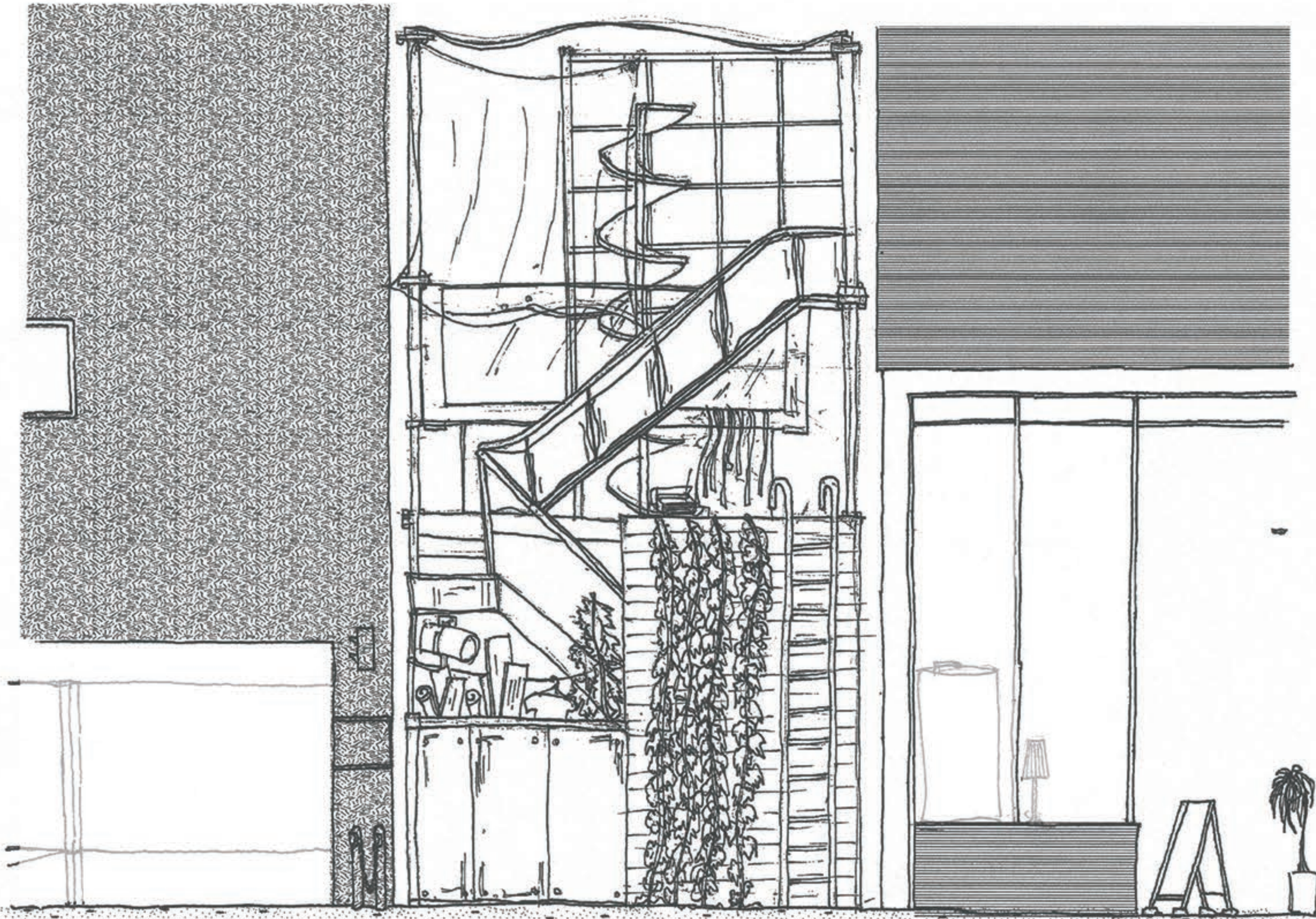


YOU TUBER の家

「建築とインターネットのご先祖様は実は同じである。」と聞けば驚かれるかもしれない。
人間の住処の根源は洞窟から生まれた。そこで生きた証を記し、共有するための手段として、人類が初めて用いたのは洞窟の壁画だった。
洞窟そのものは装飾をまといながら建築へと進化し、その壁画は活版印刷、テレビ、インターネット、SNSへと進化していく。

