

TARGET

小路空間再考

計画されたものではなく、自然に集まった商店の出来上がった空間、距離感、関係性。

その空間を体験した者にとって、「なじみの場所」と表現される風景。

それは時に初めて訪れた場所でフラッシュバックして自分の過去に体験した小路のあの空気感、雰囲気...匂い、人の声、気配、知人の店のたずまい、小路に佇む自分.....を思い起こさせる。

記憶が空間体験として刻まれているのである。そして、小路空間は五感を刺激する場となっている。

そうした小路はかつて全国に存在していた。小路は共有体験の場として役割を担う。

CONCEPT

心象風景 mind scape × 小路 alley

...[解釈] 佇む場所、滞留空間、

偶発性、気配の伝わる空間、
抜けと奥性、
商業店舗の集合体としての魅力

...[特性] 人と人の距離、

人と店舗との距離、小路の経路、
歩き各店舗から溢れ出すオリジナリティに語りかけられる感覚、
個人が個人に語りかけるスケール感(⇔店が人の流れに...),
歩き抜ける中で店のいろんな表情を垣間見る、
多様な顔ぶれの店舗に囲まれている感覚

小路の空間性を抽出し、都市生活者の意識に刻み込む。

小路の空間性をコンテキストとして読み解き、そこで発生していた状況を設計する。

CONTEXT

引用されるのは小路における「空間性」を生み出している要素。

形態の直接的引用とはならない。
空気感(空間性)を感じることで、小路が空間性を介して都市生活者の中に風景として刻み込まれる。

かくれた空間が見える空間に厚みを与える。

01 記憶と想像が常に空間の知覚に参与する。

空間は無常なもの、流動的なもの。

幾何学的空間 → 経時的空間、行動的空間

