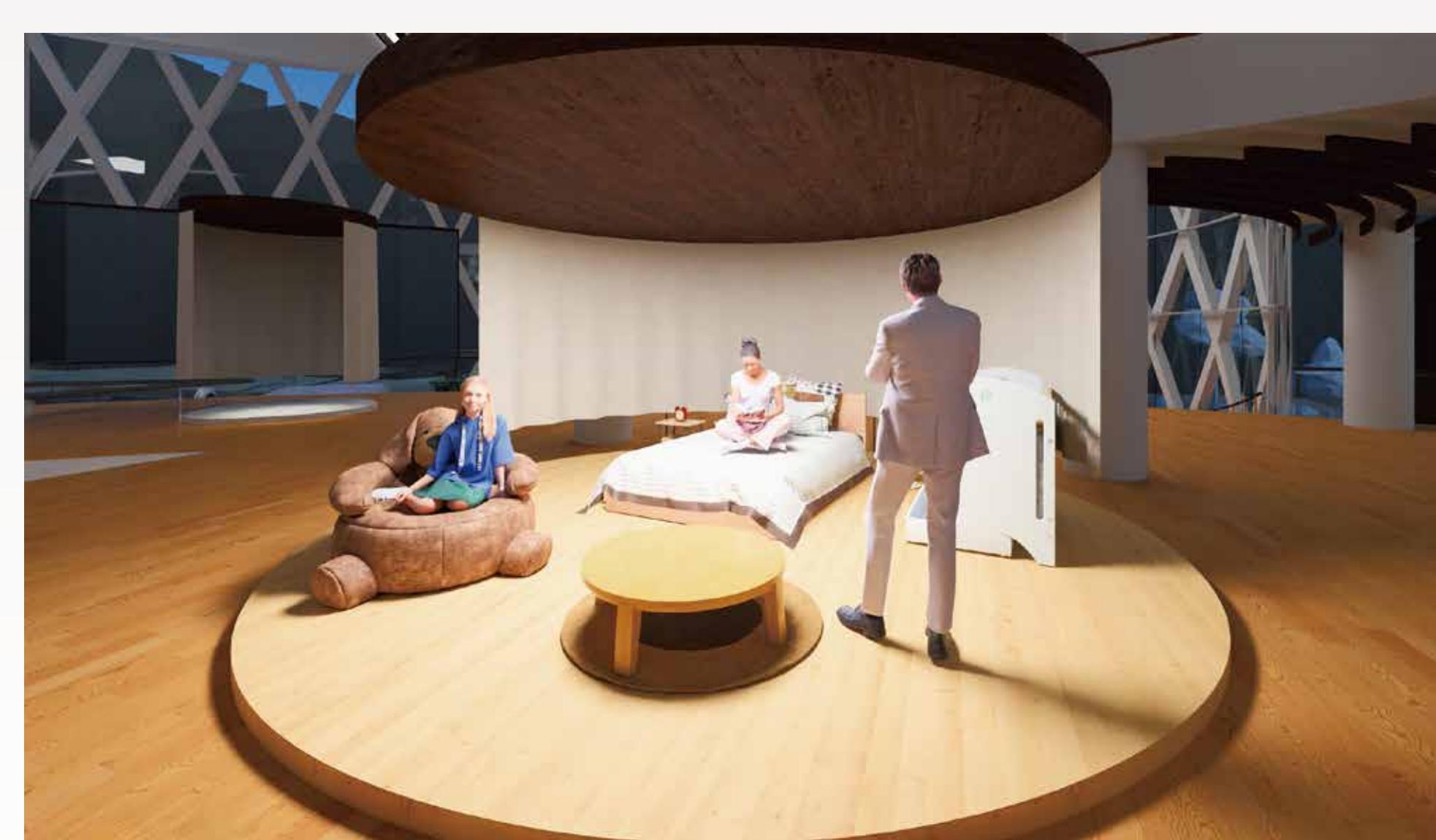
