

【様式第1号】

宇部市新天町リノベーションプロジェクト事業 提案応募用紙

住所  
氏名（団体名）  
連絡先

業種	キオスク型のセレクトショップ
営業日時 (想定)	
コンセプト・ 事業概要	(事業・店舗のコンセプトや具体的にどのような事業をそこで行うのか(例えば飲食店なら提供するメニュー等)などを詳しく記載ください。)
事業効果等	(その事業を行うことが、どのようににぎわい創出につながるのか、若者が集う理由や周辺への影響の広がりなどを詳しく記載ください。)

※パース図など、建物や事業の様子がイメージできるものを作成し添付してください。(様式は任意とします。)

# 新天町リボーンPJ ご提案資料

2023.06/30

## think

“そもそも”を考える。

僕たちが本提案を通して“そもそも”何を伝えたいのかについて考えた。  
端的にそれは“宇部への想いや愛をどう大切にしていけばいいか”だった。

次に“そもそも”どのような提案をするべきなのかについて考えた。  
単一的で一方的な建築や内装のアイデアを提案することが、宇部にとって本当に良いことなのか。  
運営管理の仕組みや場の在り方、今後のまちづくりを含めた総合的なものであるべきではないか。

またそれは、空間においても同じことが言えるのではないか。  
パンデミック、少子高齢化、思考方AIの進化、刻々と予定不調和に変化する時代に対して、  
固定された機能や設えよりも、状況や流行に対して余白のある提案が相応しいのではないか。

最後に、本資料を通して“そもそも”何をしたいのかについて考えた。  
結論 僕たちの提案に、ただ感心してもらいたいのではなく、  
このプロジェクトに関わっていただく方々と、  
より良いものをつくっていくための“対話や議論”がしたい、ということだった。

