

毎月



19 MAGAZINE

19UNLIMITED PRESENTS

今月の表紙
皆に愛を、自分にもっと大きな愛を。
戦争のない平和で愛に溢れた世界になりますように。

IF YOU WANNA BE UNLIMITED, YOU SHOULD READ THIS !

19UNLIMITED

TEL 019-601-6619
FAX 019-601-6719
SITE 19unltd.co.jp

一級建築士 青木俊太郎の建築の知識が豊かになるコラム

旅と僕と名建築 !!



「藤田美術館」大阪府大阪市(2022年リニューアルオープン)

今回紹介する建物は大阪府大阪市にある「藤田美術館」。大成建設が設計施工し、2022年4月にリニューアルオープンしました。すぐ裏手には毛馬桜之宮公園があり、周辺環境と一体化させようとする意図を強く感じました。

外周部すべてがガラス張りで内部が見える仕様になっており、外と中の境界が曖昧なデザインです。それをより強調させているのがこの天井勾配。天井面が外に跳ねだすように勾配がついており、それに沿うように外の庇が伸びています。中から外を見た時に天井面が開放的に連続していくことで、ガラス壁の境界が曖昧な印象を受けました。

裏手の庭園も同じく勾配庇となっており、庇下から庭園を眺める上頭にある庇の存在をほとんど感じさせません。

あくまで主役は庭園であり、庇や構造体は極力来館者の印象から排除されるような設計者の意図を感じました。

内部の天井照明は必要最小限で、空調設備も床吹き出しにするなど、余計な装飾を排除し、シンプルにまとめられました。ホールから美術館へ入室する唯一の出入口には既存蔵の扉を再利用しています。白の漆喰で塗られた広い壁面に重厚感のある扉がいきなり現れるという、異質なコントラストが内部の展示品への期待感を演出していました。

旅のおしえ ~カーテンウォールの納め方~
別棟の茶室と本館の間にガラス張りがあります。天井から支える部材を金属材ではなくガラス2枚にする事で隙間から取り込む空を邪魔しないづくりとなっていました。

LIA HIYAMA

デザイナー トイレ研究家・日山莉愛のトイレデザインレポート



今回はトイレの内装デザインに着目し、HAY TOKYOの店舗内にあるトイレをご紹介します！

HAY TOKYOのトイレは見る箇所によってはまるで内装未完成の工事現場。トイレに繋がる通路の壁は塗装やクロス(壁紙)が施工されていない状態になっています。トイレ内は床からある程度の高さまで白いタイルが張られており、清潔感を残しつつもシンプルすぎずまとまったデザインになっています。スポットライトで部分的に照らされた通路を奥に進むとトイレがあるので、少し秘密基地に来たような感覚になりワクワクします。手書きで書いたようなビ

クトグラムも施工中の工事現場を思わせます。実際の工事現場に行くと寸法の数値などが目印として壁面に描かれているのですが、まさにその目印のようでした。HAYに並ぶ商品は個性的なものが多いので、トイレとHAYの世界観が一致していて少し奇抜でも違和感はありませんでした。

トイレは真っ白で清潔感のある壁仕上げが多く「シンプルが一番」と考えがちですが、トイレの中に入るのは一瞬です。常にそこに滞在するわけではないトイレだからこそ、少し奇抜なデザインやその建物・ショップのイメージを表現してもいいのではないか？

SHUNTARO AOKI

空間プランナー 柿澤志保が至極のインテリアを紹介するコラム

SHIHO KAKISAWA

わたしが選ぶインテリア

今月は『節分飾り』

伝統的な「格縫(ひいらぎいわし)」といふ飾り。平安時代から厄除けとして使われていたという記録があるそうです。



節分飾りは小正月と呼ばれる1月15日頃から節分まで飾るのが良いとされています。

今は柊籠を現代風にアレンジ。(写真右)フラワーショップで柊とラフィアの実、シルバーブルニアをプラスして、簡単だけどちょっと差がつく節分飾り。恒例となりがちな季節行事ですが、由来や意味を知ることで季節のインテリアをより深く楽しむことができます！ぜひ自宅でチャレンジしてみてください。

DAWEI LI

営業 李大偉がスムーズな建設プロジェクト方法を紹介するコラム

プロジェクトマネジメントのコツ

Vol.14 建築資材が高騰している理由1・2

1. ウッドショック&アイアンショック

新型コロナウイルスにより落ち込んだ経済を回復させるため、アメリカでは大規模な低金利政策が実施され建築ラッシュが始まりました。中国でもコロナ終息宣言により景気が回復傾向で、世界的に木材の需要が一気に高まり価格が高騰しています。鋼材も価格高騰が始まっています。

2. 国内需要の溜め込み

日本でも東京オリンピックなどの大型イベントの影響で建築資材が高騰。建設を計画している企業は資材高騰が落ち着いたタイミングで…と計画を伸ばしましたが、どこも考えていることは一緒。建設再開のタイミングが重なっている結果、現在も国内需要が高まっています。