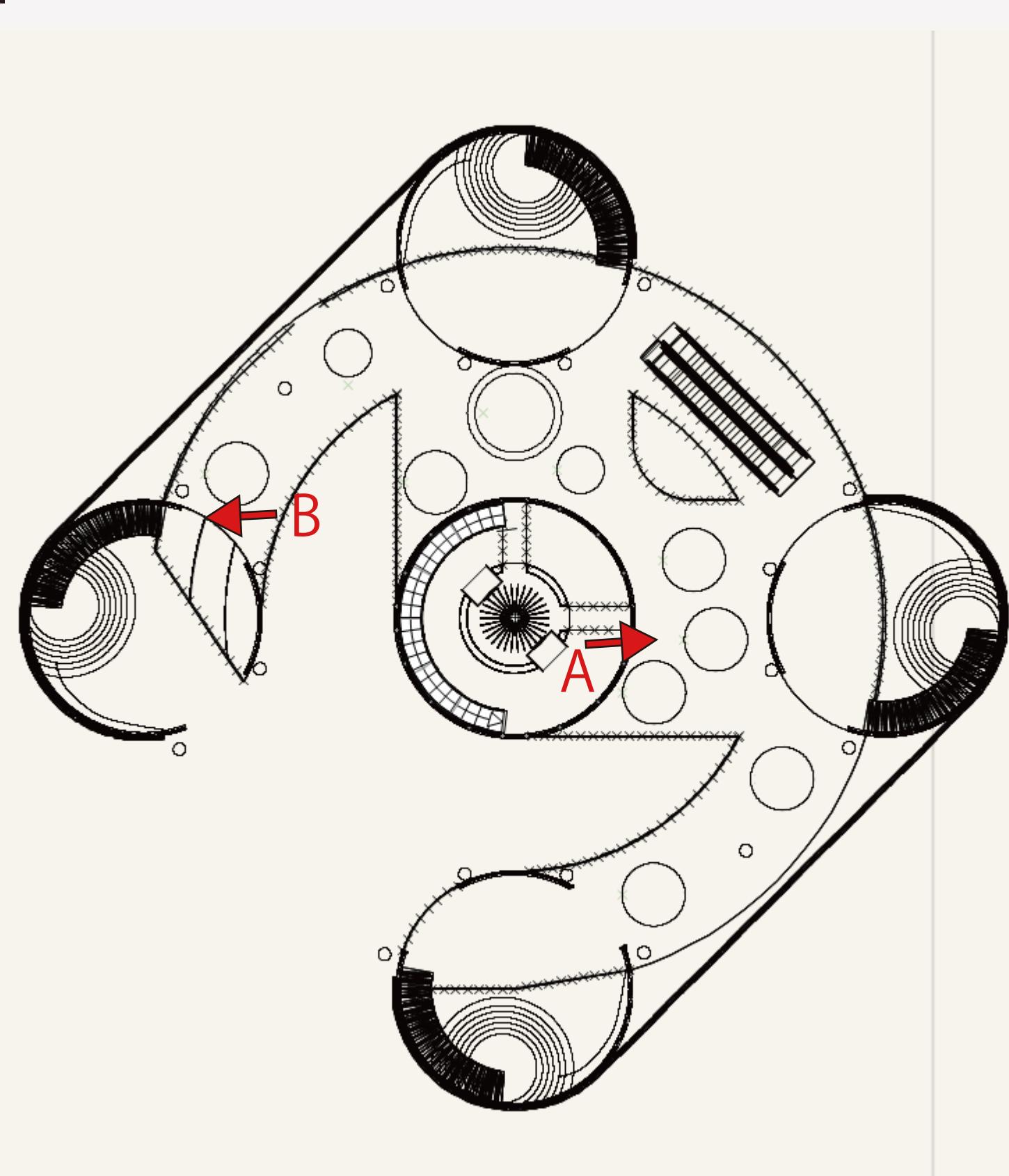
view1-C

