

(25) ラスヴェガスのストリップに典型的に見られるような、過剰な装飾やサインに特徴づけられる商業建築のあり方を指す言葉。(ヴェンチューリ、一九七七)

(26) 「ヴァナキュラー vernacular」は、地方語や自国語などの意味を持ち、「根付いている」と表す言葉である。ヴェンチューリのいう「商業的ヴァナキュラー」は、現代都市の風景に極めて普通に、且つ特徴的なものとして見ることができるという意味で、ヴァナキュラーあると言えよ。

(27) 「共異体＝共移体としての都市—都市の全域性をめぐらし（！）」、若林幹夫『都市のアレゴリー』INAX出版（一九九九）

Bernard Stiegler, *De la misère symbolique I. L'époque hyperindustrielle*, Galilée, 2004

〔邦訳『象徴の貧困—ハイパーインダストリアル時代』ガブリエル・マランベルジ、マランベルジエ真紀 訳、新評論（1100六）〕

第二章 象徴^{シンボル}としての建築

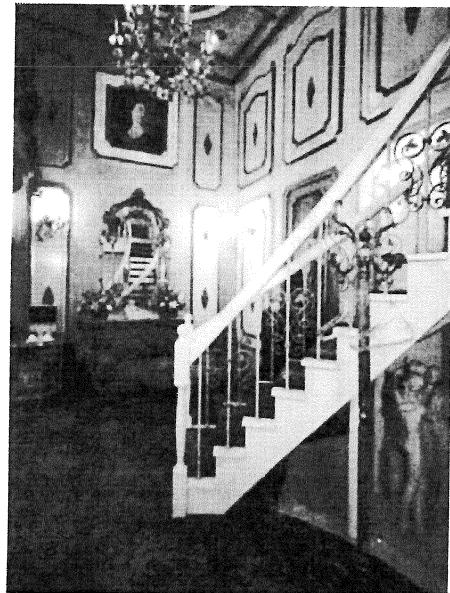
第一節 日常と非日常とを区切る〈壁〉

現代の日本におけるラブホテルや結婚式場の建築は、明らかに「消費される」対象としての性格を持つている。消費者の要求にいちばんよく応え、象徴をふんだんに取り入れた商業建築は、流行のサイクルに囚われた儂い存在である。本章では、これらの施設の建築に用いられる象徴とその意味を、それぞれの外観や内装から読み解していくこととする。

まず、大半のラブホテルや結婚式場の建築は、一日でそれと判別が可能な外観を呈しているが、それはこれらの施

現代資本主義的象徴としての性愛（栗山）

設が日常と隔絶された特別な用途に供される場所であることと関連すると考えられる。後に詳しく見ていくように、両建築に共通する大まかな傾向として目立つのが、西欧の古典主義やゴシックなど、歴史的に確立された様式をふんだんに取り入れている点である。一昔前のラブホテルに多く見られた⁽¹⁾、西洋中世の城郭を模した建築と内装、そして、結婚式の披露宴パーティを行う会場もまた中世大ホール風の部屋がよく使われる⁽²⁾。



ラブホテル「迎賓館（ベルサイユ）」⁽³⁾



結婚式場「THE BELLCLASSIC HIMEJI」⁽⁴⁾

西洋中世の城郭を模した建築から導き出される帰結として、両者の命名も似通つたものが多く、「シャトウ」「迎賓館」など、所謂お城や宮殿をイメージさせるものが目立つ。現代の日本において、西洋中世の宮殿というものは距離的にも時間的にも大きく隔てられた存在であり、実際に旅行して実物を見たという経験でもない限り、アンデルセンの童話に出てくるお城の類の想像世界の域を出るものではない。このような現実とかけ離れた感覚を与えるものを建築の

モチーフとして設定することの効果を考えると、これらの施設の建築は、非日常・非現実を示すための仕掛けとしての働きを担つてゐることが窺える。

では、何故に歴史的に確立された様式の模倣がなされるのであろうか。多くの日本人は、西洋建築について、個々の様式の経緯や働き、又、年代や地域による様式の違いを知つてゐるわけではない。しかし、マチコレーションはね出し狭間、パルトメント狭間胸壁、タレット小塔などの様式を取り入れた建築物を見ると、自ずと所謂お城を連想してしまう程度の知識は持つてゐる。我々がラブホテルの建築を見て「お城みたいだ」と思つたり、結婚式専用の教会を見て「教会だ」と判断したりする場合、はね出し狭間や尖塔アーチといった部分的様式は、お城らしさや教会らしさを構成する要素として働き、これらの雰囲気を演出することに成功しているということになる。連想作用に依拠した分かり易さ故に、歴史的に確立された様式が多用されるのである。人がある象徴を通してイメージし判断する行為には、その象徴に関する知識を採用することが要請される。つまり、人が象徴を通して連想を働かせる源、それは煎じつめれば知識であると言えよう。したがつて、あるモノが象徴としてもつ意味は、文化と結びついた自明のものであり、合理的な正当化は不要なものである。

ところで、ラブホテルも結婚式場も商業建築という性質上、頻繁なりニューアルや短い周期で建て替えがつきまとふ。絶えず変化することによる新しさや意外性もまた、非日常を演出するのには不可欠な要素である。例えば自宅近隣に、周囲の景観に馴染まない奇抜なデザインや配色の住宅が出現した場合を考えてみよう。初めのうちは目障りでも、月日が経てば色も褪せ、日常的に目にして慣れてくることもあり、さほど気にならなくなるのではないだろうか。しかし非日常を演出する商業施設の場合、気にされなくなつてしまつては困るため、その建築は仮設的性格を伴わざ

るを得ないのである。この仮設的性格は、ラブホテルやテーマパーク的結婚式場が日本独自に発達した商業施設であるという事実とも繋がりがある。これらの施設がかくも大袈裟に演出された非日常的空间である理由を推測するに、それは仮設的（かりそめの）美意識という日本文化に求めることができそうである。例えば、普段は公園として使われている広場に櫓が組まれ、提灯が飾られると、そこは盆踊り等の祭り会場となる。突如として、日常のケの世界がハレの空間へと転換し、そして祭りが終われば瞬時に消えてしまう。それは、その瞬間のためだけに存在する仮設的な空間である。このような「かりそめ性」をよしとする精神故に、且つそれが現代の資本主義経済と結びついた結果、装飾を施された仮設建築⁽⁵⁾が出現しては消えていくという商業形態が発達したと考えられる。

西洋の城郭や大聖堂の建築は、建設当初の目的が終わっても、その多くが建築的価値を失うことなく存在しており、ピラミッドやパルテノン神殿などのように永久性を志向した建築物が、現在は遺跡として保存されているケースもある。かたや日本は、伊勢神宮の式年遷宮⁽⁶⁾をはじめ、各地方の寺や城の殆どが周期的に修繕や建て替えを繰り返すことで持続してきた。変化を通して持続性を保つという仮設的建築文化を養ってきた日本において、現代に出現したラブホテルや結婚式専用教会は、恒久的印象を与える外観とは裏腹に、現われては消えていく仮設建築的商業施設なのである。

しかし近年のラブホテルや結婚式場には、競争の激化に伴い、生き残りをかけた新たな建築も生まれている。現代において商業施設が勝ち残る条件、それは、モビリティが高く頻繁に繰り返し使用される活動的な場所にすることである。その方法として、転用可能な建築、つまり同じ建築物に様々な機能を入れ替えできるような空間づくりの試みがなされている。そしてこの手法もまた、日本の柔軟性と対応していることが見て取れる。基本的構造はそのまま

に、用途、行為に対応した道具や部品がそのつど展開されるのである。

以下の二節では、ラブホテルと結婚式場それに好んで取り入れられる建築様式やインテリアについて、その象徴作用や演出効果を見ていくとともに、近年試みられてきた転用可能性をもたせた建築による商業戦略の動向について考察する。

