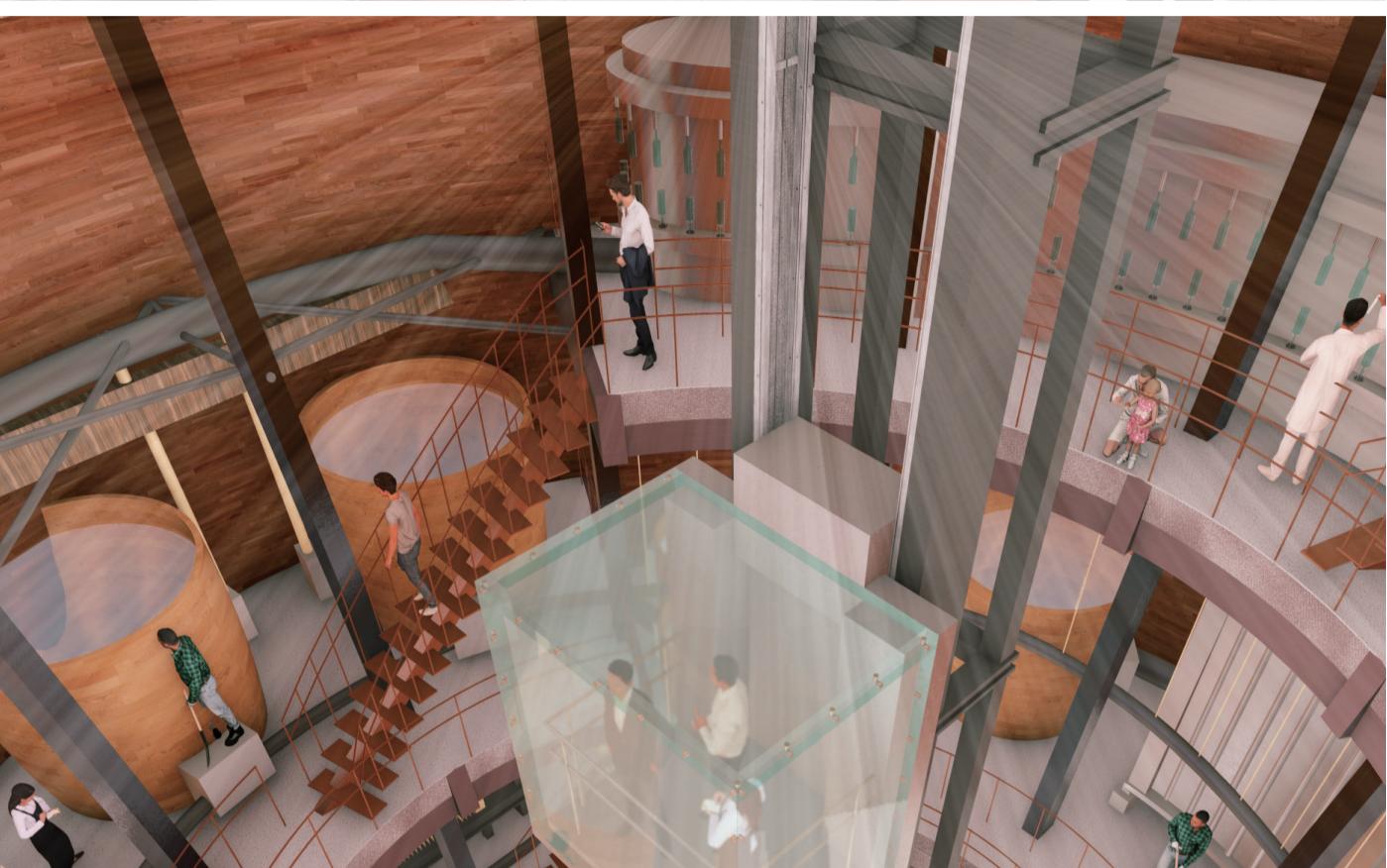