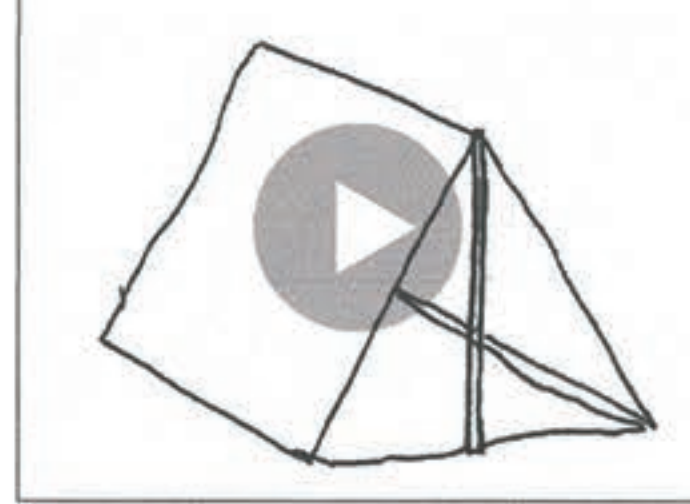
いま、建築に大きな過渡期が訪れている。「評価経済社会」の到来である。
SNSは、いまや「いいね!」の数に代表されるように、人間の社会的評価や共感を可視化する装置になった。
かつての貨幣経済社会での成功の証である住宅は変化を迫られている。
過渡期の家とは、それらの橋渡しとなる住宅である。



