

コンバージョン・デザイン考

—建物の成長のための建築家の役割—

建築デザイン

池田知余子

1-1. はじめに —コンバージョンをとりまく状況—

バブル期に計画されたオフィスビルの完成が 2003 年に一気に訪れるとされた「2003 年問題」をきっかけに、オフィスビルから集合住宅への「コンバージョン」が注目を浴びるようになった。コンバージョンはその効果を認められ、行政補助のもとに研究会が立ち上げられたり¹地方自治体でコンバージョンに関する規制緩和が実施されたりと、社会的にも意義深い活動とされている。そういった動きをうけて、コンバージョンは持続型社会への移行の兆しだと言われる事がある²がそれは確かだろうか。現在のコンバージョンブームには変動の激しい不動産事情が大きく関わっており、土地の価格が上昇するような事があればすぐなくなる動きでもある。それを、人々の価値観をも変革する動きと捉えるのは安易ではないか。しかしコンバージョンが浸透する事で、スクラップアンドビルドからストックアンドリノベーション社会に移行する事は大変有意義な事である事は確かである。現在のブームを楽観的に捉えるのでなく、普遍的な動きに変えてゆく事が必要である。

1-2. 目的と方法

建築家の役割が、社会的な問題を解決すべきものだという観点に立つなら、建築家はデザイナーとして時流にのった解答を出すだけでは不十分である。現在のコンバージョンの動きを歴史の中に位置づけ、優れた社会効果を持つコンバージョンという建築手法を、どのように長く将来に残すかという問いにも答えなければならない。そこで、社会的な問題を解決する役割の「建築家」がどのようにコンバージョン・デザインに取り組むべきかを考察する事を本研究の目的とする。

方法は、現在のコンバージョンをめぐる動きが二分化されるという想定のもとに、建築家の活動や建物事例を分析する事でそれぞれのコンバージョンタイプを生んだ社会背景、それぞれが求めているもの、問題点や普遍的な変化を考察する。そして、コンバージョン・デザインが最良の方法で社会に貢献するために建築家がとるべきスタンス、方法を探る。結論としては、考察で出た「建築家のスタンス」に基づいて、自らが設計者の立場で具体的な建物においてケーススタディを行う。

1-3. 二分化するコンバージョン

コンバージョンは新聞・建築専門誌に留まらず、テレビや一般トレンド雑誌にも事例が紹介されているⁱⁱⁱ。それらは、専門誌に紹介される法規制の解決方法や採算性についての記載がされるような専門家が取り組んだ事例（写真1）と、内部空間や暮らし方についての記載がされる素人が暮らしながら倉庫や工場を住宅にコンバージョンする事例（写真2）に分けられる。それぞれ対象の違いから、前者を『「誰か」のためのコンバージョン』後者を『「私」のためのコンバージョン』と分ける。



写真1 : Lattice 青山



写真2 : 中川正博アトリエ

写真 1,2 : 出典『TITLE』2002.10月号

2-1. 二分化の分析 —市場価値と利用価値の要求—

先に二分したコンバージョンがそれぞれ求めるものは何か。『「誰か」のためのコンバージョン』は、バブルの崩壊で不良債権化したビルにもう一度価値をつけて市場にのせる事を目的としており、建物の財産性を重視した売り手主体の動きといえる。一方『「私」のためのコンバージョン』は、一般的な nLDK 型マンションでは自らの多様化するライフスタイルを満たせないため、自分で部屋を改造したいという独自の利用価値を追求した居住者主体の動きといえる。それぞれの動きは、物の廃棄を経済的側面、意識的側面から改善する動きであり社会的に有効な動きである。しかし物の廃棄問題を根底から解決するためには、それら両方を解決する手段をとる必要があると考える。つまりコンバージョンするには、建物の市場価値の確保と利用価値の向上の両方が必要である。

