GINZA BOTANICAL COMPLEX

華やかなショーウインドウが並ぶ国内最大級の高級商業地であり、誰もが知る日本の代表地域・銀座。多くの消費行為を生み、社会経済を支えているがそのおおよそが一方向である。そこで本提案ではその末端にある消費されなかったモノの「ロス」に着目する。ケーススタディとして銀座で多く装飾に利用される「花」を取り上げ、可逆的消費形態を内包する建築を提案する。花の盛衰は来街者にモノの中に流れる時を報せ、新たな消費・循環の拠点となる。

01 SITE 消費する銀座

銀座は古くよりモノの売買で賑わいを見せる商売のまちで、現在も多くのブランドが軒を連ねる国内屈指の商業地である。しかし、こうした場所はモノのロスを発生させている。これは**プロダクトアウト型の消費構造**を持つことに起因している。フラワーロスのみならず、衣服、食品など見過ごしている多くの経済の無駄＝ロス問題を循環化させる拠点となり、それが広がれば新たな文化、経済活動を喚起することができる。

日本 × ロス事情

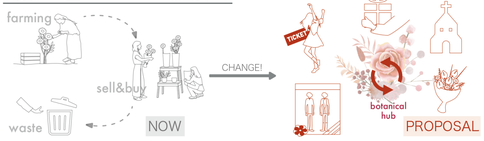
-FLOWER-	-FOOD-	-FASHION-
仕入量の 30~40%	年間 522万t	年間 15億着 以上
損失額 1500億円	うち事業系ロス 275万t	廃棄量 100万t

02 PROPOSAL 銀座×花 で束ねる循環型消費

ロスフラワーの発生フロー

→上記の２カ所からの廃棄量が多い

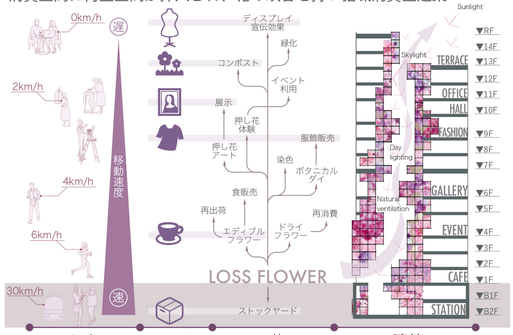
消費と再生のハブとして機能する



現在農家で生産された花は、一般的に売買され不要になったら廃棄するという一方通行の生産消費形態を辿る。本提案では、生産・移送を経て銀座にやってきた花はショーウィンドウ、結婚式、イベント、お祝い事など多くの場面で一次利用された後、当該建築に集積する。建築内で循環し再生され、その場で二次利用されるもの、再び銀座の街へ出るもの、遠方にいくものと多面的に副次消費される。

03 SYSTEM 花と人とモノのサーキュラーエコノミー

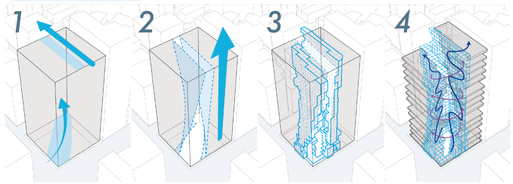
消費空間に再生空間が挿入され、花の峡谷を持つ循環消費型建築



04 ZONING 設計手順

隅切り・回転ヴォイドの提案 ／ 花の峡谷・表面積の最大化

銀座の面的ファサードはその広告性を確保する目的が強いが、建物内に引き込まれても良いのではないか。花の循環は峡谷内に視覚化され、広告、装飾、はたまた自然として作用する。そして既存の消費空間としてのボリュームへ買入し再生の谷を成す。循環領域の増積最大化のため表層をピクセルグリッドとすることで通風と日射をコントロールしつつ、グリッドの組み合わせにより花と人の距離は変化する。さまざまな花の表情を知覚し、花は「生のリマインダー」となる。



1	2	3	4
ファサードの一角を隅切りのように切り欠いて峡谷への入口とする。	ヴォイドは階を重ねることに反時計回りに回転する。	循環領域の最大化のためボリュームの表層をピクセルグリッドとする。	消費空間に沿って螺旋状の動線を配す。

05 SCHEME 花のアップサイクル

本提案では、ビジター、銀座まちづくり会議、店舗運営者の３者を主体とした運営形態を採用した。物販店の多い大通りに面した立地を生かし、消費と生産の混和を図る。遠方で生産された花は銀座で一次消費された後花の峡谷へ集積し、ディスプレイや環境装置として建物を巡り、二次加工され再び消費者へ届く。花の盛衰を巻き込み消費を循環させることで、ロスの改善を目指すと同時に循環の過程で新たな発信をし、若年層など新たな層を呼び込む。バーチャルとリアル、さらには高齢者と若年など世代をまたぐ循環、つながりをも発生させる。

