# 戦後日本の商業建築における空間・言説・建築生産とその変遷

-主として百貨店とショッピングセンターとの比較を通じて-

構法計画研究室 大栁友飛

#### 1. 序論

### 1-1. 研究の社会的背景

日本における代表的な商業建築として、まず、百貨店の存在を挙 げることができる<sup>注1)</sup>。百貨店は、1900年代頃に、米国百貨店の近 代的な経営方式を、いち早く真似し台頭した呉服系百貨店と、戦前 からの鉄道開発とともに発展してきた、電鉄系百貨店とに分類する ことができる。また、1960年頃から発生するショッピングセンター (以下、SC)は、当時の流通網が急速に整備されたことを背景に、 その数を増やしてきた注2)。つまり、日本の商業建築を代表する両 者は、それぞれ異なる年代に、異なる背景を持って成立した。その ため、開設数のピークや変遷は、異なった動きを見せている(図1)。 そのような日本の商業建築であるが、その存在を経済とともに論じ られることはあっても、建築や空間自体が、いかに生産されたかに ついて言及されることは少ない。しかしながら、高度経済成長期の ビルディングタイプとしての商業建築が、地域コミュニティに寄与 するとして再注目する動きや注3) 商業建築の特徴を活かし、市庁舎 や図書館に転用される事例があるなど<sup>注4</sup>、日本の商業建築は過渡期 にあり、その価値や意義の再検討が必要である。

### 1-2. 研究の学術的背景

商業建築に関する研究は、さまざまな分野で行われており、奥平による <sup>1)</sup>、商業建築と経済との関連性および変遷を記述したものや、あるいは、建築・都市学分野の研究として、Koolhaas ら <sup>2)</sup> による、ショッピングを起点とした網羅的なリサーチや、Maitland <sup>3)</sup> による、ショッピングモール<sup>注:5)</sup>(以下、SM)の通路部の構成を、グラフ理論の観点から整理したものがある。また、Beak<sup>4)</sup> による、ショッピングモールの平面および断面形状を対象とし、年代ごとの変遷を追う研究が存在する。さらに社会学では、若林ら<sup>5)</sup> による、SC/SM を意味論やメディア論的観点から横断的に分析したものや、速水 <sup>6)</sup> による、都市自体の SM 化を指摘したものが存在する。

## 1-3. 研究の目的

前節のとおり、従来の商業建築研究では、百貨店や SC/SM は建築計画学、あるいは社会や経済との関連で語られることが多かった。しかし商業建築は、建築計画学的な知見とは別に、その当時生まれた言説にも影響を受けながら、設計がされたのではないか。また、商業建築も物理的実体を有している以上、その存在が建築生産のあり方と関連しているのではないか。本研究では、そのような仮説をもとに、戦後日本における商業建築、とりわけ百貨店と SC/SM とに着目し、それらの比較分析を行う。その上で、商業建築はどのような言説に影響を受け、またどのように建築生産と関連してきたかを考察する。そうして得られた知見を元に、日本において商業建築が確立していくメカニズムを浮き彫りにすることを、本研究の目的としたい。

## 1-4. 本論の構成

本研究は、全7章で構成される。ここまでの1章では、日本の商業建築が、どのような社会状況とともに発展したかを整理した。その上で、関連研究と本研究との位置づけおよび、研究の目的を明ら

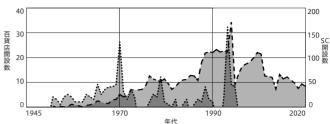


図1 百貨店およびSC/SMの開設数の変遷

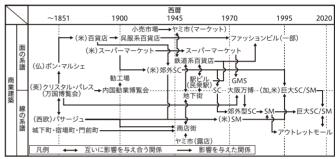


図2 商業建築を2つの観点から整理した系譜図

かにした。2章では、百貨店および SC/SM について、それぞれの起源から現在に至るまでの系譜を、2 つの視点から整理する。その上で3章では、本研究における分析対象を、各種年表資料を用いて整理する。あわせて、グラフ理論を用いてそれらの空間構成を分析する。4章では、分析から得られた結果を元に、戦後日本の商業建築の空間が、どのような変遷を辿ったのか記述する。つづく5-6章では、戦後商業建築の発展を、それぞれ、言説と建築生産の観点から分析する。最後に7章で、議論のまとめを行い、結論を導出する。

