

Commercial Complex

COR [北堀江]

街の延長線上にある商業施設

Photograph : Nacasa & Partners Text : Ako Sugie



カフェ「ミューゼ」のオープンから4年、このわずかな数年の間に、大阪・堀江にオープンした店の数は計り知れない。今、確実に堀江は近接するアメリカ村や南船場を差し置いて、感度の高いファッションエリアへと成熟しつつある。そこへきて生み落とされた商業施設「コル」は、さらに街に新しい風を呼び込む存在となった。

もともと、材木工場の倉庫があったという230坪余りのこの土地は、その立地の良さにもかかわらず、後の20年間は駐車場として使われていた。この土地を管理する株式会社四ツ橋は、堀江の街が変わりゆく様子を肌で感じながら、ある意味、持て余された状態にあった土地の有効活用を問われていた。初めはホテルやマンションの計画案が持ち上がったのだが、そのうち今までは考えられなかった商業施設の計画案が浮上する。「このエリアを大人のための商業地にしたい。結果的に周りの地価が上がるような、美しい街づくりをすることが私たちの役目ではないかと思っただです」と、四ツ橋の代表取締役、福本桂三氏は語る。そうした経緯から、福本氏は自ら開業に相手をもちかけた。

そこで開業が考えたコンセプトとは、街の延長線上にある商業施設だ。通常、ファッショビルなどの施設は、大通りに面した大きな建物の中に区画割りしたテナントが入る形態だが、「コル」の場合は個々の店が集まり、それが結果として一つの施設になるという逆の発想から来ている。それは店と店とがストリートをつくり、その延長線上に街が広がっていくという、自然発生的に形づくられてきたこの街の空気に準じた発想である。街の起点となるのはあくまでも一つひとつの店であり、そこに集う人である。したがって一つの建築物であるものの、そうは感じさせないプレゼンテーションに挑んだ。

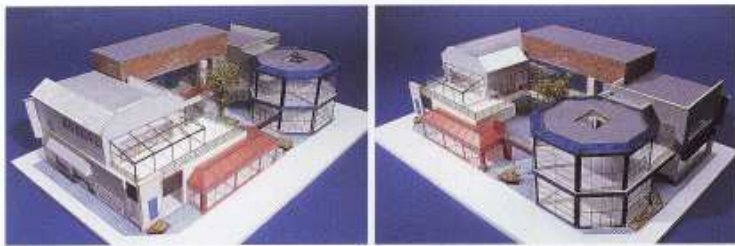
その結果、敷地面積からすれば地上15階建て程度の建物ができるどころを、あえて地上2階建て、延

右頁／路面から自然と入り組んだ形状のエントランス。あくまでも街の延長線上にある施設を意識し、一つの大きな商業施設というよりも、店と店との集合体として構成した。右上／エントランスから自然と導かれる中庭は、景観との接点になっている。個の集合体であるため、施設としてはまとまりのない形態にしながらも、おのこの店のエントランスは中庭に向け、この場所を「コル」の象徴としてのパブリックな場に、道行く人々も含めて自由に使えるオープンスペースになっている。左上／南側外観。下3点／「コル」近辺の堀江界隈

右頁／路面から自然と入り組んだ形状のエントランス。あくまでも街の延長線上にある施設を意識し、一つの大きな商業施設というよりも、店と店との集合体として構成した。右上／エントランスから自然と導かれる中庭は、景観との接点になっている。個の集合体であるため、施設としてはまとまりのない形態にしながらも、おのこの店のエントランスは中庭に向け、この場所を「コル」の象徴としてのパブリックな場に、道行く人々も含めて自由に使えるオープンスペースになっている。左上／南側外観。下3点／「コル」近辺の堀江界隈

horie





施設全体と同時進行でつくった個々の店を、立体的に組み立てたときのバランスを模型で確認。特に店と店がお互いにとって見えるのかに配慮し、それを一つの景観として採り入れることを計画。一つの街の風景として、「コル」の中庭でお茶を飲むシーンがあり、中庭から見上げる美容室「イール」でのカット風景が目に入り、「イール」からはレストラン「アンヴェー」での食事シーンが景観として映る。その交差する視線のバランスが「コル」の特徴でもある

へ床面積1000㎡以下に抑えた商業施設にした。角地を生かし、道路から自然に入り組んだ形を取りながら中庭へと誘導し、そしてコの字型に中庭を囲むようにして並ぶ個々の店へとスムーズに足を向けさせる。まさに路面感覚の動線計画を実現した。各店のエントランス位置もそれぞれの自由だ。中庭が路面よりも300mm上がっているため、路面に向けて開かれたエントランスからは100mmで出入り出来るが、中庭に面したエントランスについては2〜3段のステップを設けたり、フラットにしたまま店の中に段を設けたりと、それはテナント側の要望に応じている。一つひとつの店を先行してつくり、重ね合わせるという手法で、あえて一つの建築物としての統一感をなくすことに務めた。どこにどのようなテナントが入ったとしても、それに影響されない環境つくりであることが重要なのだ。つまり建物としてつくり込みすぎないインテリアがエクステリアの表情となる施設であること。それが街の延長線上にある商業施設としてのキーポイントだ。