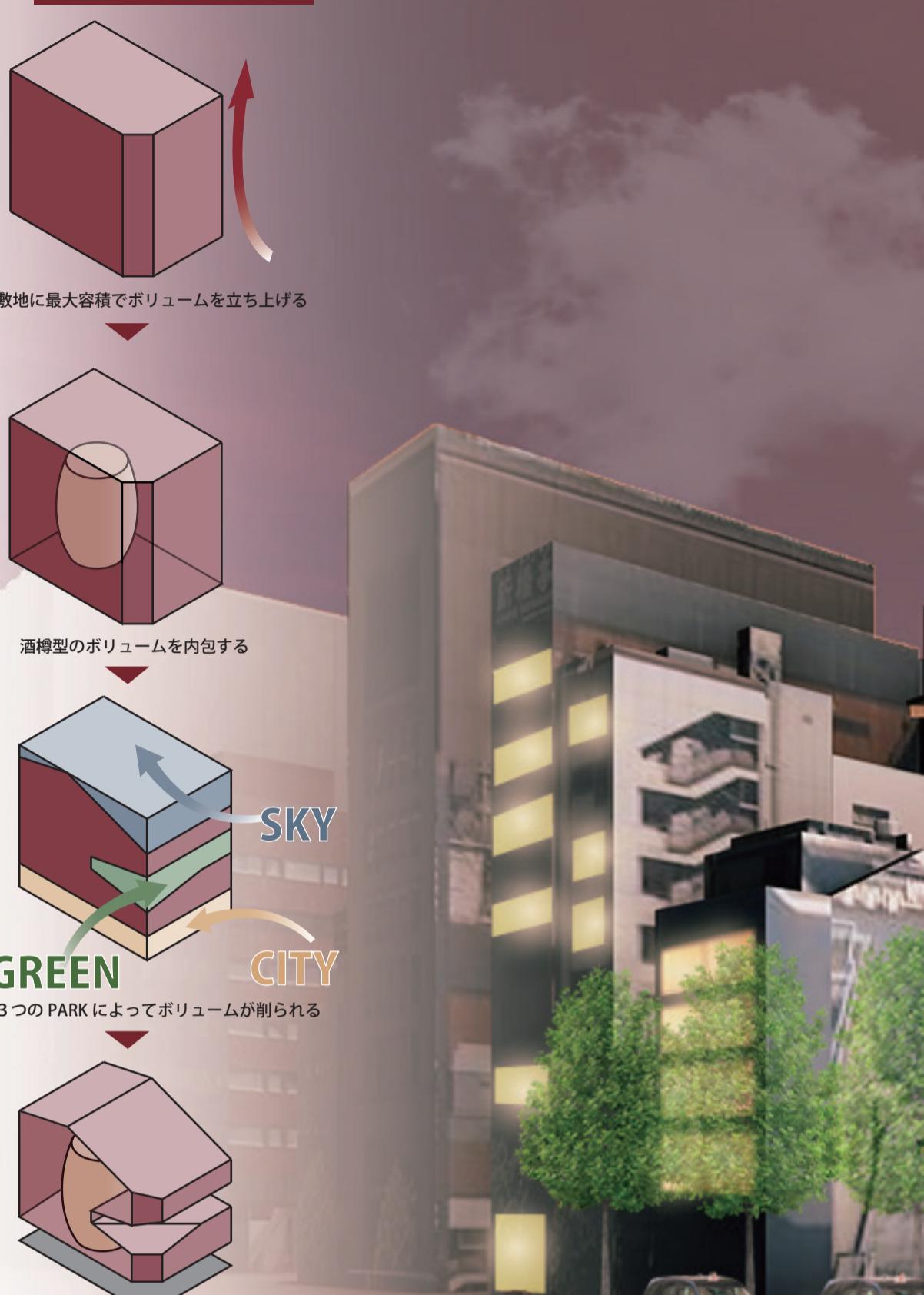