## 2. 商業建築における歴史的な整理と2つの系譜

### 2-1. 「面」と「線」の観点による、商業建築の系譜の整理

本研究においては、主として戦後日本における百貨店および SC/SM を分析の対象とする。まず、それらの歴史的変遷を、「面」と「線」という 2 つの観点から整理したい。図 2 は、以上の観点から、商業建築の歴史的変遷をまとめたものである。これは、1851 年英国で開催された第一回万国博覧会の会場〈クリスタル・パレス〉と、18-19 世紀のヨーロッパで多数設けられたパサージュのことを起点とした商業建築の系譜図である。

### 2-2. 〈クリスタル・パレス〉を起点とした「面の系譜」について

〈クリスタル・パレス〉の空間は、同時期にパリでオープンした世界初の百貨店と呼ばれる〈ボン・マルシェ〉に影響を与えたっ。〈ボン・マルシェ〉は、米国の百貨店がこぞって参照したことで知られている。なかでも、フィラデルフィアの百貨店「ワナメーカー」は、日本ではじめてデパートメントストア宣言を行い、近代的な小売方式を採用した「三越」の参照元として知られている<sup>注6</sup>。つまり、現在の日本における百貨店は、〈クリスタル・パレス〉の遠縁であるといえる。この一連の流れを、「面の系譜」と呼んでみたい。「面の系譜」の特徴は、〈クリスタル・パレス〉の会場構成から連なるような、部門別の物品、商品の陳列を行い、空間が「面」的に拡張していくことにある。

### 2-3. パサージュを起点とした「線の系譜」について

「線の系譜」は、18世紀末のパリに誕生したパサージュを起点とする。ガラス天井から光が注ぐパサージュの空間は、百貨店の吹き抜けにも影響を与えているが、1970年、パサージュを直接的に引用した事例〈Galleria〉が、アメリカのヒューストンに誕生する<sup>注 7</sup>。こちらは、ガラス天井の下に細長い通路が奥まで伸びていて、その両脇にテナントが連なるという構成をもっている。この構成は日本においても「ガレリア式」と呼ばれ、とりわけ現在の郊外型 SC/SM にて、その形式を目にすることができる。この、細長い通路とテナントが並ぶ構成をもつ商業建築の形態を、ここでは「線の系譜」としたい。本研究では、この「面の系譜」と「線の系譜」の2つを鍵概念として分析を行う。

#### 3. 分析対象の整理と手法の検討

### 3-1. 分析対象の整理

前節の整理をもとに、本研究では、主として戦後日本における百貨店および SC/SM を分析の対象とする。対象の選定にあたっては、商業建築に関する年表資料を用いた<sup>注8</sup>。そこから、分析可能な平面資料が得られたものを、分析対象とする。分析対象の件数は、図3に示すとおりである。なお、平面資料は、基準階平面を対象として収集した。加えて、現在の百貨店において最大の店舗面積をもつくあべのハルカス近鉄本店>と、SC/SM において最大の店舗面積をもく「イオンレイクタウン>については、全フロアの平面資料を収集し、比較分析を行う。

### 3-2. グラフ理論を用いた、「線」と「面」の定量比較

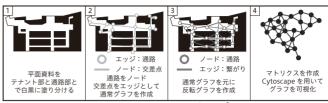
本研究では、グラフ理論を用いて、商業建築における平面の分析を行う。ここでは、空間の構成をノードとエッジを用いて記述し、空間の相互関係およびネットワークの形状を位相幾何学的に明らかにした。グラフ理論を用いたネットワーク分析の方法については、先行研究を参考とした®。グラフによる空間の記述方法を図4に記す。まず、平面資料をテナント部と通路部とにわけ、白黒に塗り分けた図面を作成する。次に、通路部をエッジ、交差点をノードとしたグラフを作る。それを「通常グラフ」と呼ぶが、本研究では、通路同士の関係性をネットワークとして把握するため、「通常グラフ」のノードとエッジを入れ替えた「反転グラフ」を作成する。それにより、通路同士の関係が直接的に表現され、また空間構成の特性を定量的な指標により捉えることが可能となる。