それが本提案における“そもそも”の“想い”である。

## index

01 prologue

02 reborn project

03 これからの届け方

04 KIOSK\_TOU

05 価値を魅せるための器

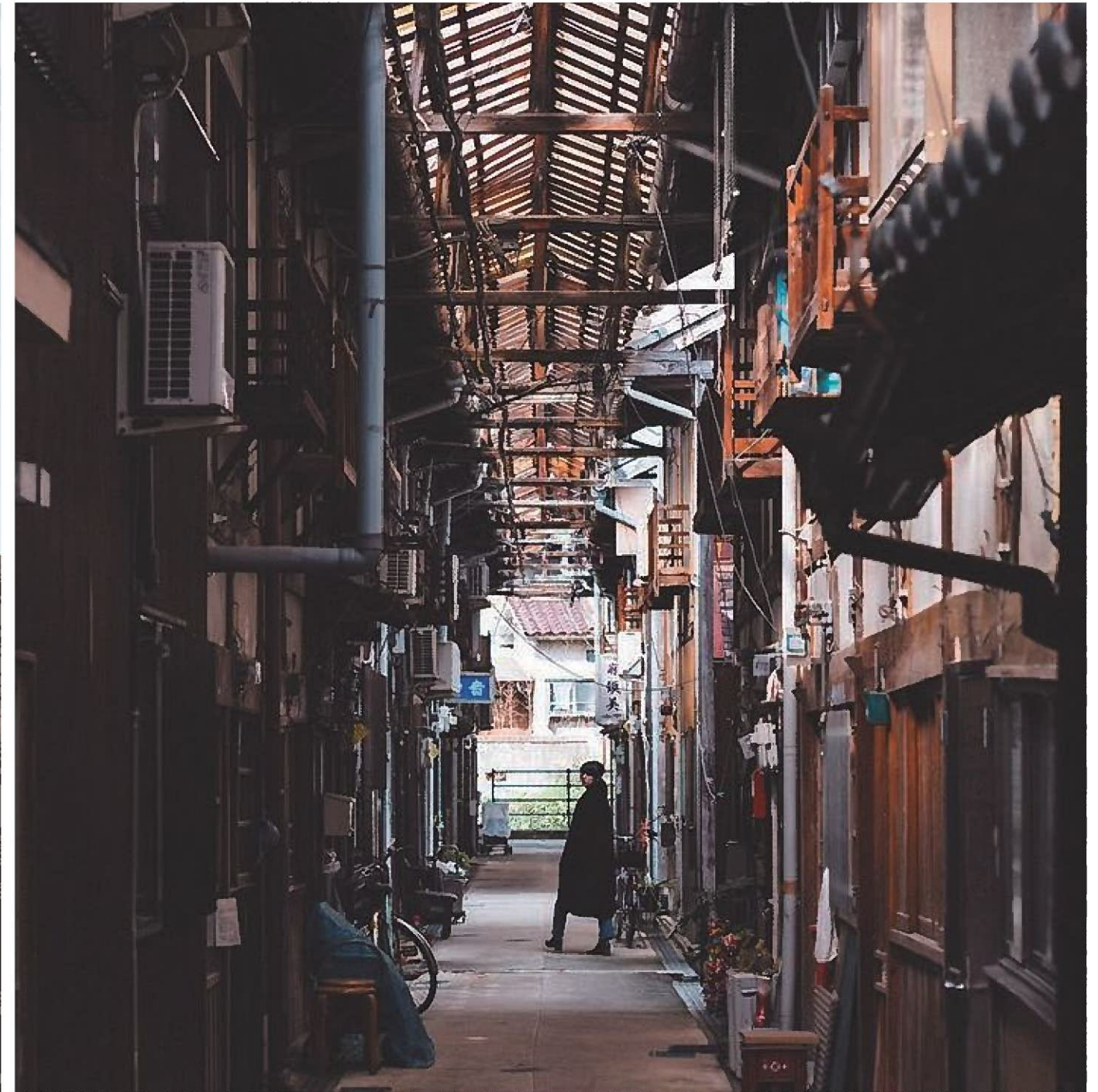
06 地域というコンテンツ

07 希少という価値

08 広場のような居場所

09 未来をつくること

10 portfolio



## reborn project

このプロジェクトを通して、“若さ”について考えてみる。

若さと向き合うことは、今までの過去や今ある価値を 素直に体験することでもある。

たとえば、押入れの奥に眠る卒業アルバムを引っ張り出し、ペラペラと眺めたときにあの頃の記憶を“ふと”思い出す。

はたまた、些細なことで熱が出てしまったときに、身体が健康であるという当たり前のことの大切さに“ふと”気付いたりもする。

reborn という価値の手掛かりは、“新しい豊かさを得ること”ではなく、“既存の価値を認知すること”にこそ、眠っているのではないか。

では、宇部における“既存の価値”とは何だろう。  
自然環境や歴史、花や彫刻、各種名産品や移住支援、それと エヴァンゲリオン。

今回の計画敷地である“新天町商店街”もひとつの既存の価値だ。  
しかし、僕たちはそれらを知識として“知っている”以上に、宇部の価値について“認知していない”のではないか。