「トップファクトリー」サイトはこちる▶

< ジュークの最新ニュースはこちら >

NEWS

シンコーメタリコン様 工場完成@滋賀



ジューク初！「人が集まる工場 オープンファクトリー」がついに完成しました。今年5月にはオープンイベントも開催予定。イベントプロデュースも弊社が担当、様子は社内報で紹介しますのでお楽しみに！

NEWS

2/7 藤沢工業様 地鎮祭出席@岐阜



2020年から携わらせて頂いている藤沢工業様の物流倉庫が年内完成を目指し、よいよ着工。岐阜市で行われた地鎮祭には市長、議員、地元銀行も出席。弊社も設計事務所を代表して、加藤と李が出席しました。

NEWS

2/7-9 経営支援EXPO出展@ビッグサイト



経営、経営企画向けの経営課題を解決する日本初の展示会「経営支援EXPO」に『見積Dr.』として初出展。ブースには多くの方にお立ち寄り頂きました。出展レポートは来月号の社内報で詳しく掲載&紹介します。

INFORMATIONS ●3/9・10 ペンチマーク視察団@埼玉・深谷 ●6/21-23 日本ものづくりワールド出展@東京ビックサイト ●今春 トップファクトリーサイトリニューアル

プランニングに役立つ
本と映画ご紹介

BOOK

北欧こじらせ日記
週末北欧部 chika (著)
2022年 世界文化社

加藤邸のデザインテーマに合わせて北欧の本を紹介。北欧好きをこじらせた会社員が、北欧の魅力にとりつかれ通うこと12年。見つけた夢はフィンランドで寿司職人になること。移住のために会社員生活のかたわら寿司職人の修業を開始。SNSからバズり、出版＆ドラマ化した流れは北欧に興味がない人にもビジネスの学びあり！

MOVIE

かもめ食堂
2006年 日本

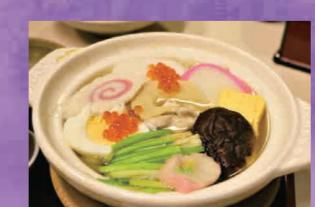
劇中に登場する雑貨やインテリア、ライフスタイルに注目を集め、公開から15年以上経った今でも根強い人気を誇る本作。フィンランドでおにぎりメインの食堂をオープンさせたサチ。始めは閑古鳥の鳴いていた店だが、次第に日本かぶれの青年や気ままな旅を続ける日本人女性など色々な人が集い始めるストーリー。

私が紹介したいオススメの一品

蕎麦屋「橋本屋 本店」@岩手県盛岡市

中村幸枝

1618年創業の(400年!)盛岡の老舗・橋本屋本店さんの「鍋焼きうどん」を紹介。毎年12月頃から食材が揃い次第始まります。なんといってもお出汁が優しく、最後の一滴まで頂いてしまいます！



鍋の具材は鶏肉、しいたけ、かまぼこ、筍など、ゆで卵、せり、きのこ、きのこなど、具材が豊富で、ビジュアルも美しい。食後は幸せな気分に。

71名来場！自邸とパーソナルプランディング



祖父母との思い出が蘇るダイニングテーブルを中心のリビング

2020年10月末にジュークが入居するマンションで火災が発生。全国ニュースになる程の大規模な火災でした。当時、同マンションの6階に住んでいた代表加藤も被災。これをきっかけに、兼ねてより計画していた自邸作りに乗り出しました。

自邸にも軸を持つ

計画地は祖父母宅跡地。幼い頃から隣に住んでいたこともあり、祖父母への愛着が深い加藤。そこで自邸の軸に据えたのは「祖父母の記憶」。祖父母宅の家具を大切に残していくので、それを使おうと決めました。中庭を向く大きなダイニングテーブルによく並んでいた祖父母。中庭から祖父母に手を振り、話しかけてコミュニケーションをとっていた記憶を思い出し、同じレイアウトで家の中心にダイニングを設けました。

プランディングを家づくりに活かす

中小企業のプランディングで大切なのは「差別化」です。何が得意か？をハッキリさせることで発信力が強まり、磨かれています。設計は北欧デザインの専門家、施工は木造の専門

家、照明は北欧の灯りコーディネーターと専門家達に依頼。加藤は見学会のアートディレクションとイベントプロデュースを担当しました。

デザインテーマは 加藤が好きな「北欧」

室内、イベントは徹底的に北欧にこだわりました。譲り受けた家具以外に購入した家具は全て北欧デザイナーのもの。飾り付けで使用した小物も北欧雑貨、招待状には北欧に行った際に撮影してきたデンマークの街並みの写真を使用。来場プレゼントには北欧菓子、北欧雑貨を準備。もちろん当日の服装も北欧ブランドのマリメッコを着用しました。

昨今の住宅見学会としてはかなりの人数を集められたと思います。

準備の裏では注文した北欧ブランドのデスクが間に合わないというトラブルが発生。配送センターに朝取りに行きなんとか間に合いましたが「このデスクがないと完成しない！」という設計士の専門家らしいこだわりと執念を感じました。プランディングでは詰めの10%が大切。諦めず徹底した世界観をつくり込む姿を見て、彼女が北欧専門家である所以がわかりました。