## 3-2-1. クラスター係数による分析

本研究では、ネットワーク分析における、いくつかの指標を用いて、対象事例を分析する。まず、クラスター係数を指標として用いた分析について述べる。あるノードに近接するノード同士が接続の関係にある場合、ネットワークの中に三角形が現れる。例えば、ノードAがノードBとノードCのどちらにも繋がっており、さらに、ノードBとノードCが繋がっている場合、三角形ABCが出現する。この三角形をクラスターと呼ぶ。あるネットワークにおいて、想定できる最大のクラスターの数Ciに対し、実際にできたクラスターの数Coの割合を、クラスター係数Cと呼ぶ。クラスター係数Cとの割合を、クラスター係数Cと呼ぶ。クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cとが、クラスター係数Cのネットワークの疎密を推し量るための指標であり、Cのネットワークは疎である。計算は下式のとおりである。

$$C = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n} Ci$$
 Ci:任意のノードにおけるクラスター係数 (式1)





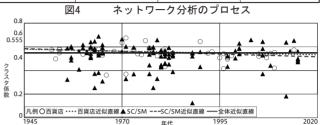


図5 各年代ごとのクラスター係数における分布とその変遷

本研究におけるクラスター係数は、商業建築における平面の疎密を推し量る指標として用いる。密な平面とは、任意の2点の場所を移動する際のステップが少ない、つまり、細かく刻まれた格子のような性質をもつ。反対に疎な平面とは、移動の際にステップが多くなる。例えば、細長い形状の空間は疎となる傾向にある。

# 3-2-2. ネットワークの直径による分析

ネットワークの直径は、ネットワーク内の最短距離のうち、最も 長いものとして定義される。これはネットワーク内の最も離れた2 つのノード間の最短距離となる。ネットワークの直径は、ネットワー ク自体の線形的な大きさを表す。つまり、商業建築の基準階平面そ のものの長大さを表す指標として用いることができる。

# 3-2-3. 平均次数による分析

最後に、平均次数を用いた指標について述べる。まず、あるノードに接続されるエッジの数を次数と呼ぶ。そして、ネットワーク内のすべてのノードの次数を算出し、それを平均したものが平均次数となる。なお、平均次数 k は下式によって求められる。

$$k = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n} ki$$
 ki:任意のノードの次数 (式2)

今回の分析において平均次数は、通路から通路に移動する際の、分 岐の本数として捉えることができる。つまり、数値が高いほど枝分 かれの多い、分節された平面といえ、逆に数値が低ければ、枝分か れの少ない、線形の平面をもつといえる。

### 4. 戦後日本における商業建築の空間とその分析

前章の分析で得られた結果を元に、本章では、戦後日本における 商業建築の空間を分析し、その変遷をまとめる。

## 4-1. クラスター係数にみる平面の傾向とその変遷

分析によって得られた結果を図5に示した。まず、商業建築全体に対するクラスター係数の中央値は、0.555であった。今回の分析においては、この数値を基準とし、その数値と比較した場合の高低を、基準階平面におけるネットワークの疎密として評価する。この基準をもとに図5を再び見てみると、百貨店は、中央値近くで集中

的に分布しており、SC/SM は比較的広く分布していることが明らかとなった。また、クラスター係数の推移について、それぞれの近似直線を見てみると、百貨店および SC/SM はともに、現在に近づくほど下降している。これは、商業建築における基準階平面のネットワークが徐々に疎になっており、したがって、その空間が「線」的になりつつあることを表している。

