

JCD KANSAI

Japanese Society of Commercial Space Designers



社団法人 日本商環境設計家協会 関西支部 情報委員会

〒550 大阪市西区南堀江 1-26-27 南堀江スカイハイツ 1201号

☎ 06-543-0680

昭和61年 12月

第10号

- '86 JCDセミナー 関西商環境計画実践セミナー 1 ~ 6
 - 挨拶 & 報告 山田悦央 1
 - 最新のカナダ、アメリカ商業施設事業 蔭山利夫 2
 - 今日の店舗づくりを考える 原川公一 VS 野井成正 2 ~ 4
 - 重複商業環境と万国博覧会 太田真昭 5 ~ 6
- 趣味なしHobby人間 神戸一生 7
- 今、店舗は墓場スタイルか 大菅満義 8
- 大阪料理“のりたけ” 高城茂四郎 9
- プティック・ド・ニック 金沢明彦 10
- 夜型消費時代と郊外型紳士服店 高田博允 11
- 私は“説得屋”でしょうか 山本市治 12
- WHITY ウメダ・寿司うを佐 平井 進 13
- JCD関西 小泉産業株式会社 14
- 総会報告（予告） 15
- JCDメッセージ 16

広告掲載

- 松下電工株式会社 裏表紙
- マックス電機株式会社 表紙裏
- 株式会社 A B C 商会 7
- 株式会社 遠藤照明 8
- 小泉産業株式会社 14
- 株式会社 キノシタ 16



人と光が集う場。

クリエイターの方々の感性を刺激する新しい商業空間のあり方を提案するライティング・コミュニケーション・スペース。様々な情報交換の場として、お気軽にお立ち寄りください。

本社ショールーム



照明器具の専門メーカー

マックス電機株式会社

* 大 阪 市 城 東 区 鶴 野 西 2-10-8 〒 536 TEL 066267-8140 FAX 0661962-0969
 * 東 京 都 目 黒 区 中 目 黒 1-4-23 〒 103 TEL 033791-2778 FAX 033753-0945
 * 大 阪 市 東 区 鶴 野 西 2-10-8 〒 536 TEL 066267-8123 FAX 0661967-0817
 * 武 庫 市 南 部 区 南 部 南 町 7-4-10 4F 〒 564 TEL 0675-225-8003 FAX 06751255-0265
 * 福 岡 県 博 多 区 東 区 東 区 1-1-1 〒 812 TEL 092324311-7024 FAX 092324311-7025

'86 JCD セミナー

関西商環境計画実践セミナー

'86 JCD セミナーを終わって

研究開発委員会

関西商環境計画実践セミナーを11月14日
山西福祉記念会館で開催した。

本年度のテーマを「商環境の構成・演出」に
おけるプロフェッショナルであり、製作活動の
成果こそがこの領域における職能生命である
ということでJCD関西会員の中から、蔭山
利夫氏、原川公一氏、野井成正氏、太田真昭
氏を講師にお願いし、70名という聴講生を
迎える事ができ実施のはこびとなった。

蔭山氏は最新のカナダ・アメリカの商業施設
事情を約600枚のスライドをまじえての講演、

原川氏と野井氏は、今日の店舗づくりを考え
るというテーマでディスカッション形式をと
りながらスライドをまじえて、聴講生との質
疑をうけながらの新しいところみの講演、又
太田氏は今年のカナダ、バンクーバー EXPO
'86の視察報告を含め商業施設と博覧会とい
った講演であった。

正統派として各方面にご活躍中の4氏の秘蔵
の情報を吸収することができ、ゆういぎな1
日であった。

尚、JCDセミナーを実施するにあたり各委員
会の方がたに多大な御協力をいただきお礼申
しあげます。



㈱乃村工藝社 蔭山利夫

●最新のカナダ、アメリカ商業施設事情

70年代SCから80年代SCへの動き

講師自身、60年代後期、70年代中期、と今回86年の3回に渡る視察においてのカナダ、アメリカ商業施設の変化、推移を今回視察されたウエストエドモントンモール、カナダウオーターフロント再開発ニューヨークオウスイーポート再開発を軸に語る。

大きな流れ

成熟期 → 転換期

商業主軸 多極化、複合化

成熟期 → 転換期の要因として

1. 立地の選択難
2. デベロッパーの資金不足
3. 市場の飽和口が考えられる

80年代SCの特徴

1. コンプレックス（複合体）

同質機能集団から異質機能集団の複合体が現代SCの軸になっている。

エドモントンモール、つかしん船場SC etc.

2. ダウンタウンの再生化（再開発）

再生化の3条件（SC設計会社、ラウス社）

1. 特徴のだせるロケーション
2. 都市活動に近い
3. 交通が便利

ラウス社設計の特徴

経済ベース（坪効率）が大きい着想が卓越している

核店舗がコンパクト化され、多極化（多数化）

3. テナント構成の変化（業種比率の変化）

ファーストフード系	} 占用率増加
アミューズ、スポーツ系	
サービス、ビジネス系	

ナショナルブランド対応から地元対応

4. テナントMD（アソートメント）の特徴化

商品構成があるテーマをもとに考えられそのテーマに関連するあらゆる商品群に

おいて構成されている。

水、科学、風せん etc.

5. ガレリアと自然化

○ミラノのガレリアの原点が現代のSCに生かされ、デザイン、平面計画においてすきな変化を求めている。

○自然が多く取り入れられている

緑、水、自然舗道 etc.