2-2. 矛盾する市場価値と利用価値

しかし市場価値を獲得するためには広く一般に受け入れられる建物になる必要があるし、個人の利用価値を向上させるためには建物がより個性的になる事を許す

必要がある。矛盾するそれらを両立する事は可能だろうか。

2-3. 調和状態を目指して

しかしその矛盾は、現在のような短期間でお金を儲ける事を第一とした経済社会だからこそ起こるものである。ヨーロッパの古い街並におけるシステムのように、古くなって減価した建物も「減価した建物」として成立するような社会基盤では、市場価値と利用価値は矛盾するものでない^{iv}。なぜなら、個人の利用価値が向上する建物において人々はその建物に愛着を持つようになり、経済基準以外の知覚基準を以て建物の価値を判断するからである。それゆえ古い建物は長く使われ、結果、建物所有者は短期間にお金を儲けられなくとも長い期間「商品」を持つ事となり長期に渡って稼ぐ事ができるというシステムである。そのように、建物で短期間にお金を儲けるという目的を諦めるだけで建物は愛着を持たれるものとなりえて、健全な成長を遂げられるであろう。

2-4. 居住者の役割／建築家の役割

リノベーションやコンバージョンを手がける建築事務



写真3：東京R不動産のホームページがこれまでよりも広がっている事が伺える。それは建物

所が不動産売買にも取り組んだり^v、アーティストとのコラボレーションを行う^{vi}様子を見るだけでも、リノベーションやコンバージョンに関わる建築家の職能

（ハード）への操作の変化というよりも、居住者が古い建物を使いこなすためのきっかけ（ソフト）づくりを行う事に力を注ぎ始めた例である。これらは愛される建物ができてゆくきっかけとなるだろうし、スローな儲け社会に移行するために建築分野から働きかけられる活動であるといえるであろう。

これらの例において重要な事は居住者が建物を使いこなすきっかけづくりをする事である。しかしその際、居住者は自分が使う建物のしくみをよく知って改修を行っていけばよいのに対し、専門家はそれだけでは不十分で、建築の歴史や様々な技術、需要をも知っておく必要があり、居住者に建物の知識を伝達する役割も担わなくてはならない。このように、建物づくりにおいて居住者にプロとは違う役割を負わせる事、それこそが建物の健全な成長を促す事につながる。

2-5. 小結

つまり物の廃棄に対する根本的解決（市場価値と利用価値を調和する）ためには、所有者が建物でスローに儲ける事を許容する事が最も重要である。そして建築

家はそのような社会に移行するようにデザイン分野から働きかけなければならない。具体的には何をすべきか。スローな儲けを行うためには建物が最低の財産性は確保する必要があり、建物として違法でない事や、生理的に快適である事、使いこなす居住者が建物に対する正しい知識を持って改修（利便性をあげる）を行わなければならないなどのハードに関する課題もある。建築家はそういったハード面の課題に答え、現在のコンバージョンブームに関わる必要がある。

3. ケーススタディー

3-1 建物概要

ケーススタディーの対象建物は、大阪市中央区にあるオフィスビルである。敷地面積は 201 平方メートル、規模は地下 1 階地上 6 階で、竣工当時は繊維問屋の宿舍付き自社ビルであった。会社が倒産し空きビルとなったものを、現オーナー^{vii}が集合住宅にコンバージョンする事を想定し、2004 年に購入した。

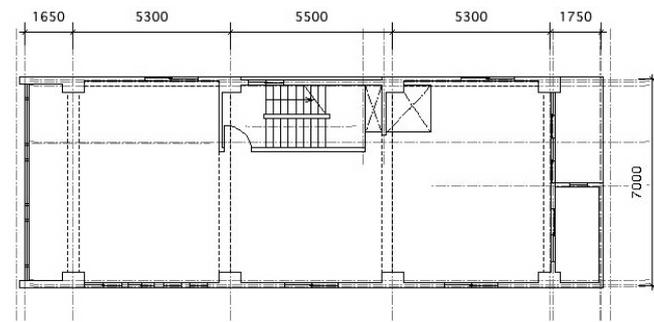


写真4：コンバージョン前



写真5：コンバージョン後

そして、一級建築士事務所の Arts&Crafts 設計のもと、2004 年秋にコンバージョン住宅として生まれ変わった。そのコンセプトは「1920 年代のアール・デコとモダニズムの融合」というもので、既存の古い建物の質感を活かし、新たにつくったそれらの物語に合わせて内部を演出したものである。この建物を使って、ケーススタディーを行う。



