

19MAGAZINE

19UNLIMITED PRESENTS

Please read on!

<今月の表紙>
七夕にどんなお願いをしましたか？
皆の願いや努力が叶いますように。

IF YOU WANNA BE UNLIMITED, YOU SHOULD READ THIS!

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



SHUNTARO AOKI

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



「HAKKOパーク」広島県尾道市(2018年オープン)



3枚の屋根が織る外観



無料で見学できる案内

今回紹介する建物は広島県尾道市にある「HAKKOパーク」。万田発酵株式会社の発酵文化を発信しています。パーク内のHAKKOゲートが建物の名称で、山と海に近い因島の雰囲気や溶け込みつもはつきりとした存在感がありました。

屋根を小さくずらし、山の斜面に沿って伸びていく形状が山肌を表現しているようでもあり、折り重なった屋根が海の波のようにも感じられるおもしろさがありました。ファサードに変化をつけて立体感を出している建物は多々ありますが「正面に海」「背景に山」という島ならではの立地を賢沢に表現しています。

一方で構造的にはシンプルで、3枚の屋根をずらしながら重ねて配置しているだけです。意匠的な表現をしつつ、シンプルな構造体は理想的な形でした。

企業が工場見学を行う理由の1つは、会社の歴史や技術を知ってもらうことでファンをつくること。そして、製品に愛着をもって継続的なお客様になってもらうことです。万田発酵の製品は健康食品で高級品のため、ご年配の方が多い中、子どもたちも楽しめるようなランドスケープデザインにすることで家族連れでHAKKOパークを訪れる様子が思い浮かびます。風土に溶け込んだ建物でありながらもビジネスにも深くつながる名建築だと感じました。

旅のおしえ ～HAKKOファクトリー～

工場見学のファンづくりの仕掛けとして「ワッ」と驚かせるような演出が、自然や建物だけでなく、工場見学自体もおもしろいので、お近くに行った際はぜひ！

TOMOKI YOSHIMAMA

プロジェクトマネージャー 吉浜知輝がサウナの魅力を熱く伝えるレポート

全国ととのい行脚



今回は「サウナ&ホテルまるまる池袋」今月は「サウナ&ホテルまるまる池袋」2020年から2年連続「サウナシュラン」にノミネートされたサウナ界のディズニランド！関東最大級のサウナ施設です。今回ご紹介するのは「かるまる池袋」。3階構成の大浴場には、4種のサウナと4種の水風呂、様々なととのい椅子が外気浴スペースに設置されています。衝撃の超低温水風呂「サンダートルネード」はシングル温度(水温が9℃以下)で、ほとんどの施設で見られる16～20℃の水風呂とは段違いです。2時間おきに開催される「アフグース(ロウリュで立ち上っ

た蒸気をタオルなどであおぐパフォーマンス)」は参加するために抽選が行われるほどの人気。参加する回によってアロマの香りや音楽、パフォーマンスにも違いがあり、とても楽しいです。何度もこちらを利用してありますが、ドライヤーはすべてダイソン、アメニティ完備、スタッフさんのすばらしい対応に、毎回満足度が高いです。それでは「ナイスサウナ！」

DAWEI LI

プロジェクトマネージャー 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.19 倉庫や工場の熱対策方法について

今月号から「倉庫や工場の熱対策方法、断熱・遮熱の違いとは？」をご説明していきます。作業環境改善や光熱費削減を目的として、工場や倉庫でも断熱対策や遮熱対策が取り入れられています。全国各地でモノづくり関連の展示会が開催されていますが、中でも断熱・遮熱に関連する商品が多く出展されています。「断熱」と「遮熱」は言葉

も似ています、なんとなく同じような意味で使っている方も多いと思いますが、明確に意味の違い、断熱対策と遮熱対策では得られる効果も異なります。それぞれの違いや効果をきちんと理解した上で、適切な対策を取ることが大切です。「-10℃」などの言葉だけに惹かれられないよう、今回は「断熱」と「遮熱」の違いをご説明します。



