

移りゆく商業

— 物を売らない店舗 —

Keywords

商業 体験 ショールーム
家庭用ロボット

DZ17006 太田 有奎



1. はじめに

商業の在り方は時代のニーズに合わせて変化を遂げてきた。例えば、それは19世紀フランスのボンマルシェにはじまる百貨店から、地域に根付いた商店街へ、そして高頻度に消費される食料品や日用品などをセルフサービスで短時間に購入できるようにしたスーパーマーケットやコンビニエンスストア、複数の小売店舗が入居するショッピングモールと様々な形態が生まれていった。本論では、現代の日本の商業空間の変遷から、今後の商業空間の在り方について提案する。

2. 研究背景

2.1 商店街の発生

20世紀前半に日本で、農民層の減少と都市人口の増加といった現象が生じた。都市流入者の多くは雇用層ではなく資本をそれほど必要としない貧相な店舗、屋台、行商の小売業の零細自営業であった。当時の日本では、都市化と流動化による新たな小売業の零細自営業の誕生により、零細自営業をこれ以上増やさないこと、そして貧困化させないことが課題となった。

同時期に百貨店も登場する。当初は19世紀までの「座売り方式」という販売方式であった。1900年に三井呉服店(現在の三越)が本店の座売り方式をすべて陳列方式に変えた。1923年、関東大震災後一般大衆向けに日常必需品の販売を行うことで、より百貨店の大衆化が進んでいった。それに対し零細小売商は、自分たちのテリトリーを荒らす行為だと感じた。

これらの課題を克服するなかで生まれたのが「商店街」という理念である。個々の小売業者を専門化することで専門性を高めることが出来、規模が拡大して資力が高まった。

つまり20世紀初頭の都市への流動化に対して、「良き地域」をつくりあげるための方針として、「商店街」は発明された、ということが出来る。

2.2 商店街の衰退

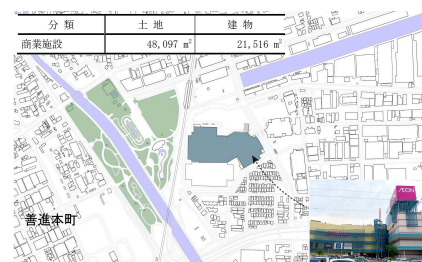
1980年代から90年代前半、大店法の規制が緩和され大型チェーンが、地方に進出した。そして、地方都市が郊外化し、道路事業が進んだことで、国道バイパス沿いに

ショッピングモールが立地することになった。それは徒歩圏を商圏の前提としていた商店街の秩序を根底から否定することになった。さらに、1970年代にコンビニが根付き、1980年代から90年代前半にはその広がり止まることはなかった。商店街の一部の小売商たちは、じり貧状態から抜け出すためにコンビニ経営を行った。商店街は、専門店が一つの街区に並ぶことで、百貨店に対抗していたが、コンビニという「万屋」が登場することによって、商店街の内側から崩壊させてしまい、商店街の存在意義がなくなってしまった。

3. 対象敷地

前述でも示した商店街や利便性のあるコンビニエンスストアなど、商業は時代の流れやニーズにあわせ変化している。今では商店街を脅かしていたショッピングモールですら、ネットショッピングの普及、大型商業施設の乱立が原因で閉店していく現状である。そこでショッピングモールが閉店を決めた場所、残された負の遺産をリノベーションし、今後のニーズに合わせた提案をする。

場所は2021年2月営業終了予定のイオンモール名古屋みなと店(愛知県名古屋港区品川町2丁目1-6)とする。



注記 ; 2020年11月1日現在

図1 イオンモール名古屋みなと店

4. 提案について

4.1 商業の現状

総務省「家計消費状況調査結果」によると、インターネットの普及に伴い、インターネットを通じた商品・サービスの購入も広がっていることがわかる。ネットショッピングが普及することで実店舗は衰退していくと考えている。それは人が感じる喜びが変化しているからでは

ないか、という点からである。モノが溢れ物理的に豊かになり、ある程度のお金があれば安く何でも手に入る時代になった。だとすれば、わざわざ実店舗に行かずとも買い物はネットでした方が手軽に済む。

4.2 これからの商業

「実店舗でのお買い物に関するアンケート調査」(ロジザード株式会社調査レポート)によれば、実際に見て、そして手に取って、体験してから買いたいという人は一定数いることがわかる。そのため、ネットショッピングの普及によって実店舗が衰退するとは言ったものの、ウェブ上では物の色味、質感はわからないため実店舗にもまだ可能性はあると考える。

5. 設計趣旨

今後より実際に体験したいものは家庭用ロボットだと考える。今ある家庭用ロボットのうち、大きく分けて4つ紹介すると、コミュニケーションロボット、犬や猫などをモチーフにしたペット型ロボット、音声で動作するAIスピーカー、掃除ロボットが挙げられる。他にも、人工知能が搭載された洗濯、調理、食器洗いと多岐にわたる。