view1-D

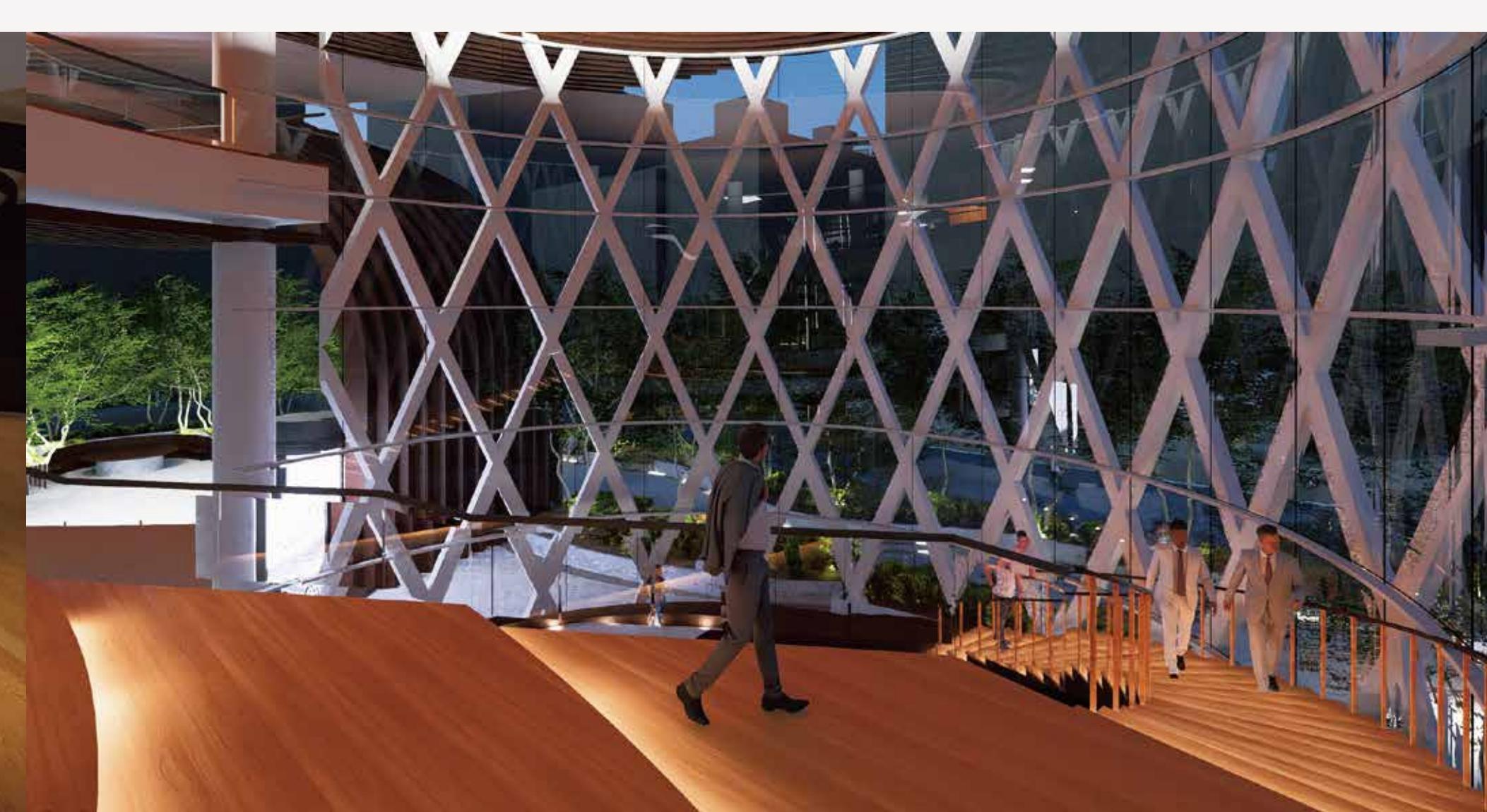


view1-F

2F | 選択が生まれる層