「トップファクトリー」サイトはこちら

LIA HIYAMA

空間プランナー トイレ研究者・日山莉愛のトイレデザインレポート

トイレデザイン日記



ディスプレイラックの間にあるトイレ入口



グリーンが映えるカフェ



大きな開口部が特徴の外観

今回ご紹介するのは大阪・堀江「BIOTOP OSAKA」の中にあるトイレです。建物は廃墟ビルをリノベーションしており、外に繋がる大きな開口部が特徴的です。館内だけでなく外にもインテリアを設置しており、背が高めの数々の植物が目に入ります。中の要素を外へ、外の要素を中へ、街と建物の境界が曖昧になっています。館内はセレクトショップ、カフェ、ポタニカルショップなど複数の店舗が入っていますが、大きな壁や通路で空間を区切ることはあえてせず、可動できる間仕切りを設けて、それぞれの店舗に繋がりを持たせていました。トイレも同じく境界が曖昧、セレクト

ショップの服がディスプレイされている棚の間(1)にトイレの入口があったのですが、壁と入口ドアの色を合わせて扉の存在感をなくしていたため、ディスプレイに溶け込んでいました。扉にはトイレのサインもないので、正直探すのが苦しかったです。空間の雰囲気を壊さずにデザインされているなど感じました。BIOTOPを訪れた時、街からポタニカルショップへ、セレクトショップへ、カフェへ、入口や境界を意識せずに自然と次々に中へ足を運んでいたのを覚えています。境界を曖昧にすることで、偶発的に館内を1周してしまうような、おもしろいつくりの建物でした。

BIOTOP OSAKA 大阪府大阪市西区南堀江1丁目16-1 JP 550-0015 メプロ16 番館 1F 営業時間/11:00~19:00

建築家・谷尻誠率いる「SUPPOSE DESIGN OFFICE」がインテリアデザインを手がけた商業施設。大阪・堀江の街角にあり、グリーンと無機質な外壁が特徴的な建物です。



Follow Me / トイレ研究者・日山莉愛 Instagramはこちら!



AYANA MORI

グラフィックデザイナー 森居綾那のリアルタイム子育て絵日記

おかーさんにっき



これ!! おすすめ

私が紹介したいオススメの一品

「らーめん め組」@山形県山形市



山形市のラーメン消費量は日本一! 中でも絶品なのが「め組」の味噌ラーメン。うまみ成分が凝縮したスープに中太ちぢれ麺が絡む1杯。これを食べるためだけに山形に行ってしまう程の旨さです。

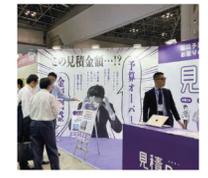


店舗情報: 山形県山形市桜田東4丁目3-13(蔵王駅から2,472m)

< ジュークの最新ニュースはこちら >

NEWS

日本ものづくりワールド出展@東京
6/22-23に東京ビッグサイトで展示会に出展しました。会場はコロナ前に戻ったような熱気と来場客の多さ! 建設費コストダウンサービス「見積Dr.」として多くのお客様と情報交換をすることができました。



NEWS

会長・望月スペイン巡礼無事に達成!
パケットリストの1つ「サンティアゴ・デ・コンポステーラの巡礼路」に5月頭から挑戦していた望月が無事800km以上を歩き切り、7/3に帰国。体重は7kg落ち、シュツとした精悍な面持ちで業務に復帰します。



NEWS

空間デザイナーインターン受け入れ
6/26-29に社会人インターンを受け入れました。建設業は初めて挑戦することと、これからの進路を決める参考になるよう、オフィスプランを考える課題を中心に4日間ジュークで過ごしてもらいました。



インタビュー記事はこちら

INFORMATIONS ●7/27 ベンチマーク視察団@京都 ●8-9月 スタッフ 李、中国一時帰国(実に5年ぶり!) ●10/26-27 ベンチマーク視察団@広島

ブランディングに役立つ本と映画ご紹介

ジュークおすすめ! BOOK

センスは知識からはじまる
水野学(著)
2014年 朝日新聞出版



「くまモン」のアートディレクションなどで有名な日本を代表するデザイナー水野学。センスは生まれついたものではなく、あらゆる分野の知識を蓄積することで向上することを解いた本。ブランディング、設計、デザインをする際、企業のこと・経営者の想いなどを徹底的に調べプランやデザインの核とするジュークの姿勢と同じ!

