

明海大学不動産学部

不動産の不思議

第285回

学生たちの視点と発見

【学生の目】

栃木県は関東地方北部にあり、餃子やかんぴょうで知られる。東照宮がある日光市は日本を代表するインバウンドのスポットで、17年に1200万人の観光客が訪れた。県庁がある宇都宮市は人口約52万人で、県人口約195万人の3割弱が住む。観光では日光に譲るが、宇都宮駅付近は餃子専門店が立ち並び、活況だ。

価値を高めるデザイン

駅前大通りを進むと、ガラスとコンクリート版を対比的に使った高層ビルがある(写真)。このビルの



小池 怜
不動産学部3年

特徴は以下のとおりである。

第1は、垂直方向の分節だ。2〜3層で区切って変化を持たせている。階数は隣のビルと同じだが、ダイナミックな高さを感じる。第2は、水平方向の分節だ。2〜3層分の外壁に凹凸をつけて変化をつけている。上下で凹凸が異なり、平滑な外壁面はほとんどない。特に、庇状に突き出たコンクリート版の陰影が「彫り」を深くし、建物をひとつの

じないだけでなく、垂直方向の分節に納まって建物デザインのの一部になり、建物をより彫刻的に見せている。また、赤ちゃんを抱いた母子や笑顔がかわいい子供の写真に親しみを感じる。広告風の強すぎる自己主張がないことも好印象だ。一方、面積が広く、自然と目に入る。

県下で有数の商業地域とはいえ、隣は2階建てや駐車場、特に商況が優れるわけではない。容積率の限度のビルを普通に建

ビル経営の成功に期待

彫刻にしている。第3は、家賃が高く取れる1階、2階を狭くし、曲線の壁面にしてビルに入りやすくし、玄関の天井を2〜3層分の高さにしてグレード感を高めている。

第4は、外壁面の広告だ。広告は一般に屋上の広告塔や袖看板を利用する。広告塔は落下する危険や建物のデザインとのアンバランスを感じたりする。ここでは落下の危険を感じ

とする。

不動産経営計画と建築計画が高いレベルで一致した、希少なビルとを感じる。見るだけで楽しい建物は地域に貢献する力もある。このビルの経営戦略が成功することを見届けたい。

【教員のコメント】

渋谷109のロゴ変更が話題だ。個性的な形状、広告先と端的な運営でオシャレの殿堂になり、駅から離れたビルに至る道筋の発展に40年寄り続けた。どの都市も同様の救世主を待つが、若者が参画する「育成家賃」の床が必須アイテムだ。



見るだけで楽しい建物は地域貢献の力もある