# 4-2. クラスター係数の度数分布表に見る、百貨店と SC/SM の違い

クラスター係数の度数分布を、百貨店と SC/SM とに層別して図 6 に表した。百貨店のクラスター係数の中央値は 0.560 である。一方、SC/SM の中央値は 0.533 であり、百貨店と比較すると、数値が低く、そのネットワークが疎な状態であることが確認できる。分布の広がり方に関しては、百貨店の方は、中央値付近に分布が集積しており、ネットワークの形状にばらつきが少なく、似たような基準階平面を持っていることが伺える。他方、SC/SM の分布を見てみると、こちらはなだらかな山状であり、さまざまなネットワークの形状をもつ事例があることがわかった。

### 4-3. ネットワークの直径と店舗面積の関係

図7は、ネットワークの直径と店舗面積の相関を示しものである。百貨店の近似直線を見ると、ほぼ横ばいになっている。他方、SC/SMの近似直線を見ると、若干増加の傾向が表れている。これは、百貨店に比べ SC/SM そのものの店舗面積が、現在に近づくにつれて増大していることが、理由だと考えられる。現に、図8を見ると、2020年に近づくにつれて、SC/SM の店舗面積は増加の一途を辿っている。それぞれの相関係数を見ても、百貨店の相関係数は0.185であり、年代と店舗面積にはほぼ相関関係がない。一方、SC/SM の相関係数は0.485と、年代と店舗面積に、弱い正の相関あることがわかる。この理由の一つに、大型店舗の出店規制をしていた、大店法の緩和がある。加えて、1990年代中頃からの工場跡地などの大規模敷地の再開発と、それに伴う SC/SM の店舗面積増大<sup>注9)</sup>も、その理由の一つとして、挙げることができる。

# 4-4. 次数分布の変遷

図9は、商業建築全体における次数分布の推移を表したものである。平均次数の全体の中央値は3.794となった。百貨店の近似直線は、全体の中央値と近い場所に位置し、全年代を通して横ばいである。一方、SC/SMの近似直線を見てみると、現在に近づくにつれて、若干の下降を辿っている。平均次数の下降は、すなわち、ある通路部に隣接する通路の本数自体の減少を意味している。つまり、SC/SMについては、動線における交差点での分岐の本数が、時代とともに徐々に減少していることがわかる。

### 4-5. 全フロアを対象とした分析

最後に、全フロアを対象とした分析について述べる。分析の結果を図 10 に示した。最も特徴的な点として、〈あべのハルカス近鉄本店〉と〈イオンレイクタウン〉の、1 ノードにおける店舗面積を比較してみると、おおよそ 4 倍の差があることが挙げられる。この値は、ある通路から分岐が発生する場合に必要な面積を指している。つまり、〈あべのハルカス近鉄本店〉はおおよそ、10m×10mのグリッドが敷かれ、その交点上で分岐が発生し、一方の〈イオンレイクタウン〉では、おおよそ 22m×22mのグリッドが敷かれ、その交点上で、通路の分岐が発生する。つまり、前者は、空間が細かく分節されているのに対し、後者では比較的、空間が一体となって

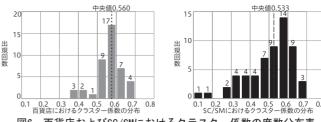


図6 百貨店およびSC/SMにおけるクラスター係数の度数分布表

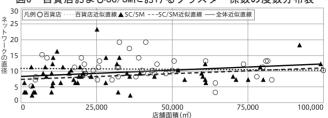


図7 ネットワークの直径と店舗面積の相関図

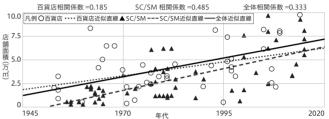


図8 調査対象における店舗面積の変遷

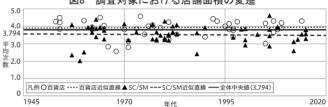


図9 百貨店およびSC/SMにおける平均次数の分布

_													
Γ	名称	あべのバ	ハカス	近鉄本店	竣工年	2014	名称	イオン	レイク	タウン	竣工年	2008	
Γ	分類	百貨店	階数	計 16 階	店舗面積	100,000 m	分類	SC/SM	階数	計 8 階	店舗面積	245,223 m	
クラスター係数 0.56			0.568	ノードの数	910	クラスター係数 0.6		0.626	ノードの数	551			
Γ	ネット	トワークの	の直径	22	エッジの数	2361	ネット	ワークの	D直径	29	エッジの数	1161	
Γ	1 ノードあたりの店舗面積 110.98 ㎡ /n					8 m² /n	1 ノードあたりの店舗面積 445.05 ㎡ /၊				5 m²/n		
3	<b>∅</b> 57							Ø 9 7					