以上が今回の視察において考えられた現代SCの特徴、流れであると思われる。



文 菅野哲爾

今日の店舗づくりを考える

原川公一 VS 野井成正

対談のまとめ

1. 作品紹介

物販店舗デザイナーを代表して原川氏、飲食店舗デザインを代表して野井氏の2人が、各々の作品をスライドで紹介、店づくりのエキスを被露した。原川氏はテキスタイルの商品展示をミニ都市で再現し、見学者がガリバーになった様な気分させたり、子供服の店では什器が天井から下りて来るような仕掛けをしたり、「シャツ物語」というスナックでは、店名のごとくシャツをサカナにして酒を飲む演出をしたり、面白い店づくりが多かった。又、野井氏は、チャーリーブラウン、バー「1」、豆腐料理の店等、照明演出によって人を心地良い気分させたり、一脚つつデザイン化された椅子を並べて、気にいった席を

選ばせたり、人の心を読んだ店づくりを提案した。

2. 対談

- N. 万博時代に経験したびっくりハウスの仕掛けのある店づくり以来、客をおちよくる発想、仕掛けをとり入れるようにしている。
- H. おどかしではなく、楽しんでもらう工夫が必要だと思う。展示会を計画する時には、せっかく来てもらったお客様に対して、よろこんでもらう装置が必要で、店づくりも同じである。
- N. 法規制で使いたい素材が使えなくなっているのが残念だ。殊に消防法の関係で、不燃材しか使えない。建築家は守らなければならないが、ディスプレイデザインの場合は少し許されているのではないかな。
- H. 規制されている素材、例えばカーテンのようなものの方が、色々デザインの工夫ができる。
- N. 和紙の素朴さを大事にしたいが、防災加工すると素材感がつぶれてしまう。
- H. 遊び感覚で考え、それを実現する為に苦労してデザインすることが多い。子供の時に遊びに夢中になった時のイメージが残っている。平面図だけでなく、天井を撤去した状態、つまり断面図の発想が必要です。テナントビルはデザイン規制が多く面白くない。天井の色を共通にせよとか、強制されているデザインができない。



3. 会場との質疑応答

- Q. 異業態をデザインした場合の発想、切り口を教えてください。
- N. 商品だけの空間、例えばキュービクル空間のように、空圧によって商品が自由に変化できるような空間とか、デザインが空間演出にでしゃばりすぎているので、商品以外は無機質に押さえるようにしている。
- H. 自分が行きたい、友人も連れて行きたい店づくりを心がけ、うまい、安い、おいしい料理をつくることをオーナーにお願いし、店舗のレイアウト、デザインはまかせてもらっている。BGMよりは滝の音を流したり、床のデザインよりは椅子のデザインが一脚つつ違う店づくりをしている。
- Q. マネージメントについてどう考えながらデザインするか。
- H. マネージメントはオーナーにまかせて、デザイナーはお店にはいりたくなる店づくりを考えるだけであり、役割分担する。
- N. お金のことはオーナーにまかせて、私はやりたいことを考え、気にいらなかったら断われても仕方ない。予算は事前に聞かせてもらう。
- Q. 空間設計における光の演出についての考え方とテクニックを教えてください。
- H. 照明器具をつけるのはきらい。太陽の光に近づけている。商品がやけない工夫、照明器具が見えないようにする工夫をしている。
- N. 照明器具がない方がいい、残像があると神経を使うので疲れる。間接照明か、素材を通しての光を考えている。
- H. 照明器具をつけてしまうのはイージーである。
- N. 太陽光を直接、室内に入れる傾向にある。仕方ないからつけているのはよくない。
- H. メーカーはランプを研究する必要がある。あるいは、ランプを構造体に埋め込む工

夫をしてはどうか。

- Q. 全体の総合管理と個々の店舗デザインの関係について、どう思いますか。



- H. 一店一店の個性を發揮できるように全体をまとめて欲しい。統一看板とか、統一カラーを強調すればする程、全体の集客力がなくなってしまう。楽しく店がデザインできるような総合管理をして欲しい。
- N. 統一看板についても決めつけて欲しくない。
- H. 工事業者の段取りをよくする為に、内装管理をやっているようで、本末転倒ではないか。
- Q. 同じ感性であれば、自由にやっていいのではないか。雑居する場合は制服を着せる必要がある。次に法規制はある程度つき合う必要があり、消防署は全体の中の割合が問題であり、少し位ならば不燃でなくてもいいのではないか。法の中の理解の仕方、解釈の仕方、もっと冒険できる可能性があるのではないか。すれすれのところが面白い街をつくっていいのではないか。
- Q. ファッションホテルのデザインで、女性が好む居室づくりについて教えて下さい。
- N. 女性も男性化しているので、はっきりした意図を出す方が良い。
- H. シティホテル感覚がいいのではないか。明かるい雰囲気、アスレチックジムがあって、そのものズバリではいやな感じがする。

文 神戸一生

JCD セミナーを終えて

フジエキスタイル設計デザイン室 原川公一

「正直言ってほっとしています。」

何かを創る時、それが店舗であれ、展示会であれ、様々なアイデアや考え方がひらめき、それを説明したり、説得したりする為には言葉がスムーズに出て来るのですが、それらが過去になった時、説明しても、きれいな事ではない様に思います。

何故、その考えが出て来るか、どうしてそうせざるをえなかったかは、忘れてしまっている事が多いようです。

単に出来上がったものについて、好き嫌いや、欠陥を指摘する事は易い事です。

こうすれば良かったにと……。だから私は、自分以外の人が設計された店舗について、コメントをするのは苦手です。

自分にはない新鮮なアイデアや計算されたディテールには共鳴します。

しかし、その事の本質を忘れて、ただ時間と予算処理している業務が多いのには残念に思います。

展示会であれば、主催者ではなく、そこに来られる人が驚き、感激される様な演出をする事が何よりも優先されるべきだと思うのですが、世の常としてお金を出す側のみに対しての説得や予算に対しての逃げ口上が仕事になっている事が多いように感じます。

デザイナーにとって、クライアントは施主であり、スポンサーであると思いがちですが視点は常にそれを利用するユーザーでないといけないと思います。

それが一番難しい事だというのは、自分でも苦労しているつもりでいるからわかっています。オーナーの趣味や意見を取り入れる事がどれだけ仕事を楽にするか、デザイナーの立場でポリシーと呼ばれるエゴを押しつける事がどれだけ自己満足につながるかもわかっています。

