日本景観フォーラム会報　第 55 号　　発行日　2024 年 10 月

景観フォーラム

巻頭言

2024 パリオリンピック／パラリンピックが無事終了した。テロが多い昨今、国際的一大イベントが無事終了したことは、関係者一同胸をなでおろしていることであろう。パリオリンピックは百年ぶりの二度目ということで、その世界の都市としての格調の高さを誇っていた。世界都市と名付け得る都は、古代においてはローマを念頭に、中世としてはこのパリを上げるべきであろう。12 世紀ルネサンスを謳歌したヨーロッパの一大都市はパリを上げるべきかもしれないが、世界史的にみてこの世紀にはそれ以上の都市が東洋に存在した。中国の西安である。繁栄の度合いからすれば、パリ以上であったことは間違いない。即ち、この時代、世界の繁栄の中心地は欧州ではなく東洋にあったということである。16 世紀を生きたモンテーニュ(1533-1592)の『エセ―』には当時のパリの様子が書かれているが、それはそれは何とも不潔な木造家屋が乱立する町並みであったらしい。このオリンピックでわれわれの目に焼き付いたパリの瀟洒な都市の有様は何とこの 400 年の努力の賜物であった。翻って、明治維新から 157 年目になる 2024 年の日本の都市はこのパリと比較してどのように映るのか。

ところで、日本の百年の景観が失われようとしている。明治神宮外苑の再開発問題はもっと国民的議論にすべきである。今からほぼ百年前、明治神宮外苑は「国家事業として国有地の青山練兵場跡地を明治神宮の「外苑」という形で公園として整備」したそうであるが、当時の多くの民衆はこの企画に賛同し、生きた樹木を送ることによってこの事業に賛意を示したとのことである。ところが、その百年後、東京都の外苑再開発は百年前に民衆が外苑に植えた殆どの木を切り倒し、そこにビルを建てるという。環境問題もさながら、樹木を大事にする現代の常識とは全く反対にある行為である。それに対して、小池百合子東京都知事は外苑の樹木に何ら価値を見出してはいないように見える。地球温暖化が顕著になり環境問題が甚だしい現代において、樹木を大切にしない人物が政治家として東京都知事を３期もやるとは不思議でならない。否、この問題は、政治家としてというよりも一個の人間としての価値を問題視せざるを得ない。地球温暖化が激しい現代は一本の木も切り倒してならないというのが現代の常識というものではないだろうか。ところで、この問題において全く声を上げない日本景観学会に対し、私は退会の意を表明した。そのような学会とは存在意義は全くない。そう申し上げておく。

NPO 法人日本景観フォーラム理事長　斉藤全彦

＜日本景観フォーラム 2024 年度年間スケジュール＞

＊2024 年度とは 2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日のことです。

2024 年

4 月 23 日（火）**第１回景観研究会**　総会・第１回理事会（18:00～20:00）於：JICA オフィス
5 月 12 日（日）**第１回景観まちあるき**【アークヒルズ】
6 月 25 日（火）**第２回景観研究会**（18:00～20:00）　於：JICA オフィス
9 月　7 日（土）**第２回景観まちあるき**【代官山】
9 月 24 日（火）**第３回景観研究会**（18:00～20:00）　於：JICA オフィス　中止
10 月 21 日（月）**第３回景観まちあるき**【池上界隈】
11 月 19 日（火）**第４回景観研究会**（18:00～20:00）　於：JICA オフィス
12 月 26 日（木）**忘年会**【場所未定】

2025 年

1 月 25 日（土）**第４回景観まちあるき**【麻布】
2 月 18 日（火）**第５回景観研究会**（18:00～20:00）　於：JICA オフィス
3 月 22 日（土）**第５回景観まちあるき**【大山】

■以上のスケジュールは、ご提案ですので随時皆様のご意見を反映してまいります。

＜日本景観フォーラム 2023 年度 年間実績＞

2023 年

4 月 24 日（月）**第１回景観研究会**　総会・第１回理事会（16:30～ オンライン会議）
5 月 30 日（火）**第２回景観研究会**（16:30～ オンライン会議）
6 月 13 日（火）**第１回景観まちあるき**【浦賀】
6 月 20 日（火）**第３回景観研究会**　於：JICA 研究所 18:00～
9 月 30 日（土）**第２回景観まちあるき**【品川東海道界隈】
10 月 27 日（金）**第３回景観まちあるき**【三ノ輪】
11 月 28 日（火）**第４回景観研究会**　於：JICA 研究所 18:00～
12 月 19 日（火）**忘年会**（東京、中野にて実施）

2024 年

1 月 19 日（金）**第４回景観まちあるき**【逗子】
2 月 20 日（火）**第５回景観研究会**・第２回理事会　於：JICA 研究所 18:00～
3 月 17 日（日）**第５回景観まちあるき**【両国】