図10 全フロア分析の対象とその概要

連続していると言える。また、〈あべのハルカス近鉄本店〉のグラフ $^{\pm 10}$ を見ても、全フロアのネットワークが、緊密に接続されていることがわかる。〈イオンレイクタウン〉は、明確にクラスターが発生しており、平面が長大な形をとっていることが明らかとなった。

### 4-6. 小結

本章で得られた知見をまとめる。まず、商業建築は全年代を通じて、基準階平面のネットワークが若干ではあるが、疎になっていく傾向があった。次に、百貨店の基準階平面は、全体的に似たような性質を持つが、SC/SMにおいては、対象ごとに、さまざまな性質の基準階平面を持つことが明らかとなった。また、調査対象における店舗面積は現在に近づくほど、増加の傾向を見せており、商業建築自体の巨大化が進行していることがわかった。そして、次数分布の変遷から、SC/SMの基準階平面においては、通路の分岐の本数が減少しており、動線が単純な形態へと変化している傾向が明らかとなった。最後に、全フロアを対象とした分析においては、百貨店全体が緊密なネットワークの形状を持つ一方、SC/SMではクラスター

### 戦後日本の商業建築と言説との関係性

本章では、前章で分析した結果を元に、「面の系譜」と「線の系譜」 およびそこに位置付く空間が、どのような言説で彩られていきたか について考察を行う。

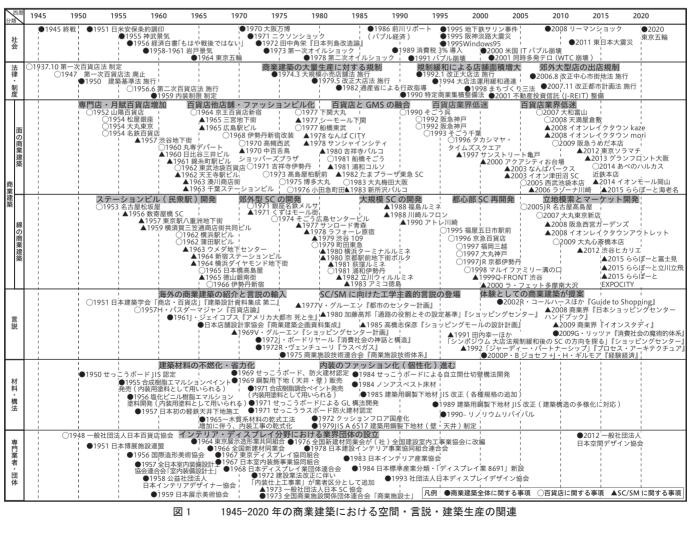
### 5-1. 「面の系譜」に影響を与えた言説とその関係性の考察

前章で分析したように、百貨店の平面は「面」的である。では、 この構成はどこから来たのか。2章で確認したとおり、百貨店はく クリスタル・パレス〉の遠縁にある。両者は、その空間や展示の構 成を持って、世界を表象しようとした点で共通している。〈クリス タル・パレス〉は、会場の縦軸を世界の南北軸、横軸を展示分野ご との部門とする構成がとられた。この構成は、当時のディドロら<sup>9)</sup> による『百科全書』の影響はもちろん、英国の植民地主義を背景に持っ ていた 100。この、部門ごとに切り分け、あらゆる物品を揃える構成は、 百貨店という言葉にある通り、現在にまでその発想が連続している。