1- ボタニカルネットワーク

本建築を拠点として花が広がる

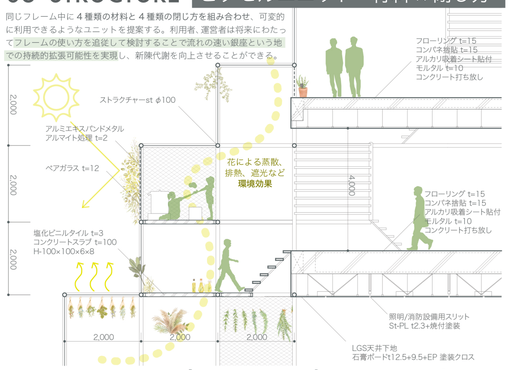
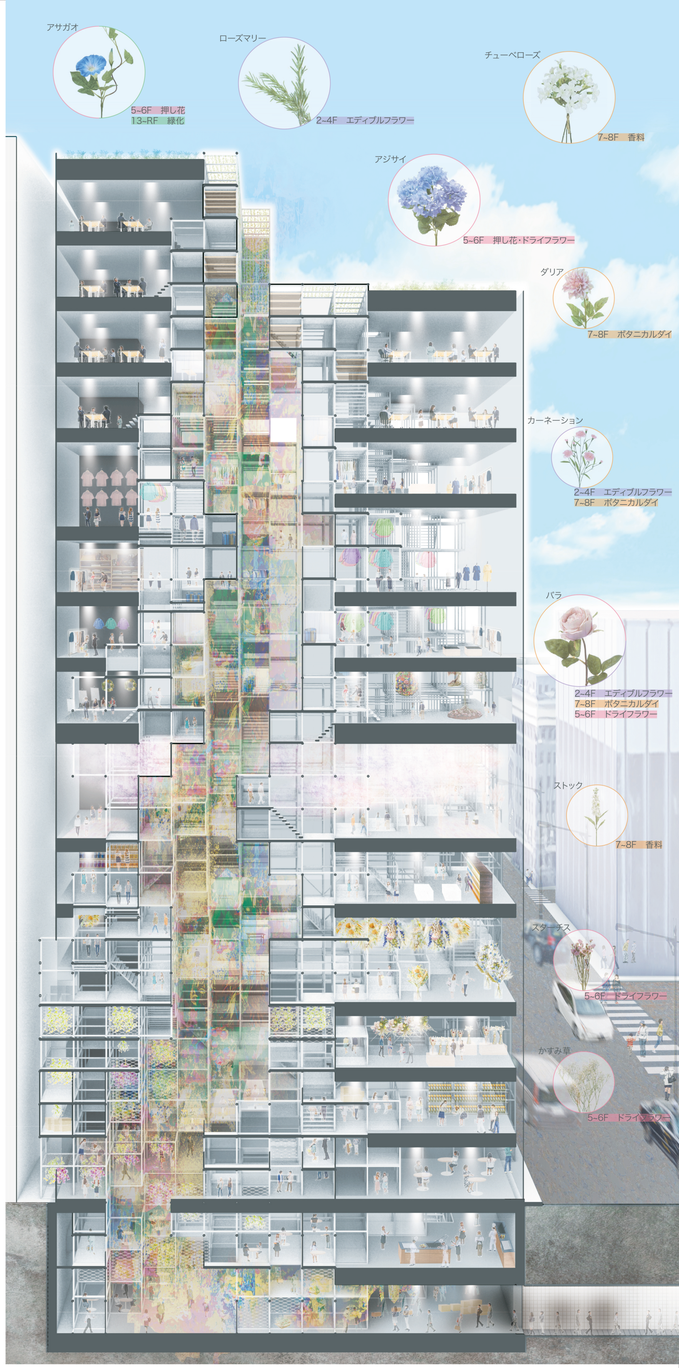
2- ピクセルテナントシステム

出店者や事業利用者は 2000mm 角のユニットを上下左右好きな個数だけ借りることができるシステム。床を貸すという従来のテナントに比べて実装の自由度が上がり、出店者は物販だけではなく、フラワーサイクルに合わせた広告利用も可能である。

3- 事業スキーム

06 STRUCTURE ピクセルユニット - 材料×閉じ方

同じフレーム中に４種類の材料と４種類の閉じ方を組み合わせ、可変的に利用できるようなユニットを提案する。利用者、運営者は将来にわたってフレームの使い方を追従して検討することで流れの速い銀座という地での持続的拡張可能性を実現し、新陳代謝を向上させることができる。



鋼管フレーム × 素材