

交流拠点としての仮囲い

八代研究室
00212188 右田 佳之

仮囲い 2次元メディア 交流拠点

1. はじめに

仮囲いは都市における暫定利用可能な隙間メディアである。現在では広告(企業広告、商品広告、環境広告等)として活用されていることが多いが、単なる一方的な発信メディアとしてではなく「暫定」かつ「多発的」という特性をいかし、都市、建築、人に相互作用する「交流拠点」となりえる可能性を探ることが本稿の目的である。

2. 現状と特性

工事における仮囲いは、工事の大小によるが、数十メートルに渡る白いキャンバスを活用し、松屋銀座店改修工事(図 1)やエルメス銀座店(写真 1)のように、都市のファサードに一時の表情を生み出し、そこからメッセージの発信を行うものもある。一般的に仮囲いは 500mm×3000mm 程度の鉄板を複数枚組み合わせることで形成されている。そのため、形態に自由度は高いが現在のところでは2次元メディアとしての活用にとどまっている。そもそも仮囲いの目的は汎雑な工事現場と都市を分断することや、通行上の安全確保が第一である。人間には五つの感覚が備わっている。目、耳、鼻、口、手(触覚)である。都市(建築)と人との接点はこれら五感のうちのいずれかを媒体として行われる。公共物である仮囲いと人との接点は衛生上、安全上から非接触型のコミュニケーションが主となることが多い。2次元メディアである仮囲いには最も適した方法だといえるかもしれない。

松屋銀座店の場合は、視覚に加え、「変化→おどろき」という第六感「心」を活用した仮囲いの新たな可能性を示した秀作だといえる。

3. 現状の問題点

本章では五感を刺激して2次元メディアとしての「殻」を破るための問題点と可能性を探る。



図1：松屋銀座 *



写真1：銀座エルメス

3-1. 2次元メディアであること

仮囲いは工事のさまたげにならぬ様、敷地境界界に設置されることが多いため2次元的な活用が多い。都市には TV、雑誌、ポスター、オーロラビジョンのような2次元メディアが氾濫している。またポスターや大型ビジョンは変化のスピードも早く、工期の長い工事では仮囲いのメディアとしての鮮度は下降が早い。2次元メディアにとどまることは、競合も多いためメディアとしての効力に問題がある。

3-2. 一方向であること

仮囲いに限らず多くのメディアは発信者がいて受け手がいるという一方向型であることが多い。これはメディアとして不成熟である。例えば web における SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)などは、発信者と受信者が二役をこなすことができるためコミュニケーションツールとしての発達をとげている。一方向型のメディアは感動が色あせるのも早く、遺物にもなりかねないものである。

3-3. 生産性の欠如

仮囲いは工事において成果物と直結することのない2次元な工程である。そのためそこにコストをかけることは施工者として費用対効果をみいだすことは難しい。仮囲いは比較的末端に位置し、生産性の少ない工程であるという認識が生まれるのは施工者としては当然の心理である。

4. 交流拠点としての仮囲いの提案

仮囲いは建築工程において完成までの包装紙になりえる。包みを開けるまでの期待感を演出し、完成する建築物が都市に与える効果を相乗させ、明日を担うことができる。仮囲いとは完成する建築と都市、そしてそこで生活する人との交流拠点となる媒体になりえる。そこで「交流拠点」という視点から前章の問題点を見直す。

4-1. 2次元から3次元への展開

現在の道路交通法上では工事による通路の占有が許可されることがある。そのことを活用し通路へとにじみだし、人と都市が交流することができる三次元メディアと演出することができる。ただし、この場合施工者のみに有益となるのではなく環境保全という意味での社会貢献できるものでなくてはならない。例えば、仮囲いを活用し農作物の直販市場を設置する。(2-1)市場を仲介することなく格安で安全な農作物を提供できる仕組みをフェアトレードの観点からも必要なものである。2次元でしかありえなかった仮囲いを棚として形成し、直販所とすることで農家、都市、そしてささやかではあるが賃料として施工者へと循環する経済性を生むことができる。

4-2. 一方向から双方向へ

前述で農作物直販所は人と都市が交流することができるという意味でインタラクティブな活用の一つではあるが、経済的な要因が付きまとうため、純粋なメディアではないかもしれない。そこでインタラクティブメディアとしての機能を付加するために、視覚以外の人体感覚を活用する方法を探る。例えば透明状の板にA4サイズのポケットを並べたものを仮囲いとして設置する。そこにA4サイズのプレートであらかじめ数パーセントの面積だけ覆われている。工事現場が見えない方が都市のためであるというのは工事者側の思い込みかもしれない。その工事と人とのコミュニケーションツールとして工事を不快と思う人はプレートを指していき、中が見たい人は抜いていく。またプレートにメッセージを記入することでダイレクトコミュニケーションのツールとなりえる。時にはプレートの配置をかえることで巨大なメッセージボードにもなりえる。こうして人と都市と工事との交流拠点となりえる。(2-2) (2-3)

4-3. 生産性の創出

仮囲いは仮設であるために工事終了後は撤去され、一切の生産性を生まない。そこで終了後も活用できるデザインを提案し、仮囲いにおける費用を工事コストとしてカウントできる仕組みを考える。例えば、プランターに植樹された苗木を用いて仮囲いを形成する。(2-4)終了時には苗木は中木へと成長をとげ、そのままランドスケープとして活用される。木々は四季を演出し、CO2の削減にも一役を担う。日々の変化、成長が環境演出となりランドスケープの材料費と直結することで費用対効果も生まれる。機能の循環が仮囲いに生産性をもたらすことになる。

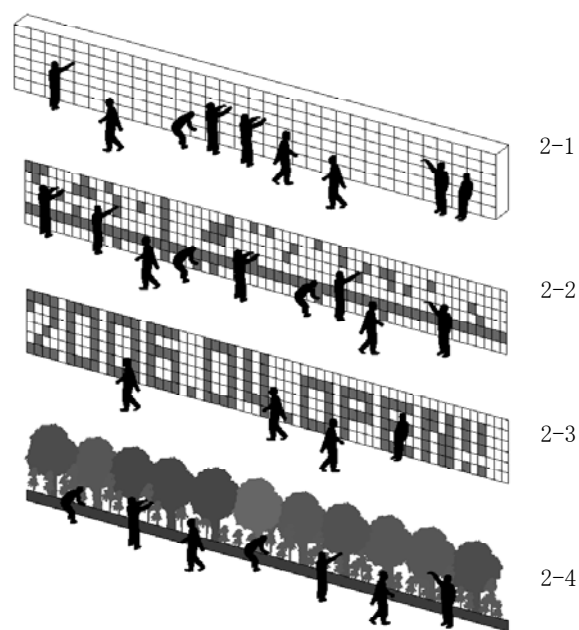


図2：仮囲い提案例

5. まとめ

以上の問題をクリアし、かつ費用対効果をもたらすことで仮囲いは他の2次元メディアと一線を画くし、新しいメディアへのあり方を提案することができる。仮囲いは都市の大小、中心、郊外と問わず多発的に発生することのできる多目的メディアとして都市循環を生み出し、又、デジタルツールにはない実感型メディアとして今後の発展に可能性を見出すことができる。

【出典】* 『idea アイデア No. 306』 誠文堂新光社