# SAKE STATION SHINBASHI



## 00. 形態ダイアグラム



## 01. 仕事と消費のまち「新橋」



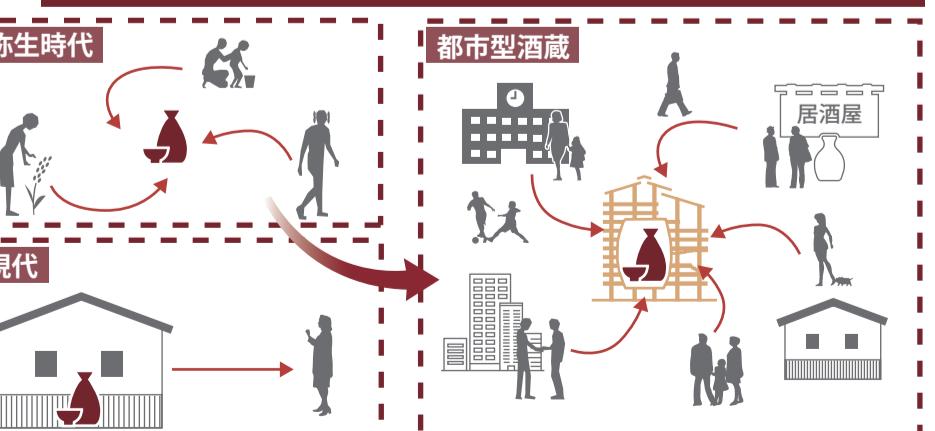
新橋は1日約25万人が利用する巨大ターミナルであり、オフィスや飲食が集積する都市の要所である。しかし、居住者はわずか約1,200人。多くの人が昼間だけ働きに来て夜に去っていく仕事と消費の街であり、まちへの愛着や帰属意識が生まれにくく。駅前立ち並ぶ全国チェーンの居酒屋も、町の一的な飲食に留まり、街に固有の文化や人のつながりが希薄化している。

## 02. 日本酒の衰退と可能性



日本の酒の消費量は減少傾向にあり、特に日本酒の国内消費は1973年から約80%減少している。また、輸送費の増加や、後継者不足を原因に酒蔵も約3,000軒から約1,200軒に減り、特に地方では業者も相次ぐ。一方で、2023年の輸出額は過去最高の約473億円を記録し、インバウンド観光との親和性も高く、日本酒を通じた文化発信や都市での体験需要は今後さらに高まる。