立面図 S=1/30

■ディテール

■第51話「テント」



■第99話「ハシゴ」



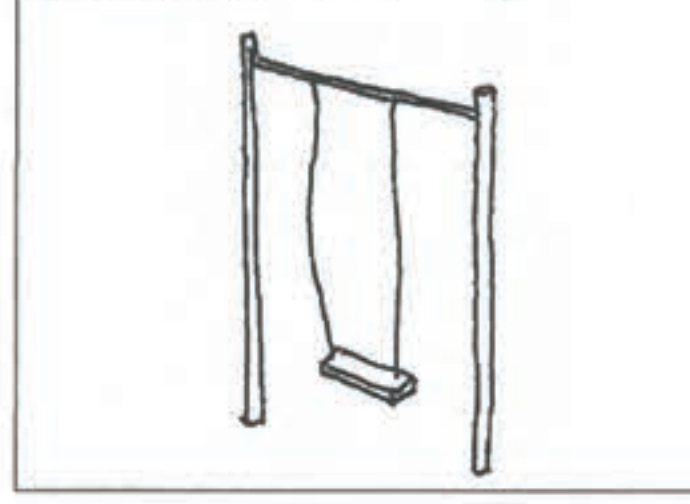
■第150話「ツタ」



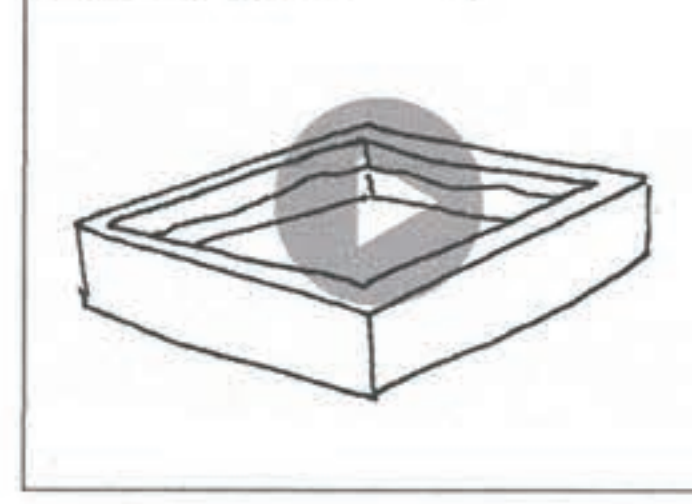
■第191話「クレーン」



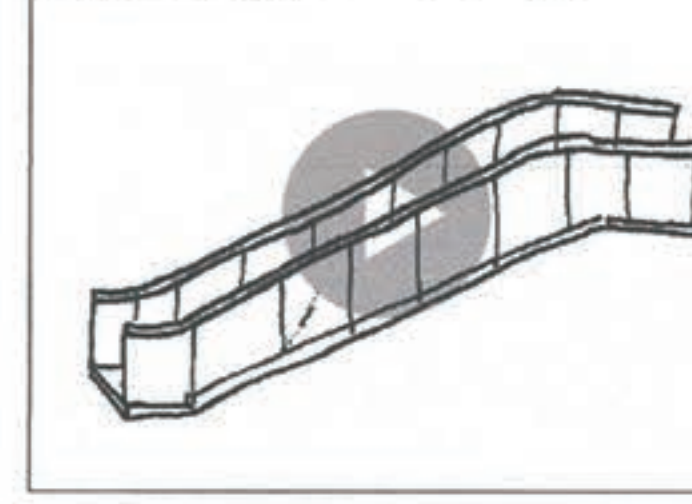
■第231話「ブランコ」



■第259話「プール」



■第350話「スベリダイ」



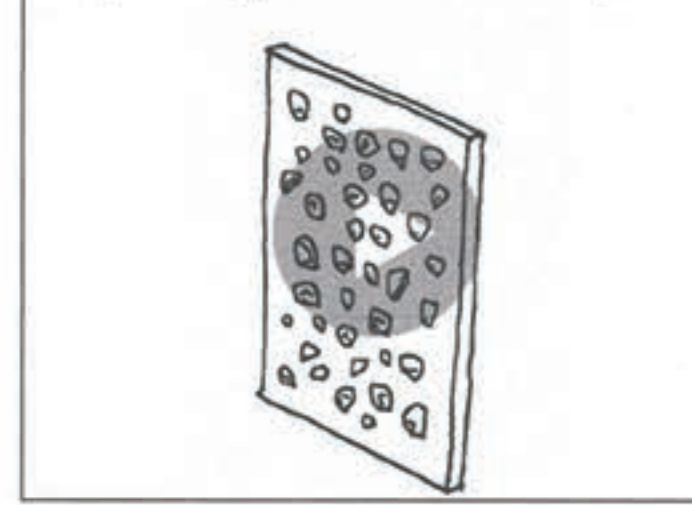
■第371話「パラソル」



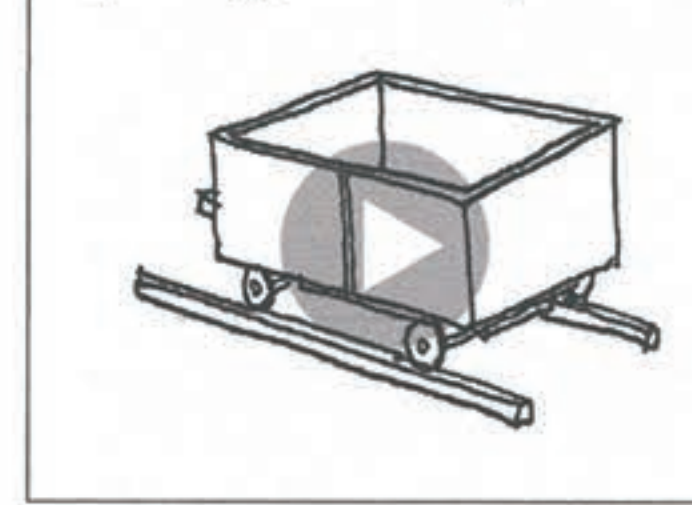
■第399話「スナドケイ」



■第402話「ホルダリング」



■第413話「トロッコ」



■第483話「ジャングルジム」



■1. 評価経済社会とは



評価経済社会とは、文筆家の岡田斗司夫氏が提唱した社会である。インターネットの登場によって、個人の評価が可視化されるようになり、「Twitterのフォロワーが100万人いるひとなら1億円を稼ぐのは難しいが、1億円を持っていてもTwitterのフォロワーを100万人にするのは難しい。」という社会が生まれつつある。

今の若者にとっての社会的な成功とは、家や車を買うことではなく、より多くのフォロワーに囲まれ、愛されることである。それは、これまでの「貨幣経済社会」から、「評価経済社会」への過渡期における若者の価値観の変化にある。そんな社会が成熟していくなかで、住宅のあり方や街との関わり方は当然に変化するのではないかと考えた。

■2. 銀座2丁目の貨幣経済一等地



銀座の都市風景



対象地 東京都中央区銀座2丁目7番地

国土交通省が発表した2017年7月1日時点の基準地価において、全国で最も地価が高かった東京・銀座2丁目の「明治屋銀座ビル」は、1平方メートルあたり3890万円の値をつけている。対象地は銀座2丁目の一角。ここは、オフィスの需要も底堅く、東京五輪を見すえた再開発が進んでいる。

まさに日本における「貨幣経済社会」の頂点を極めた街ともいえ、この銀座2丁目周辺は、その高価さゆえに住宅として住むには難しい。しかし、「評価経済社会」はその前提をひっくり返していく。全世界から評価をうけた個人は、これまでの社会とは違った方法で資金を獲得しこの銀座に住宅を建てていく。その両者の空間が接触したとき、新たな空間と景色が生まれる。