しかし、あえてセミナーでいくつかの例を上げて言いたかったのは、オーナーと意見が合わずケンカしてでも、ポリシーという小

な世界でなく、自分がユーザーとして、歓迎される空間を創る事が出来たら、それが本当のライフワークだと言えらると思います。

これもきれいな事だと思ひます。

現在も諸条件と予算で思い通りにプランが行かず苦労している状態です。時間と予算に流される方がずっと楽です。そうしようと思ひ時もあります。

流されない様に強い人間になりたいと思ひます。

この様な考え方で仕事をされる仲間が増え、その方向性で完成度を競う事が出来たら、自分たちがユーザーとして楽しい生活が出来ると思ひます。



JCDセミナーを終えて

野井成正デザイン事務所 野井成正
今回、JCDセミナーのご依頼をいただき、改めて、自分の作品をふり返り、時の流れを感じると共に、自分の表現方法の方向性を、再確認できる時間を持つことができました。あわただしく過ぎて行く現代の情報化社会において、商環境デザインも又、より情報化されやすい、スタイルとしての新奇さや、刺激的な自己表現の手段として取り上げられる傾向が、強くなっている様に感じられます。デザイン表現によって、生活に刺激と緊張を与え、より純粋性を高めて行こうとするのも、大変魅力のある表現方法の一つだとは思ひますが、自分の求めるところは、逆に、人間の生活や感覚を解放し、より柔軟性と自由度を、高めて行く方向にあると思ひます。自分のデザインエネルギーは、常に、ユーモ

アや意外性“からくり”などがあふれた空間創りにより、全く新しい驚きや、楽しさを感じてもらいたい、遊び心を分かち合いたいという、素朴な心の欲求から発しています。

あくまでも、一つ一つ手づくりで、作者の情感や鼓動が伝わってくる様な、大らかな柔らかい空間創りを目ざして行きたいと思ひます。

最近、デザインを目ざして頑張っている若者たちと接することが多いのですが、意欲に充ちた素直な感想や夢などを聞かせてもらうにつけ、この仕事の社会生活への影響力と責任感を感じ、新たな創作意欲をかきたてられておひます。

今回、より多くの若い方々と接し合える、作品と意見発表の場を与えていただき、感謝すると共に、今後の励みとさせていただきます。



重複商業環境と万国博覧会

大阪芸術大学教授

(株)白水社

太田眞昭



● 複合商業施設の変化

現代の複合商業施設及其の全体環境づくりは、「つかしん」を例のごとく地域開発にまで複合化が進み、実態は複合の集合化として構成されていることから、新たに「重複商業施設」というべきかもしれません。百貨店や量販店を核に開発されて来ましたが、S.S.Cは、物売りスペースや環境でなく、ものを含めて滞留型の暮らしのスペースを創り上げるためMDの構成から、今や、情報提供まで含めたサービス機能と、文化教養施設として様々な運営からその環境を創り組合わされて来ております。や、都心型、ターミナルの限られたスペース内に開発されたもの、郊外型のゆったりした環境など、生産工場の跡地、これから開発のターゲットで最も有望視されているのが、国鉄用地の利用、活用化です。副ターミナル化や、都心の遊休地として、又郊外の土地等、まとまったスペースを持ち、その計画が失敗すれば、後世に汚点を残すまでといえる時代に入ろうとしています。

● 外環境の見直し

このような重複商業施設で最も気をつけねばならないのは、一つ一つの施設の内部空間でなく、その複合施設同志の外の環境空間であります。滞留型であり一定の広さを持つ全体スペースでは人間の動行心理を計算して必要な連結施設、一方の流れでなく多方向へ

の流れを期待を持って進める視覚誘導装置や皮膚感覚で四季、自然、時間を感じる空間がクローズ環境気味の今日からは少しでも必要とされるものではないでしょうか？

● 万国博覧会の環境変化

私はこれを今日の博覧会演出で観ることができます。古くから技術や素材の近代開発と各国の競争意識とその開催する国の国威を示すために、1851年（嘉永十五年）第一回の万国博覧会がロンドンで開催されて以来、ヨーロッパを中心に延々と続き、我が国も明治時代に東京で計画されたものの日露戦争や重なる戦火のため延期から中止のやむなきに至っております。京都では第一回の勧業博覧会が開催されましたが、ローカル色の強いものが天王寺や他の都市で続々と開催されて参りました。しかし第2次世界大戦以後米国や日本もこの大型の万国博覧会が逐次開催されその展示目標も人的、社会的地球レベルのテーマが基本となり今日迄その精神が基礎となっています。私がモントリオールやそれ以降の万博の環境計画をみる限り日本万博、つくば博と比較して海外のものとのちがいを感じつつ今迄来ています。商環境の企画、設計にも、重複商業施設においては特に、外部のパビリオン同志のジョイントスペース即ちオープンスペースの施設環境のデザインがいかに大切かを認めざるを得ません。今ここに最も新しいカナダバンクーバーEXPO'86のスライドを見て一種、哲学を持つ展示環境と重複商業施設を、更に重ねてみたくなる今日です。我々はこれからもいろいろの空間を手がけることでしょうが増々複雑化する新しい要求に応ずるため、あえて別の万博環境と商環境を重ねてみたわけです。



趣味なし Hobby 人間

㈱商業計画研究所 神戸一生

私のホビー歴を紹介すると、中学時代「絵画」、高校時代「文芸」、大学時代「演劇」社会人「水泳」「スキー」「ゴルフ」「テニス」と言いたいところだが、水泳を除いてほとんど三日坊主に近い。絵画は油絵の道具を買って、「革命の男・カストロ」を一枚書いただけ、文芸は「太郎の花子の失恋物語」の短編が同人雑誌に掲載されただけ、演劇は機会に恵まれたせいか、フランスの国立劇場で主演を演じ（但しセリフなし）、スキーは初級コースを3回滑っただけ、ゴルフは3回コースを回り、ハーフ60を切れず、テニスは年一回の竹野キャンプ場でプレイするだけ。水泳だけは自由型百M1分4秒台を記録した高校時代から続けているが、最近では腹がじやまになってスピードが出せなくなった。

このところ、あなたのホビーはと聞かれて、返事に困っている状態が続いている。完全に仕事に侵略されてしまった感じがする。飽きっぽい性格と好気心が同居して、次から次へと新しい趣味をハシゴして来た私ですが、遂に仕事が面白くなったのか、仕事が趣味になったのか、よくワイフに「仕事が生きがいなんてつまらない男」と言われるようになってしまった。ワイフはと言うと「今日はテニスの日よ」「今日はゴルフの日よ」と、ルンルン気分でマイカーに乗って出かけて行く。