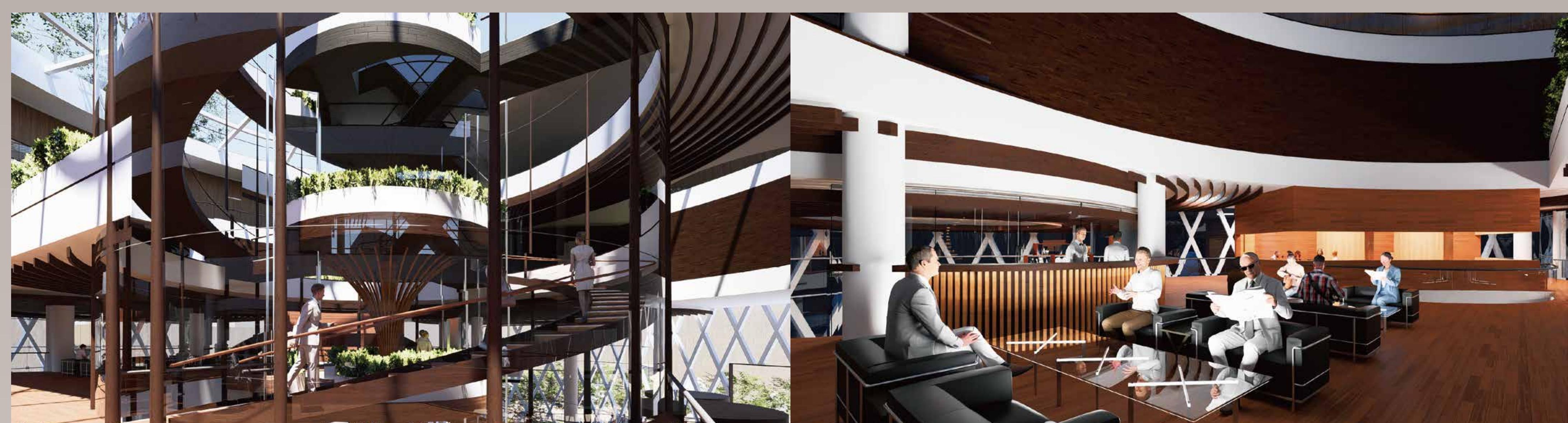
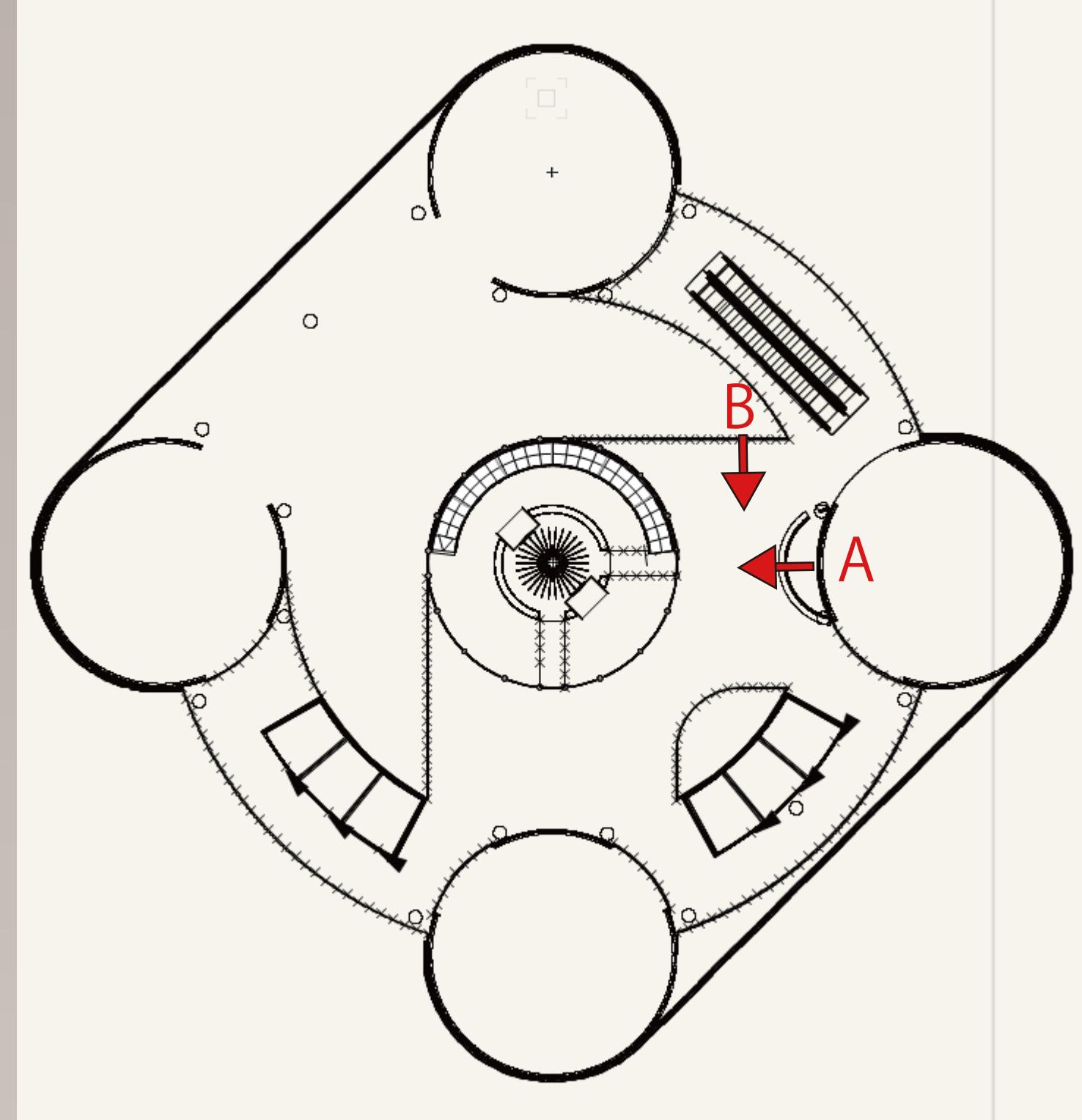
view2-A