パーソナルプランディング

自邸というプライベートな話題でしたが、プランディングに携わる人ならば個人のプランディングもね、という思いを込めて今月号のトップ記事に取り上げました。どんな家に住んでいるのか？もプランディングの一つ。企業に置き換えると「どんなオフィスですか？」と同じです。プランディングの原理は企業も個人も一緒。軸を持ちテーマをハッキリ決めることで発信力は高まり、自ずとやるべきことは集約されていきます。

イベント力を活かし 71名のゲストが来場！

ジュークではプランディング指導の一環でイベント、展示会のプロデュースをしています。販促、おもてなし、配布物、プレゼント、営業活動など普段クライアントさんにお伝えしていることを見学会では踏襲。3日間で述べ71名の方にご来場頂きました。中にはわざわざ東京からいらしてくれた方も！



No.14 藤沢工業 関市物流センター 新築プロジェクト@岐阜

2年以上を費やしたプロジェクト!
各拠点に分散した倉庫・工場を集約!

ON-GOING PROJECTS

進行中プロジェクトをチラ見せ



岐阜市に本社、関市に新倉庫を建設する
オフィス家具総合メーカー「藤沢工業」

地鎮祭を行えるまでに2年以上

2/7に藤沢工業株式会社様関
市物流センター新築工事の地鎮
祭を行いました。ここまで来る
のには2年以上かかりました。

見つけた候補地はなんと山！
「土地の用途変更」「開発申請」「
造成工事」などクリアしなければ
ならない項目がまさに「山」のよう
にありました。山を掘削して谷を埋め、
土地をつくる所からのスタート。
倉庫1棟、工場3棟、合わせて延床
1.6万m²弱の計画で、各拠点に分散
した工場や倉庫などを1カ所に集約し、
生産効率を高めることが目的でした。

建設会社の業者選定

お施主様のご要望は建設会社
数社から見積りを徴収し、安い
会社に依頼すること。事業予算
にフィックスさせるため、概算
見積の段階で建設会社の業者選
定、実施設計のタイミングで3社
で協議しながら知恵を出し合い
仕様を決めました。その結果、当
初から頂いてた予算にランディン

グさせることができました。

2億円のコストダウン

収納量を変えずに全体の鉄骨
量を減らし、効率的にコストダ
ウンに成功。移動ラックを4段
積みから3段に変更し、建物の
高さを下げ、横幅を拡張しま
した。スプリンクラーはやめ、防火
区画を設置するなどVE案も合
わせ、工事費14億円から12億
円に下げることができました。

弊社は設計だけでなく「プロ
ジェクトドライバー」として予
算管理、スケジュール管理、各業
者間の調整、建設委員会のファ
シリテート等も担当しています。

いよいよ着工ですが、スム
ーズに行かないことも出てくる
かもしれません。しかし、お施主様
から絶大な信頼を頂いているの
で、その信頼を裏切ることなく、
関わるすべての方が一丸となっ
て素敵な建物を完成させたいで
す。今年の年末の完成が待ち遠
しいです！

No.14 加藤の社長ブログ

Design Executive Officer

DEO NOTE



インハウス部門の作り方を実体験からお話しします

インハウスデザイン部門の作り方【後半】

実録！地方建設会社のインハウスデザイン部門の作り方後編です。2人→1人→2人となり、いよいよあっという間にここから4人体制になります。

入社して5年が過ぎた頃、後輩デザイナーが入社し、しばらくは2人体制で活動していました。会社の売上も好調でプランディングを取り入れたのもこの辺り。北欧デザインのマンションリノベーションブランドを自社で立ち上げ、取材として海外出張にも行きました。

そして2人目が入社後さらに5年ほど経ち、もう1人増やそうと思う、と社長から打診がありました。この頃はデザイン業務の傍、広告代理店、印刷会社との窓口もしており、会社全体の広告費は私が見ていました。会社の営業会議、経営会議にも出席するようになっていました。会社全体のPR、住宅、リフォーム、建築営業、不動産。各部門の販促情報を集中管理することでボリュームディスカウントの交渉をしたり、効果的なPR情報は外部から私に集まるようになっていました。

バディからチームへ

2人体制となりデザイン業を分担できるようになつたことで、私は外交役にまで手が回るようになっていました。3人体制になるメリットは、

- ・さらにいろんなことができるようになる
- ・人に教えることで後輩も成長のチャンス

と思い、いいですね！と返事をしました。
が、2人時代はバディとしてなんでも2人でやっていましたが、3人だとチームです。どう仕事や経験の場を振り分けるか、を考えるように。この頃はもう私も入社10年だったのでそれなりの立場を、「単独部署にするから室長やったら？」と社長から提案を頂きました。そして、会社創設以来初のデザイン・プランディング・マーケティング専門部署「コーポレートプランニング室の室長」となりました。

(気になる記事の続きを読むは下記QRコードから！) ↓

note

上記ブログ続きを読んでもQRコードから
noteで読みます →→→