テナント総数は11件、ブティック8件、カフェ1件、レストラン1件、美容室1件という業態に絞り込み、各特性を重ね合わせてそれぞれのボリュームと位置関係を決めていった。それは、長年あらゆる業態



上ノ北側外観。八角形の建物のガラス面を通して、1階にはブティック「イルビレッタ」、2階には美容室「イール」が見える。下ノ東側エントランスを俯瞰する。1階はパブリックな空間としてカフェと物販店を、2階はプライベートな空間としてレストランと美容室を配した。同じ施設内において、外部からの見え方を空えることにより、さまざまなシーンを演出

の高空間の設計に携わってきた間宮の坎によるところが大きい。まずはテナントリーシングからプランは始まったが、テナント側の意見を十分に反映させるために、その代表として間宮と以前から親交の深い4人の経営者に、当初から参画してもらったのも特筆すべき点だろう。残りのテナントに関しても、間宮の仕事上のつながりから自然と集まってきた。その結果、11軒中、8軒のテナントを内装まで手掛けている。

総工費1億数千円、事業計画としては12〜13年で償却していく予定である。これが初めの計画案にあったホテルやマンションが竣工していれば、その投資額は莫大なものになっていたはずだ。そうした経済的なリスクを免れたことも然り、何より「良い街をつくりたい」という福本氏の思い入れが、間宮を始め個々の店のオーナーたちにより実現した。店と店が集う、あたかも一つの街であるかのような「コル」を中心として、北堀江の街はこれからの発展



「コル」
 住所：大阪府大阪市西区北堀江1丁目17-1 敷地面積：771.25㎡ 建築面積：575.43㎡
 床面積：1階575.43㎡ 2階370.24㎡ 合計945.67㎡ フロアの主な構成：1階/ブティック「イルビレッタ」セレクトブティック「グリーン」バックショップ「ラソルティエドスクール」スタジオ「ガラ」雑貨店「チャイアードル」ブティック「ハンクス」アクセサリー「ミーアンドロー」シューズ、バッグ「トリビュート」カフェ「ヴェー」2階/美容室「イール」フレンチレストラン「アンヴェー」

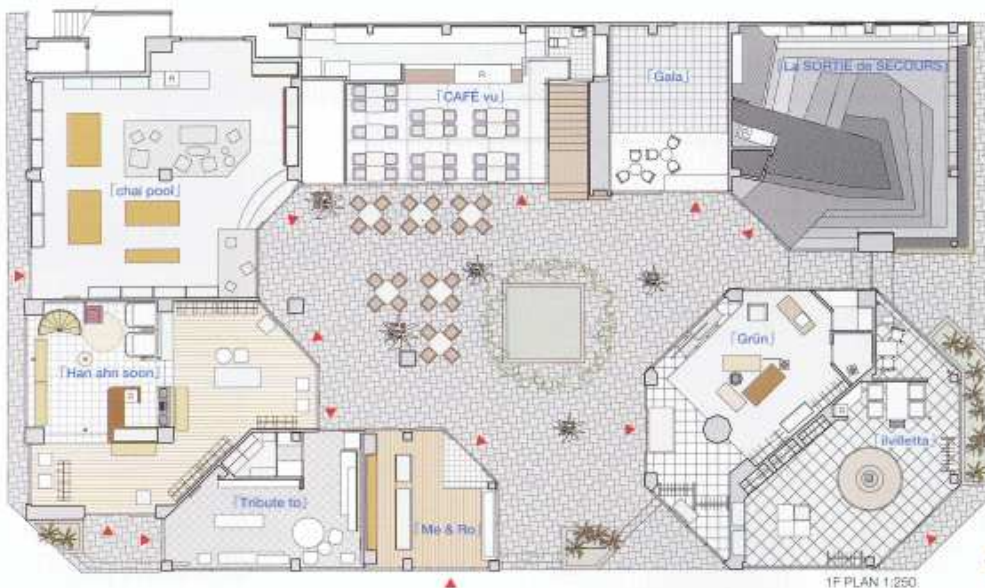


SECTION 1:200

上/中庭から1階のブティックの前を通って一番奥にある「カフェ・ヴュー」を抜け、2階へと上がる動線に、それぞれのテラス部分が路面との接点になるようデザインされている。中/八角形の建物を生かし、7面に開口を取った美容室「イール」、ほどよい広さのテラス席を設けたレストラン「アン・ヴュー」、建築の特徴がそのまま店のレイアウトに生かされているのが、平面図からも見て取れる。下/1階の中庭をバブリックな場として開放し、そこを囲むようにしてそれぞれの店を配置。個々の店のレイアウトにより、自由に開口を設けられることを、計画段階から盛り込んだ。



2F



1F

出典：style infix / 株式会社商店建築社
「時代のショップデザイン」より