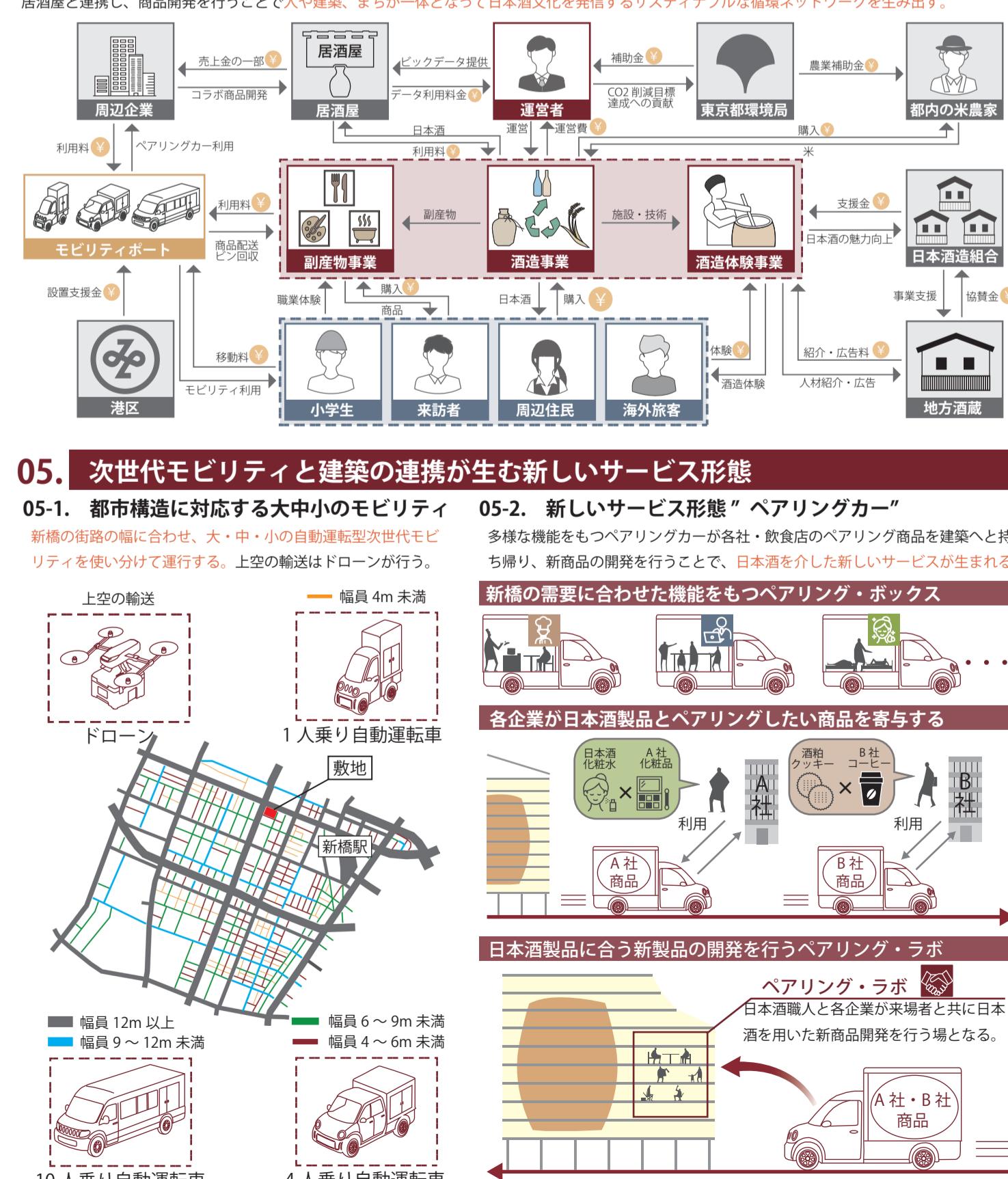
## 03. まちで育てる都市型酒蔵



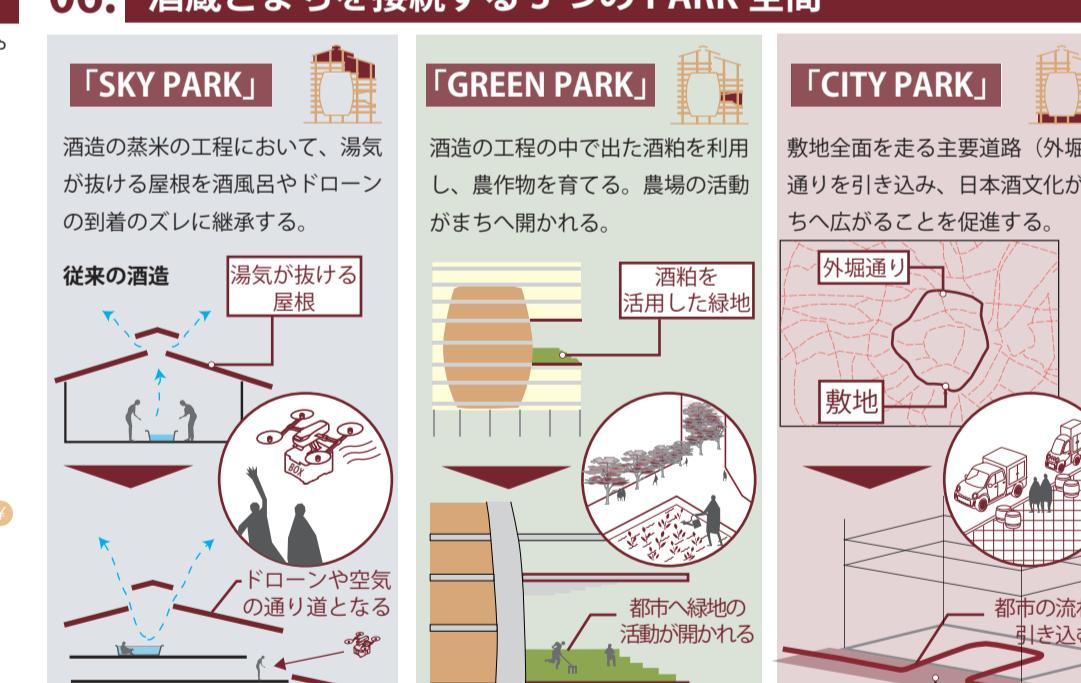
酒作が伝承した弥生時代、日本酒の起源とされる「口ぬみ酒」は、集落の人々が共に米を噛み、発酵させて造った酒だった。それは単なる飲料ではなく、「みんなで造り、みんなで飲む」という共同作業を通して、人々のつながりや共同体意識を育む重要な文化的営みだった。この行為を現代都市に再構築し、多くの人が日々行き交うながらも関係性が希薄な都市・新橋に、人々が関わり、共につくり、共に楽しむ都市型酒蔵を提案する。かつて日本初の鉄道が開通し、人やモノの結節点だった新橋に都市型酒蔵は「シン・駅」として、日本酒を通じて日本文化を都市から世界へ発信し、人・街・人と再びつなぐ、新たな都市のプラットフォームとなる。