次に、百貨店のビジネスモデルと、空間の関連性について述べる。 高橋らは、「百貨店の店内配置程變動の多いものはなく(中略)或 程度まで改造、模様替え等の出来るよう、伸縮性、彈力性のあるも のにしておかねばならぬ」と述べている110。これは、百貨店の商法が、 時間帯別の売上や日商がベースであることに起因する120。つまり、 百貨店は陳列の配置替えを頻繁に行うため、フラットな空間を求め たのだが、後の百貨店設計の資料においても、高橋と同じ主張が確 認できる<sup>13)</sup>。つまり、「面の系譜」における空間性は、百貨店に関 する言説によって補強されていた。

### 5-2. 「線の系譜」に影響を与えた言説とその関連性の考察

SC/SM については時代ごとに、さまざまな言説が存在してきた。 1969年、SCの父と呼ばれる V・グルーエンの著作 14 が、日本で 刊行された。そこでは、現在の SC/SM において一般的な形式であ る、2核1モールが最初に提案されている<sup>注11)</sup>。1980年代になると、 SC/SM 業界誌で森本ら 15) の言説が注目される。そこでは、工学的な 知見に基づいた、購買意欲を促進するためにモールを蛇行させるな どの手法が紹介された。工学主義的な言説はその後も、業界誌を通 じて、SC/SM の設計に影響を与え続けることとなる。次に注目した いのは、1990年代以降のSC/SMに、大きな影響を与えたJ・ジャーディ である。国際的に活動するジャーディは、日本でも多数の商業建築 を手掛けている<sup>注12)</sup>。ジャーディは著書の中で、自身の幼少期の体 験を元に、「曲がりくねった小径」をもつ都市空間に大きな影響を 受けたこと、それを元に商業建築を構成し、利用客に驚きの体験を 与えることが重要であると述べている<sup>16)</sup>。ジャーディの商業建築 が各地で成功していたことから、その言説や設計の手法は、広く 模倣された。また、ジャーディが着目した、体験という視点は、90 年代以降の SC/SM における、商業建築内を歩くだけで一通りのコン テンツが体験できる設計手法<sup>注13)</sup> と関連している。この流れは前章 で指摘したように、通路部の分岐が減って、1つの長大なモールを もつ傾向と、符合している。以上、「線の系譜」では、工学主義的 な議論はもちろん、有力な人物による言説などの影響があり、それ によって、「線」の構成が洗練されていく様子を確認できた。



#### 戦後日本の商業建築と建築生産との関係性

本章では、建築生産、すなわち材料や専門工事業者などの観点か ら、戦後日本における商業建築との発展を追う。

#### 6-1. 「面の系譜」と建築生産との関連性について

百貨店は、自社の中で多数の部門に及ぶ商品を扱う。近代以降に 発達する、RC・SRC 造による均質的な空間は、商品を柔軟に陳列で きるという点で、百貨店との相性が良かった。図12では、百貨店 および RC・SRC 造の動向を示したが、百貨店は自らの店舗をいち早 く、RC・SRC 造へ転換させている <sup>17)</sup>。無論、百貨店の RC・SRC 造へ の転換は、関東大震災などの災害による影響もあるが、しかし、不 燃化に限らない恩恵があったといえる。4章での分析は、百貨店の 平面が、全年代を通じてあまり変化していないことを明らかにし た。つまり「面の系譜」は、近代的な建築生産によって補強され、 その構造が現在にまで続いているといえる。

#### 6-2. 「線の系譜」と建築生産との関連性について

百貨店は、自社の中に内装・家具の設計部門を抱えている場合が 多い<sup>注14)</sup>。これは、さまざまな部門を統合的に抱える、百貨店のビ ジネスモデルと連続したものといえる。他方、SC/SMでは、事業主 体がデベロッパーであることが多く、テナントの内装工事を行うの は、それぞれの専門工事業者である。図12の年表では、1960年代 頃を境に、インテリアデザイン業界、ならびにディスプレイ業界そ れぞれで、団体の設立が増加することや、内装工事そのものの増加 に伴い、内装仕上工事業が1972年に建設業の区分として加わるこ となどが示されている。また、1959年の内装制限による不燃化の 要求は、せっこうボード<sup>18)</sup>や鋼製下地材<sup>19)</sup>などの建材を普及させた。 これら材料は商業建築でも重用されている。さらに、1980年代頃 から、商業建築の「個性化」が唱えられる。この頃の建築仕上材を 見てみると、商業建築と同じく、製品の多様化が模索された時期で あった200。他にも、例えばクッションフロアが、利用客を長く歩 かせるために用いられるなど、材料の発達は、工学主義的な言説と も関連していた<sup>注15)</sup>。このように、1960年代以降における関連団体の 組織化、建築生産や材料の改善に伴う、不燃化や多様化は、1980年代 以降の SC/SM が、線として洗練されていく動きを、補強したといえる。