日本におけるスターバックスの店舗外観と景観の関わり

尾崎孝行

1. 日本におけるスターバックスの特徴的な店舗外観

日本国内におけるスターバックスの店舗は、その場所の特性や景観に調和したデザインが多く見られます。特に、歴史的な街並みや自然に囲まれた場所にある店舗では、その環境と一体感を持たせるために特別な設計が施されています。これにより、スターバックスはただのカフェチェーンではなく、その地域の文化や景観に溶け込む存在として評価されています。

1.1 歴史的・文化的なデザイン

京都の二寧坂にある店舗は、築 100 年を超える伝統的な日本家屋を活かし、大正時代の面影を残した歴史と文化を感じる街並みに調和した店舗です。瓦屋根や木造など、当時の特徴的な外観を残したまま、内装は既存の空間を生かしながら新しい解釈で刷新されており、地域の景観に違和感なく調和しています。

和紙で作られたオリジナルのサイレンアートや西陣織と同じ技法で織られたファブリックが店内を彩り、京都と二寧坂の伝統をスターバックスのコーヒーストーリーと融合させています。

このようなデザインは、外国からの観光客にも好評で、日本の伝統的な雰囲気を楽しむことができる一方で、スターバックスの一貫したブランド体験も提供しています。

1.2 自然と調和する店舗

富山県の「スターバックス富山環水公園店」は、水辺空間の豊かさと、富山の自然と富岩運河の歴史を活かした造りの富岩運河環水公園内にあり、公園内に広がる芝生や遊歩道では、ご家族や愛犬との散歩などを楽しむことができます。

富山環水公園店は景観に溶け込むシンプルなデザインの建物で、ガラス張りの開放的なデザインが特徴です。自然光を取り入れ、屋外の景観と一体化した空間を提供することで、訪れる人々にリラックスしたひとときを提供しています。大きな窓からは公園のシンボルである「天門橋」や景色をどの席からも楽しむ事ができます。

水辺の景色を眺めたり、鳥のさえずりや蝉の声を聞きながら時間や季節の移ろいを、訪問者に豊かな体験を提供し、環境との共生を感じさせるものです。

2. 場所の景観に対する影響と調和

　スターバックスの店舗は、日本各地で地域の景観と調和するよう設計されていますが、これは単に建物の外観だけでなく、その立地における社会的・経済的な影響も含まれます。

2.1 観光地への貢献

　スターバックスは観光地において、単にカフェとしての機能を提供するだけでなく、観光スポットの一部としての役割も果たしています。例えば、長野県の善光寺近くにある店舗は、観光客が散策の合間に立ち寄れる場所として人気です。伝統的な景観を損なわないように配慮されたデザインが、その地域の観光価値を高めています。

2.2 地域経済への影響

スターバックスが出店することにより、周辺地域の経済にもポジティブな影響が生まれます。特に地方都市や観光地においては、スターバックスの存在が集客効果をもたらし、他の商業施設や地域ビジネスの活性化につながることがあります。一方で、地元の独立系カフェに対する競争の激化という側面もあり、そのバランスが問われることもあります。

2.3 コミュニティスペースとしての役割

スターバックスは、地域コミュニティの集いの場としての役割も担っています。日本各地において、スターバックスの店舗は単なるコーヒーショップではなく、地域住民が集まり、交流する場所として機能しています。特に、地域の景観に配慮したデザインの店舗は、訪れる人々に心地よさを提供し、地域社会に溶け込んだ存在となっています。

3. 都市部と地方のスターバックス

日本国内のスターバックスは、都市部と地方で異なる戦略を取っています。都市部では、ビル群に調和したモダンなデザインが多く見られ、効率的な空間利用が求められます。一方、地方では、その土地の特性を活かした独自性のあるデザインが採用されることが多く、観光客の誘致にも一役買っています。

3.1 都市部におけるモダンな店舗

東京や大阪などの大都市にあるスターバックスの店舗は、モダンで洗練されたデザインが特徴です。これらの店舗は、働く人々やショッピングを楽しむ人々が利用しやすいように設計されており、高層ビル内や駅構内など、利便性の高い場所に位置しています。都市部では、限られたスペースを有効活用し、効率的なサービス提供が求められます。

3.2 地方における地域特化型の店舗

地方のスターバックスは、その地域の景観や文化に合わせた独自のデザインを採用することが多く、観光名所の一部としても機能しています。例えば、埼玉県の「スターバックス川越鐘つき通り店」は、川越の伝統的な蔵造りの景観を損なわないように和風のデザインが施されています。このようなアプローチは、地域住民だけでなく観光客にも支持されており、その地域の魅力を高める役割を果たしています。

4. スターバックスの景観保全への配慮

スターバックスは、出店する地域の景観や文化に配慮し、統一的なブランドイメージを維持しつつ、地域ごとに異なるデザインを取り入れています。これにより、地域住民にとって親しみやすく、かつその土地の魅力を引き立てる店舗作りが実現されています。

