

無人存在的空間，喪失空間的意義；無法傳達的建築，僅是一座空殼……

建築プレゼンの掟

說・ 建築

10位
頂尖建築師、設計師、創意人的
10項簡報

編著／高橋正明 譯／蔡青雯

說・建築

10位頂尖建築師、設計師、創意人的10項簡報

編著者	高橋正明
譯者	蔡青雯
副總編輯	劉麗真
主編	陳逸瑛、顧立平
封面設計	羅心梅
版面設計	羅心梅

發行人	涂玉雲
出版	臉譜出版

城邦文化事業股份有限公司
台北市中山區民生東路二段141號5樓
電話：886-2-25007696 傳真：886-2-25001952

發行	英屬蓋曼群島家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
	台北市中山區民生東路二段141號11樓
	客服服務專線：886-2-25007718；25007719
	24小時傳真專線：886-2-25001990；25001991
	服務時間：週一至週五09:30-12:00；13:30-17:00
	劃撥帳號：19863813 戶名：書虫股份有限公司
	讀者服務信箱：service@readingclub.com.tw

香港發行所	城邦（香港）出版集團有限公司
	香港灣仔駱克道193號東超商業中心1樓
	電話：852-25086231 傳真：852-25789337
	E-mail：hkcity@biznetvigator.com

馬新發行所	城邦(馬新)出版集團
	Cité (M) Sdn. Bhd. (458372 U)
	11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia
	電話：603-90563833 傳真：603-90562833

初版一刷 2009年10月6日
初版二刷 2010年5月11日

城邦讀書花園
www.cite.com.tw

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)
ISBN 978-986-235-056-0
定價399元

(本書如有缺頁、破損、倒裝、請寄回更換)

無人存在的空間，喪失空間的意義；無法傳達的建築，僅是一座空殼……

建築プレゼンの掟

說・ 建築

10位
頂尖建築師、設計師、創意人的
10項簡報

編著／高橋正明 譯／蔡青雯

說・ 建築

ISBN 978-986-235-056-0 P12004 NT\$399 HK\$133



建築師

平田晃久

創意總監・藝術總監

永井一史

設計師

尼可拉 Gwenael Nicolas

建築師

永山祐子

建築師

西田司

建築就像一本書，建築師是說書人

建築師設計建築時想些什麼？

建築師如何論述自己的建築作品？

建築的語言如何傳達給建築以外的世界？

模型、透視圖、平面圖可以為建築師代言一切嗎？

空間設計、平面設計、廣告創意如何與建築連結？

在簡報這個分庭抗禮的遊戲場，致勝的法則是什麼？

10位活躍於第一線的頂尖建築師、設計師、廣告創意人，

親自用自己的語言對讀者做10場精采的簡報，

以自身的簡報具體實例、競圖獲選或失敗的實際經驗，

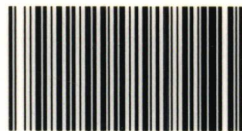
以及數十張照片、設計圖、透視圖和模型圖，

展示研究和準備過程，還原現場，

闡述對作品的哲學思考、商業考量、與客戶溝通的技巧、簡報的規則。

10項簡報，是10個建築和建築師的故事，

也是循著建築的軌跡，欣賞、體會、貼近建築的開始。



01465660

建築師

中村拓志

廣告企畫・文案

志伯健太郎

建築師

隈研吾

建築師

迫慶一郎

建築師

青木淳



建築プレゼンの掟

說・ 建築

10位
頂尖建築師、設計師、創意人的
10項簡報

編著／高橋正明 譯／蔡青雯

前言

各位對簡報（presentation）的印象或許都偏向視覺硬體表現，如模型製作、CG（電腦繪圖）、展示板製作等。但廣義來說，作品或提案的說明、網站等各種媒體的展示和宣傳資料的方式，其實都是（自己的）作品、（自己的）思想。向他人傳達並理解自己的存在，才是簡報真正的意義。

