

明海大学不動産学部

# 不動産の不思議

第421回

学生たちの視点と発見

## 【学生の目】

写真の建物は富士山の麓、山梨県富士河口湖町に建っている。一見すると美術館のようだが、山梨県名物の「ほづとつ」を提供する飲食店舗だ。伝統料理を提供することに加え、雄大な富士山に力負けしない

## 料理と空間のコラボレーション

よう、付近には直線的で重厚な木造建築のほづとつ店が多い中、極めて個性的な造形だ。

構造は鉄筋コンクリート造だが、平面はどこにも見当たらず、全体が曲面である。しかも、どの部分を見ても曲率が異なるように見える。コ



金子 夏望  
不動産学部4年

# 完成度の高さが感動を生む

業だ。精度と根気が必要で、建物には手造り感が漂う。

期待して到着し、外れる部分があると残念な気持ちになるものだが、この場所は違った。まず、空間だ。

高くしなやかなドーム型の無柱の空間は幻想的で、テーマパークに来たかのように感動した。

次に、料理だ。案内された席に座ってメニューを見ると、ほづとつは一

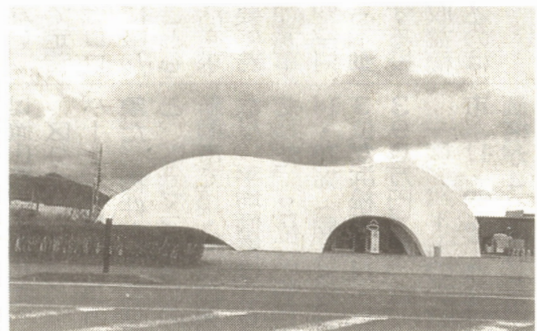
ンクリートを打設するときの生コンは半固体、半液体の状態だから造形は自由だが、生コンを支える型枠や中に入れる鉄筋を自由に曲げることが容易ではない。型枠や鉄筋の職人はどれほど苦労したことかと思う。コンクリートの打設も大変だったことだろう。外壁部分は屋上に上って生コンを流し込むが、この建物には作業に使える屋上がない。まんべんなく生コンを流し込むのは至難の

種類である。料理は期待を裏切らないおいしさで、同行した友人や周りの人も等しく感激した。料理の一つに絞り込み、完成度を高めて勝負する発想は店舗空間の造り方にも共通で、両者のコラボレーションが感動の程度を上昇させている。

観光名所で名物のほづとつが目的の来街者は多いが、競合店も多い。近年はSNSで「ここでしか味わえない体験」と発信された飲食店に多くの客、特に若者が集まる傾向がある。この店もその一つで、見た目の珍しさから新名所になっている。

名物の食事は印象に残したいし、残るものであってほしいものだ。観光地に出掛ける場合は、記念に何かを残したい願望が更に高まり、珍しいものに接したい執着心が強まるのも事実だ。願望や執着を満たすためには事前の情報入手が必要で、体験の共有が容易なSNSがその手段として用いられている。

個々の店舗や施設が「珍しい何か」



構成的な造形の飲食店

を備えたらうで、それぞれの「珍しい何か」が集合し、SNSとよい循環をもって情報発信することが観光地の活性化につながることを体験した。

## 【教員のコメント】

造形が美しいシドニーオペラハウスのシェル構造は今も新鮮だが、構造解析に困難を極めた。工事は14年、14倍になった費用は宝くじで捻出した。落選案の中から採択されたなど紆余曲折を持つが、今では随一の名所で無二の観光資源である。