ジュークおすすめ! MOVIE

青天を衝け
2021年 大河ドラマ
脚本: 大森 美香
出演: 吉沢 亮 ほか



新1万円札の顔、日本資本主義の父といえ、19CLUB ベンチマーク視察団で訪問した深谷が生んだスーパースター・渋沢栄一。幕末から明治を駆け抜けた生涯をNHKオンデマンドで一気見できます。幕末は好きだけど、近代史はどうも苦手...という方も、2024年前半からの新1万円札導入を前に予習をおすすめします!

ベンチマーク視察団 ブランディング体感@深谷



ベンチマーク視察団メンバーでプロギング(ゴミ拾い+ジョギング) @ 深谷駅前

仲間と一緒に ブランディング精度を上げる

6/2・3に埼玉県深谷市でベンチマーク視察団ツアーを開催しました。日々ブランディングを学んでいる19CLUBメンバーを対象に、企業や街からブランディングを学ぶ課外授業を企画しています。参加者同士の交流から刺激を得るだけでなく、他社を知ることで自社の強みを再発見したり、ブランディング推進のお悩み解決にもつながってもらっています。1泊2日のツアーはメンバー同士で話す機会をたっぷりと設け、ブランディングの精度を上げることを目的としています。「今後はうちに遊びにきてください」「個別に相談したいですか」など、その後仲良く交流を続けているメンバーも多数います。エリアを超えて、切磋琢磨し合える関係をつくれるのも19CLUBの良さです。

目新しさにチャンスあり

今回の目玉は、ブランディング+健康経営+環境+地域交流という最強の取り組み「プロギングを体験しよう」です。ゴミ拾い(PlockaUpp)とジョギング(Jogging)を合わせた「プロギング」はスウェーデン発の新しい

フィットネス。日本でも60を超える団体がプロギングを全国で主催しています(ジュークがある東北はわずかに2団体と少なく残念)。長年ブランディングに取り組んでいる古郡グループ(建設業)がホスト企業となり、参加者にプロギングを体験させてくれました。最初はブランディングチームだけで始めたプロギングも、1年足らずで100名を超える規模に拡大。今では社員とその家族に留まらず、埼玉県、地元企業、協力会社も参加する大きなイベントに発展しています。まだまだ日本では認知度が低いプロギング。だからこそブランディングのチャンスがあります。

地域を知るのもブランディング

ツアーでは企業訪問だけでなく、名物を食べ、観光地にも行きます。人が集まる会社を目指すブランディング。同じく人が集まる場所には何かしらのヒントがあります。何気なく過ごしているは見逃してしまうポイント。加藤が徹底解説し、体感してもらっています。今回は行列ができる人気店の熊谷うどん、日本最大級のアウトレット、利用客が多い道の駅、宿泊はサウナが人気のおふるcaféと、たくさんのスポットを巡りました。ブランディ

ングを推進するとその取り組みを知ろうと多くの人が視察に訪れます。県外のゲストには名物や観光スポットをお伝えし、土地のファンにもなってもらう。ブランディングは地域貢献にもつながります。地元のことは案外知らないもので、これを機に「おもてなし目線」で地元を見直す機会にもなりました。

今回は10月広島・尾道ツアー

昨年也好評だった広島・尾道ツアー！今年は10/26・27に開催。今回は参加者だった東洋商事さんをメインに視察を行います。公園をテーマにしたオフィス「tpark」が完成したのが今年3月末。約半年を経てどのような変化が起きたのか、共有して頂きます。そして尾道へ。同じ街を訪れるメリットは「変化」です。アフターコロナでどのように街、お店が変化しましたか？初めての方もブランド力が高い街なのでインパクトにオススメです。ぜひ、お楽しみに！