view2-B

2階は、生活雑貨が展示され、かつ購入も可能な空間であるが、売ることを目的としないギャラリー的な層として位置づける。雑貨は棚に並べられる商品ではなく、空間の一部として使われ、置かれ、関係を持たれる存在である。来訪者は「選ばれる」のではなく、滞在や体験の結果として「選ぶ」立場に立つ。このフロアは、公共的な滞在と個人的な関与のあいだに位置する中間層である。

3F | 仕事と対話の結節点

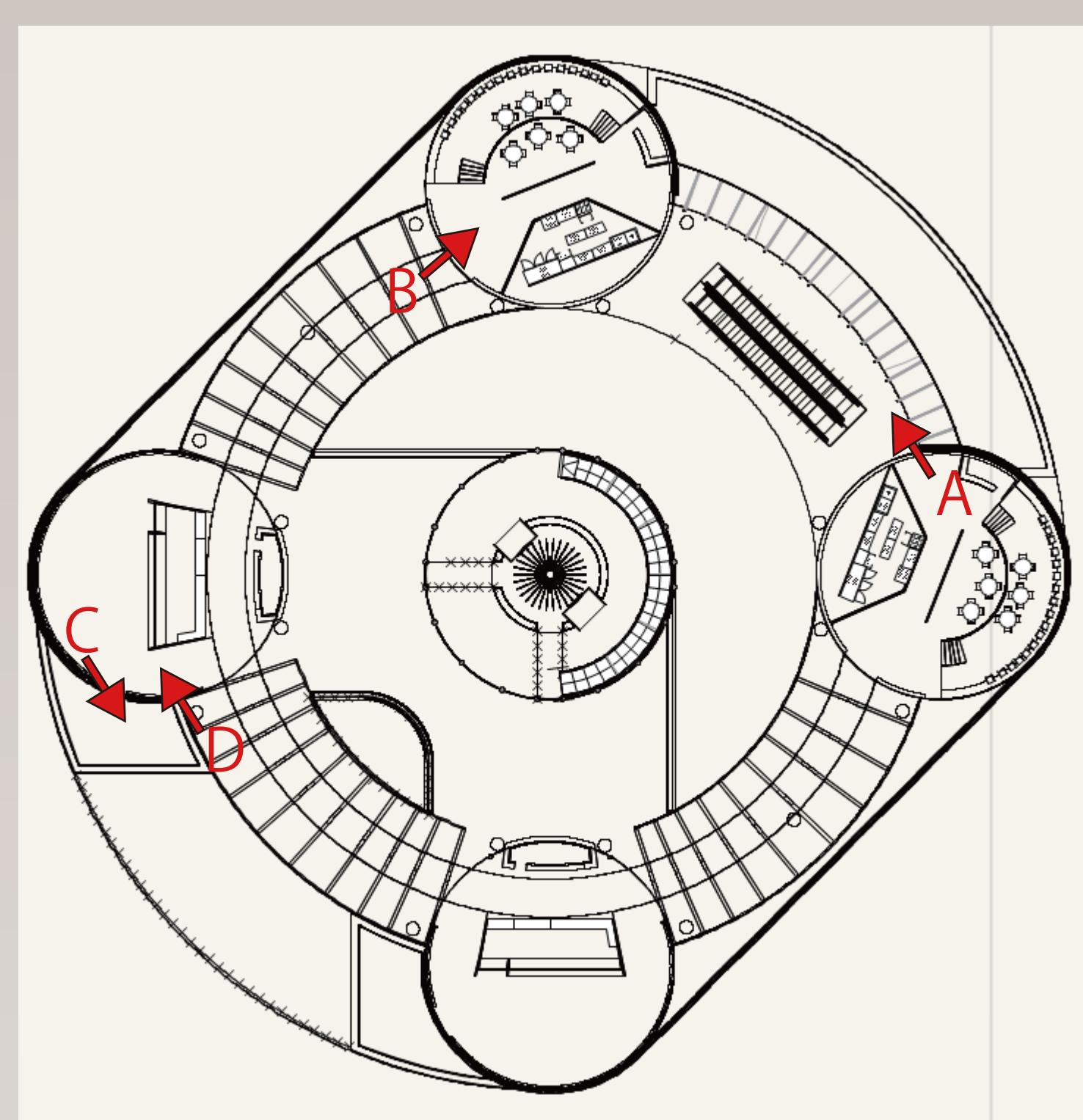


view3-A

view3-B

3階は、会議室とラウンジが併存する、目的と余白が交差する層である。成果を求める会議と、目的を持たない滞在が隣接することで、予定外の対話や関係が生まれる。虎ノ門というビジネスエリアの現実に接続しながらも、効率だけに回収されない時間を内包することで、建物全体の結節点として機能する。