最近こり始めたHobby（本職以外の研究、運動、娯楽、収集等）は、「都市生態研究」

で、街の歴史を調べたり、地名のルーツを探ったり、タウンウォッチングをしたり、街のデザインをスライドに撮ったりしながら、街と対話している。先日も神戸市の歴史を紐解いていると、地名の由来は神から与えられた郷土を意味する神の封戸の神戸（かんべ）が訛って、こうべになったと言いつたことが分かり、私自身のルーツを追っかけているような錯覚を覚えた、小川明氏が「タウンウォッチング」という本を書いたから、この都市観察という遊び？がブームになり、私の手許に色んな案内状が届くようになった。「酒倉めぐり」「旧居留地の伝統的建築見て歩き」「船から神戸港再発見」「何故か今新開地の夜」等、毎週どこかで開催されている。先日もポートウォッチングに参加しましたが、多くの元、現神戸っ子と共に、旧居留地に残る伝統的な建物の姿に懐かしさと、歴史の重みを感じ、神戸を再発見した。

最近街づくりに熱中していると、どこ迄が遊びか、どこからが仕事か、けじめがつけられなくなってしまっている。一時は仕事の遊び化と遊びの仕事化が同時進行していると解釈していたが、冷静に考えてみると、これはほとんど病気ではないかと思うようになってきます。「私のホビーはゴルフ、テニス、釣です」と言える日が待ちどおしい。

素材の質が語る、
空間創造

イノベーション
INNOVATION+RENOVATION
プラスイノベーション

ABC商会は、いま、数々の商品でイノベーションを、
そしてまた増・改築、改装のシステムで
リノベーションを皆さまにご提案いたします。

ABC商会のショールームへどうぞ

アームストロング、ユーロセラム、コーラーをはじめ、世界の超一流品だけを一堂に集めたABC商会のショールーム。住宅・店舗・ビル・工場等の増・改装の前にぜひ……。

(株)

ABC 商
会

大阪北営業所

大阪南営業所

大阪市淀川区西中島四丁目2番9号

TEL 06(305)2727 〒532

大阪市東区京橋一丁目7番地 OMMビル8F

〒540 TEL 06(943)2831

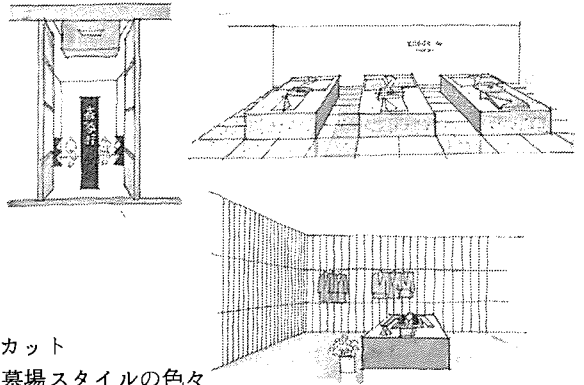
今、店舗は墓場スタイルか

大菅建築デザインルーム 大菅満義

ある新しく出来たS Cのファッション・フロアを歩いていて感じたことは、同じパターンの画一的なデザインの同じような店が並んでいて、材質もミカゲ石やテラゾーを多く使った店と、木材を使った店の二通りに大別出来るようである。店の型も大同小異、中央に台(墓場のような)があり周囲はタナ三段とハンガーだけ、業種は違っても同じ構成の店ばかりで、商品を入れ変えれば何屋でも使える。事実この前まで婦人ファッションの店であったのが、今度通った時はバック屋に変わっていた例もある。どの店も中央部にディスプレイの台がどんと設けられており、特に石貼りの台など私の目からは墓場に見える、その台上にコーディネートされて置かれた商品はまさしく故人の遺品といった感じで、花輪の一つでも供えればまさしくモダンな墓場である。その上色彩も黒、グレー、白とモノクロのトーンでまとめられており、より墓場的雰囲気をかもし出している。

暗く幽玄な、冷い厳肅な重たい空間が最も現在の商業空間のように思う、店舗にかぎらず建築に於ても同じ傾向であることは言うまでもない、有名建築家の手にあるものに重く暗く、厳肅な空間で、まるで納骨堂や葬祭場霊安室を連想させられる作品が多い、例へば白井是一の一連の作品や、磯崎新の筑波の第一ホテルのロビーなど黒とグレーのまるで納骨堂、黒川紀章の千里の国立民族学博物館など

黒ミカゲの円柱が並んだ葬祭場そのもの、その他コンクリート打放しの重く重しいトーチカを連想するような建築が多い。その反対に明るく軽快な華やかな空間は現在の傾向なのかあまりお目に掛からない、暗く重く重しいものに何か芸術性とか精神性とかで云われる傾向にあり、華やいだ軽快なものは何か軽く見られるように感じる、映画演劇に於ても同じようなことが云れると思う、暗く重たいせりふで押へた声で変に間のある演技に芸術性があるようである、絵画に於ても同様、芸術うんぬんと云われる世界に共通してこの傾向が根強く在存しているようである。店舗デザインにまでこう云った傾向が影響しているのではなかろうかと思う。もっと華麗な明るい店舗がもっと有っても良いと思うがこれには技術的にも感覚的にも非常にむづかしいものかと思っている今日このごろです。



カット
墓場スタイルの色々

OPT COMMUNICATION

光の新しい表現

光で遊ぶ、光を楽しむ。

多様化するインテリアスペースに新しい提案。

光のマテリアルを光学的にビジュアル化、

照明の可能性をより広げます。

2つの
ニュー
コン
セプト

METALIA.

新・装飾時代

輝きが街を彩る。

画期的なコーティング技術が

新しい建築素材を誕生させました。

シルバー・ゴールドタイプのメタリアタイル。

様々な可能性を都市空間に。



本社・〒577 大阪市衣摺5-18-1 TEL 06(727)3200代
大阪支店・〒540 大阪市東区内久宝寺町2-21 TEL 06(768)7011代

大阪料理 “のりたけ”

設計 (株)タカギスペースデザイン高城茂四郎

施工 タカギ店舗センター

大阪北新地、この近辺は、夜の繁華街で、全国的に知られ、そのメインストリートである新地本通のはぐ中央のビルの2階にこの店があります。大阪上六に大阪都ホテル店。アメリカにロスアンジェルス店がありこの店が新店です。旧本店は、やはり北新地、永楽町にあり、大阪料理専門店であった。