第二節 結婚式場の建築

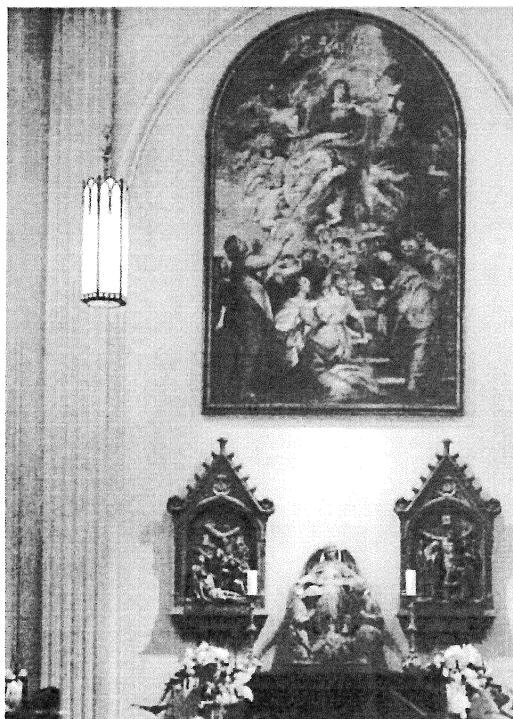
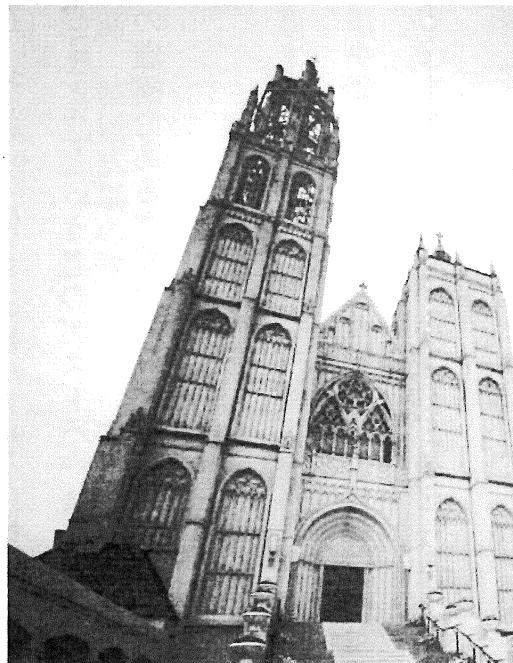
『ゼクシイ』による首都圏の結婚トレンド調査⁽⁷⁾によれば、二〇〇七年に実施された挙式形式の割合は「キリスト教式（教会式）」が七〇%で最も高く、過去六年の調査結果においても、キリスト教式は七〇%前後で推移している。⁽⁸⁾日本において今や主流となつた「キリスト教式」の結婚式は、ホテル、一般の結婚式場、ゲストハウス（迎賓館）などに備えられた結婚式専用の教会で行われるもののが大半である。特に、宴会場とは別に（或いは隣接して）立てられる教会は、近年、町のあちこちに目立つようになつた。五十嵐太郎（二〇〇七）は、こうした教会を「結婚式教会」と命名し考察している。⁽⁹⁾五十嵐の分析によれば、結婚式教会は、宗教施設として機能している教会よりも、古典主義様式やゴシック様式を多用し、教会らしさを追求する傾向があるにもかかわらず、様々な様式の折衷も多数見受けられる。それは、日本人にとっての教会のイメージこそが、重要な売り物となるからであろう。

結婚式専用の教会やゲストハウスの建築は、概ね一目見ただけでそれと判別できる。つまり、建物自体がサインとしても機能する、コミュニケーション（メディア）としての建築であると言える。これらの建築は、結婚式というセ

レモニーとパーティのためだけに整えられた舞台装置となり、一生に一度の非日常な祝祭空間を演出する。例えば、挙式の行われる教会では、「悠久の時を越えた本物だけの暖かさにつつまれて迎える至福のひととき」を、披露宴パーティでは、「英國貴族がサロンで催すよつた社交パーティ」をイメージさせる「ラグジュアリーな空間での上質なひととき」を、といった具合である。⁽¹⁰⁾

ところで、ブライダル産業にとつての建築は、いかにイメージのみが重要で、実質的な様式の意味等は二の次であるかを、いくつかの結婚式場を例を見ておく」ととする。大阪府堺市にあるアンジェリカ・ノートルダムは、アントワープのノートルダム大聖堂をモチーフに建造され、シスター・チャーチ提携を結んだ正式な教会⁽¹¹⁾といふことだが、どう見ても結婚式にのみ供される商業的性格の教会である。アンジェリカ・ノートルダムは三つのゲストハウスを備えている。まず「Rubens」、アントワープの大聖堂にはルーベンスの三連祭壇画があるが、そこから着想を得たのである。ルーベンスと同じくフランドルの画家である「Brueghel」、もう一つは何故かイタリア芸術のヴィーナス彫像がある「Vermeer」という名のゲストハウスである。このように、実在の大聖堂なり著名な画家なりに依拠しつつも、まったくの虚構である空間は、日本に多数存在する海外の国や地方をコンセプトにしたテーマパークに似ている。⁽¹²⁾

こういったテーマ・パーク的結婚式場は、要所々々に本物志向のこだわりを見せつつも、全体として見るとあべこべな象徴的要素の寄せ集めとなつていて、大阪市中央区にあるセント・ラファエロ教会〔御堂筋俱楽部〕は、パリの「オペラ・ガルニエ」とロンドンの「ロイヤル・オペラハウス」をモチーフにしたゲストハウスと、イギリスから取り寄せたベンチシートやイギリスの教会で一〇〇年以上使われていたステンドグラスを用いた大聖堂からなる結婚式場である。

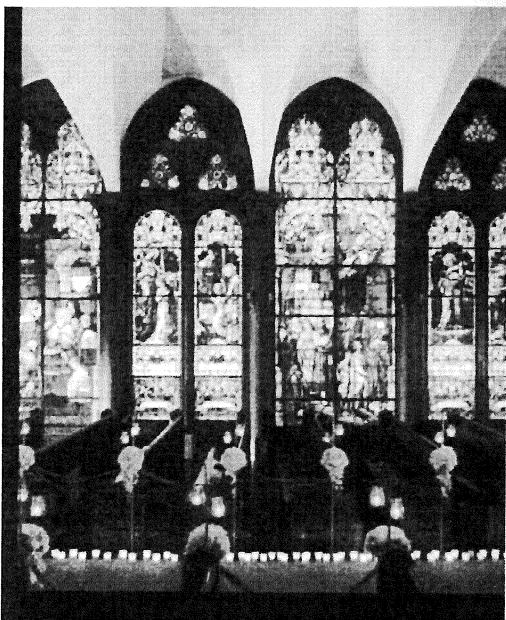


ANGELICA Notre Dame

現代資本主義的象徴としての性愛（栗山）

現在、日本の結婚式業界は、「西洋」「ロマンチック」「ラグジュアリー」などといったパターン化されたイメージに覆われている。換言すれば、イメージのみを追及したが故に、あべこべな象徴をパッチワークした建築物が大量に出来上がったのである。

テーマパーク的結婚式場は、建築規模の観点から大きく一つに分類できる。一つは、先に見たような実在の本物にあやかるタイプで、大規模な本格建築による。二つ目は、より大雑把なイメージに頼るタイプであり、「イギリス」「イタリア」「フランス」などのテーマ設定に代表される、全体的に白っぽい古典主義的様式のゲストハウスである。これらのタイプは、三年から五年程度という短期間での投資回収を前提とした、仮設建築的な存在であり、全国各地に量産されている。前者は搖るぎない本物にあやかることで移り気な消費者をつなぎ止め、後者は新築を武器にする。こうした「はかなき」や「ノスタルジー」の商品化が効果的であることは、ワインや紅茶で初物とワインテージが喜ば



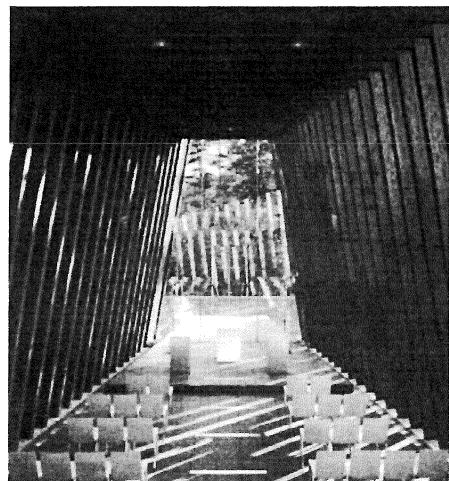
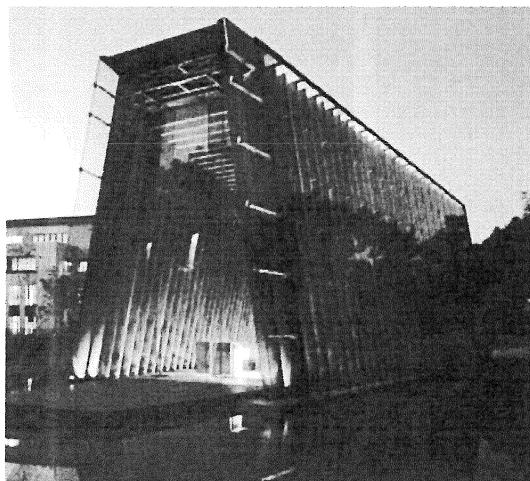
貴重なアンティークが
放つ時を超えた「祝福」の光
300年の時を経たれたれどもアンティークスカンディングウッドの優美な響き
リラックス感を演出してくれるバナナオキヤンの名曲の音色
愛の人達とおふたりを祝する大聖堂の美しいセレモニー
また、サインしたお札もお手元で飾れます。いつまでもこの想いを胸に。