4.1 環境に配慮した設計

スターバックスは、環境に配慮した店舗設計を行うことで知られています。例えば、再生可能エネルギーの利用や、環境負荷を抑えた建築素材の使用が進められています。日本国内でも、特に自然環境に近い立地の店舗では、エコフレンドリーな設計が強調されています。

4.2 歴史的景観との調和

京都や鎌倉など、歴史的な街並みが残る地域においては、周囲の景観との調和が特に重要視されています。中でも「スターバックス リージョナル ランドマーク ストア」は、日本の各地域の象徴となる場所に建築デザインされ、地域の文化を世界に発信する店舗として展開しています。訪れる人々がその地域の歴史や伝統工芸、文化、産業の素晴らしさを再発見し、その発見を通して地域への絆を感じられるよう、様々なローカルのデザインエレメントを織り込んでいます。これらの店舗では、伝統的な建築様式を模した店舗が設計されており、その街並みの美しさを損なうことなく存在しています。

総論

日本におけるスターバックスの店舗外観とその景観への影響については、多くの配慮がなされており、地域の文化や景観との調和を重視しています。スターバックスは、単にコーヒーを提供する場所ではなく、地域の文化や景観の一部として、またコミュニティスペースとしての役割を果たしています。このようなアプローチにより、スターバックスは日本国内で独自の存在感を持ち続けており、その場所に応じたデザインやサービスを提供することで、多くの人々に愛され続けています。