## 04. 人、建築、まちが一体となった日本酒の循環経済

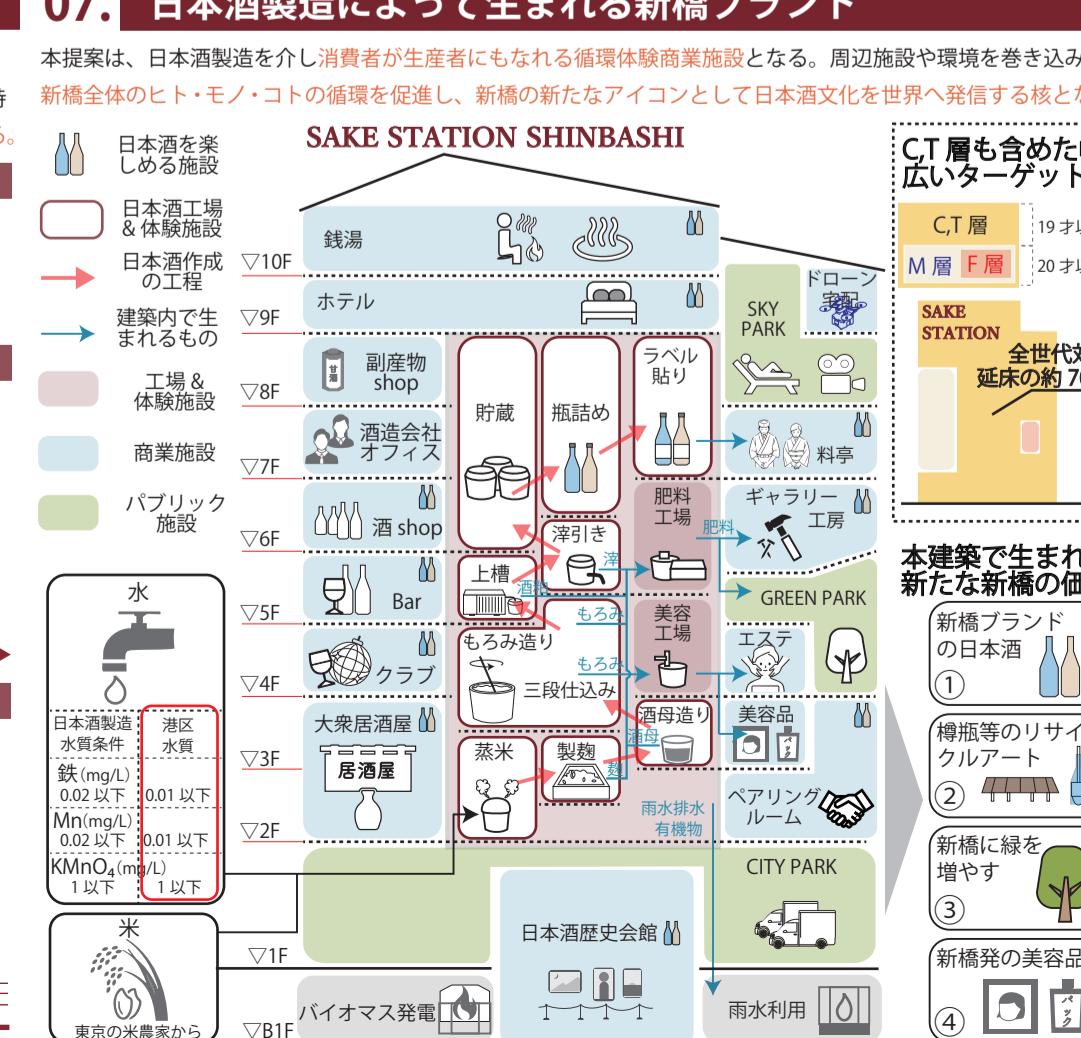
本提案では、酒造事業を中心とした運営形態を採用する。酒造体験事業では人材育成や全国の日本酒の魅力発信を行うとともに、副産物事業では企業や居酒屋と連携し、商品開発を行うことで人や建築、まちが一体となって日本酒文化を発信するサステナブルな循環ネットワークを生み出す。



