



Shuntaro Aoki 一級建築士・青木俊太郎の建築の知識が豊かなコラム

旅と僕と名建築

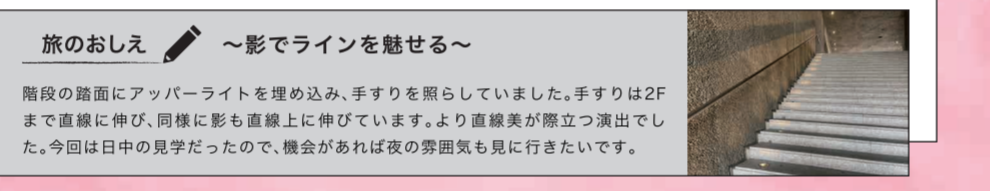
神戸ポートミュージアム
@兵庫県神戸市



今回紹介する建物は兵庫県神戸市にある「神戸ポートミュージアム」。設計・施工は大成建設株式会社です。神戸の土地の成り立ちに倣い、六甲山や瀬戸内海から採れる粗骨材(コンクリートに使われる骨材)を外壁にあしらっています。地層が隆起したような外観はこの土地のストーリーを表現しています。自然界に存在するものには水平や直角といった形状は存在せず、様々な形の組み合わせから成り立っていることを外観デザインから再認識させられました。

さらにそれを感じたのが窓の形状です。一般的に流通している窓は直角で四角形ですが、この建物の外周にはそれが1つもありません。どこにこだわりを持たせるのかは費用対効果が大きく影響してきます。建築コストを懸念して初期投資を抑えて四角い窓にしてしまった場合、ここまでインパクトのある建物にはなっていないはず。単純に安ければ良いという考えではなく、デザインの効果を見通しながら総合的な設計をしていきたいと感じました。

1階フロアはアメリカンデザイナーのような雰囲気、ハイテーブル席、ソファ席、テラス席、カウンター席など多様に楽しめるように什器選定されていました。様々な人たちがいる中で、落ち着いた空間をつくるにはある程度選択の余地を残してあげることが重要だと感じます。学ぶことが非常に多い、まさに名建築でした。

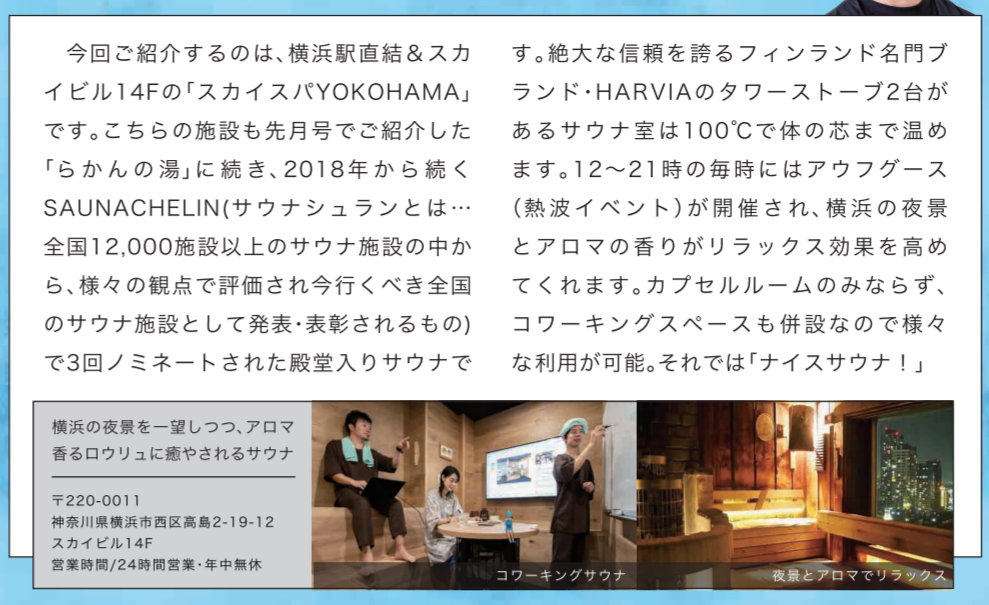


旅のおしえ ～影でラインを魅せる～
階段の踏面にアッパーライトを埋め込み、手すりを照らしていました。手すりは2Fまで直線に伸び、同様に影も直線上に伸びています。より直線美が際立つ演出でした。今回は日中の見学だったので、機会があれば夜の雰囲気も見に行きたいです。