### 結論

本研究で得られた知見をまとめる。まず、「面」と「線」の観点 から商業建築の歴史的変遷を整理し、その上で、戦後日本の商業建 築を対象に、グラフ理論を用いて分析を行った。すると、百貨店と SC/SM の平面は異なる特徴を有し、商業建築全体の平面は、現在に 近づくにつれて、「線」的になるという結果が表れた。また、「面の 系譜」は人文学や経営学的な言説からの影響を受け、他方の「線の 系譜」では、工学主義的な言説はもちろん、有力な人物による言説 の影響が明らかとなった。また、「線」の傾向を補強していた。最 後に、建築生産を見てみると、1910-1930 年代における RC・SRC 造 の発達が「面の系譜」を強化した。「線の系譜」では、建築生産や 材料の発達、専門業者の組織化などが、「線」の傾向を後押しした。 以上、戦後日本の商業建築における、「面」および「線」の系譜はそ れぞれ、異なる言説や建築生産と接続され、その傾向がより補強さ れていった。商業建築は当時の経済や社会状況と関係するが、それ だけに限らない、商業建築の新たな一面を、本研究は浮き彫りにした。

今後の展望として、「面」と「線」の系譜における、個別具体的 な対象に接近し、空間・言説・建築生産の関係性について調査を行 い、議論の精度を上げる必要がある。

	~1890 1900	1910	1920	1930~	
三越	1,00	△1908(⊟	本橋)木造3F ▲1915(日本橋)	▲1932(日本橋)S	RC造7F,B1
松坂屋			△1917 (上野):	1924(銀座)RC造8F,B1 木造4F▲1929 (上野)SRC造	F7,B1
松屋	△1890 (今川橋)木造	52F ̄△1907(今	川橋)木造3F	▲1925 (銀座)SRC造F8,B2¯	
髙島屋			△1917(南伝馬	町)木造3F ▲1933(日本橋	)SRC造F8,B2
RC・ SRC の動向	凡例 △木造 ▲RC・SRCに関連		前屋呉服店(一部 1 三井物産横浜 ▲1916 大阪朝	(5) 野RC造): 支店(日本初の全体RC造) 日新聞本社(一部SRC造) 1923 日本興銀本店(日本初の	)全体SRC造)

図13 RC・SRC造と黎明期の百貨店との関係

#### 注

- 注1) (一社)日本百貨店協会の加盟店舗を、百貨店と定義する。
- 注2) (一社) 日本ショッピングセンター協会の加盟店舗を、SCと定義する。
- 注3) 文献19、pp.225参照。
- 注 4) 2009 年、青森県むつ市庁舎が SC 跡に移転。また、2018 年には、SM を リノベーションした宮城県都城市立図書館がオープンした
- 注 5) ショッピングモールの定義は、次の資料を参照した。文献 24、pp. 217
- 注 6) 文献 19、pp. 64-68 参照。
- 注7) 文献 19、pp. 120-121 参照。
- 注8) 分析対象の選定にあたっては、文献22-25を参照とした。
- 注9) 例えば、文献21、pp.74参照。
- 注 10) グラフの描写に関しては Cytoscape を用いた。: https://cytoscape. org/(2022/01/27 閲覧) なお、本稿では主としてバージョン 3.9.0以 降のソフトウェアを、MacOS 上で利用した
- 注11)建物の両端に核テナントを設け、その間をモー -ルでつなぐ形式のこと
- 注 12) 例えば、キャナルシティ博多 (1996), リバーウォーク北九州 (2003), 六 本木ヒルズ (2003), (2009), なんばパークス (2003), などを手掛けた。
- 注13) 例えば、文献5, pp. 100, を参照。 注14) 例えば、髙島屋は1938年に髙島屋工作所を設立し、三越は、1944年に 三越製作所を設立。大丸は 1950 年に大丸木工を設立しているなど。
- 注 15) 例えば、文献 5, pp. 129, を参照。

