



異業種協働で考える未来の百貨店

岩崎晃彦・大竹博文・岩坂照之

自動車を中心とするデザイン会社、ユニフォームを中心とするアパレルメーカー、そして建設会社の三社が協働し「未来の百貨店」を提案する活動を2012年の春から夏にかけて行った。大型電気自動車(トレーラー)を商品輸送だけでなく売場としても使用することで、季節や気候、時間帯などにより変化する顧客ニーズに合わせ、柔軟かつ迅速に店内レイアウトを変更できる建築ほか三案を提案した。建築からユニフォームまで、百貨店を一体的パッケージとして作り込む過程で得られた、異業種協働ならではの効果を報告する。

キーワード：建築、BIM、電気自動車、スマートシティ、異業種協働

1. 異業種協働の経緯

前田建設には、建設業に興味のない一般の方に建設業の技術やノウハウをご理解いただくためのWebページ、「ファンタジー営業部」が存在する。その内容はゲームやアニメの劇中に存在する建築や構造物を本当に実現するため、社内外第一線の技術者に真剣な検討をお願いし、その様子を会話調の読みやすい文体でホームページに公開するものである。

2003年から連載を開始し今年で丸十年が経過した。連載で大事なことは対象とさせていただくアニメやゲームの世界観を順守し、作品ファンの期待を裏切らないように実現プランを作成することにある。例えば設計にあたり、担当技術者はその作品で対象となる建築や建造物が登場する全てのシーンを視聴し、各種設定資料なども詳細に確認の上、図面化している。また作品から読み取れない箇所は技術者間で議論し決定するなどのこだわりをもって検討している。これらが功を奏し、これまでに書籍が三冊発売され、2013年にはWeb立ち上げから人気を得るまでの物語が、京都を拠点にマルチに活動する人気劇団「ヨーロッパ企画」により舞台化(写真-1)されるまでになった。

「ファンタジー営業部」では、当社が検討できない特殊機械や設備等について、異業種企業にもご協力いただき公開をしている。これが、各方面からのアイデアを結集したWebや読み物の制作ノウハウの蓄積に繋がり、今では様々な企業から、企画立案や講演などの幅広い依頼を受けるまでになっている。今回紹介す



写真-1 「ヨーロッパ企画」による舞台「前田建設ファンタジー営業部」

る「未来の百貨店」も、そのような流れで始まった企画であり、自動車を中心とした工業デザインおよび試作品製作で有名なフィアロコーポレーション、および大手企業のユニフォーム等に多数の実績を待つオンワード商事との三社協働で提案した作品である。なお、最終成果品であるプレゼンボードおよび動画は、「ファンタジー営業部」サイトにて見ることができる。本稿ではその作品の成立過程を中心に、異業種協働の効果について説明する。

2. コンセプトメイキングとメイン提案の構築

「未来の百貨店」のコンセプト立案は、ネット販売が伸びている中、今後も顧客に百貨店にまで足を運んでいただくためには何をすべきかより始まっている。そこでフィアロコーポレーションより提出されたコン

セプトが「可変」と「シームレス」をキーワードとした案である。「可変」は百貨店の売り場やレイアウトの変更を日替わり、あるいは朝、昼、晩という単位でも容易に変更できる仕組みを指している。また「シームレス」は百貨店の「建物」という制約に縛られず、各売り場がニーズのある時間や場所に飛び出して行けばよいという発想である。それらの鍵となるのが、自動運転可能な大型電気トレーラー（図—1）である。



図—1 大型電気トレーラー

個々の売り場を大型の電気トレーラーに収めてしまい、百貨店の内外問わず自由に移動できるようにすれば売り場レイアウトの自由度が増す。コンセプトカーや先行試作車の制作を得意とするフィアロコーポレーションらしい未来的な提案であることから、この「可変」と「シームレス」をコンセプトとし、メイン作品は大型電気トレーラーを主役として進めることとした。したがって受け入れる建築も立体駐車場のようになる。実はその建築もフィアロコーポレーションの手による内装キースケッチ（図—2, 3）からデザインが始まっている。



図—2 建築内装スケッチ

トレーラーが店内で所定の場所に来るとその屋根が上方に開き、建物と一体化するデザインとなっている。売り場には野菜や魚も見えるが、これは当日朝、産地まで売り場自体が自動運転で取りに行くことを想定したものである。売り場レイアウトは、顧客が最もアプ

ローチしやすい一階を一日の中で複数回変更する。朝はコンビニ、昼はレストラン、夜は生鮮食品や総菜といった具合である。もちろん気温や天候の変化により、衣服やレインショップも一階に降りてくる。一方上層階は、一週間の売上順に売り場の並びを変更し、顧客に時々のトレンドを見える化することで楽しんでもらう運用を想定している。さらに休日は回転寿司のように売り場が店内外周部をゆっくりと移動することで、顧客が座ったままで店内全商品を確認できるショッピングを楽しめる設計とした（図—3）。