Tomoki Voshihama プロジェクトマネージャー・吉浜知輝のサウナ日記

全国ととのい行脚

スカイスパ YOKOHAMA
@神奈川県横浜市



今回ご紹介するのは、横浜駅直結&スカイビル14Fの「スカイスパYOKOHAMA」です。こちらの施設も先月号でご紹介した「らかんの湯」に続き、2018年から続くSAUNACHELIN(サウナシュランとは…全国12,000施設以上のサウナ施設の中から、様々の観点で評価され今行くべき全国のサウナ施設として発表・表彰されるもの)で3回ノミネートされた殿堂入りサウナです。

絶対な信頼を誇るフィンランド名門ブランド・HARVIAのタワーストープ2台があるサウナ室は100℃で体の芯まで温めます。12～21時の毎時にはアフグース(熱波イベント)が開催され、横浜の夜景とアロマの香りがリラックス効果を高めてくれます。カプセルルームのみならず、コワーキングスペースも併設なので様々な利用が可能。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

プロジェクトマネジメントのコツ

Vol.28 倉庫や工場で太陽光発電を行うメリット

倉庫や工場で太陽光発電を行う大きなメリットは、やはり電気代を削減できる点です。倉庫や工場ではたくさんの機械や設備を常時稼働させているので、消費電力が大きい。太陽光発電を導入すれば自家発電した電力を使えるので、電力会社から購入する電気代を節約することができます。

台風や地震などで停電になった場合も、太陽が出ていると太陽光発電で作った電力を使えるので、通常通りに倉庫や工場を稼働することができます。蓄電池で電気を貯めておけば、太陽が出ていない時間帯も電気の使用が可能です。災害時の被災地に「非常電源」として開放して、地域貢献に取り組んでいる企業もあります。

太陽光発電は屋根の上にパネルを敷き詰めるので、パネルが屋根への直射日光を防ぎ、熱や暑さが室内に伝わるのを防いでくれます。夏季の空調コストを下げる効果も期待できるでしょう。



「トップファクトリー」サイトはこちら

Ayana Morii グラフィックデザイナー・森居綾那のリアル子育て絵日記

おかーさんえにっき



5歳ってもっと大人だぞ
1 思ってた5年前
2 ぼつぼつお腹も幼児見惑
3 だんだん
4 5歳誕生日おめでとう
5 まだまだ言葉もつたないし
なんちゃら職人! なんだがシャー!

Ria Miyama 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

ラ コリーナ近江八幡
@滋賀県近江八幡市



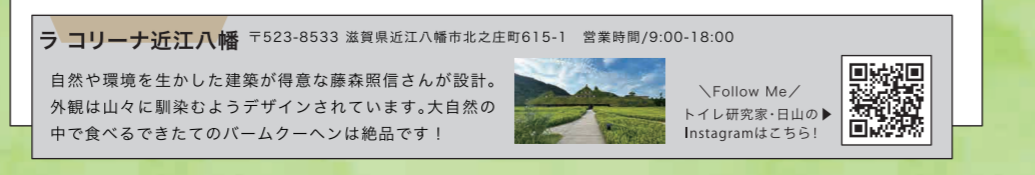
屋外の緑を絵画のように取り取って美しく見せる窓
トイレに続く通路
湖景のようなトイレ内
板モチーフがあしらわれた高さ17mのカッパーキャスク
2Fはディー専用エリア

バームクーヘンで有名な「たねやクラブハリエ」のフラッグシップ店、ラ コリーナ近江八幡に訪問して来ました。クラブハリエショップ内トイレと屋外独立トイレの2つのトイレを見学。3月号に続き、4月号ではメインショップの裏手広場にある屋外トイレをご紹介します。

メインショップを通り抜けると、そこには大きな田んぼが広がっています。田んぼの外周に沿って木の屋根が掛かった通路が続いており、屋外トイレはその通路から曲線状に伸びた小道に沿って進んでいくと現れます。トイレに着くまでの小道の作りと音が特徴的なので、私のInstagram(下記二次元コードから)に投稿している動画をぜひチェックしてみてください!

人通りのある広場とトイレに向かう小道を植栽で遮断することで、人目が気にならないように配慮されていました。トイレの中は自然素材で仕上げられており、まるで洞窟の中にいるように感じました。入口の目の前には大きな窓があり、そこから外の植栽が見えます。白く縁取られている窓枠はまるで額縁のように「外の風景を切り取って絵画のように見せるデザインだな」と印象に残っています。

入口付近は鳥のさえずりや風で揺れる植物の葉の音が聞こえ、それに重なり合うようにトイレ内もゆったりとした音楽が流れていました。自然豊かな屋外と落ち着いたトイレ内に音楽まで調和し、視覚も聴覚も癒された素敵なトイレでした。



ラ コリーナ近江八幡 〒523-8533 滋賀県近江八幡市北之庄町615-1 営業時間/9:00-18:00
自然や環境を生かした建築が得意な藤森照信さんが設計。外観は山々に馴染むようデザインされています。大自然の中で食べるきたてのバームクーヘンは絶品です!
Follow Me / トイレ研究者・日山のInstagramはこちら!

