

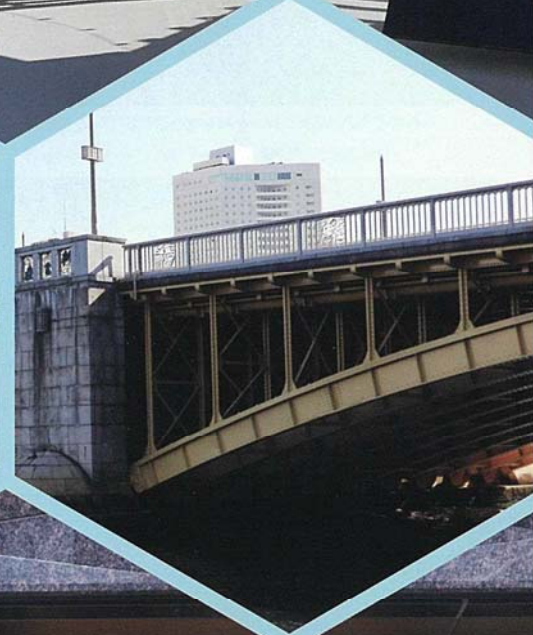
商業施設

SHOGYOSHISSETSU

商業を多面的にとらえた総合情報誌

2021

6



あなたに直面するシーンを一緒に想像してみましょう。最初に私からあなたに質問します。「あなたのお店の歴史はどのようでしょうか?」「社会があなたの商いを選ぶ理由は何だとお考えでしょうか?」、そして「しがらみが多かったら、あなたはいま何をしていますのでしょうか?」それに対して、あなたは熟意と信念を聴かせてくれます。時に気負い、時に躊躇しつつ。全体の印象として、とても窮屈そうに感じられることが少なくありません。こうした事態に直面したとき、私は動きまわります。あなたの中にあなた自身の気付いていない「もう一人のあなた」が隠れていて、それを見つけさえすればスッキリできるかもしれないのです。「もう一人のあなた」とは、「ほんとうのあなた・新しいあなた」のことです。私は、このような局面で有効かつ数多くの実績のある「独自の方法」を持っています。それはどうしたことかというところから

まず、「まささらな」広い紙に十字を描いてみましょう。すると二次元面内に4つの領域(象限)ができます。私がよく使う横軸(X軸)は「温かい⇒冷たい」、縦軸(Y軸)は「重い⇒軽い」です。X軸の「温・冷」とY軸の「重・軽」は、それぞれに総合的な体感であって、これらを指標にして、色彩心理学的あるいは感性工学的な仕切り方で検証していきます。二軸系としては他に脳科学的な「左脳的⇒右脳的」×「利己的⇒利他的」でもいいでしょう。時々で慎重に直交的な2軸を選びます。人は因果的、一次元的な思考法にとらわれがちです。そんなときに、一つ次元を上げるだけで、見えなかったことが見えてくるようになるのです。だから、これは第一に「俯瞰的な手法」と言えます。具体的にしてみましょう。

最初の仕切り法(「温冷重軽」図)を使います。私は、あなたが、「温かくて重い」領域(第3象限)でお話をされていると感じたとき、情熱的だがちょっと深刻すぎるみたい印象です。そこで、まず最初はX軸に対して線対称に否定し(「冷たい」へ)、次にY軸に対して線対称に否定し(「冷たくて軽い(風爽として、風通しの良い)」場所)に移動しています。