飽食の時代といわれる今日、情報、サービス、あるいは感覚や味覚は、私達の暮しの中で、より高度になり、新しい価値観を求めてお客様のニーズも非常に多様化してきてます。

この店は旧本店の約3倍、200㎡の広さがあり、まして2階というハンディーがあります。今までの大阪料理だけでは、多様化しているニーズにこたえることは複合化しかないのではと、オーナーと意見が一致した。

さて、将来にわたっては、しやぶしやぶと天婦羅が“おもしろい”との判断でコーナーを設けることにした。大阪料理としやぶしやぶは専門だが、天婦羅は、初めてのことで、市内の店舗を2～3観て廻ったが、やはり優れた店がない……？ さっそく、お上りさんの上京となった。赤坂プリンスホテルの“紀尾井・桐・橘”ホテルニューオータニの“堀川”六本木プリンスホテルの“江戸”池袋メトロポリタンホテル“むさし”とまる1日掛けて、天婦羅の梯子となった。さすがの大食の私も、



天婦羅と酒責めでは、まったくのグロッキー……？ “えらいこっちゃ”デザインする気になれへん”……もう天婦羅を見るのもイヤ……。と思っただけで家へ帰ったら、また天婦羅……××。

気を取りなおして、基本設計にかゝったが、又いろいろと面倒なことがあった。

“うちは伝統ある公家料理で、四条流庖丁道の極意を存分に味わっていたゞける店作りをお願いします”と条件をつけられた。

客筋が一流企業の重役や政治家、あるいは外国領事館の方々などが多いせいか。

“心が通い落ちついて接客が楽しめる店”をキャッチフレーズに取り組んだ。

- ①お客様どうしの目がさゝないように……。
 - ②防音装置を完璧に、話し声が聞こえないように……。
 - ③空調や給排気を通常の5割アップで……。
 - ④天婦羅コーナーの油の匂いが他の客室へもれないように……。
 - ⑤ビルの2階全フロアも利用してやりますので、3つの和食（大阪料理・しやぶしやぶ・天婦羅）で、入口ひとつ、内部で区別する。たゞし、厨房、パントリー、レジ、トイレは1つとする……。
 - ⑥きらびやかな中に、しっとりとした、木の香りでお迎え出来るように……とか？
- まったく骨のおれる注文が多かった。

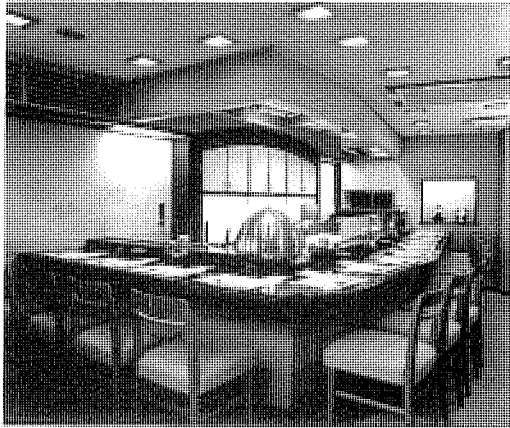
オーナーとの長い打合せの結果、リッチな気分でお食事の楽しめる店の移店・新装開店



となった。支店とのコーポレートアイデンティティをはかるため、バック棚、カウンター、テーブル等はカシュエ塗装とし、クロスはオリジナル別注クロス、床は黒御影とジュータン、又、お座敷は、ゆったりとした4室で宵待・夕霧・琥珀と名づけ、日本庭園を、眺めながらの大型の堀ごたつ式、円形テーブルとした。上座・下座をなくして、丸くコミュニケーションの出来るなごやかな雰囲気を作ったので、特に外人客がお気に入りのようです。

予約はコンピューターにより、お客様からレジ→厨房→客室→事務所と結ばれ、お客様の好みや材料・又価格など、まったくムダのないように制御されています。

なごやかな雰囲気の中で四季折々の大阪料理をぜひ御賞味いただきながらデザインの御批判があれば幸いです。



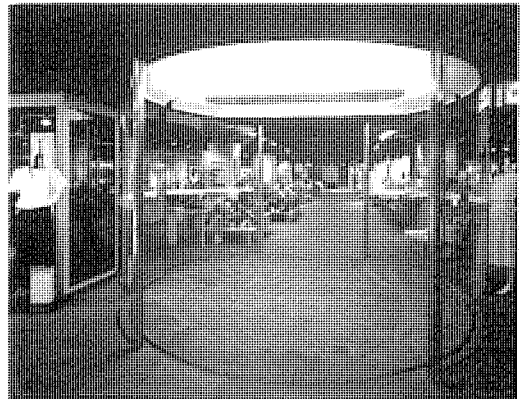
ブティック・ド・ニック

例ゼニヤ 金沢明彦

福岡の天神において、ミッシー、ミセスを中心にアダルトの熟成したマーケットにむけて、プレステージという、しっかりとしたストアロイヤリティーを持ち、インテリアからファッションまで、トータルに展開しているのが、ブティック・ド・ニックである。

今回、改装をしたのは、婦人のファッションゾーンで、商品構成は、プレタポルテ、オーダーサロン、バック、アクセサリ、化粧品、ビューティーラウンジと、多岐にわたっており、女性が美しく生きてゆきたいという願いを、トータルにとらえようとしている。

デザインは、気品と格調を大切にしながらアイボリーとブラウンを基調にして、200坪という空間の拡がりを生かし、モダンエレガントな、ギャラリー空間としてまとめてみた。



“夜型消費時代”と “郊外型紳士服店”

第一建設工業㈱ 高田博允

大型店、百貨店、等の営業時間延長が話題の昨今だが、元来“商店”は消費者ニーズに合わせた営業をモットーとして来たものである。

大店法によって大型店舗の閉店時間を規制し、夕方から夜間にかけての消費者群を既存商店街に残した。ところが現実には、商店街は夕方6時か7時に閉店し、消費者の生活を無視した営業をする様になった。その理由としては色々有るが、先ず販売員の減少と、売り手の都合による営業体質の改革で消費者の生活にフィットしたサービスを忘れた事に有る。