昨年の広島・尾道ツアー



自社ジムでミーティング @ 古郡建設



ランチで映える撮り方講座



農業収穫体験@深谷テラス

株式会社五日市塗装工業
ブランディングプロジェクト@岩手
事業チャレンジを支える基礎を盤石に！
コーポレートブランディングスタート

ON-GOING PROJECTS

進行中プロジェクトをチラ見せ

No.19



2023年1月ブランディングキックオフセミナー



ブランディング視察@信幸プロテック

屋根・壁の塗装から住宅リフォームまで行う
「株式会社五日市塗装工業」

今月号は2022年から動いている新しいブランディングプロジェクトをご紹介します。地域密着型で塗装工事をメインに営んでいる五日市塗装工業様は、創業昭和29年の老舗です。ここ数年はリフォーム事業も拡大しており、これからの成長部門として育てていく過程で「塗装業だけ」というイメージ脱却を図るブランド構築に取り組んでいます。

専務(30代)を中心に、これから担う同世代のスタッフさんに現状、課題、目指すことをヒアリング。方向性は大きく2つです。①会社のイメージを一新するコーポレートブランディングから着手するか②リフォーム事業拡大のためのサービスブランディングから着手するか。ブランディングを始める前に、その判断材料&市場調査として建材・リフォームの展示会(@東京ビックサイト)に加藤と共に遠征。展示会後はそのままカフェでブランディングの方向性を話

し合いました。事前にチーム内でどこから着手すべきかを検討頂いていたこともあり、まずは意識改革、社風のアップデート、研修制度の整備など、事業チャレンジを下支える基礎を盤石にすることから着手することに。

2023年1月のキックオフで加藤によるブランディング社内セミナーを開催。若いブランディングチームだけでなく、会長、社長、関係スタッフにも「これから始めるブランディングとは一体何なのか?」を知って頂く機会を設けました。ブランディングを初めて取り入れる組織は誰も正解を体感していない状態。だからこそチームだけでなく会社全体でスタートラインに立つべきです。現在、全6回の軸づくりワークを終え、コーポレートカラー「青・白」、スローガン「さあ！楽しもう」、世界観「水族館」が決まりました。これからのブランディング進捗やアウトプットをお楽しみに！

No.19 加藤の社長ブログ

Design Executive Officer

DEO NOTE

センスは知識からはじまる
www.amazon.co.jp

1,493円 (2023年07月13日 07:22時点 詳しくはこちら)

Amazon.co.jpで購入する



おすすめ本「センスは知識からはじまる」

仕事(ブランディング・デザイン)柄「そうそう！」と激しく納得するポイントが多すぎる本があったので紹介します。友人から教えてもらい読み、最近ではオーディブルでも2回ほど繰り返して聞いています。

プレゼンではなく研究発表

私は、デザインは情報整理技術だと思っています。いかに情報を集められるかがまずはデザインの第一歩。一般的にイメージされる「デザインを考えてレイアウトする」というのは末端の作業であり、多くの時間と労力を注ぎ込むのはこの情報を集め、整理する過程です。水野さんもまずは相手のことや、事業の背景、歴史など徹底的に調べることから始めるそうです。歴史は沿革だけでなく、事業そのものの始まりや土地の歴史にまで遡ることもあるそう。そして、デザインの提案のことはプレゼンではなく研究発表と考えるそうです。調べ尽くして、この口ゴロしかない、このデザインしかない、という答え、そこに辿り着いた過程を解説。つまり何個も出さない、1つのデザインしか出さないというか、出せない。そこまで徹底解説されるとデザイン提案に納得しか生まれないうわけで、そこで初めてデザインがわかりません、センスないので…という方でも「このデザインが良い」と判断できるそうです。

良し悪しの判断は知識から

デザインの判断のためには、前提条件や背景をしっかり読み解く能力が必要。そのために必要なのは「知識」である、というのを納得できる一冊です。

(気になる記事の続きは下記QRコードから！)

note

上記ブログ続きは右記QRコードから
noteで読めます →→→