図—3 建物外周部

前田建設はこれらスケッチを基にBIMを活用し設計を進めた。50年後を想定している本プロジェクトにおいては既存概念に囚われたベテランより若手設計職員が担当するのが相応しい。彼らの発想を活かしつつ、極力キースケッチ通りとなるようにした（図—4）。



図—4 メイン提案 パース

3. 派生案と制服のデザイン

「可変」と「シームレス」という全体コンセプトが決まったため、前田建設でも若手の設計者が派生案を作成した。「MOBU」は、メイン提案のシームレスに動く売り場を「電車」に置き換え、より大胆にアレン

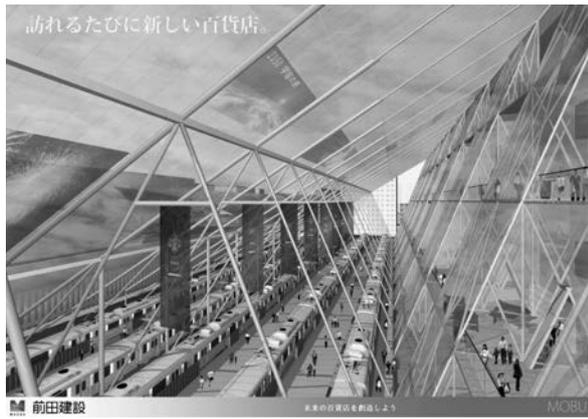


図-5 MOBU



図-8 百貨繚乱

ジしたものである (図-5)。

「WATER LABYRINTH」は「シームレス」というテーマより、百貨店のみならず、周辺の駅、オフィス、住宅などを水路で繋ぐという大胆な提案である。百貨店内には魚やイルカが泳ぐ水路も設けてあり (図-6, 7)、商品でなく体験を売る計画としている。



図-6 WATER LABYRINTH

水路を巡るデパート

日常では味わえない、足を運ぶ特別な空間。デパートが本来持つべき「場所の」特異性を最高の「おもてなし」体験とともに実現する。50年後、デパートは箱型から飛躍し、都市の上空を巡る立体水路となる。



図-7 水路を利用した店舗ディスプレイ

「百貨繚乱」は、商品という完成形だけでなく、商品の企画や生産の過程も含めた商品の全てを顧客に体験、理解していただける店舗である。博物館+百貨店のような内容であり、商品や食材の原材料ブースでは、



図-9 ユニットイメージ

その地方の気候まで再現できるよう、大小さまざまなユニット式の部屋を組み合わせた構成となっている (図-8, 9)。

これら派生案のうち「WATER LABYRINTH」および「百貨繚乱」については、オンワード商事が制服のデザインを検討した。

「WATER LABYRINTH」の制服については、水路がめぐりイルカが泳ぐ店舗より、流れる「おもてなし」をあなたに、という制服デザインのコンセプトを設定。



図-10 WATER LABYRINTH 制服

単なる店員にとどまらず、ヘルスサポートや水路を行く船の船頭を努める店員のため、海やマリンスポーツを意識した、若々しくスマートな制服を提案している(図-10)。

「百貨繚乱」については五感を使った体験を届ける百貨店であることから、今だけ ここだけ あなただけ、という制服デザインのコンセプトに沿い、アロマ・リラックス・リアリティというキーワードから、花見、花畑、収穫祭をイメージした制服を提案した(図-11)。

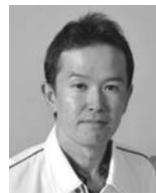


図-11 百貨繚乱 制服

以上のように今回の協働では自動車デザイン会社のコンセプトに則って、建設会社とアパレルメーカーがデザインを行う手法により未来の百貨店を提案した。これは異業種の技術者全員でコンセプトを創り上げる手法に比べ、従来にない大胆な提案を行う場合に有効と感じた。従って、今のスマートシティの議論の中で、普遍的で魅力あふれる街を生み出すためには、そのコンセプトメイクをあえて特定業種の一社にゆだね、その社の哲学や商品・サービスの延長上として都市を考えるのも有効な試みと感じている、次回は同じメンバーで、ぜひ実物件に挑戦したいと考えている。

JCMA

【筆者紹介】



岩崎 見彦 (いわさき てるひこ)
 (株)フィアロコーポレーション
 代表取締役社長



大竹 博文 (おおたけ ひろぶみ)
 オンワード商事(株)
 商品部



岩坂 照之 (いわさか てるゆき)
 前田建設工業(株)
 総合企画部
 広報グループ長