女性の社会進出増大による買物時間が夜へ移行した為でなく、売り手の努力が欠けた要因も大である。

夜型人間の増大による夜型マーケットの把握が今後の商売繁栄に寄与すると言える。そこで、あまり営業時間帯に束縛されない、郊外店舗が多くなってきている。

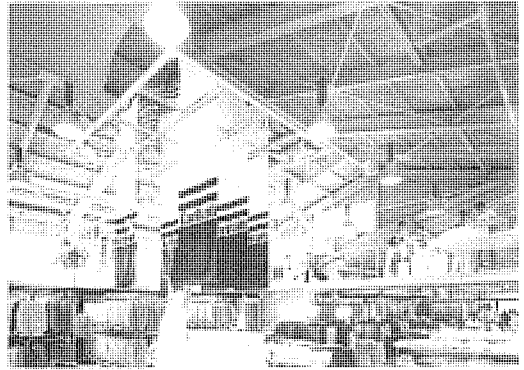
家族で郊外型店舗にショッピングや食事にかける消費者ニーズを的確に把握し、販促と適切なM・Dと消費生活にフィットした“商い”が重要視される。

今回、紹介する店舗は、関西での1号店として、和泉市葛の葉町に出店した郊外型メンズショップ“Danham”（ダンハム）である。当社の設計・施工で敷地約2,000㎡、延床約600㎡、駐車台数約40台のハウス型（外装パラペット式）建物である。

当店は、関東圏内で3店営業中で郊外型紳士服店としては、後発店舗だが、着実に売上を向上させている店である。

国道26号線に面した立地に在り、郊外型立地の店舗としては、かなりの競合である。かかる状況下では、十分なインパクトと商品の良さ及び駐車場へのスムーズな誘導が必要である。

そこで、現地周囲には、大きな建物もない為、快晴のブルーと曇天時のグレーに映える様に建物を白とし、サッシュは黒の半ツヤと



し、サインも業種をブルー、店名を赤とし明確な色調にした。

外部サインも“わかりやすさ”“目立ち”“安定型”から、白と赤のツートンとし、文字はブルーとした。

費用的には、ローコストタイプとし、外装も小波スレートに着色とし、内部空間も完全なロフトタイプである。夜間の営業及び販促の一貫としてネオンを配置し、ヤングカジュアル層にも容易にアピール出来る様にした。商品も、スーツを始めとし、ジャケット・スラックス・シャツ・タイ・フォーマル・ブレザー・アダルトジャケット・及びヤングトラッドと巾を広げ、レストスペースを設け家族ずれでも気軽に来店出来る構成とした。

夜型消費者をメインターゲットとし、現在10:00～20:00迄の営業時間帯で有るが、夜10:00～11:00迄営業したいのが本音である。

ともあれ、営業時間帯と郊外型店舗の出店とは相関関係が続いて行くと思われる。

私は「説得屋」でしょうか

ユーディタイムス(株) 山本市治

私の勤務する会社はユーディタイムス(株)という。先日、新任の銀行の支店長が挨拶に来た。じっくり担当者より話を聞かず、当社を理解せずに来社したのだろう。

「輪転機、印刷関係の機械がありませんね、工場は別にあるのですか」と云う。

御本人はタイムス(TIMS)と云うと、すぐにニューヨークタイムス等新聞屋を連想するのだろう。

この支店長に限らず、どこへ挨拶に行ってもこの様な話になる、その都度 当社は「up to date TIMESで略して、U. D. TIMESと云い、時代の先取り(新進気鋭の)と云う会社です。設計屋であり、先々の事を考えて設計をするためこの社名をつけたのです」と説明する。

私もこの社名が気に入っているし、社名通りに気鋭をもって、時代を先取りした仕事をしている積りである。3年位前から当社では、中小スーパー関連業界の仕事が多い。特に関西特有の市場からスーパーマーケットに変る、云わゆる活性化をする仕事である。

スッキリ生れ変わる喜びもあり、夢も叶えられるし、社名に恥じない、社名通りの設計をする様、ハリキッテスタートする。

ところがすぐに、いくつかの難関につきあたる。先づ個々の業種別各店主の説得である。話は、いくらかゝるから始まる、予算がない、安くしてほしい、話をしているうちに私の思っている夢の設計から遠ざかる。統一デザイン意識の低調さにあきれる、戸惑いの連続である。

悩み、説得し、或いは妥協した。

然し乍ら最近になって、京都でも、神戸にあるようなシャレタ店が出来始めて来た、と共に私の仕事にも社名に恥じない、夢が叶えられる事が多くなりつゝある。

個々の店主にもデザイン意識が目ざめて来たと思われる。

これからも何年先迄も説得屋をつづけて行かねばならないのだろうと思うが、時代の変遷と共に進歩と共に、私の仕事は「説得屋」が永久に続くものであると思う。

然し、確実に1人1人にデザイン意識の革新の波がおし寄せつゝある事は喜ばしい。

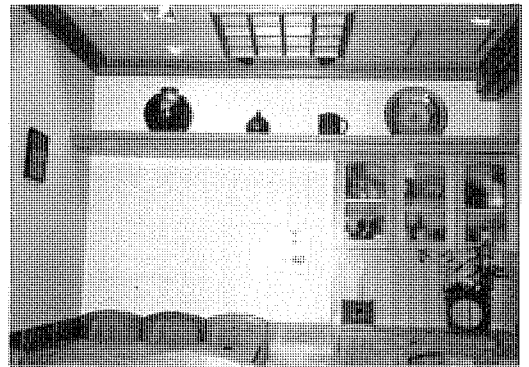


WHITY ウメダ・寿司うを佐

㈱平井生活デザイン研究室 平井 進
 梅田地下街が出来て約23年、初めての一斉改造に入り、テーマは「WHITYウメダ、その一店の「寿司うを佐」を担当した。うを佐はこの店の他に7店舗あり全店江戸前式になっている。寿司店といえば和風、しかし現代の地下街店舗規制では見えがかりの10%の木部も不可能になってきた。平版はケイカル板に単板貼りでも出隅見切、窓枠、柱角等ムク以外では考えられない部分が多く出てくる。木にこだわりすぎかも知れないが、まだまだ折衷の和のウエイトは60%程は残したいと思っている。それも2年もすれば逆転するだろう、現代でもスシBAR的なインテリアにならうとしているが、木抜き寿司店舗は伝統寿司店舗は伝統寿司から離れないとおもいきれない。「WHITY」を気にしながら壁・天井は白3分艶出し、木部は松生地仕上、カウンターはケヤキ120mmムク生地仕上、やはりこだわっている様だ。