4F | 時間を共有する食



view4-A

view4-B

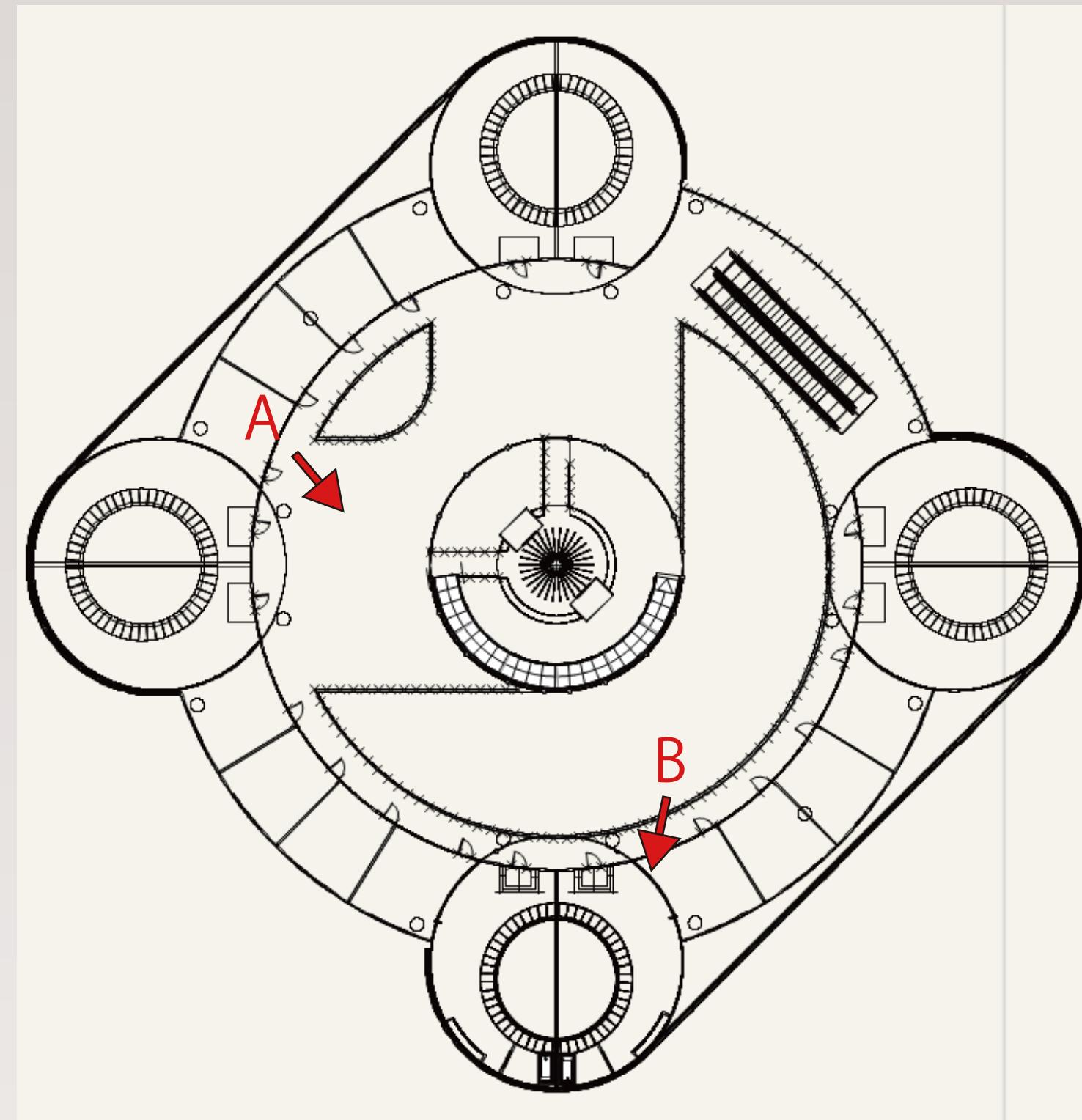
view4-C

view4-D

4階は、重飲食を配置し、食事を「消費」ではなく「時間の共有」として扱う層である。食べる行為は、人の関係性を最も強く変化させ、滞在を深める装置となる。

昼から夜へ、仕事から私的な時間へと移行する節目として機能し、上階の宿泊へと自然につながる滞在の流れを形成する。

5F | 生活を試す宿泊

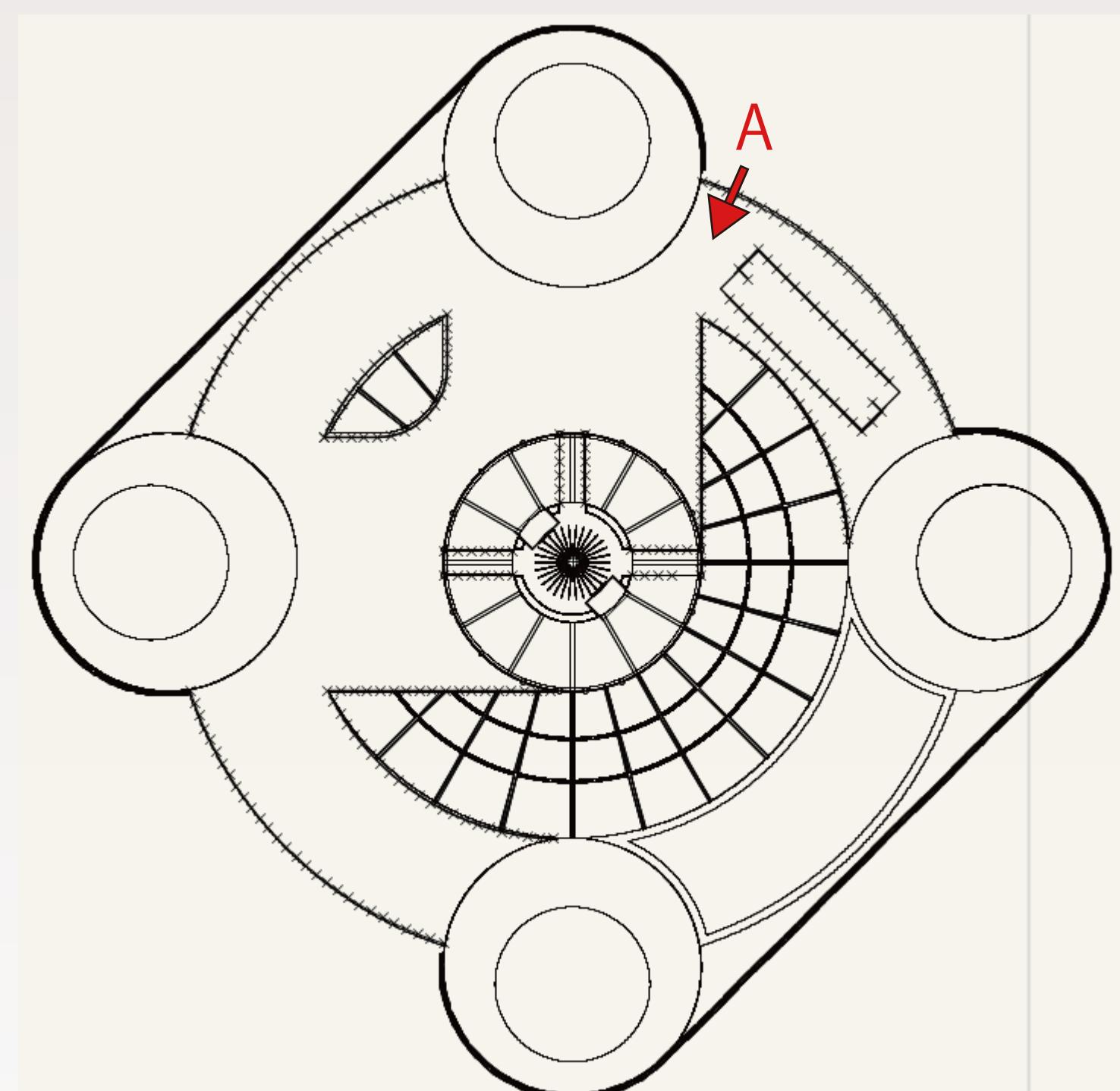


view5-A

view5-B

5階は、宿泊機能を担う最も私的な層である。ここでは生活雑貨とともに一晩を過ごすことで、使い心地や環境との関係を身体的に体験することができる。所有の前に生活を試すという行為を通じて、価値は説明ではなく実感として形成される。このフロアは、ReNÔDAにおける滞在の最深部である。