簡報，換言之，是溝通（communication）。為了製作優秀的作品，必須在各式各樣的場合，進行有效的溝通。然而，對於實際簡報現場狀況的敘述卻非常稀少。

日本建築師的專業定位非常微妙，並不特別重視闡述簡報。建築是一門不折不扣的商業活動，認為需要商業溝通的案例卻非常少。建築師是「創作者」，創造「作品」，他們總是相信「作品」會為自己代言表達一切。雖然這是事實，但也非正確答案。一般民眾與社會、建築息息相關，但與設計創作者之間的認知大有落差，思考這種落差的時代，已然來到。創作者闡釋自己的建築作品，應該是一種基本禮儀，應當受到重視。

作品不可能自己完成，也不可能毫無遺漏地展示內容。建築（物）的規模、構造、建材、樣式、細節等決策過程，製作物品中蘊含的設計者意念，必須透過積極的闡述展現，才能更清楚確立作品的真正意義。

簡報其實並非只是說話技巧或商業銷售語言，更非仰賴姿態、演技或巧辯，而是真摯傳達作品，以及作品當中蘊含的構想和信念。此外，在傳達作業和進行的過程中，潛藏著（不同於）建築或空間設計工作的趣味。

本書共有七位建築師、一位設計師、兩位廣告創意人登場。他們憑藉過往的經驗，闡述提案和簡報的實際狀況。這也是一種對讀者的簡報。本書提示的十項規則，相信將會讓讀者在閱讀之後，理解建築這項創造行為立足於隨時與人溝通，而且必須持續不斷、永無止境地溝通。

無人存在的空間，喪失空間的意義；無法傳達的建築，僅是一座空殼。

005	前言	高橋正明
008	平田晃久	
032	永山祐子	
048	中村拓志	
064	對談	永井一史×中村拓志
082	訪談	永井一史
088	西田司+志伯健太郎	
108	迫慶一郎	
124	尼可拉 (Gwenael Nicolas)	
148	隈研吾	
164	青木淳	
180	尋找自己的新規則	高橋正明
186	設計資料	

- 01 一幅圖像，闡述一件事情
- 02 讓事物傳達人的構想
- 03 非抽象、訴求感覺的模型
- 04 為曖昧的概念增添助力
- 05 嘗試改變物質原有的規則
- 06 以故事表達創意
- 07 讓客戶的邏輯為自己加分
- 08 傳達一項重點就已足夠
- 09 簡報是個不折不扣的「遊戲場」
- 10 研究與簡報，密不可分

平田晃久

平田晃久 (Akihisa Hirata) / 建築師

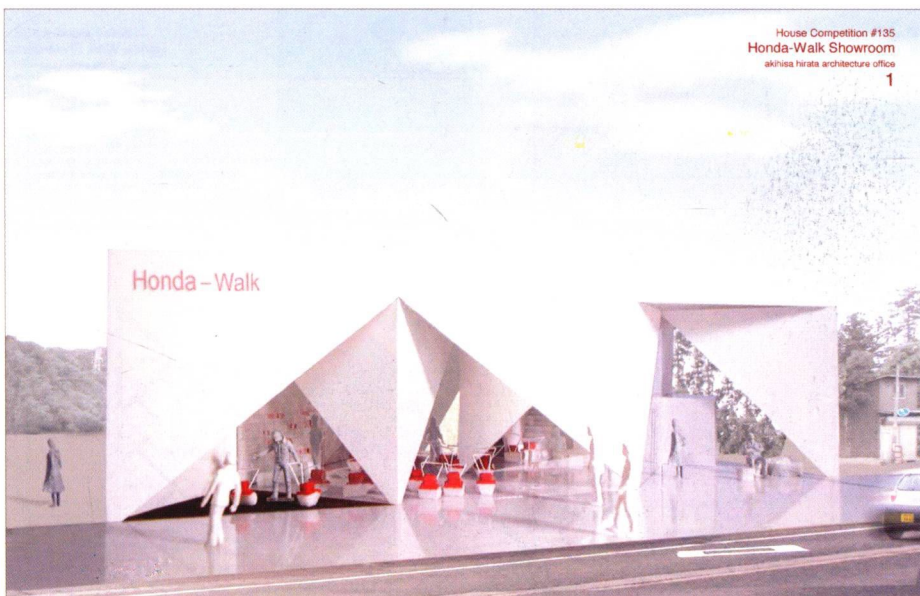
1971 年，生於大阪。1994 年，京都大學工學部建築學科畢業。1997 年，京都大學研究所碩士課程修畢。1997-2005 年，任職伊東豐雄建築設計事務所。2005 年，成立平田晃久建築設計事務所。目前擔任京都造形藝術大學、日本大學、東京理科大学客座講師。主要作品 = R-MINAMIAOYAMA (2006) 等