Masumi Abasaka デザイナー・赤坂真純が全国のスタバの魅力発信

MY STARBUCKS

スターバックス・リザーブ・ロースタリー東京
@東京都目黒区青葉台

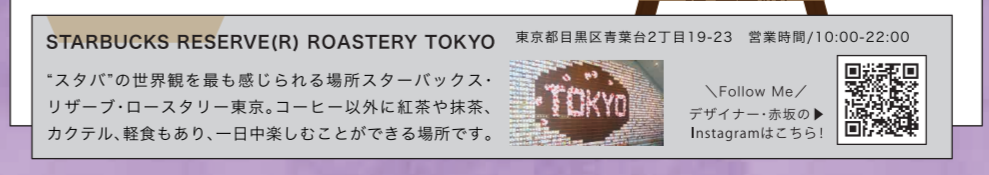


世界に5店舗しかないスターバックス・リザーブ・ロースタリー東京が5周年を迎えるということで脚を運びました。「5感と、コーヒー。」をコンセプトに約半年間、<Wave1~3>のテーマに沿ってイベントやグッズなどを展開していきます。

店舗内装はリズ・ミュラー、外観は隈研吾が設計。店内に入らず目に入るのは高さ17mのカッパーキャスクと呼ばれる巨大な銅製の筒。焙煎設備が内蔵され、豆を熟成させる貯蔵庫の役割も果たしています。このキャスクから各階にパイプが伸び音を立てながら豆が運ばれ、それができあがった時には素敵なコーヒーの香りと顧客から盛大な拍手が舞い上がり、まるでテーマパークにいるような感覚でした。

1~4Fの壁面にはそれぞれストーリーに合わせてグラフィックが施されています。クラッカーボードや和紙を使った壁やサインが印象的で、ブランドの想いが込められているなど感じました。

普段は混み合うため整理券を配っているそうですが、今回はタイミング良く、テラス席でコーヒーを楽しむことができました。テラスから見る春の目黒川は最高で、格別な「スタバロケーション」でした。



STARBUCKS RESERVE(R) ROASTERY TOKYO 東京都目黒区青葉台2丁目19-23 営業時間/10:00-22:00
「スタバ」の世界観を最も感じられる場所スターバックス・リザーブ・ロースタリー東京。コーヒー以外に紅茶や抹茶、カクテル、軽食もあり、一日中楽しむことができる場所です。
Follow Me / デザイナー・赤坂のInstagramはこちら!

NEWS 19CLUBメンバー全国から続々とジョイン!

まつもとコーポレーション@岡山、喜多村石油@福岡、岩手ファーム@岩手、三條金属@新潟と新メンバーが増えました。19CLUB詳細は右から→

NEWS ブランディングツアー@東京ビッグサイト開催

今年初のブランディングツアーは空間作りに欠かせない建築に特化した日帰りツアーを3/15に開催。次回は5/16-17岩手開催です。詳細は右から→

INFORMATIONS

●4/24-26 デザインセミナー①@岩手(第1回はジューク本社で開催予定)
●5/16-17 ブランディングツアー@岩手(訪問先:五田市塗装工業様・小田島組様・信幸プロテック様)

ブランディングに役立つ本と映画ご紹介

スターバックスはなぜ値下げもテレビCMもしないのに強いブランドでいられるのか?
ジョン・ムア(著) 2014年4月/ディスカヴァー・トゥエンティワン

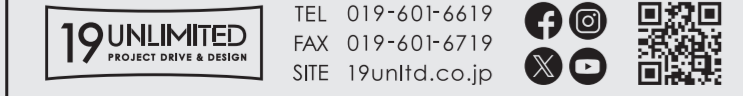
今月号の特集記事のスタッフ赤坂にちなんで、スターバックスの経営哲学が詰まった1冊をご紹介します。「お客様に特別なスターバックス体験を提供する」というミッションを、経営者から従業員の一人ひとりまで共有し高いブランドを保ち続けているスターバックス。その成功に導いた46のルールが本書で紹介されています。

スターバックスはなぜ値下げもテレビCMもしないのに強いブランドでいられるのか?
ジョン・ムア(著) 2014年4月/ディスカヴァー・トゥエンティワン

A FILM ABOUT COFFEE
2014年 アメリカ
監督: ブランドン・ローバ-

映画もコーヒーにちなんだ作品をご紹介します。究極のコーヒーを追い求めるプロフェッショナル達の姿を追うドキュメンタリー。「Blue Bottle Coffee」創始者自らのコーヒーの原体験と日本の純喫茶への強い憧れを語る様子やアメリカ・ポートランドに拠点を置く「Stumptown Coffee Roasters」の製造現場が登場。

IF YOU WANNA BE UNLIMITED, YOU SHOULD READ THIS!