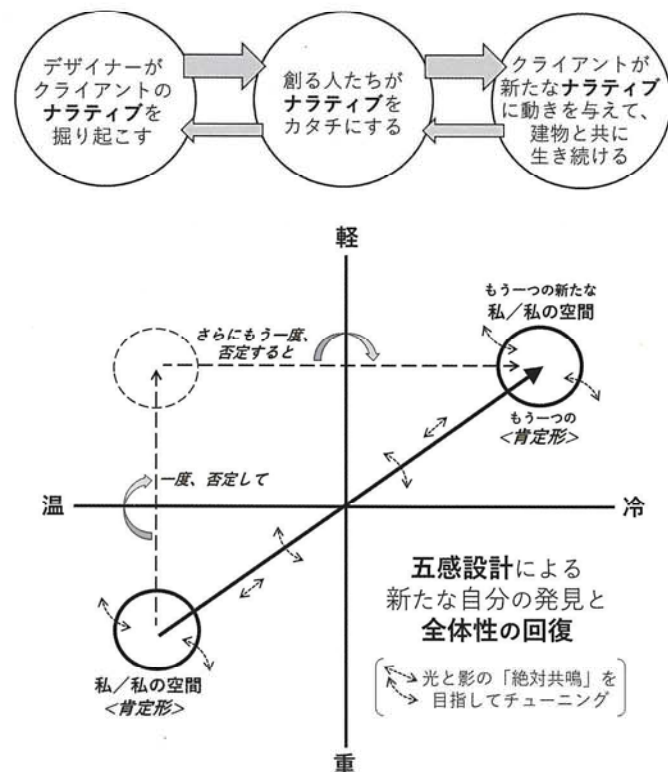
これは、どういう事でしょう。私は、一旦、「今のあなた」を否定して、それをもう一度、否

定しました。「否定の否定は肯定」となります。ですから、私があなたの人格を認め肯定している立場は揺るぎません。一次元の座標系ならば「行って還って来て、ただの元の木阿弥になる」ところですがそれはなりません。第3象限から第2象限を経由して原点対称の第1象限をゴールとして「もう一つの肯定の場所」に旅して来たこととなります。ここが「あなたのもう一つの居場所、新しい空間」であって、ここに「もう一人の、ほんとうのあなた」がいるはず。

ここまで来たら、再度、私から色々な質問をします。例えば「今最も気になっている食べ物は何?飲み物は何?」とか、「最近観たネット動画、最近読んだ本で一番印象に残ったことは?」とか、「それは何故かしら?」とか、音の響きや匂い、空気感と一緒に感じながら、実に色々な質問をし、あなたの反応の意味を吟味していきます。そのようにして、あなたの「今の居場所」と、あなたの「ほんとうの居場所・新しい空間」を念入りに特定していくのです。いわば、「振り子がきれいに振れる感じ」を目指すのです。私たちの身

体は動きを止めることはありません。生きていく限り心も想いも動き続けています。同じように「こころの振り子」も実は絶えず振れています。あなたは、現世に表出している今の自分と深層にあるもう一人の自分とのギャップと関ぎ合いの中に価値の泉があることに気付くことでしょう。以上ご説明した2軸解析の根底にあるものを「五感設計」、気付きのプロセスを「全体性の回復」と、私は名付けています。

そういう真剣勝負をお互いニコニコ和気藹々にお話しながら、あなた独自の「ナラティブ」を編み上げていきます。あなたの参謀格の人、あなたの商業施設の現場で働く人たち、あなたの商業施設を訪れる人々にもお話を聴き、「ナラティブ」を総合的に仕上げていきます。とても根気のいる作業ですが、私は自分自身を放り投じているので、疲れることはありません。むしろ、あなたの目が輝いたり、あなたが遠くをみつめたり、「そういえば!」と面白いアイデアの源泉を掘り当て瞬間に立ち会えるのですから、逆に私の方が元気をもらえるほどなのです。



(2)私のマネジメント:「創る人たち」のデザインの源泉となるように

そのようにして「ナラティブ」が、一つのはっきりとした形に収められたと判断できたなら、私は、その「ナラティブ」を「創る人たち」に受け渡します。「モノゴトを全く新しく創造する」には、図面を引くにも、現場を周辺も含めて隈なく観察するのも、資材を選択し調達するのも、穴を掘り、杭を立て、板を削り、壁を塗り、床を磨き、取っ手の位置を定めるのも、それぞれの道で数々の「暗黙知」を有している人たちに託した方が、最終的な最適化の度合いは、私一人のオーダーで決まる結果より遥かに優れている可能性が高いからです。そのときに私が行うことは、大切な顧客の「ナラティブ」を胸に抱えて、彼らが自分たちの力を十二分に発揮できるようにアシストすることです。多くの人々(クライアントと彼/彼女を取り巻く人々)の願いを、多くの人々(設計士、デザイナー、監督や職人さんなどの現場の人たち)の手に託すのです。「ナラティブ」を源泉としてこそ、空間の意味と価値が新たに立ち上がるので