#### 参考文献

- 奥平與人:商業建築の変遷 --1950 年からの時代変化に伴う商業建築の 1) 俯瞰,文化女子大学紀要 服装学・造形学研究, 41, pp. 59-71, 2010.01
- Rem Koolhaas は か: The Harvard Design School Guide to Shopping Harvard Design School Project on the City, Taschen America Llc, 2002
- Barry Maitland: Shopping Malls Planning and Design, Nichols Pub Co, 1985
- Youngwon Beak: Transfomation of the Shopping Mall from around the Mid 60s to2000, Journal of Asian Architecture and Building Engine ering, Vol. 14, No. 2, pp. 427-434, 2015. 5 若林幹夫(編著): モール化する都市と社会 巨大商業施設論, NT出版, 2013
- 5)
- 速水健朗:都市と消費とディズニーの夢―ショッピングモーライゼー 6) ションの時代,角川書店,2012
- 鹿島茂:デパートを発明した夫婦,講談社,1991
- 北本英里子,山田悟史,宗本晋作,及川清昭:多次元グラフ理論による 8) 建築都市の定量把握,日本建築学会大会学術講演梗概集(北陸),2019.9,
- ディドロ,ダランベール(編著),桑原武夫(訳):百科全書―序論およ び代表項目,岩波書店,1995,
- 中谷礼仁:実況 近代建築史講義,インスクリプト,2020
- 高橋貞太郎ほか:商店・百貨店,高等建築學16,建築計畫4,常磐書房,1933
- 池澤威郎:駅・まち・マーケティング一駅ビルの事業システム革新,同友館,2017
- 日本建築学会編:建築設計資料集成 2, 丸善,1960 13)
- ビクター・グルーエン ( 編著 ), 奥住正道 ( 訳 ): ショピングセンター計画―ショッピングタウン USA, 商業界 ,1969 14)
- 森本勲ほか:SCにおける快適なモールの条件,ショッピングセンター, 15) 日本ショッピングセンター協会, pp. 35-39, 1977. 5,
- ジャーディ・パートナーシップ: PROCESS ARCHITECTURE, No. 101, プロ 16) セスアーキテクチュア,1992.2
- 橋爪紳也: 増補 明治の迷宮都市-東京・大阪の遊楽空間, 筑摩書房, 2008 17)
- 日本建築仕上学会仕上げ材料変遷委員会:建築仕上げ材の半世紀と最近 18) 10年の歩み 調査研究報告書,日本建築仕上学会,2001
- チョダウーテ:チョダウーテの歴史, (http://www.chiyoda-ute.co.jp/ 19) corporate/historyb.html), (最終閲覧日 2022/2/5)
- 塩海亮:資材価格はどう決まってきたのか? 軽鉄天井下地価格の長期 時系列決定要因分析,建築コスト研究,69号,18巻,建築コスト管理シ ステム研究所, pp. 72-77, 2010,
- 斉藤 徹:ショッピングモールの社会史,彩流社,2017
- 奥平與人(監修): デザイン年表, (一社) 商環境デザイン協会, (https:// www.jcd.or.jp/designhistory-nenkan.html(最終閲覧日 2022/1/26)
- 23) 東浩紀 (編著): 思想地図  $\beta$  vol. 1 特集ショッピング / パターン,合同 会社コンテクチュアズ,2010
- 三浦展,藤村龍至,南後由和 (共著),商業空間は何の夢をみたか 24) 1960-2010 年代の都市と建築, 平凡社, 2016
- (一社)日本ショッピングセンター協会 監修,『SC 白書』,(一社)日 25) 本ショッピングセンター協会,2018
- (一社)日本ショッピングセンター協会:SC用語辞典,学文社,2004