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

入社後4ヶ月 赤坂真純を徹底解剖！



昨年12月の赤坂さん入社式

昨年12月ジュークに入社し、早いもので4ヶ月が経ちました。新しい仕事と新しい生活がスタートし、環境が大きく変わりました。刺激的で目まぐるしい毎日を過ごしています。

私の仕事内容

月曜日は朝からbriefing(ブリーフィング)と営業会議に出席します。briefingでは週末の出来事を英語で共有します。英語力がアップすると世界中の情報収集でき、多くの人とコミュニケーションをとることができます。その後1週間のスケジュールを共有し、現在進めている業務内容を確認をしたり、社内外のスケジュールの擦り合わせなども行います。最後に営業会議を行い、案件ごとの進捗確認をします。課題に対してどうすれば良かったのか、今後どうすべきかを話し合い、整理します。入社後は会議の内容についていくのが精一杯でしたが、最近は少しずつわかることが増えてきました。

実務面では入社から4ヶ月経った現在、図面の作成、3Dパースの作成、什器の選定、提案書類の作成、空間デザインなどを担当しています。お施主様との打合せにも参加し、初めて担当した広島県の案件では什器の

提案が採用されて嬉しかったです。入社4ヶ月の私でもデザインを考えさせて頂ける環境はプラスなことばかりです。不安に感じる時もありますが、どんな環境よりも早く、多くの経験を積むことができます。

過去から未来へ

前職はネイルサロンでネイリストとして働いていました。ネイルに関する様々な知識と技術を身に着け、資格取得をしました。爪の手入れからアート、ネイルチップの作成、教育や予約管理まで業務は多岐に渡ります。自分が提案したデザインやアートを気に入って頂き、お客様の笑顔を見られた時はネイリストとしてやりがいを感じられる瞬間でした。成人式や卒業式など人生の節目に関われるのもネイリストだからこそ。快適に過ごしてもらおうのももちろん、接客技術も求められ、提案やカウンセリング、デザインなど今の仕事と通じるものがあると感じます。元々、お洒落なものやインテリア、美術館の空間が好きで、色々な所に足を運んで見て回っていました。色々な所に行くたびに「自分ならこうするのにな」「なぜこのインテリアなのかな」と配色や空間が気になったりしてい

ました。私の性格上、一度気になると深く追求したくなってしまい、思い切って建築の学校に通いました。

勢いは良かったのですが、そう簡単にはいきません。あまりの難しさに辛くなってしまい、通い始めて1週間で講師に「もう辞めたい」と口に出しました。自分が好きで建築を学んだのに、理想と現実が違ったのです。「1週間考えてそれでも辞めたいなら辞めなさい」と講師から言われました。一度すべてを忘れ、出かたり遊んだりして気分転換をしましたが結局は建築を諦めたくない、挑戦したい気持ちが勝ち「やるからには全力でやり切ろう!」と毎日全力で取り組むことができました。仲間のサポートや講師のアドバイスのおかげもあり、たくさんの経験を通して成長できたと思っています。

元々センスがあり何でも簡単にできる人もいませんが、最終的には努力と経験から生まれるひらめきが良いデザインを作り上げると信じています。見た人がドキドキワクワクするような、心を動かす魅力的な世界観をこれから作っていきたいと思います。今後とも宜しくお願い致します!



19歳入社後、初めてイベントに参加



前職はネイリスト



建築学校時代(赤坂、青い作業着)

進行中プロジェクトをチラ見せ!