一幅圖像，
闡述一件事情。

01

說 · 建築



設計趣旨

ほかのどこにもない場所

サンゴ礁にはなぜ魚達がたくさん集まってくるのでしょうか。サンゴたちがつくる身を隠しつつ戯れることのできる場所に、動物としての根本的な快適さを感じるからかもしれません。

人々が集まってくるショールームをつくるのに同じような考え方ができないでしょうか。人が本能的に興味を感じる自然環境のような場所を人工的に作り出すこと。

少しずつ見え隠れしながら微重にも奥行きをなしている空間では、人は少しずつ奥へと隠れ込みながら、常に何かを見つけ出す喜びを感じることができます。

そうした方法で、多くの人をひきつける、ほかのどこにもないような場所をつくることを提案します。



単純であること

最小限のコストで特別な場所をつくりだすために、二つの単純さを提案したいと思います。

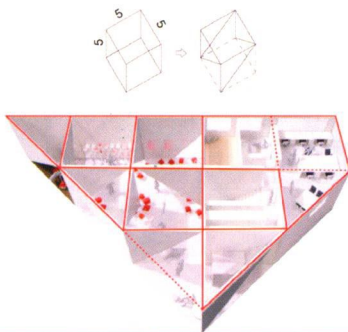
第一に、極めて単純なシステムを提案します。

この建築は基本的に5メートル角のグリッド上に配された壁を適宜斜めに切り落とすだけの単純な所作によってできています。構造的にも無理なく標準的な工法で施工することができます。

第二に、工事そのものの徹底した単純化を図ります。

構造体にコンクリートを採用し、わずかな間仕切壁もすべてコンクリートでつくることにより、内装工事を基本的に塗装工事とわずかな建具工事のみに単純化します。

15センチの厚みしかないコンクリートの壁は真っ白に塗装され抽象的で明るい面になります。もしかしらご心配されるかもしれない「重さ」は一切感じさせることのない、軽やかな表情の空間が生まれます。コンクリートの構造体はまた積雪加重対策という意味でも木造に比べて長期的な安心感があります。

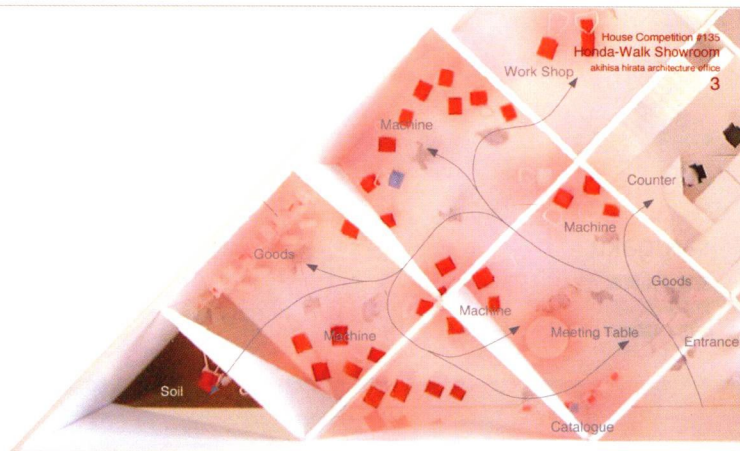


栴屋本店

競圖提出図面

2005

297×210mm (A4 尺寸・共 5 頁)