「スターバックス リージョナル ランドマーク ストア」

浜松城公園店

木々に囲まれた緑豊かなロケーションで天井には天竜材を使用した、自然を感じる空間

武生中央公園店（ドライブスルー）

バーカウンターの天井部を円模様の越前和紙で装飾し、コーヒー抽出の「円/縁」を表現

道後温泉駅舎店

明治44年当初の明治洋風建築の旧駅舎を新築復元した店舗

大阪城公園森ノ宮店

大阪城天守閣の石垣をモチーフにした石材と、地元の障がい者アーティストの作品が店内を彩る

新宿御苑店

四季折々で表情を変える新宿御苑の豊かな自然に溶け込む店舗

信州善光寺仲見世通り店

善光寺へと続く仲見世通りに位置する、木造日本家屋ならではの陰影が美しい空間

伊勢 内宮前店

石畳の美しい歴史ある街並みに融合した木造建築の店舗

沖縄本部町店

やんばるの自然豊かな海と山が広がるロケーション。沖縄県の県木である琉球松のテーブルを設置した店

門司港駅店

大正時代の待合室の雰囲気に鉄道や製鉄など歴史と地域性を取り入れた空間

鎌倉御成町店

漫画家、横山隆一氏の邸宅跡地で寛ぐ

富山環水公園店

水と芝生が広がる憩いの場

神戸北野異人館店

登録有形文化財である2階建の洋館

出雲大社店

和と洋の縁結び

シャミネ鳥取店（ドライブスルー）

鳥取県産の木材を外壁や天井、コミュニティテーブルの天板などに使用

弘前公園前店

伝統と革新が共存する登録有形文化財

厳島表参道店

地元の老舗家具メーカーと開発したチェアから瀬戸内海が一望でき、厳島神社の大鳥居を望むロケーション

淡路サービスエリア（下り線）店

ガラス張りの店内から、明石海峡大橋の全景が楽しめる

福岡大濠公園店

公園内の憩いの場

太宰府天満宮表参道店

伝統的な木組み構造を用いたデザイン

二子玉川公園店

丘の上に建つ、芝生に囲まれた店舗。自然の景観や街並みを楽しめる

神戸メリケンパーク店

神戸のパノラマを贅沢に楽しめるロケーションに、サステイナブル素材を取り入れた環境配慮型店舗

鹿児島仙巌園店

旧薩摩藩主島津家ゆかりの登録有形文化財で薩摩の歴史を感じる

京都宇治平等院表参道店

世界遺産平等院の表参道に位置し、四季折々の表情の異なる庭を備えた店舗

京都二寧坂ヤサカ茶屋店

築100年を超える伝統的な日本家屋の店舗。畳の間でコーヒー体験が楽しめる

山口市中央公園店（ドライブスルー）

公園の自然との調和を表現した屋内外が連なった空間

奈良鴻ノ池運動公園店

地元メーカーと開発したサステイナブル建材で仕上げた店内から、鴻ノ池の自然と四季の移ろいを眺めながら寛げる

釧路鶴見橋店（ドライブスルー）

新釧路川を臨む2階建て店舗。店内素材として釧路地方で育ったカラマツ材を使用

川越鐘つき通り店

外観は川越の伝統的な蔵造りの街並みを、内装は地域の歴史・地元色を尊重したデザイン

＜ＬＦＪブックレヴュー 85＞

『ジョルジョ・デ・キリコ―神の死、形而上絵画、シュルレアリスム』長尾天著

2020 年刊　　水声社

斉藤全彦

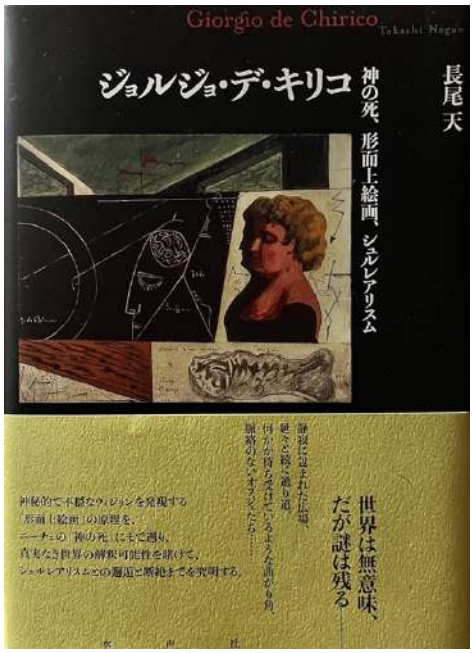
ジョルジョ・デ・キリコ展がこの夏東京都美術館で実施された。10 年前に汐留ミュージアムで見た記憶があるので、今回で二度目になる。１０年前では展示がなく、今回初めて見た『バラ色の塔のあるイタリア広場』と称する風景画的なるものが気になってしょうがない。今までにない絵画鑑賞体験とでもいうような気持ちにさせる４５ｘ５５ｃｍの所謂キリコが発明した形而上絵画と称するものであった。キリコの頭の中に何が起きていたのか。

《バラ色の塔のあるイタリア広場》1934 年頃

ジョルジョ・デ・キリコ(1888-1978)はイタリア人であり、マティス(1869-1954)ピカソ(1881-1973)そしてヒトラー(1889-1945)と同時代人であり、第一次世界大戦には一兵卒として参戦している。キリコは有名になった芸術家の中では珍しく戦争実戦体験者である。ヘミングウェイ(1899-1961)、ジョージ・オーウェル(1903-1950)などは戦争体験そのものが彼らの芸術的モチーフではあるが、絵画と文章とでは当然そのモチーフの異なってくるのは仕方がない。また、音楽家のストラヴィンスキー(1982-1971)には戦争という時代体験は大いにその作曲活動に影響を与えているはずである。

デ・キリコへの思想的影響というものを考えるとき、やはりショーペンハウアー(1788-1860)とニーチェ(1844-1900)の影響はおおいに論ずべきであろう。キリコの絵画はどのように生まれてきたのか。その背景には何があったのか。パリ時代の手稿には次のように書かれている。「未来の絵画の目的とは何か。詩、音楽、そして哲学と同じものだ。それ以前には知られていなかった感覚を与えること、慣習、規則、主題と美的総合への傾向を未だに含みうる全てを芸術家から取り去ること。指標として人間、象徴、感覚、思考を表現する手段としての人間を完全に排除すること。・・・・全てを、人間さえも事物としてみること。これがニーチェの方法である。絵画に応用すれば、途方もない結果をもたらすだろう。」

《煙突の外観》1939-1944 年頃



２０世紀芸術を語るとき、何が問題となるのか。デ・キリコの「全てを、人間さえも事物としてみること」という指摘はまさにその本質を指摘していないか。１９世紀はヨーロッパ文明の爛熟期を世界に提示せしめ、ヨーロッパ的であることは世界の指標であり、人間的であることはヨーロッパ的価値基準がその根底を支えるものであった。そこに、ニーチェの『人間的、あまりに人間的』(1878)という今までのヨーロッパ価値観を転倒させるような思想が現れる。デ・キリコはそのようなヨーロッパの思想的大転換期に生まれ、第一次、第二次世界大戦を目の当たりにする。

恐らく、２０世紀芸術において、ピカソも諸々のシュルレアリスム運動に関わった芸術家たちもデ・キリコの芸術を抜きにしては語れないのではないかと思われる。では、景観そのものは芸術の営為には直結はしないかもしれないが、景観を語るとき、その根底にあるものは芸術の本質を抜きにしてはあり得ないのではないか。２０世紀とはヨーロッパの破壊という前半の後に、後半はアメリカ合衆国の世界創造の時代というものであった。それでは、２１世紀はどこに向かうか。それこそジョルジュ・デ・キリコにでも尋ねてみたいものである。（斉藤全彦）

〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町 14-5-502
TEL : 03(3780)3814
FAX : 03(6379)6681
E-mail : info@keikan-forum.com
URL : https://www.keikan-forum.org

Landscape Forum of Japan