2024 NO.28

ON-GOING PROJECTS



工事中の様子



完成予定パース

新和金属株式会社

広島県安芸郡府中町 / 金属表面処理業

本社事務所棟2階リノベーション@広島 ～創業記念日にオープン予定！ スタッフ様の想いを表現した「テラス」の空間デザイン～

2019年からコーポレートブランディングをお手伝いさせて頂いている新和金属株式会社様。2020年には本社事務所棟1階のリノベーション工事で設計をさせて頂き、現在は2階のリノベーション工事を任せて頂いています。

きっかけは設計士・青木の九州移住

他案件の設計監理のため、設計士・青木が北九州へ移住。そのタイミングで新和金属様の高屋工場で行われたイベントにお邪魔させて頂きました。その後、とある設計事務所の本社リノベーションのオープニングパーティに新谷社長も一緒に参加して頂き、その場で様々なお話をさせて頂きました。そこで今回の2階リノベーションの構想をお伺いし、現在に至ります。

プランの打合せ

事務所2階は主力事業であるメッキ加工のバックオフィスと障がいのある方の一般企業就職を支援する「すみっこテラス」という就労移行支援事業のバックオフィス&作業スペースになります。

最近ではオンラインの打合せも増えているので打合せスペースを確保しつつ資料保管用の収納スペースも検討。既存設備を再利用した事務所としてプランニングしました。それに加え、福祉事業のため個人情報の保護、集中できる環境づくり、音漏れしない打合せスペースを作りつつ、稼働効率を高めるための運用面の工夫など、様々な視点から設計を進めていきました。

新谷社長をはじめ実際に働くスタッフ様も巻き込みながら、様々な意見を集約していきました。全体を通して効率が良い、まとまったプランを作成できたと実感しています。

「テラス」の空間デザイン

今回のデザインの中でも特徴的なのがすみっこテラスの作業場です。弊社はデザインした空間に名前を付けてご提案をすることを意識しており、今回は作業場という名称ではなく、すみっこテラスから「テラス」という名前を付けました。このネーミングは「利用者さんとスタッフの関係性は“対等”でありたい。甘やかすのではなく、時には厳しく同じ目線で接することが利用者さんのためになる。」というスタッフ様からお伺いした想いが紐付いています。室内に植物を豊富に配置して落ち着いた癒しの空間を作りながら、外で風雨に晒される厳しい環境の半外空間「テラス」をイメージにしました。一般的には福祉事業＝優しく穏やかなイメージがあると思いますが、厳しさを含んだ新和金属様のあり方を際立たせた空間デザインにすることで「スタッフ様と利用者様の関係性を大切にしたい」という想いを表現できたと思います。

空間内にはテラス=ウッドデッキを連想するフローリングを貼ったり、窓枠を黒く塗ってデザイン性を高めたりと、素敵な「テラス」になるよう随所に工夫を施しました。室内に植物をたくさん配置し、本物の木材も多々利用しているので、本当に屋外に出ているような感覚を得て頂けたら嬉しいです。

現在絶賛工事中です。新和金属様の創業日である6/14にはオープニングパーティーも計画中。オープンに向けて滞りなく工事が完了できるよう、工事担当者と連携しながら進めています。「わっ!」と驚くような世界観の完成を乞うご期待ください!

No.28 加藤の社長ブログ

Design Executive Officer

DEO NOTE



設計視点でブランディングを考える

ジューククラブ

「19CLUB」ではブランディングに取り組む企業、人をつなぐ活動をしています。前職の建設会社時代に自社のブランディングに取り組む中で、自社だけでブランディングを推進しようとしても視野が狭くなり、これで良いのかと迷いが生じてしまうことが多々ありました。他社から刺激を受ける環境があるからこそ「ものさし」ができ、自社の立ち位置がわかったり、悩みが相談できたり、と少しずつでも歩みを止めずにいることができました。そこで「19CLUB」という意識高く学び合える会員制のコミュニティを作りました。企画の中で人気があるのは年2〜3回開催されるブランディングツアーで、企業や街からブランディングを学びます。

クライアントの企業訪問+地域の人が集まるスポットを巡りながらインプット&アウトプットをするこの企画。今回は前々からやってみたかった「建築」に特化したツアーを開催しました。当社はブランディング×設計を軸に企業理念を空間・建物に表現しており、建設業に身を置いています。人が集まる会社づくり、工場づくりに欠かせない「視点を設計が持つ」ことで日本にもっとオープンカンパニーが増えると考えています。

今回のブランディングツアーは日本最大の建築建材展@東京ビッグサイトに参加しました。いつもは私がツアーの解説をしますが、今回は一級建築士・青木にバトンタッチ。建築士の視点で解説してもらいながら企業ミュージアムや建物を巡りました。同行スタッフの李は元々リフォームの現場を監督していたセールスエンジニア。建設業色が強い2人の視点で解説のストーリーを組み立ててもらいました。

コーポレートブランディングの表現方法は様々で、会社概要などの紙類、ウェブ、SNS、ユニフォーム、取り組みなどがありますが、最大効果は「建物と空間」です。

(気になる記事の続きは下記二次元コードから)



上記ブログの続きは右記二次元コードから「note」で読めます→