St. RAPHAEL CHAPEL MIDOSUJI CLUB

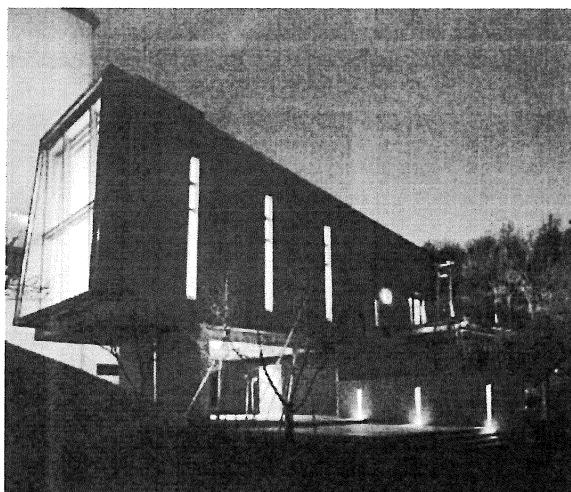
れることなどからも了解し得ることである。しかし、どちらのタイプの式場も他業種への転用が利かず、流行は移ろいやすいものである。婚姻件数の減少⁽¹³⁾に伴い、マーケット自体も縮小していく中では競争も激化する。似たような施設では話題性にも乏しく、継続的に収益を上げることは難しくなっているのではないか。当面、テーマパーク的結婚式場の需要が無くなることはないとしても、かなりの程度で淘汰はされていくものと思われる。これらの式場の資料請求に対する応答には、飽和状態に達した結婚式業界の末期の必死さが見て取れる⁽¹⁴⁾。

近年開業している結婚式場の中には、現在の主流である仮設建築的式場から一歩進んだ新しい試みもなされつつある。そして、それらの式場の多くが、ファッショニや化粧品業界における新作発表会等のイベント貸しといった、結婚式以外の利用法を重要な付加価値として注目している。これは、空間の要請と機能とが一対一に対応したテーマパーク的結婚式場との決定的な違いである。結婚式の機能を想定していながら、別の機能にズレるという現象を前提としており、十字架のモチーフや、祭壇といった部品を着脱自在に取り付けるインスタレーション⁽¹⁵⁾の手法が用いられる傾向がある。経済面から見ても、レストラン営業をしている空間に十字架が設置されると屋内チャペルとなり、終わると撤去されて通常営業に戻るという形態であれば、結婚式が行われない期間も場所を活用し続けることができる。又、その部品化によって解体、転用、再生がきくというライト・コンストラクション⁽¹⁶⁾が日本の仮設的な柔軟性と対応している。

現代資本主義的象徴としての性愛（栗山）



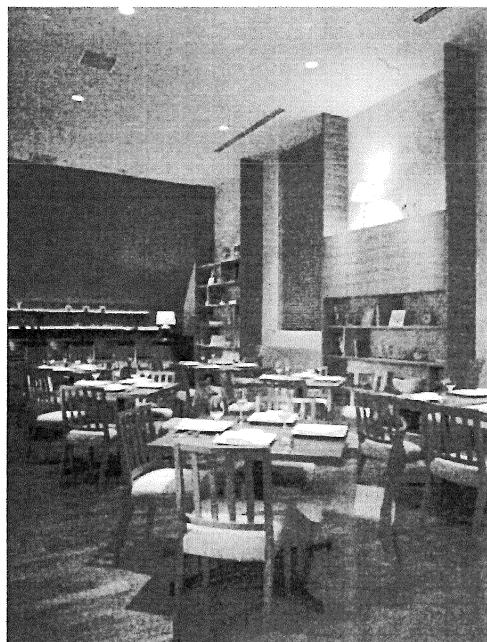
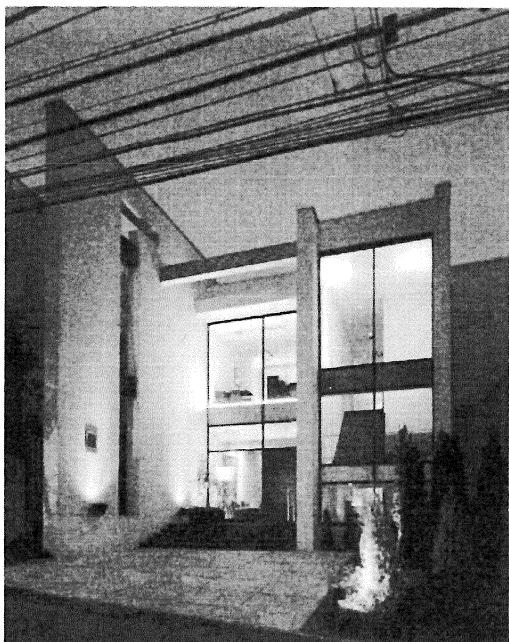
「星と森の教会」⁽¹⁷⁾



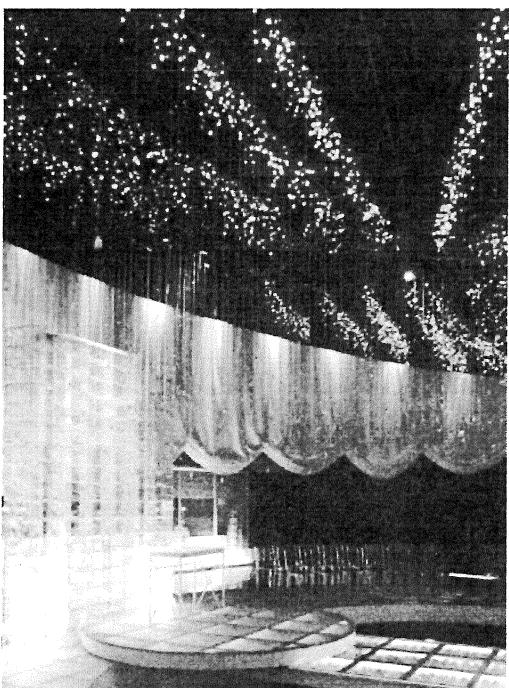
「チャペル フィリア」⁽¹⁸⁾

空間演出に見て取れる変化としては、「非日常な空間」ではなく「日常の延長の特別な空間」というコンセプトが増えてきている。ハウスウェーディングでは、「○○をモチーフにした」「○○風」というものではなく、「本物の邸宅感」にこだわったものが、又、チャペルのデザインコンセプトも虚構の世界を廃したアーティスティックな空間の追及や、「黒いチャペル」のように好き嫌いが分かれ、ターゲットを選ぶような空間の提案もなされている。⁽¹⁹⁾

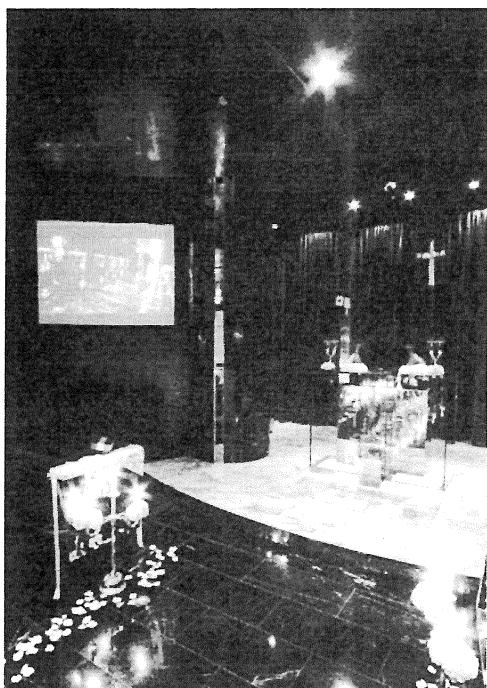
先に見たテーマパーク的結婚式場は、単一目的で周囲の環境とは遊離した様式であり、大衆の価値観と仕組まれた流行を反映したものであつた。しかし、デザイナーや建築家が携わった近年の新しい空間づくりの試みには、周囲の



「コンヴィヴィオン」⁽²⁰⁾



「オーロラ 氷の教会」⁽²¹⁾



「黒いチャペル」⁽²²⁾

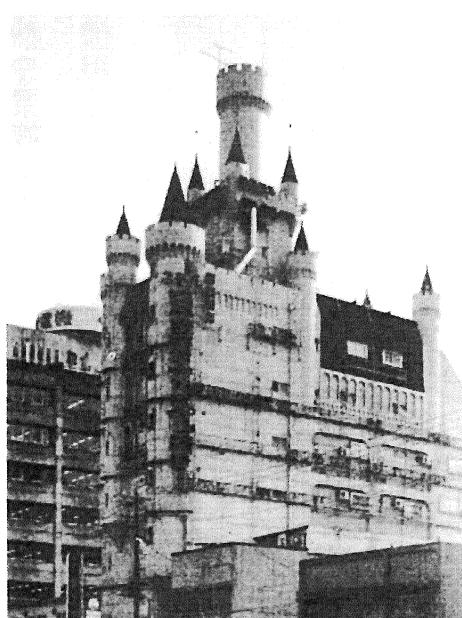
自然や景観を尊重しつつ様々な感性や想像力を反映しようとする姿勢が見受けられる。明白な象徴を持つ装飾や伝統を借用した限定的な虚構の世界としてのイメージではなく、現実的な社会的要請や象徴主義に目を向けることは、エドワード・レルフ（Edward Relph, 1976）⁽²³⁾が嘆く「没場所性」⁽²⁴⁾を克服する契機として見ることができよう。⁽²⁵⁾本来のヴァナキュラーとしての場所は意図的に作り出せるものではない。ましてや商業的ヴァナキュラーを助長し野放しにすることは、場所の断片化や、消費社会による時間地理学的操作を一層推し進めることになる。結婚式産業は、数時間の空間利用や演出に対しても何百万円もの支払がなされるという、イメージの商品化の最たるものであるが、こうした施設の建築において、周囲の景観や場所への配慮がなされはじめている現象には、やはり場所に根付いていたいという人間の欲求が現われているように感じられる。

