

明海大学不動産学部

# 不動産の不思議

学生たちの視点と発見

第422回

## 【学生の目】

本格的な冬將軍が到来した1月下旬、寒さを感じながら都心を歩く中、大型ビルの店舗にいつもと異なる雰囲気を感じた。1階に入るコンビニエンスストアのセブンイレブン（写真）に、店の前に来るまで気付かなかったからだ。

## しゃれた街づくり

け、18年、同社は日本初の「色彩のみからなる商標」を登録。類似の配色は使えないから、3色のロゴは店のアイデンティティを高め、売り上げに貢献している。対照的に写真の店はコーポレートカラーを捨て、目立たない「モノクロ」表示にしている。その理由、狙いと効果を考えて。まず理由を調べると、再生事業が進むこの地区は、「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」に基づいて、街並み景観重点地区に指定されている。条例の名前も「おしゃれ」だが、協議会を作り参加型でガイドラインを策定する点もユニークだ。

更に効果は、控えめな脇役が建物

# 景観重視し店舗の色彩調和

「世界初のコンビニエンスストア」は米国で発祥し、日本各地で見掛ける。最大の特徴は、赤・緑・オレンジのコーポレートカラーを用いたロゴで、鮮やかな配色ほどの看板より早く目に入る。ロゴの定着を受

て、街並み景観重点地区に指定されている。条例の名前も「おしゃれ」だが、協議会を作り参加型でガイドラインを策定する点もユニークだ。

と地域を盛り立てている。このストアは事務所やホテルとして使われる複合ビルの共用施設の性格を持っている。ビルの主役である事務所やホテルは場所柄、いずれも高級志向だ。ストアは機能的に主役の利便性を高め、外観的には脇役らしい控えめな「身だしなみ」をしている。建物外からの来客も見込めるが、一見の客よりは得意客が多いため、外壁面

から突出した派手な看板は無用だ。色への配慮は伝統的エリア、自然豊かなエリアにとどまらず最新の都市開発に共通する新たな課題でもある。

## 【教員のコメント】

景観や街並みを形成する制度には、京都市景観条例や川崎市都市景観条例及び川崎市景観計画などの伝統的な景観を保つものや、国立公園や温泉街などの自然や風情を保つものがある。新築時に新たな街並みを

容積率の1300%への引き上げを契機とする大丸有の都市更新を契機に、建築と都市の考え方が一変した。鍵は複合用途とエリアマネジメントによる資産戦略だが、スマホが現地に必要な情報を代替補完し、ストックの質向上を促した面がある。

容積率の1300%への引き上げを契機とする大丸有の都市更新を契機に、建築と都市の考え方が一変した。鍵は複合用途とエリアマネジメントによる資産戦略だが、スマホが現地に必要な情報を代替補完し、ストックの質向上を促した面がある。



藤原 龍男

不動産学部3年



周囲と一体化し街並みに溶け込む店舗