

# 00 problem

なぜスーパーマーケット=poorな空間なのか

1日に1店舗あたり約2100人が利用するスーパーマーケット。スーパーマーケットといえば誰もが四角い箱の中に棚が並ぶ空間を想像できるであろう。人々が日常的に集まり、暮らしを支えているスーパーがなぜ四角い箱のようなpoorな空間であるのだろうか。

その地域に合った・コミュニティにあった、スーパーの形があるのではないかと。スーパーの空間が変化することでその地域の人の暮らしを変えることができるのではないだろうか。

# 01 proposal

3つのコミュニティの中心にマーケットを置く



敷地は愛知県幸田町六栗地区この地区には3つの分裂したコミュニティが存在する。  
 現在、このコミュニティ同士が交わる状況はなく、地域コミュニティの再生が求められている。  
 3つのコミュニティの中心にマーケットを置く。どのコミュニティからもアクセスがよく、六栗地区の食を支える場となる。  
 コミュニティ同士が交わる場となり、マーケットでコミュニティをまたいだ活動が行われることで地域コミュニティが再生する。



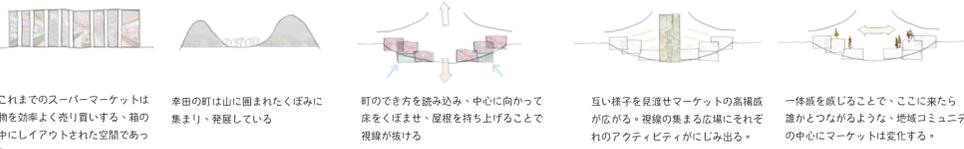
# 私の身体を作るもの、誰かの心と集う場所

## - 新たなスーパーマーケットの提案 -

# 02 concept

スーパーマーケットは地域コミュニティの中心になる

全国各地にある四角い箱のスーパーマーケットを、人が集まる場という特性を生かし、新たな形態を与えることで地域コミュニティの中心へと変化させることを提案する。

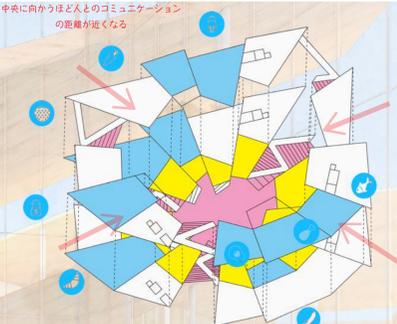


これまでのスーパーマーケットは物を効率よく売り買ひする、箱の中にシチュエーションがなかった。  
 幸田の町は山に囲まれたくぼみに集まり、発展している。  
 町のでき方を読み込み、中心に向かって床をくぼませ、屋根を持ち上げることで視線が繋がる。  
 互い様子を見過せマーケットの高揚感が広がる。視線の集まる広場にそれぞれのアクティビティがにじみ出る。  
 一体感を感じることで、ここに来たら誰かとつながるような、地域コミュニティの中心にマーケットは変化する。

# 03 concept

食を伝え、健康を守る場へ

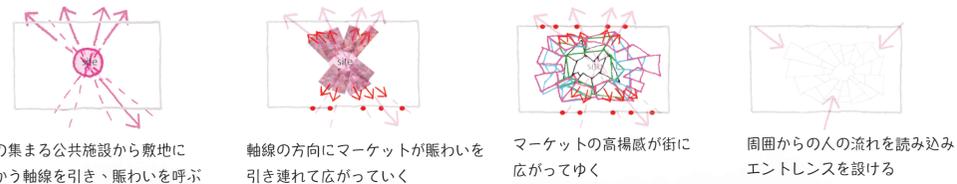
商品のやりとりをする際接客を受ける中でその店が扱う商品についての情報を得る。食を取引する際のコミュニケーションはスーパーマーケットの売り方・空間によって失われ、人は食の知識を得る機会を失った。『食』のやりとりを担うスーパーマーケットが『食』を伝えるべきなのではないだろうか。



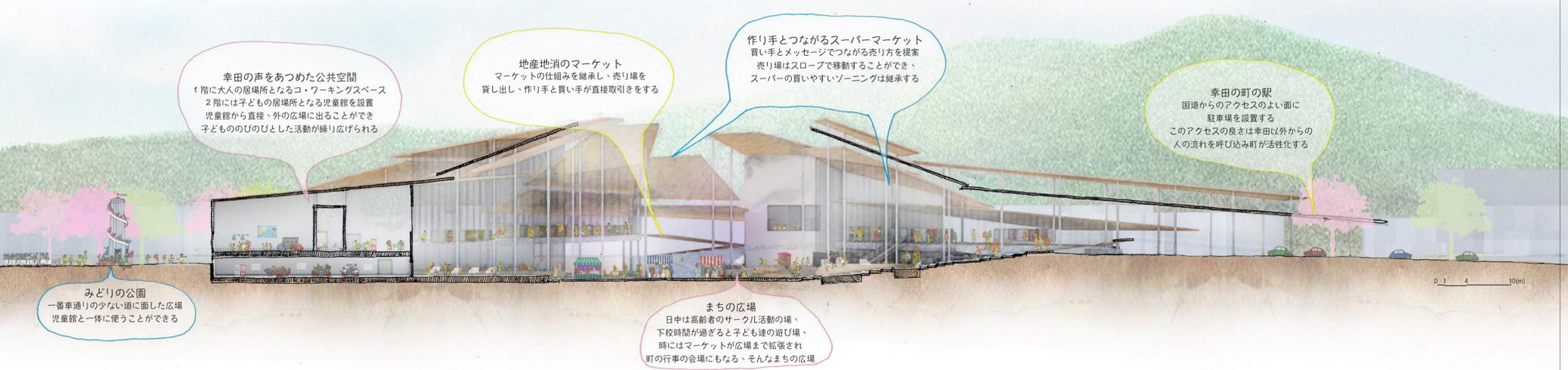
# 04 volume

賑わいを広げる・賑わいを集める

地域コミュニティの中心として賑わいを集め、スーパーマーケットの中で賑わいを増幅させ、最後には町に増幅した賑わいを拡散させる



人の集まる公共施設から敷地に向かう軸線を引き、賑わいを呼ぶ  
 軸線の方にマーケットが賑わいを引き連れて広がっていく  
 マーケットの高揚感が街に広がってゆく  
 周囲からの人の流れを読み込みエントランスを設ける



幸田の声をあつめた公共空間  
 1階に大人の居場所となるコ・ワーキングスペース  
 2階には子どもの居場所となる児童館を設置  
 児童館から直接、外の広場に出ることができ  
 子どものびのびとした活動が繰り広げられる

地産地消のマーケット  
 マーケットの仕組みを継承し、売り場を貸し出し、作り手と買い手が直接取引をする

作り手とつながるスーパーマーケット  
 買い手とメッセージにつながる売り方を提案  
 売り場はスロープで移動することができ、スーパーの買いやすいゾーニングは継承する

幸田の町の駅  
 国境からのアクセスのよい面に駐車場を設置する  
 このアクセスの良さは幸田以外からの人の流れを呼び込み町が活性化

みどりの公園  
 一番車通りの少ない道に面した広場  
 児童館と一体に使うことができる

まちの広場  
 日中は高齢者のサークル活動の場、  
 下校時間が過ぎると子ども達の遊び場、  
 時にはマーケットが広場まで拡張され  
 町の行事の会場にもなる、そんなまちの広場