第三節 ラブホテルの建築

日本独自の商業形態として発展したラブホテルは、結婚式場と同様に、歴史的に確立された様式の借用や、象徴的モチーフの組み合わせを盛り込んだ奇抜なデザインの建築の代表格である。ただし、昭和五八年に風俗営業取締法の全面改正に伴う条例規制の厳格化の影響で、こうした外観を持つラブホテルは減少傾向にあり、業態はラブホテルでありながらも、一見シティホテルと変わらぬ建築、つまり付近の住環境や青少年の健全育成を損なわないような清楚で素朴な建築が増加している。そのため、本節で取り上げる象徴としての建築は、風営法改正以前のもの、又、改正以前から営業を継続しているもの、そして、営業を許可されたエリアでラブホテルとして営業しているものを対象と

することとする。

条例規制の影響で奇抜な外観のラブホテルは大幅に減少した。とはいっても、現在でも郊外の道路沿いには、お城を連想させる建築、所謂「ラブホテルらしい外観」を呈するラブホテルを数多く見ることができる。そして、一目見ただけで「お城風の建築＝ラブホテル」という認識が働く程に、その独特な建築は日本の景観のひとつとして定着している。ラブホテルらしい外観として挙げられる西洋の城郭や豪華客船を模った建築などは、イメージの重視が象徴的形態として全体を覆つてしまつたものであり、派手な外観は非日常を演出するとともに広告塔の役割も果たしている。ラブホテルの建築が機能的役割に加えて広告塔の役割も担うようになつたことには、その業種に対する社会的地位づけが影響していた。現在では、雑誌に度々登場する特集記事やインターネット上の専門情報サイト等、宣伝活動は比較的容易となつたが、当初は業種上の偏見により宣伝媒体から締め出されていたため、建物自体を目立たせることが話題性を呼ぼうとする戦略が生まれ、奇抜なデザインの建築が増えていったのである。



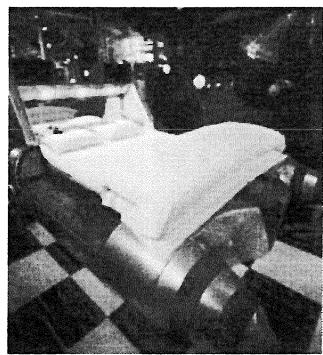
「目黒エンペラー」⁽²⁶⁾



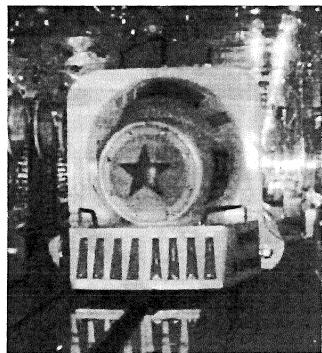
「横浜 クイーンエリザベス石庭」⁽²⁷⁾

片木篤（一九八六）は、西洋の城郭風の建築をもつラブホテルについて、その「お城らしさ」を構成する差異的要素を抽出し、その引用手法の検証を通じて、ラブホテルの建築内外におけるまやかしの諸相を次のように分析している。窓は、ゴシック様式の尖塔アーチと古典様式の矩型や半円アーチの開口部が混合されて取り付けられており、屋根は窓以上に様式の折衷が甚だしい。そして、小塔^{タレット}、はね出し狭間^{マチコレーシヨン}、狭間胸壁^{パルトメント}という城郭様式の差異的要素が明示されていれば、いかに他の様式が折衷されようとも、その建築は西洋の城のように見えると指摘する。日本の城の外観をもつラブホテルの場合も同様に、石垣や屋根の特徴を引用することで、日本の城のような建築を形づくっているのである。しかし、完璧な整合性をもつた様式を備えた建築がラブホテルとして認識されるかは疑わしいものがある。様式の省略や折衷があつてこそ、ラブホテルらしく見えるのであり、通常のビルディングタイプに不自然に取り入れられた城郭の差異的要素や、けばけばしいネオンのホテル名等がラブホテルの差異的要素として機能しているものと考えられる。

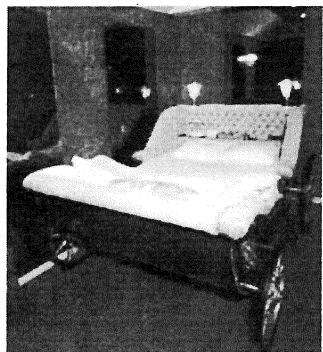
ラブホテル内部のデザインも、奇抜な外観に対応して現実離れした個性的なものとなつていて。ただし、各部屋のテーマ設定は、ホテルの外観とも同ホテル内の他の部屋とも全く関連性のないものが多く、西洋中世の大ホールや平安時代の寝殿風のインテリアから、スポーツやデイズニーを象徴するモチーフを配置した部屋まで、多種多様なテーマ性を備えた空間が一つの建物のなかに収まっているのである。⁽²⁸⁾



「ホテル・ザ・リッチ
(タイムトリップ)」⁽³¹⁾



「コピア
(宇宙への旅だち)」⁽³²⁾

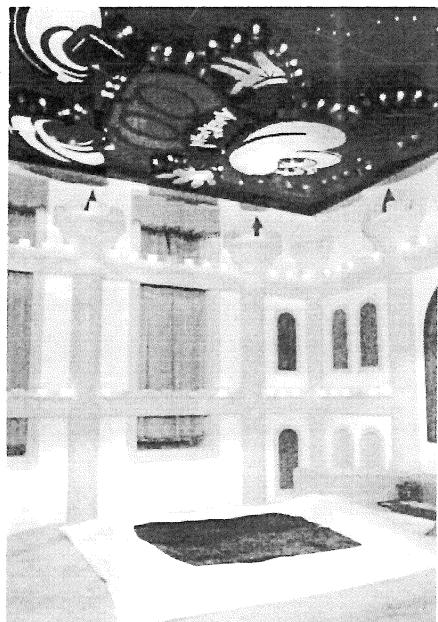


「湯島 寿
(金馬車の部屋)」⁽³³⁾

室内意匠の中でも特に注目すべきは、奇妙なデザインのベッドであろう。性的行為を行うためだけの部屋ではあるが、布団或いは通常のベッドがあれば十分なはずである。したがって、貝殻や乗り物を模った多種多様なベッドは、「セックスのため」や「眠るため」といった機能的に利用されるベッドとは全くの別物である。次の写真のようなベッドは、布団さえ乗つかつていなければ遊園地の遊具としても十分魅力のある乗り物ではないだろうか。



「蒲田 ウィンザー (オリンピック)」⁽²⁹⁾



「沼津 オーダイ (ミッキーハウス)」⁽³⁰⁾

こうした空間においては、遊園地で遊ぶ子供と同様に、「何故ベッドがこんな形をしているのか」といった解釈は不要であり、問題となるのは、「それを用いて遊ぶか否か」、「どうやって遊ぶのか」ということである。又、ベッドのモチーフには、スペースシャトル・馬車・自動車・クルーザーなどの乗り物が多く用いられるが、このことは、乗り物の持つ移行的性格によつて子供の心に帰ることを象徴していると考えられ、こうした仕掛けに表れているのは「子供の戦略」であるといえよう。こうしたベッドのデザインへの拘りに加え、有名な回転ベッドの仕掛けにしても、明らかに子供が喜ぶようなアミューズメント的発想が強く働いている。³⁴⁾当初、インパクトのある室内意匠やエロティックな仕掛けを追及する過程で生まれた奇妙なベッドは、いつの間にか性的なものを遊戯化する装置として機能するようになつたものと推測される。そして、ラブホテルはセックスをするためだけの空間ではなく、アミューズメント的楽しきや刺激的な建築意匠による非日常感を味わうことのできる商業施設として、文化的に定着していつたものと考えられる。

ラブホテルのデザインがシティホテル風に変化していったことには、風営法の改正という要因があつた。奇抜なデザインを標的とした条例の規制強化の影響でシンプルになつた内装を補う仕掛けとして、最新のゲームやカラオケ機器を導入することで人気を呼ぶ戦略や、リゾート感覚や癒しをコンセプトとして打ち出す施設が出現した。金益見（二〇〇八）によれば、現代のラブホテルはカップルが一人で寛げる癒しの非日常空間へと変化しており、かたや時間貸しシステムを導入したシティホテルとの間でボーダレス化が進んでいる。³⁵⁾シティホテルは宿泊だけでなく、レストランやバー等の飲食店、結婚式専用のチャペルや神殿、宴会場などを備えており、様々な目的で利用される。さらに、時間貸しシステムを取り入れたシティホテルは、機能的にはラブホテルと同じ目的での利用も可能となつたのである。