3-2 コンセプト

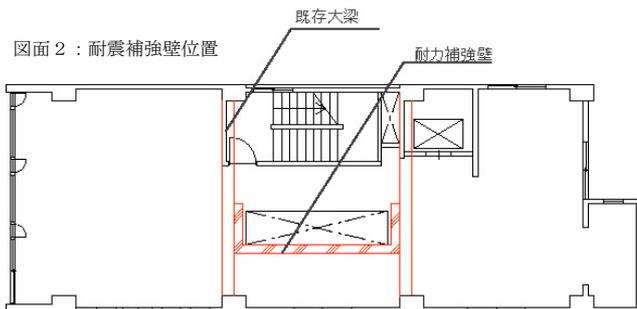
建物所有者がスローな儲け方法を許容した時、設計者はどのようなデザインを行えばよいか。それは、オフィスビルが住宅となるための法的・快適性能向上のた

めの操作を行い、また居住者が暮らしながら「正しい」改修を行ってゆくために建物のしくみを説明する「ユーザーガイド」を用意する事とする。そうする事で、居住者は暮らしながら建物をつくりこんでゆく事が可能となる。

■ オフィスから住宅へ（法規）

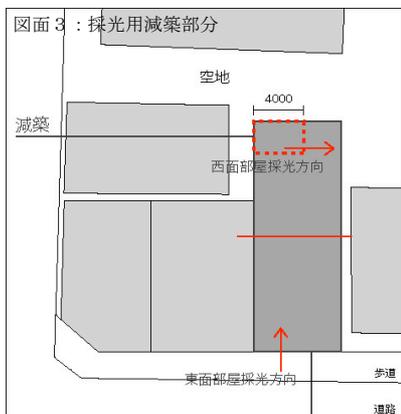
既存の建物の状態では、法規的に集合住宅として認められない。操作の困難とされる問題を挙げると、1)1981年以前の新耐震基準以前の建物であるため構造補強が必要である。2)住居として十分な採光面積が確保されていない。3)避難経路が少ない。の3つである。まずは、これに対して解決する。

1) 構造補強



2004年に実際に行われた構造試験の結果、本建物は短手方向の耐震補強が必要であった。そこで、建物中央部を減築して軽量化し、コの字型に耐震壁を挿入する事で解決する。

2) 採光面積

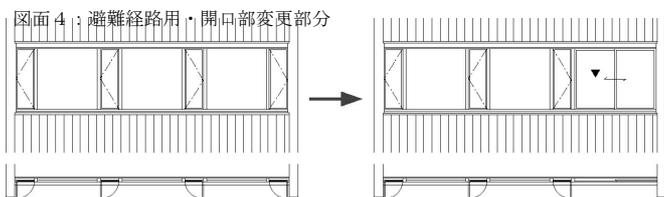


今計画ではワンフロアで東西に2つの居室をとるため、裏の採光は建物南西部を隣地境界線から4m減築する事で基準をクリアする。

ワンフロアで2部屋を確保しようとすると、採光面積が足りず、既存建物では建物奥（西面）での居室確保は不可能である。そこで、建物奥の南面の壁を4m後退させる事で採光面積を確保した。また、実質建物西隣が空き地であるため、

計算上最低限の数字が確保できれば実質の採光は十分に確保できている。

3) 避難経路



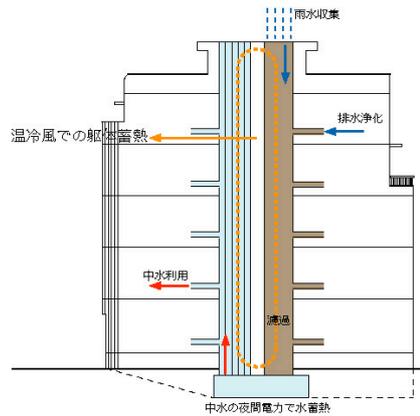
本建物は地下1階、地上5階（6階部分はペントハウ

ス）であるため、集合住宅へのコンバージョンで問題となる二方向避難の確保は免れる。しかし道路に面する火災時の消防突入口が必要となった。建物道路面の開口は突入用のサッシではなかったため、一部既存サッシから基準を満たす開閉用のサッシに取り替えた。