■3. YOU TUBER という新たな生活スタイル

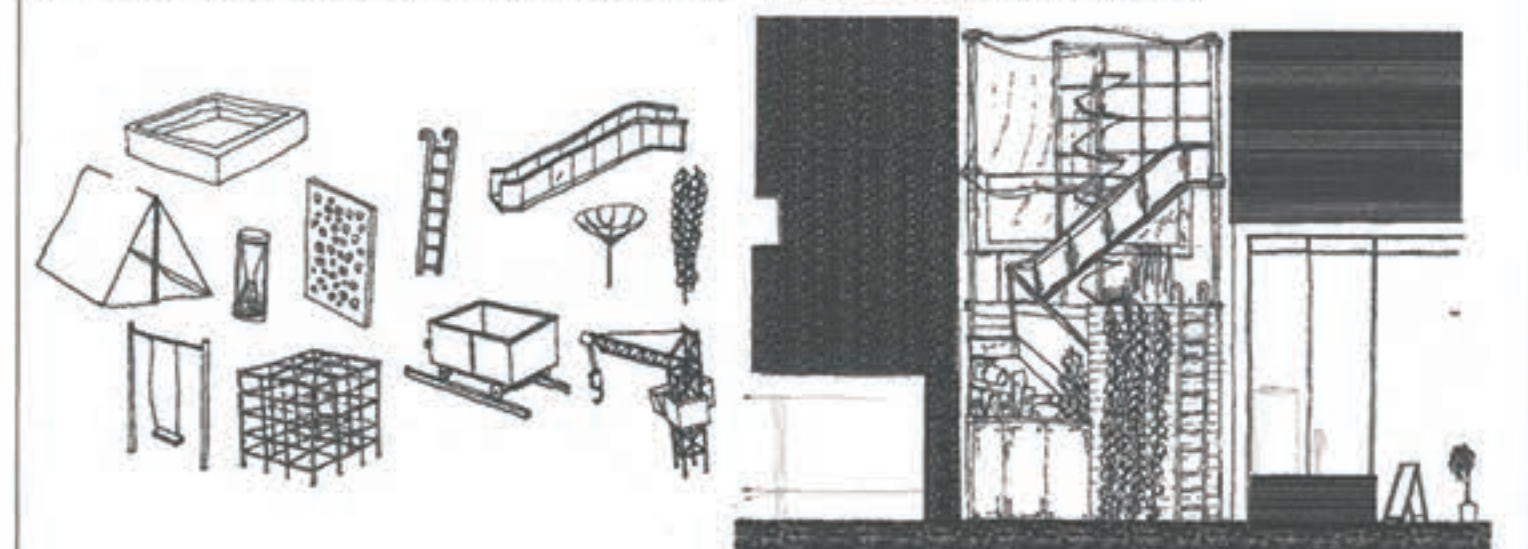
Googleの動画共有サービスとして没落したYouTubeは、全世界で月間約15億人も視聴する規模を誇っており、誰もがそこへ動画を配信することが可能になっている。近年ではその広告収入をもとに、自身の生活を確立していくという新たなライフスタイルが生みだされた。

彼らは「ユーチューバー」と呼ばれ、近年の中学生の「将来なりたい職業」にランキング入りするほどの社会現象が起きはじめています。若者のあいだでは、「勉強して良い大学に入り、安定した会社に就職し、車を買って、そして家庭を持って家を建てる」という社会の成功モデルが必ずしも最終目標とはなっていない。

彼らにとって必要なのは、全世界のフォロワーと、そのフォロワーが喜ぶ動画をつくるための空間を創造する場所なのである。



■4. 評価経済社会の生存戦略としてのタイムライン住宅



この住宅は、お互いに脈絡をもたないモノのディテールの集積が、SNSのタイムラインのように折り重なって、ぼやけた全体像をつくりあげていく。

ハシゴ、スベリダイ、プール…。一見して都市にとって不必要な要素でも、評価経済社会に生きる人々にとっては、動画コンテンツを供給し続けるためのモノとして機能していく。

彼らは、その想像力をもって、なんの変哲もない空間やモノの情報を読み取り、笑いに変える能力に長けている。彼らはその「評価経済力」を使って、自ら空間を積み上げ、貨幣経済で満たされた都市に新たな風景を上書きしていく。