そうはいっても、様々な事情から閉鎖的な動線を好む利用者も存在するため、建築はシンプルながらもタッチパネル式の部屋選びや自動精算機を備えたラブホテルは存続していくものと思われる。さらに、金益見（二〇〇八）は、機能的にはシティホテルへの対抗が難しくなったラブホテルは、設備・サービスの簡素化による料金値下げや風俗利用重視の経営を模索する「陰のラブホテル」として生き残るものと、設備・サービスに一層力を入れる「陽のラブホテル」との間で「極化」が進むと指摘している。³⁶⁾ 「陽のラブホテル」はシティホテルに負けず劣らず飲食店に力を入れるところが多く、ファミリーレストランや居酒屋並みの充実したメニューから、なかにはフランス料理のフルコースや割烹料理を出すホテルもあるとい³⁷⁾う。このように、現在では機能面においてシティホテルとラブホテルを区切る線が薄れつつあり、いくつかのサービスの充実度ではラブホテルの方が優れている場合もあるという状況である。

ただし、ラブホテルの機能がシティホテル化しているのは事実であるが、非日常感を演出するとい³⁸⁾うラブホテル独自の建築は勢いを失つたわけではない。近年では、他の業界で活躍していた建築家やデザイナーの参入や利用目的の多様化などにより、シンプルなシティホテルともヴェンチューリのいう「ダック」³⁹⁾としてのラブホテルとも違う建築コンセプトに基づいた、レジャーホテルなる分野が成長を見せている。建築面におけるレジャーホテルと従来のラブホテルとの決定的な違いは、統一感をもつた世界観を演出する点である。近年のレジャーホテルでは、「フロントが西洋風かと思えばアラビア風の廊下を抜けて宇宙空間を演出した部屋に入る」といった脈略のない空間が作られることはなくなつた。ホテル全体がある一つの別世界を演出しており、利用者の動線計画もしつかり考慮されているのである。デザイナーの玄子邦治がデザインを手掛けたラブホテル『チャペル・ココナツ』は、「タイムトンネル機能」という手法を取り入れており、駐車場からフロントまで歩く間、ホテル独自のコマーシャルソングが流れ、森の中に置

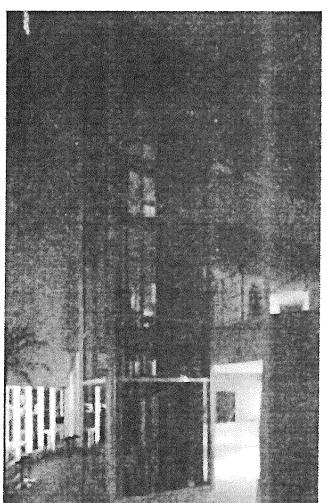
かれた鳥のリアルなロボットが、人が通ると轟る仕掛けになつてゐる。⁽³⁸⁾ 滝や椰子の木を抜けて部屋に辿り着くまでに利用者の世界感を変えてしまうのである。この書割り的な南国の風景や鳥型のロボットは、ディズニーランドの入口ゲートの先あるミッキーマウスの植え込み花壇や映画セット風のショッピングモールと同じ働きをしているといえよう。ディズニーランドにおける人々が、ディズニー映画という世界のなかで様々なアトラクションを楽しむのと同様に、南国リゾートをテーマとしたレジャーホテルでは、その世界感に沿つたかたちで様々な部屋がデザインされており、人々は南国リゾートの世界のなかで寛いだ時間を過ごすのである。統一的世界観としての非日常の演出は、すぐに飽きがくる奇抜な非日常感とは別物である。デザインコンセプトとして、ヴエルサイユ宮殿や宇宙空間などを演出しても奇抜なだけで終わってしまう。ディズニーランドのように外部から新たなストーリー性を注入し得るような構造を持たないラブホテルにとって、日常の延長線上にある特別な空間としての非日常であるリゾートの空間ならば、その世界感に浸つて寛ぐことが可能なのである。

以上の近代のラブホテル建築の流れを概観すると次のように整理できる。風営法改正以前のラブホテルの奇抜さは利用者に大きなインパクトを与えることで話題性を呼んでおり、又、そうした奇抜さ自体が流行であつたと推測される。しかし、奇抜さという流行が過ぎ去った現在、条例規制の強化も手伝つてシンプルなシティホテル風ラブホテルが登場した。しかし、あくまでもラブホテルとしての非日常感を追求したホテルは、奇抜なだけではない非日常的瘾しの空間としてのレジャーホテルへと進化していったのである。したがつて、テーマの演出方法も、象徴的モチーフを用いて過度に表現するのではなく、感覚的に感じられる非日常的デザインを目指し、ホテル全体を通してイメージを把握できるような空間づくりが鍵となつてゐる。又、近年のレジャーホテルはラブホテル業界の淫靡なイメージか

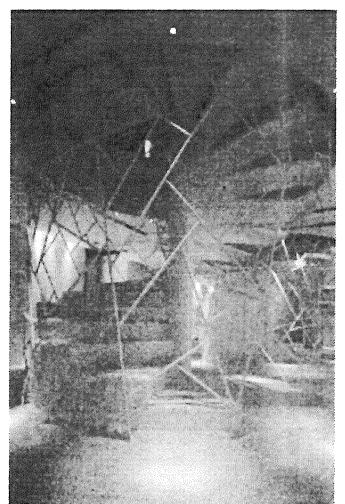
ら脱出し、徐々にではあるが、開放的な空間づくりの試みもなされている。



「ホテル リコ」⁽³⁹⁾



「ホテル スタイル」⁽⁴⁰⁾



「ブルー ホテル 風」⁽⁴¹⁾

閉鎖的な動線を持つラブホテルと開放的な空間づくりに取り組むラブホテルとの二極化に見られるように、利用目的に対応したデザインを追及し、ターゲットを絞った空間をプロデュースするという動きは、近年の結婚式場の試みとも重なる点が多い。近年では、レジャーホテルも結婚式場もデザイナーや建築家に人気のある商業建築であり、新たな利用目的に対応しようとする空間づくりが活発である。こうして見ると、近々、結婚式用のチャペルや神殿を組み込んだレジャーホテルが登場しても不思議はないようと思えてくる。

第四節 ラスベガスの様式との比較

ラスベガスは第一次大戦後、飛躍的に発展した町である。一九三一年のギャンブルの合法化と結婚と離婚を容易にする婚姻法の制定、一九三三年の禁酒令解禁、そして自動車の普及などの要因で賑やかさを増していくラスベガスは、一九四〇年代からテーマ性をもつたカジノホテルの建設がはじまり、大戦後の好景気と各航空会社の乗り入れを

背景に急速に発展し、現在では安心してギャンブルを楽しむことのできるリゾート地として繁栄している。ラスベガスのカジノホテルやウェディングチャペルには、日本のラブホテルや結婚式場と同様に、象徴的な建築様式が多用されている。ただし、日本のラブホテルや結婚式場が日常生活を送る通常の都市の内部に点在するのに対し、ラスベガスは都市全体がそのような様式を用いた建造物で埋め尽くされている。つまり、ラスベガスは非日常を満喫するためにのみ機能する都市であり、ストリップに面した景観は、単一機能都市であるが故の表層であると言える。ラスベガスには「テーマホテル」というカテゴリーが存在し、「古代ローマのコロッセオ」や「エジプトのピラミッド」に代表される歴史的遺産、「日本」や「アラビア」といった個性的な異国、そして「深海」や「海賊」のイメージに漂う特殊な世界感など、連想に依拠した虚構の別世界がそれぞれのホテル毎に展開される。以下のリストはテーマ性をもつたホテル、レストラン、ショッピングセンター等の様式・テーマの一部を示したものであるが、ラスベガスという一つの都市の中に如何に多くのテーマ性をもつた象徴的建築が詰め込まれているかを見て取ることができる。

ロバート・ヴェンチューリ (Robert Venturi) は、デニス・スコット・ブラウン (Denise Scott Brown) とスティーブン・アイゼナワー (Steven Izenour) ⁽⁴²⁾との共著である『ラスベガス』において、フィクションが君臨するイメージ都市についての分析を行っている。同書で彼らは、近代建築がシンボルの重要性を見失つてきたこと、そしてラスベガスのような都市がそれを回復できるヒントを与えてくれるであろうことを、ラスベガスの歓楽街が投げかける豊富なメッセージの観察を通して示し、今後はメッセージ（情報）こそが都市の根幹となる点を見出している。ラスベガスは、日常生活が存在しない都市である点で極端な例ではあるが、現代の都市においても、飛び交う情報は商業の大好きな原動力である。又、施設によつては機能に必要な設備やサービスが整つていることは当然のこととされ、視覚や