す。だから、私は、その受け渡しの重責に一身を捧げているのです。このようにして、ナラティブの受け渡しの構図は、多から一、一から多となるのです。

私の夢は、私のやっていることをチームの出来るだけ多くのメンバーがやれるようになること、願はくは、私とは違う経験知識をもって予期せぬすべての問題をデザインで解決してくれることです。図面以上の現場。現場以上の店舗。クライアントが言葉にされている以上のモノ・コトを生み出すには、関わるすべての人々のデザインの源泉である「ナラティブ」が何より大事だと思うのです。

(3)人間的な総合力:AI的なやり方では難しいからこそ「やり甲斐」

前段の(1)と(2)で述べたことは、どちらも今のAIの力ではとても難しいことだろうと私は感じています。決してコンピューター・テクノロジーの実力を軽く見ているわけではなく、私たちのやり方が、余りにも「人間的な総合力」を全開にした取り組み模様となっているからです。それぞれ、少しす

つ深堀りしてみましょう。

(1)では、「只今のあなた」と「もう一人のあなた」の総体(ホールネス/全体性)として「あなたのアイデンティティ」を明らかにする方法(五感設計による全体性の回復)を述べました。そこでのポイントは、私なりの表現では、あなたの両極(座標上での対極関係)を「絶対共鳴」させるまで、私の感性を追い込むことにあります。どうしたことかという、私は「あなたの拡張された心の振り子がきれいに振れる感じ」になるまで、私の五感を総動員しているのです。五感の働かせ方は、常に総体的、すなわち、第一に俯瞰的、第二に統合的です。「俯瞰」については(1)で述べた通り、ここでは「統合」について補足します。例えば、視覚と聴覚を通した結果の間に本質的矛盾があるように感じられても、さらに別の感覚を通することで、時に矛盾が解け、時には新たな意味を得て、「統合的」な解決が図られます。AIによる自動化された大規模なパターン認識とは明らかに違います。数の論理ではなく、見た目は離散的なデータでさえ「統合」して再編集が可能になるのです。あなたは過去と現在を否定することなく、未来に開かれに納得感を得ることができるようでしょう。

(2)では、「ナラティブ」の運用について述べました。私が「創る人たち」にナラティブを伝授するときには、「コンセプト」という言葉を使います。「ナラティブ」には、幾つかの核となるべき部分があり、対処してくれる人に合わせてそれらをズバリと表現(これがコンセプト)して、「創る人」のヒラメキを誘います。このことを実現するためには、私の相手となる創り手たち一人ひとりの個性に即して発しないことには、相手を心底奮い立たせることはできません。ここでも、私は私の五感を総動員しています。そして相手もそうあるように促します。そのようにして「二重相互作用」をするのです。相互作用(作用・反作用)が二重である意味は、相手に作用して、相手からの反作用を受けとめて、その結果、自らも内面の変容を受け入れるということです。自らも変わるので、命がけです。根幹とすべきナラティブさえ改善していかなければならないからです。AI的なやり方では難しいからこそ「やり甲斐」とは、このことです。



籠田淳子 商業施設士 15-04379
 info@zmken.co.jp
 有限会社ゼムケンサービス
 北九州市小倉北区片野 3-7-4:
 一級建築士・MBA