ROOF | 都市へ戻る余白



view6-A



全体 view

屋上テラスは、建物内部で積み重ねられた滞在を再び都市へと解放するための余白である。空や都市のスケールを感じることで、来訪者は建築との関係を一度リセットし、再び都市へ戻っていく。

ここは終点ではなく、ReNÔDAでの滞在を都市生活へ循環させるための場所である。

生活雑貨を「商品」から「環境」へと転換する建築

ReNÔDAの新規性は、商業・飲食・宿泊といった用途を複合することではなく、建物内に存在するすべての生活雑貨を、体験を通じて選択可能な対象として統合している点にある。従来の商業空間では、商品は展示され、選ばれ、購入される対象として明確に分離してきた。本計画ではこの関係を転倒させ、生活雑貨を空間・行為・時間の一部として先に体験させる。飲食店で使われる椅子やテーブル、客室の家具や照明、ラウンジの什器に至るまで、すべてが購入可能であるが、それらは「売るため」に主張されることはない。この構成により、売り手と買い手という一方向的な関係は弱められ、来訪者は消費者としてではなく、生活を試す主体として空間に関与することができる。購入は目的ではなく、滞在を通して生まれる納得の結果として位置づけられる。社会的には、効率と成果が優先される虎ノ門という都市環境において、生活の時間を重ねることで価値が立ち上がる場をつくること自体が、新しい都市のあり方を示す試みである。建築、生活雑貨、滞在が分断されずに統合されることで、商業空間は「売る場所」から「関係が育つ環境」へと更新される。

ReNÔDAは、建物内のすべての生活雑貨を媒介に、過ごすことと選ぶことを連続させる建築である。その提案は、商業施設の更新にとどまらず、都市における消費と生活の関係そのものを再構築する試みだ。