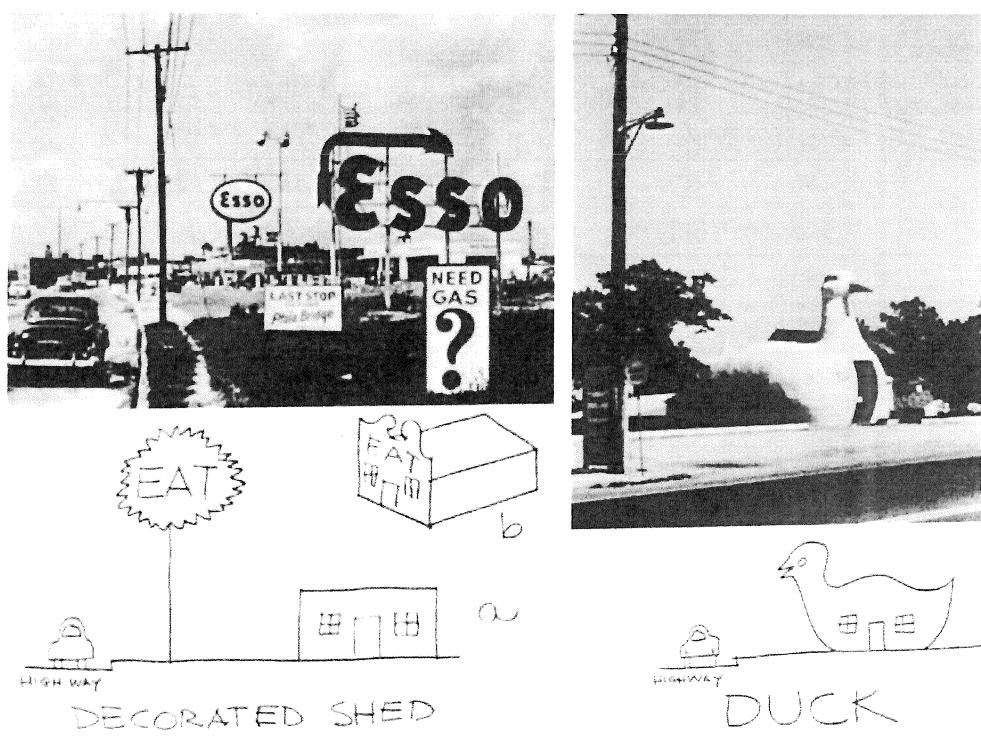
オープン年	施設名	テーマ
2007	PLANET HOLLYWOOD RESORT & CASINO	ハリウッド映画
1999	VENETIAN	水の都ベニス
1999	PARIS HOTEL & CASINO	パリ
1999	MANDALAY BAY Resort & Casino	東南アジアのリゾート地
1997	THE ORLEANS HOTEL & CASINO	ニューオーリンズ
1997	BELLAGIO	イタリア
1996	NEW YORK NEW YORK HOTEL & CASINO	マンハッタン
1996	MONTE CARLO HOTEL & CASINO	地中海・モンテカルロ
1995	All Star Cafe	スーパースター
1995	HARD ROCK HOTEL & CASINO	ロック
1995	DIVE!	深海
1994	BUFFALO BILL'S RESORT & CASINO	西部開拓時代のゴーストタウン
1993	LUXOR HOTEL & CASINO IN LAS VEGAS	古代エジプト
1993	MGM GRAND HOTEL CASINO & THEME PARK	オズの魔法使い・MGM映画
1993	TI (TREASURE ISLAND)	宝島・海賊
1992	The Forum Shops	古代ローマの市場
1990	EXCALIBUR HOTEL & CASINO	中世のアーサー王物語
1990	RIO ALL SUITE HOTEL AND CASINO	リオのカーニバル
1989	THE MIRAGE	南国の楽園
1987	Colorado Belle	外輪船
1980	IMPERIAL PALACE HOTEL & CASINO	東洋(五重塔)
1979	Barbary Coast Hotel	ヴィクトリア王朝
1973	HARRAH'S LAS VEGAS	ニューオーリンズ
1968	CIRCUS CIRCUS HOTEL & CASINO	サークัส
1966	ALADDIN HOTEL & CASINO	アラビア
1966	CAESARS PALACE	古代ローマ帝国
1957	TROPICANA RESORT & CASINO	南国の楽園
1948	The Thunderbird Hotel	インディアン
1942	Last Frontier Hotel	アメリカ西部
1941	El Rancho Vegas	スペイン

〔ラスベガスの様式・テーマ〕

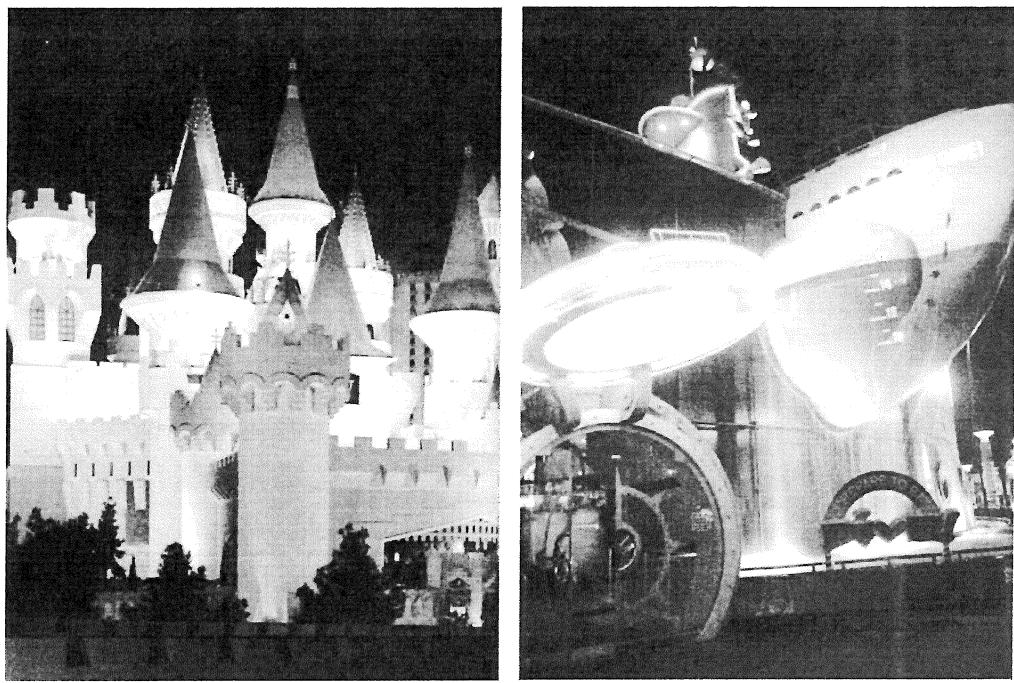
聴覚に訴える空間のイメージが非常に重要視されるようになつた。現在のマーケティングがイメージを通して人々の感性に影響を及ぼそうとする戦略を常としていることからも、ラスベガスの表層を覆つた象徴主義は、現在の都市を分析するにあたつて示唆的である。

『ラスベガス』では頻繁に、「装飾された小屋」と「ダック」という概念のコントラストが登場する。前者は、空間と構造のシステムがプログラム上の要請に無理なく従い、しかも、装飾がそれ自身他のものと無関係にとり付けられている場合であり、後者は、全体を覆つている象徴的形態によつて、空間、構造、プログラムからなる建築のシステムが隠し込まれ、歪められ、彫刻になりかかつた建物を指す。ヴェンチューリたちは、建物の意味論的な条件は、ファサードによつて構造に影響を与えないことで、プログラムに妥協することなく経済的に実現し得ると考え、「装飾された小屋」を称賛する。彼らが注目した一九六〇年代のストリップにおいては、前面が駐車場で、道路から奥まつたところに建物を建てるモーテル型が主流であり、スピードの速い自動車からでも存在を印象付けるために、巨大な看板を道路際に掲げていた。しかし、時とともに建築は道路際へ、駐車場は背後へと逆転することとなつた。そして現在のラスベガスは、かつてヴェンチューリの称賛した「装飾された小屋」ではなく、「ダック」が全盛の時代となつていると言えよう。

ラスベガスのテーマホテルと日本のラブホテル、ラスベガスのウェディングチャペルと日本の結婚式専用教会、これらの建築に見られる様式は両者とも遊びとして貼り付けられた虚構のデザインであり、単純な比較から意味を見出



「飾られた小屋」と「あひる」『ラスベガス』所収



左「エクスカリバー」、右「DIVE!」『ザ・ラスベガス 別冊商店建築88』所収

すのは難しい。しかし、それらの地理的な分布からは、アメリカと日本の文化的な違いを読み取ることができる。結婚式専用教会は日本全国に分布しているのに対し、アメリカにおいてウェディングチャペルなるものはラスベガスのみ存在する。キリスト教を神聖視する精神の根付いている西欧においては、日常のなかにそのような非常識で馬鹿げたものを置くわけにはいかないのであり、ラスベガスのウェディングチャペルはあくまでも羽目を外した遊びとして成り立っているのであろう。少々滑稽に写るのは、日本人によるラスベガスのウェディングチャペルに関する評価が非常に厳しい点である。インターネットにおける紹介でも、「ディティールの甘さ」や「サービスの悪さ」を指摘し、日本のものには遙かに及ばないと批判する言説が見受けられるが⁽⁴³⁾、ラスベガスのウェディングチャペルはそもそも虚構の遊びとして建てられた建築であり、細部まで御膳立てすることを前提としてはおらず、むしろファーストフード感覚の安さやお手軽さを売りにしている。一方日本においては、虚構としてのキリスト教式結婚式が年間挙式数の七〇%以上も行われるようになり、言わば通常の挙式形態として根付いてしまった。日本の結婚式専用教会は、建築やインテリア・装飾においては高級感を重視し、様々な演出を盛り込むことによる単価の上乗せを通じて高額の消費を呼び起こすための装置となっているのである。時々地方のニュースとして、珍しい結婚式の事例として取り上げられるものには、「水族館の水槽のなかで」「思い出のパークリングエリアで」など、せつからくだからと自由にやりたいことをやつてしまふカップルもいる。むしろラスベガスのウェディングチャペルはこういう類に属するものであろう。

