

ARDECO NEWS

4号

ADIEU TRISTES

特集「大型商業施設にみる建物の装飾 — アルデコの役割 その1」

神戸三田プレミアム・アウトレットと、
アルデコ装飾

2008年1月15日発行

装飾建材 **アルデコ**

01 神戸三田プレミアム・アウトレットと、アルデコ装飾

「商空間」のもつテーマと、それを演出する建築装飾の”仕掛け”を追ってみよう。

近年、日本の商業施設のあり方は、単なる「買物をする場」から「時間を消費するための場」へと移り変わってきた。そんな中、建物装飾の役割や効果も、どのように変わったのか探してみたい。

今回、特集第一回目にあたり、「神戸三田プレミアム・アウトレット」の設計を担当された、株式会社三菱地所設計・建築設計部主幹の清水明氏に、建物の装飾に関するお考えとご意見を伺った。



▲ フードギャラリーとアーケードのある通路
右下・モール内外観図

「神戸三田プレミアム・アウトレット」

西日本最大組のアウトレット・モールとして、2007年7月、三田市に程近い神戸市の山間部にオープン。三田市は旧九鬼氏の城下町であり、神戸・大阪の二大都市からもアクセスしやすく、また神戸市街とは六甲山系を挟む形で位置する。自然に恵まれ、三田牛、三田米、マツタケの名産地としても知られている。

敷地は、独立行政法人「都市再生機構（略称UR）」所有で、施設は米国に親会社を持つチェルシー・ジャパン株式会社の所有。国際公園都市を標榜する三田市とUR、そしてアメリカ西海岸の雰囲気伝えるチェルシー・ジャパン社のアウトレット・モール計画は、運命的な出会いを感じる。

この神戸三田プレミアム・アウトレットは、アメリカ、ロス・アンゼルス市郊外の高級住宅街「パサディナ」をモデルとし、ショッピングの傍らリゾート感覚、旅行気分が味わえる、といった付加価値をもたせた、非日常的空間づくりに工夫を凝らしている。

設計された清水氏によると、モデルとする街選びには、なかなかの苦心を要したとのこと。神戸の街がもつ“華やかさ”や“シックで高級”といったイメージと、緑豊かな環境に囲まれた公園都市三田の“開放感”がうまく適合し、ワンランク上のプレミアムな街として「パサディナ」が選ばれたという。

アウトレット・モールとアルデコ

アウトレット・モールとは、80年代の米国で生まれた新しい流通業の形態だ。そして、今回の神戸三田の施設名にある「プレミアム・アウトレット」とは、米国のチェルシープロパティグループ、三菱地所株式会社、双日株式会社の三社合弁会社「チェルシージャパン株式会社(99年設立)」の商標で、チェルシージャパンは日本において、アウトレット・モールの開発から所有、運営までを一貫して手がけているディベロッパーなのだ。

アウトレットは、ロープライス販売、集客力の減退などで、一時期停滞気味だった。

チェルシージャパンの目指すのは、そうしたマイナスイメージの払拭であり、昨今では湯治客のツアーに組み込まれるなど、観光客を対象としたサービスや施設内の雰囲気づくりにも力を注いでいる。

もっとも、清水氏いわく、訪れる人々の真の目的は、やはり「買物」にあるという。アメリカのアウトレット施設においても、日本人観光客が6~7割という店もあって、日本人の買物好きは定説となっている。チェルシージャパンは、そうした買物好きな日本人のためとして、国内6施設目となるこの神戸三田の「プレミアム・アウトレット」も、自信をもって計画したという。今シーズンのブランド品が早く安く手に入るなど、“宝探しの”な楽しみを求めてやってくる人々が多い。そうした人々の「期待感」や「冒険心」を掻き立てるものでなければならない。施設の設計コンセプトは、そんな点にポイントが置かれたという。

当アウトレット・モールにおけるアルデコの役割は、裏方に徹しながらも、商品やテナントをいかに品良く魅力的に惹きたてるかにある。一日中ショッピングを楽しんでもらえる「開放感のある、プレミアムな大人の街」という施設コンセプトに当社のアルデコはどのような効果を狙って使用されたのだろうか？

サイン計画とアルデコのラッピング効果

そこで、施設の設計コンセプトについて伺った。

「チェルシージャパンは、まずお客様とテナント、商品を主役と位置づけ、施設の外観などハード面における装飾もテナントのサインを重視しています。そのため、ローコストで施設全体の統一感を保ちながらも、個々のテナントサインを十分活かす効果として、アルデコのEPS（発泡ポリスチレン）建材は有効でした。」（右写真参照）