■ オフィスから住宅へ（環境）

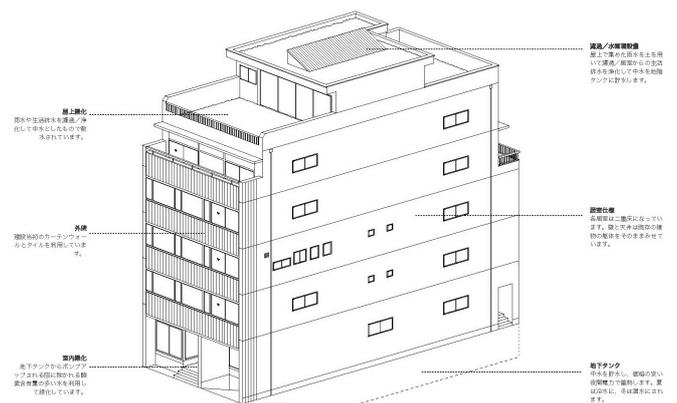
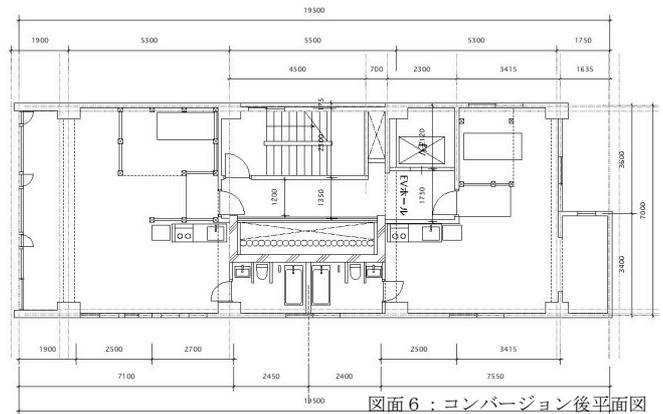
以上の操作で、法的には集合住宅として認められるものとなった。しかし、既存のオフィスビルはコンクリート打ちっばなしの建物で断熱や遮音対策は施されておらず、生理的に快適な暮らしは送れない。そこで改善できるように温熱環境を整える。

減築した建物中央部に、雨水濾過装置と生活排水浄化装置をくみこみ、屋上で集めた雨水と各住戸からの排水



水を中水化し、地下1階の貯水タンクに集める。安価な夜間電力でそれら水に蓄熱（夏期は冷水に、冬期は温水に）し、それらをポンプアップして躯体に蓄熱するしくみである。

全9住戸が満室としたら、年間で一番降水量の少ない月であっても蓄熱用の水は十分に確保できる計算になっている。以上の操作を行い完成した図面が図面5、6である。



図面7：コンバージョン後アクソメ図

■ 住宅からすまいへ



以上で快適な「住居」をうみだす事はできた。しかし居住者がくらしゆく中で、建物の財産性を著しく壊さない改修を促すため、設計者

は改修工事の中で発見した事や専門の知識を含めて居住者にその建物の情報提供を行う必要がある。それを、ここでは「建物の説明書」とする。それは、改修方法など「できる事」を掲載するのではない。この建物の構法のしくみと、法規的、構造的に「やってはいけない事」を書き出したものであり、ルールブックである。工業化技術が進み、建物の部品が一般居住者でも手に入る時代において、居住者に必要なものは自らが暮らす建物のしくみを知る事と限界設定をしてもらう事なのである。昨今のDIYブームによるビフォーアフターの事例や方法の雑誌への掲載、大規模ホームセンターの登場など、居住者の住に対するイメージや欲求を拡大させるものは増えている。イメージと部材の使い方が分かる一方で、それらの操作を施す建物自体がどうなっているかは居住者にとって謎のままである事が多い。説明書は、彼らの暮らす建物の仕組みや建物の限界を提供し、居住者がイメージや欲求を実現するきっかけとなるよう効果を発揮する役割を担う。