ショールーム: 空間とレイアウト

店舗空間はグリッド上の壁に斜めに開けられた開口を通して人がふわふわと移動する流動的なスペースになります。そうして生まれる人の通り道によって、ショップ全体はいくつかの島状のまとまりに分けられます。島ごとにそれぞれテーマを設けて商品を配列することも可能です。豊富な壁面を利用して、グッズやカタログ、ポスターなどの展示も効果的に行うことができます。ここに示したのはその一例です。

立体的な位置関係にある斜めの開口の重なり合いによって、店内は独特の奥行き感を持ったスペースになります。それは、歩くにつれて刻一刻と見えるものに変化する楽しい空間です。ひとつの場所から少しむこうにある商品たちが垣間見え、人を奥へと誘う雰囲気を持っています。場所ごとに小さな発見が積み重なっていく、人の好奇心や狩猟本能のようなプリミティブな部分にどこかでうったえかける、そういう空間です。その中を歩くのは森の中を歩くのにもどこか似た、不思議な快適さがあります。



sarugaku

競圖提出圖面

2006

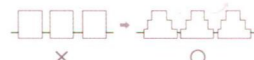
297×420mm (A3 尺寸・共 6 頁)



Sarugakuchō Project Competition
zakura house architecture office
25 May 2006
Concept



建築群に「山」と「谷」をつくること



私たちは、上部に向かってセットバックする階段のボリューム＝「山」2つを構築します。独特の形状は商業施設としての親しみやすさや中核居住性を生み出すだけでなく、様々な魅力を発揮する自然のスペースが自然に形成されます。

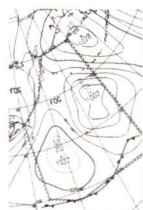
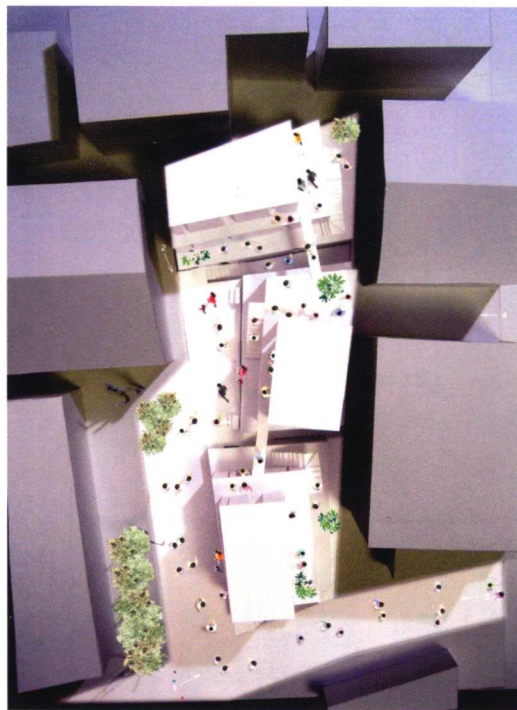
階段の量により、谷には水や風が十分に溢れ、暖か風流というよりは、自然環境のような流動的で豊かな場所が生まれます。それはラクス、デイズプレイ、サーキュレーション、緑地スペースなどを内包し、遠くある場所になるでしょう。



山の形状は構造的に安定したものであり、建物全体の荷重をできるだけ分散して支持地盤に伝えることで、基礎工事の負担を軽減します。



樹木の通気性を高める開口はそれぞれ異なる高さの視点から見た時にまた違って連続するよう配置されています。セットバックする階層だからこそ生まれる美しい光景が、歩くにつれて驚異し人を喜ばせようとする。シンボリックな強さと自然性、空間的な魅力、すべてをあわせ持った新しい建築を提案したいと思っています。



Sangikudo Project Competition
winning architecture office
25 May 2006
Site Plan

段々の配置は上からみると天気図にどこか似ていま
す。地形の等高線と気圧の等高線、各段のスペース
によって気象現象のように活動性を持った場が生ま
れ、涼気ある涼風スペースになるでしょう。



第2頁「Site Plan」