そこで、宇部の価値を認知するための場所について考える。





## これからの届け方

現代における価値を届けるためのサービスとして“KIOSK(キオスク)”という形態に着目する。

KIOSKとは、一般的に都心の駅構内で見受けられる、小さな面積で一定の機能やサービスを提供する店舗形態である。

人混みに対して開かれた店舗の棚一面には たくさんの商品が並べられており、モノが効率的に購入されていく。

僕たちは、宇部の価値を届けるための居場所として、“KIOSK”を読み替えてみる。

人の流れがゆったりとした道に対して開かれた店舗、その棚にはセレクトされた商品が丁寧に並べられており、購入者とモノや店主との対話を通して非効率に購入されていく。

そこでは、宇部のことを認知するための“余白や含み”を持った時間軸が流れている。届けることについて見つめ直す。そんな居場所を僕たちは計画していく。



## KIOSK\_TOU

前面道路に大きく開かれた正面ファサードと背の高い窓の付いた、奥行きのある既存建物。

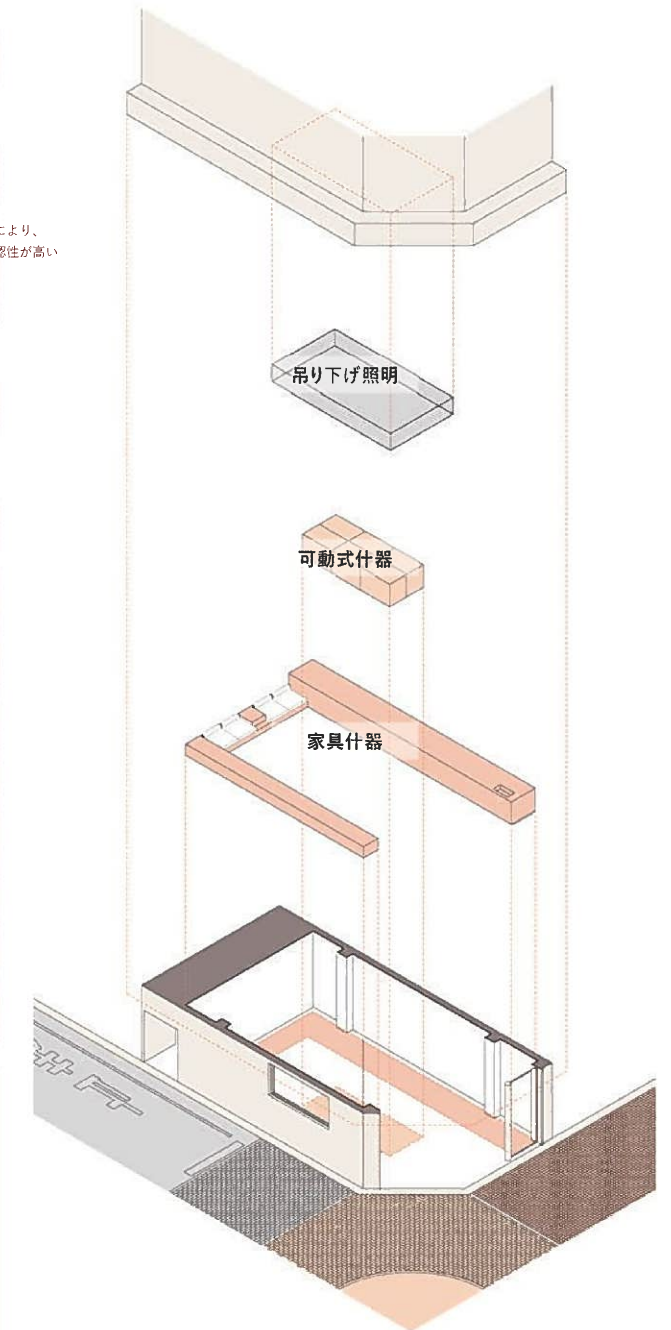
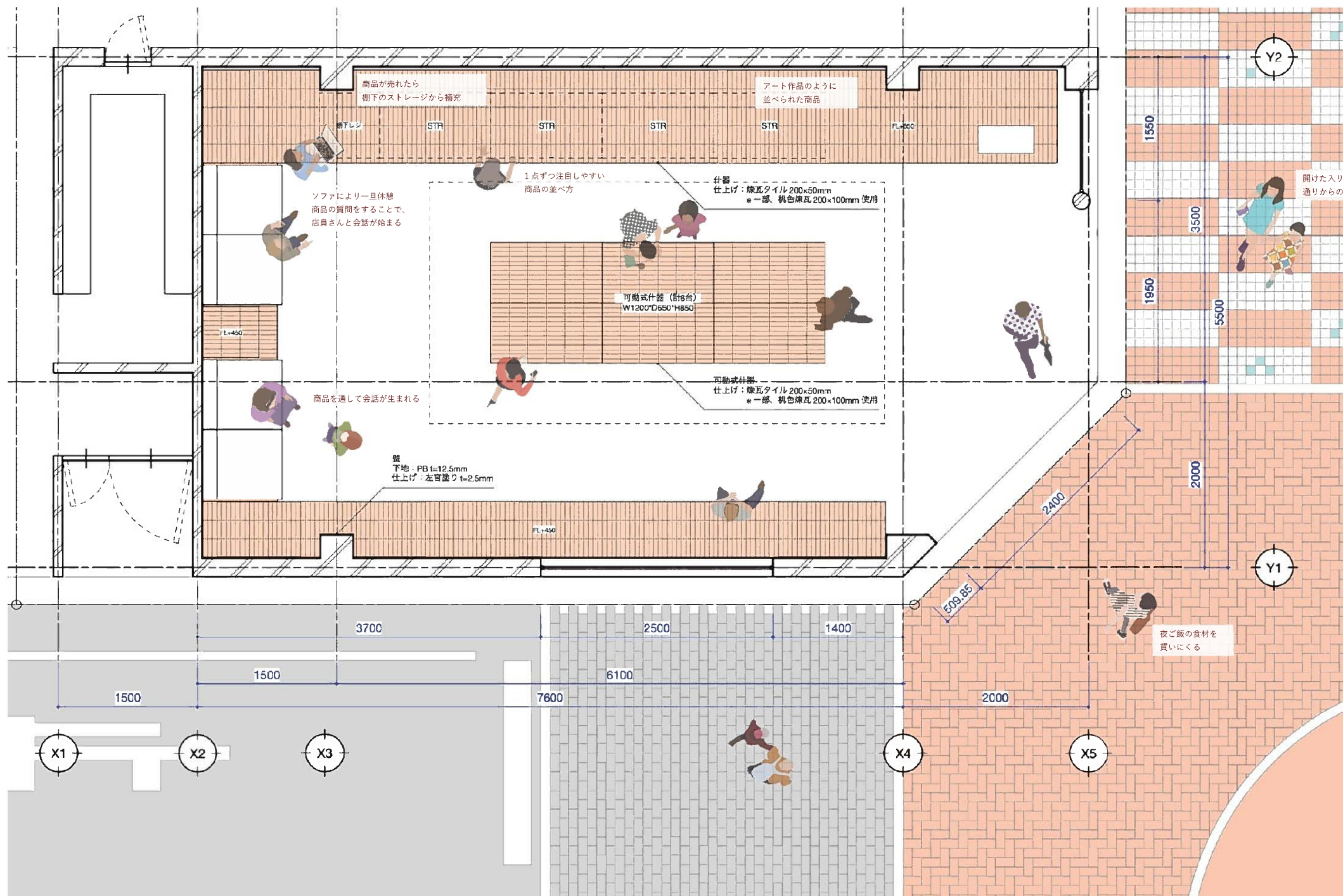
僕たちは“キオスク型のセレクトショップ”を提案する。