EPS建材は、欧米においては、20年以上前から、加工性の良さとしリーズナブルという面で多くの建物に用いられて

いる。

このことは神戸の震災の教訓もあり、EPSの軽量性が評価され、加えてローコスト、耐久性に優れているなど、日本でも多く取り入れられていることと無縁ではないだろう。確かに、ここ5年ほどでEPS建材に対する考え方は大きく変わってきている。

当アウトレットにおいてアルデコは、建物上部を走るモールディングやアーケードを支える柱の柱頭部、開口部廻りの枠材やブラケットなどに採用され、ハコ型の建物にメリハリを加え、ちょうどラッピングするような形で、西海岸風のショッピングモールの演出要素となっている。

施設全体の建設投資額を抑え、その中でいかに来場者に高級感や非日常感覚、開放感を味わってもらえるか。アルデコの装飾による費用対効果の見せ場といえる。

(次ページ写真参照)



▲テナントサインを重視した建物装飾

モールディングのデザインにあたり、通常のマンションやオフィスビルより、大きく誇張気味に表現したという。ただし、全体的には抑えた装飾で、サインを惹き立てつつ、華やかさや品の良さを演出したいという設計者の意図とアルデコの特性がマッチしたのではないだろうか。



▲ 歴史観のあるファサードの街づくり

アルデコは、パラペット部モールディングと下屋の柱頭部に使われ、無機的にありがちなショッピングモールにメリハリと楽しさをプラスしている。サンドページュの外壁にマッチした色調で統一され、秩序正しく配列されたアルデコの柱列がリズムとスケール感を演出している。

「アルデコ」への期待

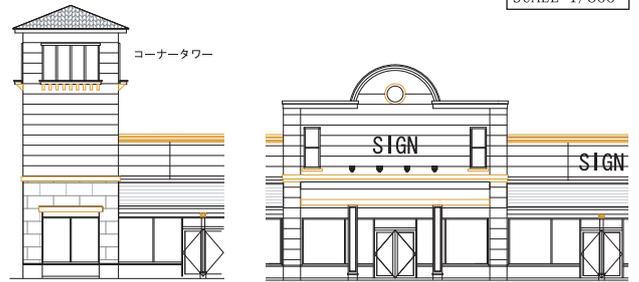
最後に、「アルデコ」の特性や将来性について伺った。「GRCやFRPに比べると、施工時間は短く、また施工時の自由度は圧倒的に高いです。さらに、仕上がりの細部への配慮（例えば、モールディングの繰り型によるテクスチャーの均一性等）がなされていて、コスト面でも融通が利き、期待通りのものでした。

また、木材など、多彩な部材が使える内部空間に対し、外部を飾る建材には、雨風や紫外線等による劣化を凌げる



▲ 神戸三田プレミアム・アウトレット鳥瞰図

SCALE 1/300



▲ 立面図／アルデコ(黄色部分)

性能が強く求められるため、選択肢が限られてきます。そうした中で、今後アルデコの耐久性や耐候性はますます期待したいところですね。また、表面仕上げの多様化、取付け方法のバリエーションなどをさらに確立していければ、採用の機会はさらに増していくのではないのでしょうか。」

(記：株式会社インターデコム)

神戸三田プレミアム・アウトレット

【所在地】 神戸市北区上津台7-3	【構造】 鉄骨造
【着工】 2006年11月	【発注者】 チェルシージャパン 株式会社
【開業】 2007年7月6日(金)	【設計者】 株式会社 三菱地所設計
【土地所有者】 独立行政法人都市再生機構	【施工者】 大成建設 株式会社 関西支店
【施設規模】 約195,000㎡	【運営者】 チェルシージャパン 株式会社
【店舗面積】 約 19,100㎡	【利用時間】 10:00~20:00 (夏季は21:00まで)
【店舗数】 約 89店舗 【駐車台数】 約 2,800台	【公式サイト】 http://www.premiumoutlets.co.jp

次号予告

特集の第二段「大型商業施設にみる建物装飾 — アルデコの需要 その2」では、2007年9月、千葉ニュータウンにオープンした「BIG HOP ガーデンモール 印西」とアルデコを取り上げる予定です。

※ 内容は、変更されることもあります。

2008年2月末発刊予定

■お問合せ先 編集・発行
株式会社 インターデコム

〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目25番13号 浜松町NHビル TEL 03-6452-8901 FAX 03-6452-8904
<http://www.interdecom-co.com> E-mail ardeco-1@interdecom-co.com



「ARDECO NEWS 4号」2008年1月15日発行