テーマホテルもラスベガス一箇所に集中して建設されており、ヴェンチューリのいうダックはストリップの非日常的な雰囲気を盛り上げる効果を発揮している。ラスベガスを訪れる旅行者の殆どは、ギャンブルのみを目的としてではなく、「楽しみのため for pleasure」にやつて来るというデータからも、ラスベガスで一義的なものは非日常の遊び

であり、それのみを追及した結果が象徴的デザインで埋め尽くされた街の表層である。それに對し、日本のラブホテルは一つの建物の中に多様なテーマ性を持つた部屋が収納されており、それが通常の都市の中に点在している。元々ラブホテルは、その名称が定着する以前の「連れ込み宿」や「モーテル」の時代、つまり、奇妙なインテリアなどは存在せず、男女が性的行為をするという單一的機能によつて構成された場所から発展したものである。しかし、そのような一義的機能のみを有していた建造物に非日常的なデザインが持ち込まれ、結婚式場の場合と同様に、新しい商業文化として定着していくのである。

ラスベガスは囲い込まれた空間に、ギャンブルやショーや楽しむことができる「エンターテインメントとしての街」という強力なテーマを与え、象徴的リゾート地としての地位を確立した。こうした単一機能都市としての一貫性とは対照的に、日本の結婚式場やラブホテルは、本来の機能の上に非日常的な様式を飾りつけてしまった結果であり、人々の業態との相乗効果によつて商業的成功を収めた例である。しかし、こうした象徴的モチーフの上乗せは、虚構の外形に拘りすぎて実質がおざなりになる場合や、機能にそぐわないにもかかわらず非日常的なデザインをかぶせて失敗する場合もある。その典型例といえるのが、象徴的モチーフをデザインとして組み込んだ交番や駅、公衆トイレなどに代表される、公に解放された施設である。中山理（一九九六⁴⁵）は、本来、空間と時間を限定された場所で体感するはずの非日常的映像が、徐々に通常の公の空間にも進出していることを公共施設のディズニーランダイゼーションと命名し、「仮想のテーマ」と「開かれた公共」という二律背反する特性が混在するという現象を描写している。本来は日常性の象徴であり、機能的に優れていることが重要であつた公共的施設が、商品のように非日常的なイメージをもつて価値を見いだそうとしているのである。こうした仮想のイメージと実態との乖離は、その差が激しいほど展望のな

いものとなるのであり、一時期急速な盛り上がりを見せた公共施設のディズニーランダイゼーションも、残存するものは改装されることもなく新規性を失っている。実態を伴わないイメージが一過性の脆弱なものであることは、先に見た結婚式場やラブホテルの建築様式における、従来の「架空の別世界」のイメージから、「日常から到達しうる非日常空間」や「場所への配慮」へ、といった転換内容にも表れている通りである。

ともあれ、日本の結婚式場やラブホテルが、西洋的様式を取り入れつつ、それを土着化させたという表現は説得力に欠けるものである。むしろ、土着化しようという意志などはなく、公共施設のディズニーランダイゼーションに見られたように、実態や従来の経緯にそぐわなくとも抵抗なく受け入れてしまふのが日本の特性ではなかろうか。そして、取り入れるだけではなく、従来の価値観も維持しようとした結果、全く新しい変異形の文化が生まれ、又、社会的要請に応えようとして、さらに変化や分裂を繰り返しつつ進化する。この意味で、日本のラブホテルや結婚式場の建築様式や業態は、ラスベガスにおける非日常的遊びのような単一的志向性では解消し得ないような、煮え切らない部分が付きまとう。それは言わば、性や結婚を象徴化しようとする意志と、それらを透明化し規格化しようとする市場の要請とが絡み合い、刺激し合いながらバランスをとり、互いの妥協点を見つけようと模索しているかのようである。

(注)

(1) 昭和五八年八月、風俗営業取締法が全面改正され、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律が制定されたこと

が、自治体によるラブホテルの規制条例に影響を及ぼしている。この規制は「宿泊するという本来の目的のために必要ない設備」を備える空間を標的として、風俗営業に係る様々な制約を課すものである。

(2) 代表的なものに、二層吹き抜けの大きな部屋で、一階居間と二階寝室が屋内階段によつて結ばれたものがある。ラブホテルの場合は部屋であるが、結婚式場の場合は大広間となり、新郎新婦が一階から登場して階段（通称：シンデレラ階段）を降りてくる演出が定番となつてゐる。

(3) 都築響一『ラブホテル Satellite of LOVE』所収

(4) 『THE BELCLASSIC HIMEJI (ペルシック)』所収

(5) 工事の必要などに応じて、臨時に建てられる建築物。災害時の応急仮設建築物、仮設興業場、仮設店舗、博覧会のペビリオングなどがそうであるように、解体を前提とする期限付きの構築物である。

(6) 二〇年に一度の造替システムによつて、解体と再建を繰り返しながら常に新鮮化を図り永遠を願へるものである。

(7) データライブラリー－結婚・出産・育児－RECRUIT [http://www.recruit.jp/library/bridal] (2008.12.20)

(8) キリスト教式の挙式形式の占める高い割合に比べ、日本のキリスト教信者数は宗教人口の総数の約1%に留まつてゐる。

「全国社寺教会等宗教団体・教師・信者数（平成一七年一月一日現在）」[http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/index39/07031326/002.pdf]

『各種統計情報（宗教統計調査）－文部科学省』[http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/index39.htm] (2008.12.21)

(9) 五十嵐太郎『結婚式教会の誕生』春秋社 (11007)

(10) 『大阪セントバース教会（パンフレット）』本稿付録資料参照

(11) 他にも、セントポール大聖堂、セントヴァレンタイン大聖堂、ウェストモンスター大聖堂、サンマルコ大聖堂など、世界の名立たる大聖堂とシスター・チャーチ提携を結び複製された結婚式場が多数存在する。

(12) 国名の付いたものは、「とっぽくニユーシーランド村」「東京ドイツ村」「志摩スペイン村」「名古屋港イタリア村」「因国ニューージーランド村」、他にも「虹の郷」（イギリスやカナダ）、「倉敷チボリ公園」（デンマーク〔アンデルセン〕）、「ハウステンボス」（オランダを含むヨーロッパ）などがある。また、これらのテーマパークの多くは、結婚式のプランを用意しており、チャペルを備えているところもある。

現代資本主義的象徴としての性愛（栗山）

(13) 厚生労働省：「婚姻の推移」[<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/tokusyu/konin06/konin06-1.html>]

(2008.07.23)

(14) 結婚式場の資料を請求した際の対応の迅速な「丁寧」は驚くべきものである。まず、速達で、丁寧な自筆の手紙を添えて、

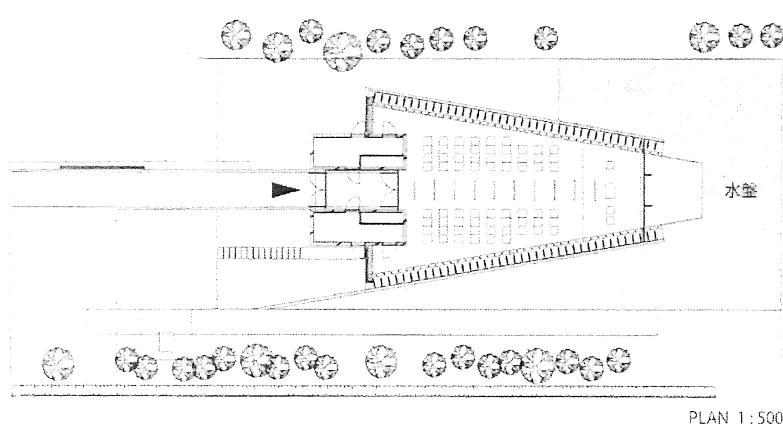
というのが基本である。中には景品やお返しの品のサンプルなどを一緒に送つてくるところもあり、月に何度も催される「ハイダルフェア」の案内から、無料の食事券、エステの割引券などが付いてくるのも一般的である。

(15) 現代美術における表現手法の一つで、ある特定の場所にオブジェや装置を置くことにより空間を構成し変化させ、場所や空間全体を作り体験させる芸術である。インスタレーションは基本的に一時的なものであり、その期間が終われば撤去され、人々の記憶にのみ残ることとなる。