店舗名については、ロマンチックかつシンプルに“TO YOU UBE: 宇部をあなたに”という想いを込めて、TOU(トウ)という名前を付けた。

T O  
Y O U  
U B E







plan 1/50

アイソメ ダイアグラム

## 価値を魅せるための器

宇部という価値を最も美しく魅せるための“器”のような空間を計画する。

吊り下げ照明、家具什器、可動式什器。たった3つのシンプルな要素で構成されたキオスクは、洗練された余白のある器のように多様な要素の引き立て役となる。

その余白は、生産者や料理人がこだわり抜いた野菜や料理といった“モノ”を魅せることに留まらず、イベントやWS、社会実験などの“コト”をも包括する場所となる。

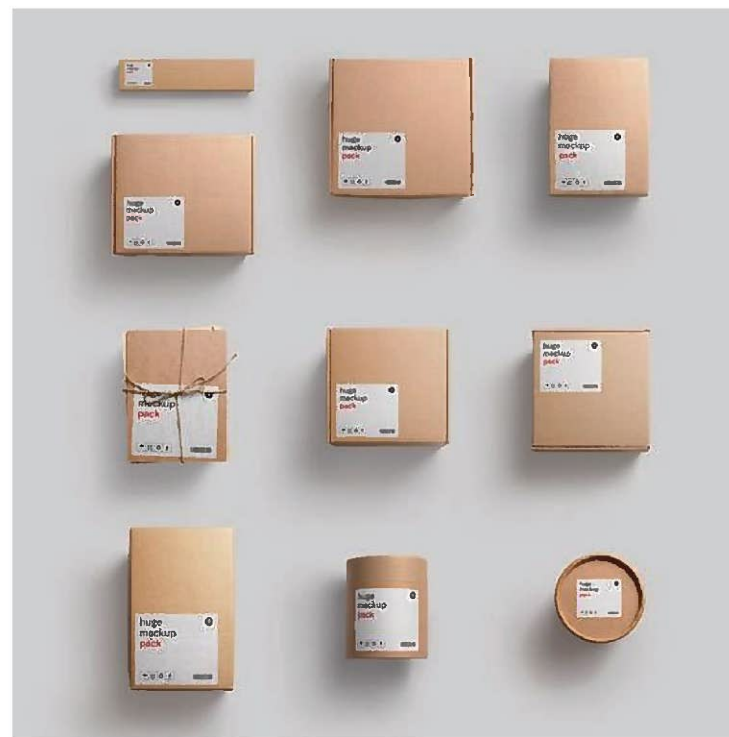


## 地域というコンテンツ



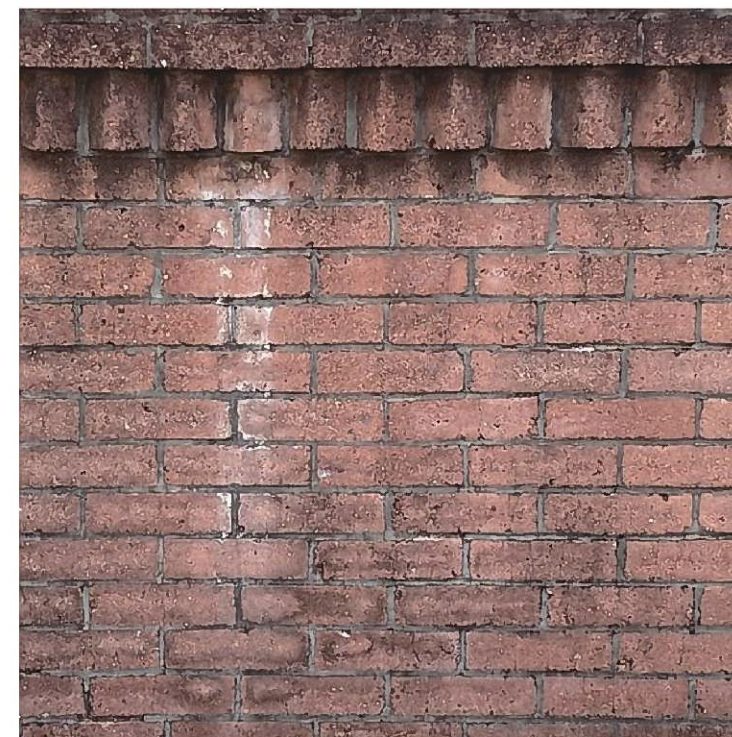
### 地産の品物

地産の野菜、魚、お茶、雑貨。  
宇部という価値を素直に伝える、  
地産という価値を品物として取り扱う。



### 整理されたデザイン

商品を包むためのパッケージやロゴ。  
デザインを通して魅せ方の整理を行うことで、  
ひとつひとつのモノに対しての向き合いかたをつくる。



### 土着的なマテリアル

独特な赤褐色を特徴とする桃色れんが。  
かつての歴史が積層したマテリアルは、  
宇部の価値を感覚的に体験する要素となる。



## 希少という価値

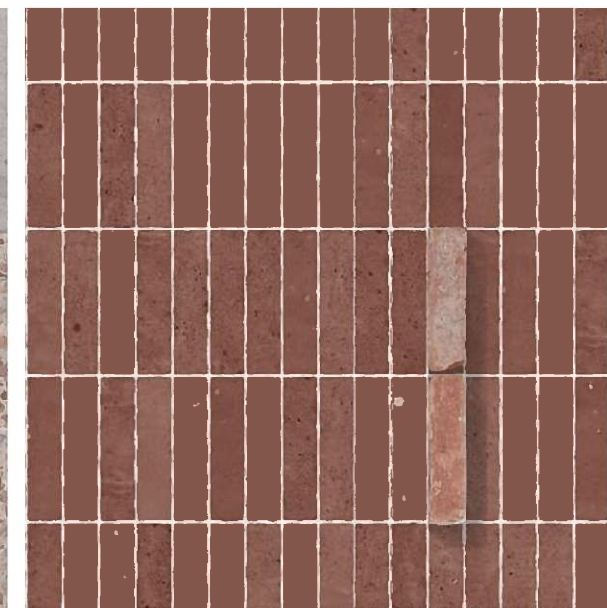
昔は当たり前だったものが、今の社会では当たり前では無くなってしまふ。  
モノが希少性を帯びることによって、たくさんの人がモノの大切さに気付き、その価値を感じるようになる。  
この“モノの希少価値”の原理は、空間をつくる上でも応用できる。

60年前、炭鉱業を背景に大量生産された素材、桃色れんが。現在は保存すべき地域資源のひとつとして扱われている。  
そんな希少性のある素材を、僕たちは あえて“部分的”に空間に落とし込む。  
カット加工して、建具ハンドルやベンチの手掛けとして設置、瓦礫となってしまったものは、細かく粉砕し、床の仕上げの一部として利用する。

宇部の素材を あえて“人が触れる部分”に限定してマテリアルとして組み込むことで、  
希少価値のあるモノを“空間的な希少価値”として体験できる空間となる。



床材：桃色れんが(粉砕) + モルタル



建具ハンドル：桃色れんが(カット加工)







section 1/50

## 広場のような居場所

かつての商店街では、路地に棚や椅子、幟(のぼり)などのモノが溢れ出すことで、店舗は商いの機能に留まらず、ひとが立ち止まり溜まる空間が生まれていた。

路地側では可動式什器が配置されて、室内側ではひとつの大きな気積が生まれることで、日常的な“店舗”に加えて、非日常におけるイベントを想定した“広場”のような設えをとる。