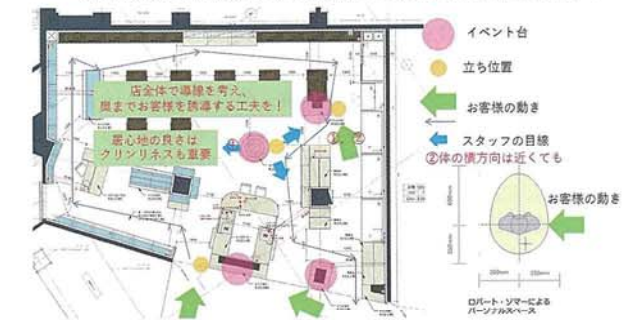


イベント台ディスプレイマニュアル
 グランフロント大阪店を例に
 2013.05.31実施

produced by: JKDT
 女性建築デザインチーム

動線長を長くする秘訣は回遊性と居心地の良さ
 女性建築デザインチーム

- Point! 動線を考えてイベントスタッフの立ち位置を決める
- ① 見える位置：外からでも見える位置に立って店内に導く
 - ② 警戒をとく：イベントスタッフの横方向からだとお客様は近づきやすい
 - ③ 次の導線：お客様が次にどちらに行くか流れを考える
 - ④ 情報収集：お客様の求めているものを把握してカウンセリングに活かしていく



イベント台A：青汁
 A-7) 高さ

produced by: JKDT
 女性建築デザインチーム

Point! 店頭イベント台のため、店奥を見せる



② 上段見せるゾーンにお試しパックを積み込み、手に取りやすく買いやすい状態をつくる。もっと商品を置いてボリューム感をたす

- ① 商品のボリューム感はゴールデンゾーンに設けて作り、その上の高さはあけて店内も見せる
- ② 目線の高さ(110cm・中上段)付近に見せるための商品、手元(80cm・下段)にお客様が手に取る、買うための商品

イベント台C：はちみつ

produced by: JKDT
 女性建築デザインチーム

Before



After



はじめに

私のチームが建物を創る仕事を進めるとき、特に商業施設を手掛けるときの、私の仕事の中心は、図面を引くことではありません。私が最も大切にしているのは、やがて創り出されるであろう建物に係る全ての人々(クライアントたるオーナー様、そこに働く従業員の皆様、無数のお客様)から、建物を創り出す全ての人々(建築設計士、現場デザイナー、現場監督、職人たち)へ、「バトン」を渡すことです。それは、創られるべき建物に纏わる「ナラティブ(物語)」というバトンです。このバトンを細心の注意を払って丁寧に受け渡すのです。ナラティブを紡ぎ/より鮮明に/より精緻に仕上げることは、クライアントのお話を一、二度聴き取るだけで

為せるものではありません。

デザイナー(商業施設士・一級建築士)である私が、単に独善的な作品を作りたいなら、そんな手間は掛けないでしょう。私はクライアントの夢を素早く受け入れて、あとは自身の芸術精神のまま「個別的なストーリー」で「私の作品」を造ればいだけですが、けれど、それではダメなんです。建築は「個別的なストーリー」ではなく「総合的なナラティブ」でなければ意味が無いのです。建物は工事が終わって完成されるものではなく、建物という産物は、創り出されたその日から「動き生き続ける場」となるのであって、おそらくは構想以前から綿々と続く人々の願い/理念/行為などの全ての営みが、「より善い」形でルネサンスする「イ・リプレイサ

ル(かけがえない)な場所」にならなければ、数千万円あるいはそれ以上のお金を費やす価値は無いからです。歴史あるお店も、新しいお店も、そこには商いを営む人と商いからいただく人、その商業施設に係わる人ごとに物語があるのです。私たち商業施設士は、それらを取捨選択し、芯になるものだけを余さず汲み取って、建物とその環境、さらに幸福な使われ方をデザインしなければならぬと思ってるのです。

(1) 五感設計:「まささらな場」に描き出す「あなたのほんとうの新しい空間」

では、私はどのようにして、クライアントの「ナラティブ」を浮き彫りにするのでしょうか。あなたがクライアントで、デザイナーの私が

WORKS