10坪程の店舗で天井高、2,400では低い、天井内を整理しエアコンダクトを化粧梁内に仕込み2,700にした。アネモが無くなった変

りに防災設備に点検口で一パイ、それでも消防署からみれば照明器具も邪マらしい。おもしろい話だが埋込み露出蛍光灯を防水キャップに改良した迄はよかったがグロー球も防水にとクレームがつき、結局ゴムパッキンをした。



イタリアのデザイナー起用による 照明器具新製品発表

小泉産業(株)照明事業本部

小泉産業(株)では、イタリアのデザイナーとの提携による製品開発計画をかねてより進めて参りましたが、まもなく発売の運びとなりましたのでお知らせいたします。

シリーズ名は「SIMPATICA」(語源はイタリア語「SIMPATICO」=気どらない、親しみやすい)。単純明解なフォルムにヴィヴィッドなカラーを装った、文字どおりのイタリアンモダン。デザインスタジオは1966年開設以来、建築、インテリア、IDなど幅広い分野で世界的な活躍をしている「STUDIO DI DE PAS D'URBINO-LOMAZZI」で、ご覧の3名の共同経営によるものです。

studio di architettura e industrial design



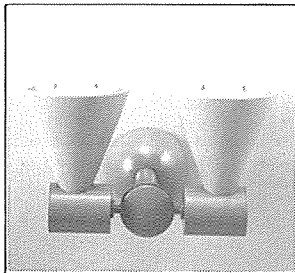
Jonathan De Pas



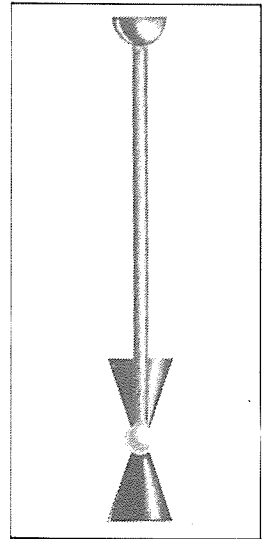
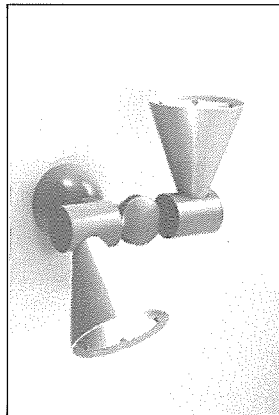
Donato D'Urbino



Paolo Lomazzi



ブラケットタイプ ▲▶



▲ シーリングタイプ

◀ スタンドタイプ



小泉産業株式会社

本社 〒541 大阪市東区備後町4丁目43 TEL 06-262-1751 / 照明事業本部 〒541 大阪市東区備後町3丁目長谷ビル3F TEL 06-262-0861
 近畿照明営業部 〒579 東大阪市宝町12-5 TEL 0729-82-1141 / 大阪 LCR 〒541 大阪市東区備後町3丁目長谷ビル3F TEL 06-264-0947

新春 1月24日(土)

大阪 MIDシアターに全員集合!!

JCD関西支部 特別委員会

現在 JCD本部と関西支部合同特別委員会で
計画中!

定例年度総会を大阪で開催、又同時に日本で
最初の専門家会議を国際レベルで開催いたし
ます。24日(土)の一日を有意義に又、会員相互
の新年頭初のコミュニケーションの場として
ご出席参加して下さい。

その1日のスケジュールは大要次の通りです。

- ① アジア三国スペースデザイン専門家会議
- ② (社)日本商環境家設計協会 年度総会 大阪
- ③ アトラクション 文楽上演
- ④ 懇親会

① 1987年 アジア3国スペースデザイン
専門家会議

開催要項

21世紀を実感する現在、国際社会に確実
な位置を占めるに至ったアジアの諸都市は、
さまざまな問題を抱えています。

われわれは、スペースデザインの専門家と
して、環境計画を通して市民の自由な生活
文化と産業情報の交流を促す責任を負うも
のですが、こうした共通の立場を話し合い
新らしい都市環境の理想をかかげて相互に
国際社会に対する団体アピールを強化して
いきたいと思ひます。

- 会議名 アジア都市環境会議'87—大阪
- 参加国 日本(JCD)
韓国(KOSID)
中華民国(台湾)(CSID)
- テーマ 都市活性の原点「商環境」
- 日時 1月24日(土) 午前10:30~13:10
- 会場 松下ツインタワー MIDシアター
大阪市東区城見2-1-61
- 日程 1) 主旨説明 挨拶 JCD理事長
2) 3国の現況レポート(3国各代表)
3) 3国からの提案 (" ")
4) 参加者意見提案 終了

② (社)日本商環境設計家協会 定期年度総会
午後 14:30~16:20

③ 文楽 上演

海外からの来会者等を含め日本情緒、浪
速カルチャーを、観賞していただく
午後 17:00~18:00

④ 3国会議来賓、参加者、会員及び賛助会員
も一同に会して年初めの懇親パーティー
午後 18:00~19:30

関西支部の会員は必ず全員参加してホスト
の立場でパワーを発揮して下さい。

以上詳細は、本部より各会員にご連絡申し上げ
ます。

JCD関西支部 特別委員会

畑 武司会員を偲ぶ

原田会員

畑会員が8月22日に逝去されました。
畑会員とは同じ職場での先輩で、仕事を通じ
職場を通じて学んだことは今も私の中に生き
つづけています。

顔の広かった先輩は、特に時間にきびしく
「約束の時間に遅れることは相手様の時間を
盗むことで、金を盗るより悪いことだ」の信
念を行動の原点として活動されてきました。

身体を動かして人に会うのが好きで、病床
に伏されて入院を繰り返しながら、ドクタースト
ップまでかけられながらも、生来の活動は休
止されることなく、永眠につかれたのです。
「先輩」いまは快よい音楽のきこえる蓮の台
でゆっくり身体をやすめて下さい。