## 未来をつくること

刻々と変化するまちの様相や状況に対して、持続的かつ長期的にまちの未来を見据える。

ここで取り扱うモノやコトをきっかけに宇部の価値を認知し、宇部への愛を持ってもらうことではじめて、このまちで何かをしてみたいと思う。それが“新たな”宇部の価値となる。

TOUという建物自体が一冊の作品として完結するのではなく、まちという本の中でこれから展開されていく物語を引き立てるプロローグのような場所となっていく。

僕たちの提案は、“未来をつくる”ための提案である。





## 宇部への想い

学生時代に宇部のまちで暮らした5年間。

そのたくさんの思い出の中でも、まちづくりに対する活動に取り組んでいたあの頃、未熟ながらも必死に宇部のまちに対して向き合っていた時間のことを 僕たちは、大切な記憶として心に刻んでいます。

大学の卒業と共に宇部市を離れてみると、宇部の“まちやひと、もの”に育てられていたことに改めて気付かされました。そして、ふと立ち直ったとき、運命的に出会えた宇部のまちで、もう一度何かをしたいと想ったのです。

宇部に関わる人たちが日常的に笑えるような、そして僕たちも楽しめるような場所を共につくり上げていきたいです。

### # みんなと作り上げていくこと



グランドデザイン宇部 (2020)

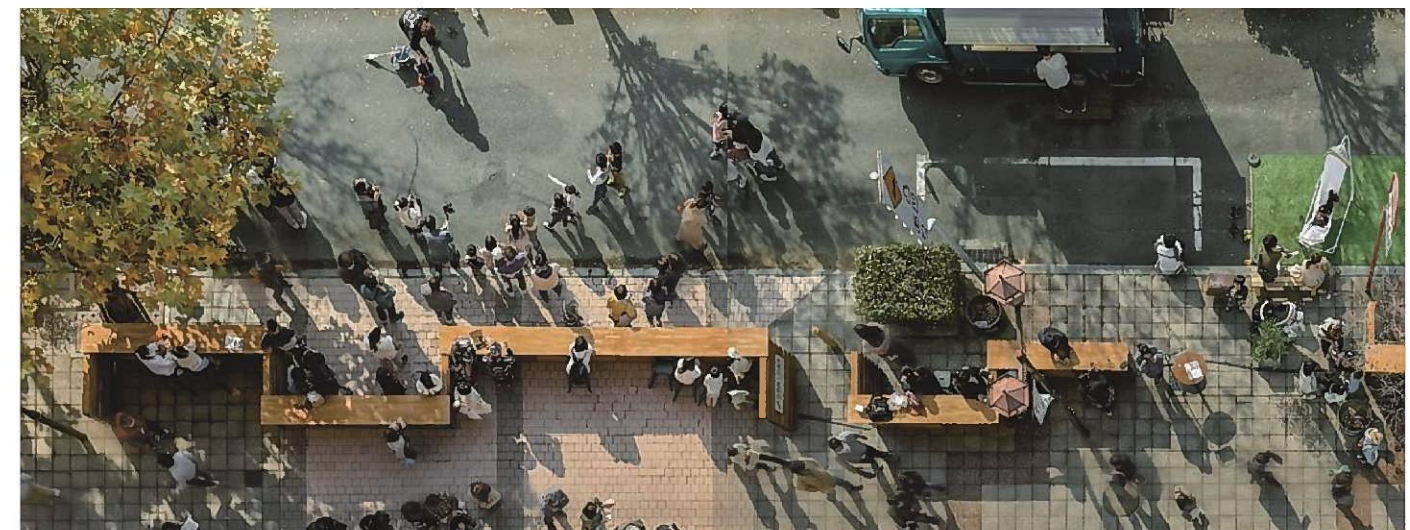
常盤通りワークショップ (2022)

### # まちに積極的に開くこと



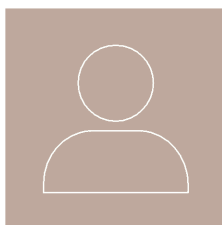
コンフリ宇部 (2022)

### # 実験的に試してみること



TOKIWAIKOT(2021/2022)

## 求める事業者・運営管理者



- ・自身の商品にこだわりをもって活動している山口県の生産者を発掘してくれる人
- ・その商品、生産者の思いを、多様なカタチ、手段、工夫で伝え発信してくれる人
- ・食ること自体にこだわりのある人
- ・宇部のまちに愛情がある人
- ・他者とコラボレーションできる柔軟な考え方の人