以上の説明書をもとに居住者達は建物の仕組みを知り、やってはいけない事を知って、建物の財産性を著しく落とさない改造を行ってゆく。コンバージョン住宅は多様性に満ち居住者の利用価値があがって、愛される建物に成長してゆく。そして居住者がお金もちになった後もそこを去りたがらないような建物になってゆく。建物所有者は短期間でお金持ちになれなくても、長い期間その建物を商品として持ちつづける事が可能となる。建物所有者が建物で短期間にお金儲けをする事をやめ、建築家が建物づくりの役割を居住者に一部譲る時、建物は健全な成長をとげて、経済性だけで壊される建物ではなくなってゆく。

3-3 模型写真

居住者がすみこなす様子の一例を、模型で紹介する。



写真6: 建物機能説明/yariya ユーザーズガイドより

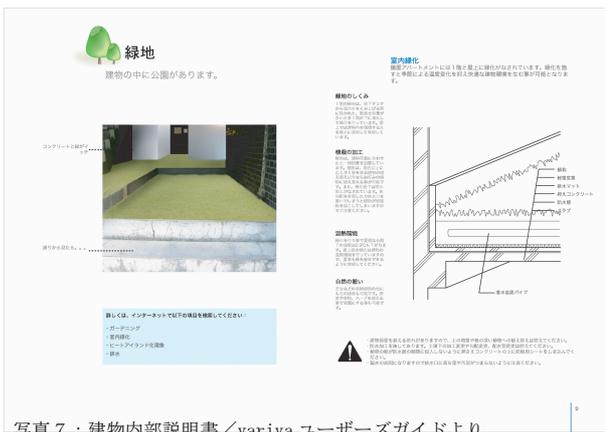


写真7: 建物内部説明書/yariya ユーザーズガイドより

i 「建物のコンバージョンによる都市空間有効活用技術研究会」(事務局: 東京大学大学院工学系研究科建築学専攻松村研究室)

ii 建築家の難波和彦は「これからの建築デザインにはサステイナブルな視点が不可欠である。その中で、既存の建物を使い続ける方法としてのコンバージョン(用途転用)は、サステイナブル・デザインの重要なテーマのひとつだといえる。1960年代の高度経済成長期や1980年代のバブル期のように、古くなった建物を解体して、新たに建物を建てるというスクラップ・アンド・ビルドはサステイナブルな方法ではない。そうした方法に替わって、すでに存在する建物を別の機能の建物に転用して使い続けるという考え方が、これからのデザインの大きな潮流になることはまちがいない。」(アエラムック『新版 建築学が分かる』2004年)といっている。

iii 『BRUTUS』(マガジンハウス)2004年3月15日号では「再生住宅に住む!」というテーマで特集を組み、コンバージョンやリノベーション住宅の事例紹介を行っている。

iv 社会学者のジェイン・ジェイコブスは「有用さあるいは望ましきという点に関しては、建物の年齢は特に関係深い事項である。活気のある都市地区においては、選択権をもっている人達が使うためには古過ぎてとても選べないような建物は全然ないのではないと思われる。(中略)なぜならここそ人びとが十分自分で好きな所を選べるほど成功した後でも、そこを立ち去りたがらないような近隣住区だからである。」(『アメリカ大都市の死と生』/1977年)といっている。

v 「東京R不動産」は一級建築士事務所 IDEE、「水辺不動産」は一級建築士事務所 Arts&Crafts が主催している。

vi 「東京R計画」: 2004年に東京のセントラルイースト(神田~東神田~馬喰町~横山町~東日本橋~日本橋~人形町~八丁堀)にある空きビルをアート展示で活気づけを行った。

vii サン・レクシス・インク(代表: 池永滋)

写真3: 出典出典= <http://www.ideo-r.com>