合掌

委員会メッセージ

委員会だより

情報委員会 9月16日(木) 18:30～21:00 JCDルーム

出席者 太田、菅野、神戸、吉田

オブザーバー 大菅支部長

- 本部常任理事会報告
- 本部発刊機関誌「商環境」記事関西関係者リストアップ協議
- 会報「JCD-KANSI」第10号 編集企画協議

組織委員会 6月27日(金) 18:30～ JCDルーム

出席者 要、馬田、里吉、池島、南原、野井、岡

オブザーバー 大菅支部長

- ビヤパーティ
- JCD大阪総会
- 新入会員、賛助会員募集
- 組織委員会 柴田 グループ メンバー変動

8月2日(出) 19:00～20:30

レフトアローン(ビヤパーティ-後)

出席者 要、馬田、里吉、柴田、南原、白井

池島、野井、桜井、市川、猪多、岡

オブザーバー 吉川教授、大菅支部長

野井さん、石松さん、徳留

- 第3回 談話室&ビヤパーティ 反省会
- 62年度 総会の件

8月22日(金) 18:00～20:00 JCDルーム

出席者 要、馬田、里吉、池島、南原、岡、野井

オブザーバー 大菅支部長

- 常任理事会(7/21実施)報告
- ビヤパーティ(於8/2 TAZZHOUSE レフト・アローン)報告
- 関西支部 JCD事務局 移転の件
- 10月度 談話室の件 12月忘年会の件
- 62年度 総会の件

9月19日(金) 18:30～20:00 JCDルーム

出席者 池島、南原、白井

オブザーバー 大菅支部長

- 総会の件
- 忘年会の件

組織委員会 9月24日(木) 臨時 17:30～19:30

(木)総合デザイン企画

出席者 要、馬田、南原

オブザーバー 大菅支部長

- 総会について
- 三国会議について
- 忘年会について

10月24日(金) 18:30～20:30

(木)総合デザイン企画

出席者 要、池島、南原、野井

オブザーバー 大菅支部長

- 87 大阪定期総会
- 86 忘年会の件
- 86 関西商環境セミナーの件
- 合同会議開催及び11月度 組織委員会開催の件

合同委員会 10月14日(木) 18:30～ JCDルーム

出席者 赤松、山田、馬田、南原、池島、岡

竹内、太田(真) 猪多、要、大菅

- 総会について
- 三国会議について
- 関西商環境計画実践セミナー

11月7日(金) 18:30～ JCDルーム

出席者 要、里吉、池島、南原、白井、山田

赤松、野村、太田(真)、竹内

- 総会について
- セミナーについて
- 忘年会について

特別委員会 10月3日(金) 18:30～ JCDルーム

出席者 要、馬田、里吉、大菅、西脇、池島

赤松、太田(真)、南原、大田(貞)

- 総会について
- 三国会議について
- 関西商環境計画実践セミナーについて

White Black Natural

750-8 abord

KINOSHITA

株式会社キノシタ 本社ショールーム 大阪市浪速区日本橋4丁目9-22 TEL.06(644)5541#



— 編集後記 —

会員の皆様、毎号の御協力ありがとうございました。
本年最終号をお届けいたします。62年新年号より、より多くの会員の皆様に参画していただきたく存じますので、御希望の特集、取材等御意見を私ども情報委員会まで、お聞かせ下さいますようお願いいたします。62年度もまた皆様に良い年でありますよう お祈り申し上げます。 T,S



照 空 間 募 集

VMDライティング部門(物販)・テイストライティング部門(飲食サービス)

Nashop Lighting Contestは、'82年の第1回以来、ストアコンセプトあるいは建築デザインと照明手法との調和を最大の審査ポイントとしてきた、ユニークな試みです。本年も、店舗演出に占める照明の役割がますます大きくなるなかで、物販部門のVMDライティング部門、飲食部門のテイストライティング部門で実施いたします。皆様方の積極的な応募をよろしく願いたします。

〈主催〉
松下電工株式会社
社団法人
商業施設技術団体連合会・商業施設士会
〈協賛〉
日本経済新聞社ジャパンショップ運営委員会
財団法人 店舗システム協会
株式会社 商店建築社

審査員(予定)
濱家 浩(審査委員長)、石井 幹子、
内田 繁、北原 進、黒川 雅之、
武石 啓、八島 治久(50音順・敬称略)
〈主催者代表〉村上 末吉、大島 博

対象作品

昭和60年1月1日～昭和61年12月末日迄に完成し開店した店舗(新店、リニューアル店)いずれも可)

●店舗全体または1コーナー(ゾーン)いずれの応募も可。ただし各々1,000㎡以下。

応募資格

応募作品に責任ある立場で関与した商業施設士、店舗デザイナー、インテリアデザイナー、ディスプレイデザイナー、クライアントプランナー(法人またはチームも可)

応募方法

下記の資料をまとめてご送付ください。
■応募作品資料票(所定用紙)
■作品のカラースライドまたはカラーネガ3枚以上、5枚以内
■照明器具の配置図(平面、立面)を添付してください。間接照明手法の場合は、構造を示す図を添付してください。
■2作品以上のご応募の場合は、応募作品資料票をコピーしてご利用ください。

応募期限

昭和61年12月31日(当日消印有効)

審査基準

店舗設計の中で、照明設計のウエイトが高く、設計意図が充分に表現されているかを審査します。

入賞・賞金

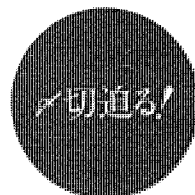
VMDライティング部門
▶ダイヤモンド賞……(副賞)100万円(1点)
▶ゴールド賞……(副賞)50万円(1点)
▶シルバー賞……(副賞)20万円(2点)
▶Nashop賞……(副賞)5万円(5点)

テイストライティング部門
▶ダイヤモンド賞……(副賞)100万円(1点)
▶ゴールド賞……(副賞)50万円(1点)
▶シルバー賞……(副賞)20万円(2点)
▶Nashop賞……(副賞)5万円(5点)

●奨励賞……(副賞)記念品(若干)
新技術、創造的な照明手法に挑戦された作品に対し、主催者より贈呈します。

発表

●「商店建築」「商業施設」……昭和62年4月号予定
「日経流通新聞」昭和62年3月下旬予定
●パネル展示及びスライド上映
「'87 JAPAN SHOP」会場……昭和62年3月20日～24日予定



'86(5th.) Nashop LIGHTING CONTEST

詳しい資料をご請求ください。——— 松下電工・電材事業本部・総合企画室「ライティングコンテスト係」(☎06-908-1131)(〒571)大阪府門真市門真1048