(16) ライト・コンストラクションは、自然環境に対して応答的に軽装備な空間、柔らかな建築をめざす潮流である。高性能で重装備なハイテック建築は技術の成熟を基盤として性能を優先するのに対し、ライト・コンストラクションはむしろ空間の非物質化を優先する。この違いは、建築が置かれた自然環境の違いにより生ずるものでもあり、ライト・コンストラクションは自然環境が豊かな地域に馳染む建築である。

(17) 二〇〇六年開業の「星と森の教会」は、八ヶ岳の豊富な伏流水の上に構成されることをイメージし、神事の舞台として大自然を取り込むように計画された。

『商店建築』Vol.52, No.12 (2007) 所収



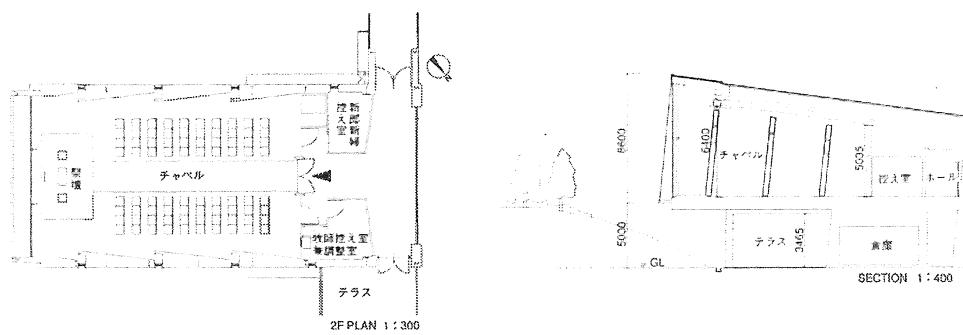
(18) 一〇〇五年開業の「八幡ロイヤルホテル チャペルフイリア」は、南部富士とも呼ばれている岩手山を背景に取り込んだチャペルである。岩手山の見え方で正面のガラスの幅と高さが決まり、いかに山を魅力的に取り込むかを建物構成の判断基準としている。

〔商店建築〕 Vol.51, No.7 (2006)所収

(19) 松田亜子「新たな方向性を模索するブライダル企業の最新動向」『商店建築』Vol.51, No.7 (2006)

(20) 一〇〇六年開業の「コンヴィヴィオン」は、住宅街に建つており、外から見ただけではそれと分からぬ控え目なファサードを有している。「コンヴィヴィオン」は、上質と洗練をキーワードに、日常の延長線上にある華やかさを表現している。ここに住まう仮想の主人を想定し、彼の世界観により構成された空間や調度品は、利用する一人が、親しい人達をもう一つの我が家へ招待していると感じられるようなしつらえとなっている。

〔商店建築〕 Vol.51, No.7 (2006)所収



現代資本主義的象徴としての性愛（栗山）

(21)

一〇〇六年開業の「オーロラ 氷の教会」は、真ん中に位置する池をベースに、フォグ（霧）、ウォーターガーデン、ティアドロップ（スワロフスキーア）、氷など、連想を重ねたエンターテインメント性のある教会である。特に日をひくのはLEDをファブリックに浸透させたオーロラのカーテンで、挙式時にはカーテンがフロアレベルまで下がる。

『商店建築』Vol.52, No.12 (2007)所収

(22)

一〇〇五年開業の「SHOTOGALLERY」内の暗色を用いたウェディングサロンは、男性からの評判も高く、実際の利用者はクリエーティブな職業に携わる人が多いという。最近ではファッショングループや化粧品業界のイベント貸しの多く、感度の高い層に支持される空間であるという認知が、施設の付加価値になってくる。

『商店建築』Vol.51, No.7 (2006)所収

(23)

Edward Relph, *Place and Placelessness*, London: Pion, 1976 [邦訳『場所の現象学—没場所性を越えて』高野岳彦・阿倍隆・石山美也子訳、筑摩書房、一九九九]

(24) レルフ（一九七六）のいう没場所的な場所とは、本来の価値に盲目な消費社会の記号価値が作り出すイメージの商品化が景観を形成する現象である。

「没場所性とは、根本を断ち、シンボルを蝕み、多用性を均質性に、経験的秩序を概念的秩序に置き換え、場所の根源的なレベルにまで達する。」

「それは、ほとんど意義や象徴をもたず、ともかくも効率的に機能を果たす多かれ少なかればせいだけの記号と物体しかない場所である。」



池を囲む劇場型チャペルの全景

前掲邦訳書 二九八頁～二九九頁

- (25) ウジエーヌ・ミンコフスキー (Eugène Minkowski, 1933) の追究する「生きられる時間」としての空間を切り開いていくことに繋がるものと考えられる。

- (26) 一九七三年に開業した「日黒エンペラー」は、ラブホテル業界の系譜においてエポックメーリングな存在である。ビルディングタイプの建築に西欧の城郭を思わせる建築様式を取り入れ、内装においても非日常的な装飾や回転ベッドを設置した。

写真・片木篤「まやかしの城—ラブホテル建築論(上)」「建築文化」(一九八六) 所収

- (27) 船内に入ると汽笛が鳴り響き、雰囲気を盛り上げる。各部屋は、「特等室」「一等室」「A室」と区別されている他、全体の内装も本物の船内を思わせる。

写真・ファッショントラベル&モーテルガイド『恋人たちの部屋』所収

- (28) 一九七二年の風俗営業取締法の改正(俗にいう「モーテル規制法」)以前は、全ての部屋がワンガレージ・ワンルームシステムで、ホテル全体がひとつの町のようになつていても存在した。

(29) 写真・ファッショントラベル&モーテルガイド『恋人たちの部屋』所収

(30) 写真・ファッショントラベル&モーテルガイド『恋人たちの部屋』所収

(31) 当初はレール上をスライドした、スペースシャトル型ベッド。

写真・都築響一『ラブホテル Satellite of LOVE』所収

- (32) 天井には星の世界の雰囲気を味わえるネオン装飾、スペースシャトルを模つたベッドはレール上を前後に約5m動く仕掛けになつてている。

写真・ファッショントラベル&モーテルガイド『恋人たちの部屋』所収

(33) 写真・ファッショントラベル&モーテルガイド『恋人たちの部屋』所収

- (34) 子供向けの絵本にも、これらのベッドにぴたり重なるような描写がなされている。
「のんびり魚釣りでやめてもへなぐしへ」「あるいは火星へむかってジェット噴射するぐしゃ」

Sylvia Plath "THE BED BOOK" Published by Faber and Faber Ltd., London 1976

〔邦訳『おややみ、おややみ』長田弘訳、みすず書房 (1990)〕

- (35) 金益見「シティホテルのラブホテル化」『ラブホテル進化論』文藝春秋(1100八)三六頁～三七頁

(36) 金益見「ラブホテルから見える」シンボンの性 第四回（ソフテ勝負の時代・スイーツ、送迎、出張寿司職人、占いまでサービス満載）

OhmyNews [<http://news.ohmynews.co.jp/news/20080711/27174>] (2008.12.20)

(37) ロバート・ウェンチューリ（一九七七）による、建築における空間、構造、プログラムの関係性を示す概念である。「ダック」

とは、全体を覆つていふ象徴的形態によつて、空間、構造、プログラムからなる建築のシステムが隠し込まれ、歪められ、膨らむことになりかかった建物を指す。

(38) 玄子邦治『集客のかぎは「時の環境」にあり—ゲンゴ的空间デザイン論』日経PB出版(1100五)

(39) 一〇〇二年開業の「ホテルリコ」は、パーテーションにフロストガラスを使用した待合を始めとして、他の人々の存在を感じられるよつた解放的な空間作りを試みてくる。

写真：『商店建築』Vol.52, No.2 (2007)所収

(40) 一階吹き抜けのフロアに設置されたエレベーター。左手は待合スペース。

一〇〇六年開業の「ホテルスタイル」は、二層吹き抜け内にフロントおよびロビーを開放的に配置し、様々な演出やイベントが可能な空間を作り出してくる。近い将来、カフェバー運営やDJライブ、ギャラリーなどを週末限定で行う予定である。

写真：『商店建築』Vol.52, No.2 (2007)所収

(41) 一〇〇五年開業の「ブルーホテル風」は、海をコンセプトにした空間である。何本も組み合わせたスチールのパイプが、そびえ立つ木々のよつて、フロントから穏やかな海面をイメージした二階の天井まで伸びている。

写真：『商店建築』Vol.52, No.2 (2007)所収

(42) Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, "Learning From Las Vegas : The Forgotten Symbolism of Architectural Form" (The MIT Press, 1977)

〔邦訳〕『ラスベガス』石井和紘・伊藤公文 訳、鹿島出版会(一九七八)

(43) 「ラスベガス大全 ウエディングチャペル情報」 [<http://www.lvtaizen.com/wedding/index.html>] (2008.12.02)

(44) 「ラスベガスを訪問する目的として「キャンベルをするたま」へ答える人の割合はわずか四〇%しか居ない、逆に「楽しのみのため