## 06. 酒蔵とまちを接続する3つのPARK空間



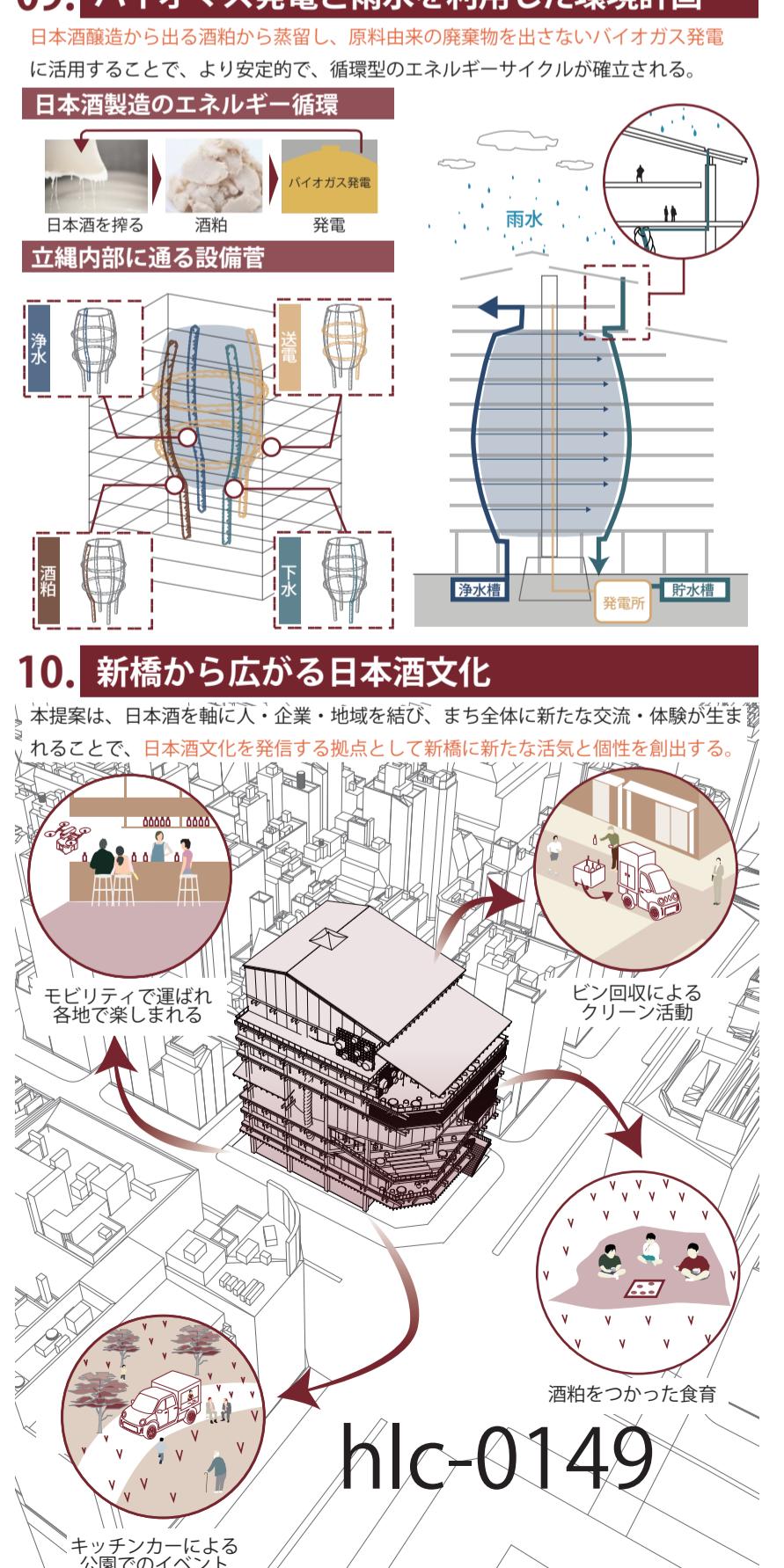
## 07. 日本酒製造によって生まれる新橋ブランド



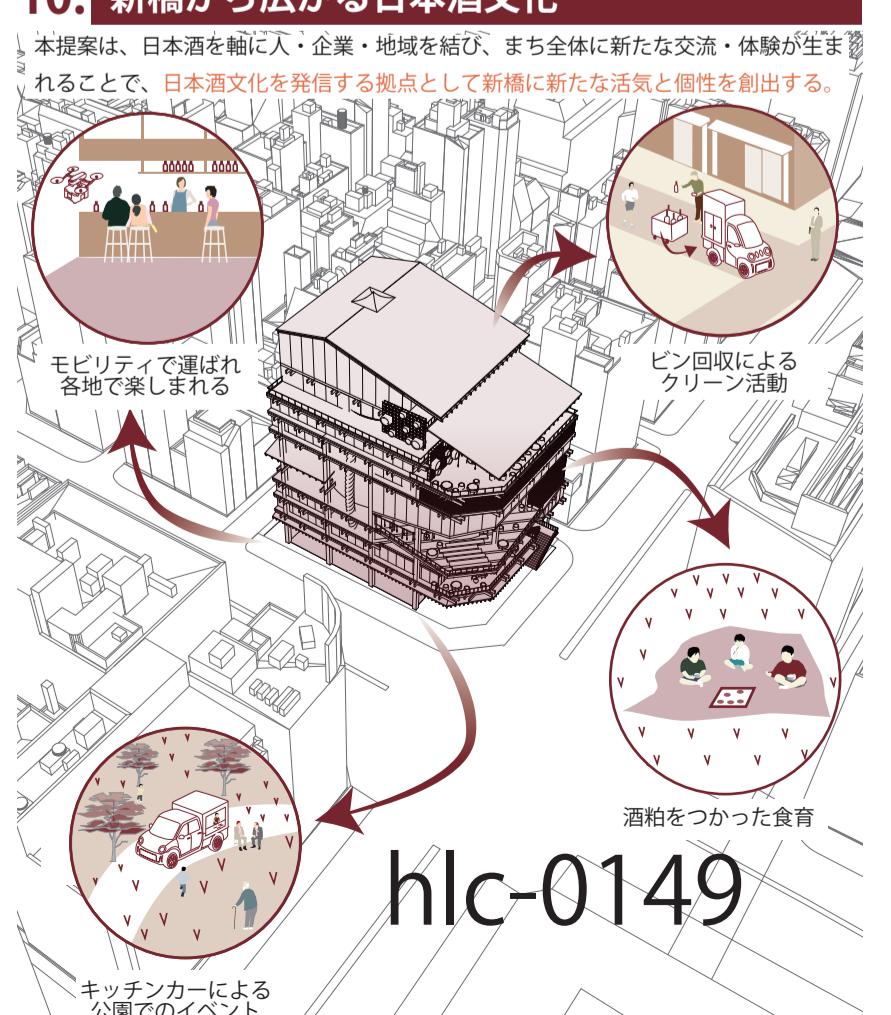
## 08. 垂直方向に酒造施設が連続する断面計画と酒蔵内部を通るトップラウンジ型の動線計画



## 09. バイオマス発電と雨水を利用した環境計画



## 10. 新橋から広がる日本酒文化



hlc-0149

断面図 S=1:250