すでにロボット掃除機やペット型ロボットが一般家庭に定着しつつある現在、これまで以上の、そして多種類の家庭用ロボットが身近にいる生活はそう遠くないと考えられる。

そこで今後の実店舗の商業空間として、近未来社会の体験施設としての商業空間を提案する。簡単に言えば商品の展示、ショールームとして機能する店舗である。ここでは実際に店舗で商品を見て体験をすることはできるが、買い物はネットで行う。メリットとしては、今まで多くの在庫を抱えなければいけなかった大型ショッピングモールの在庫を圧縮することが出来るという点、そしてどの商品が人気か容易にデータ化することが出来るという点などが挙げられる。

6. 計画概要

6.1 施設用途

大きく分けて二つからなる施設を提案する。

一つ目は、従来の商業施設で販売されている、服や家具などを展示するショールーム。

二つ目は、今後ロボットという存在が身近となり、より愛着がわく存在になると考えられる。愛着がわくものであるからこそ、それらを一日宿泊することで体験できる宿泊施設。

以上の二つを主体として提案する。

6.2 プログラム

敷地面積 (48,097㎡)

延床面積 (50,508.81㎡)

(1) 宿泊施設 (14,460.28㎡)

- ・エントランスホール ・客室 ・カフェ兼バー
- ・レストラン ・宴会場兼ギャラリー ・ジム
- ・ラウンジ・ホワイエ ・温泉 ・リネン室

(2) ショールーム (10,928.37㎡)

- ・家庭向け ・企業向け ・会議室

(3) 飲食エリア (4,509.53㎡)

- ・フードコート ・飲食店

(4) 居心地のいい空間 (2,987.72㎡)

- ・本屋 ・ワークスペース

(5) その他 (17,622.91㎡)

7. 設計手法

閉店するイオンモールの鉄骨構造(図2)を利用しリノベーションすることでコストダウンを図る。

ショールームとしての機能をもつ"商業施設"と生活の中で商品を体験できる"宿泊施設"の二つの要素を分けるために荒子川と中川運河をつなぐように建物を分割する。建物を削る際は、既存の柱グリットを用いて削り、一部の柱と梁を残すことでリノベーションであることを利用者に伝わるデザインにする(二階テラス)。

既存の北側と南側にそれぞれ曲面のカーテンウォールを増築する。これは外観からも"移りゆく商業"を体験できるようにするためである。内装のデザインにも直線で部屋を分けた個所と曲線で部屋を分けた個所がある。直線で分けた部屋では従来の体験ができる場、曲線で分けた部屋には今までにないロボットが体験できる場となっており、"旧"と"新"の対称性を直線と曲線で表している。

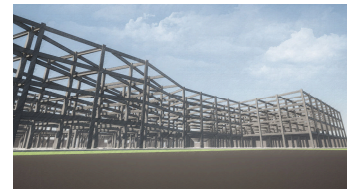


図2 イオンモール骨組み

参考文献

1) 商店街はなぜ減るのか 新雅史

2) 未来の家庭にはロボット必須? 家庭用ロボットの種類と特徴

<https://www.4900.co.jp/smarticle/11583-2/#1-2>

3) 総務省 情報通信白書

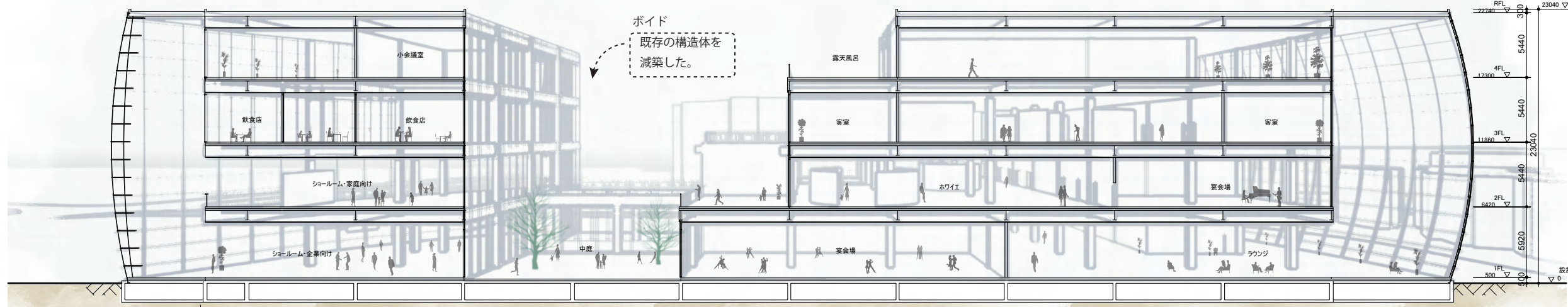
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/ncl121140.html>

4) ロジザード株式会社 実店舗でのお買い物に関するアンケート調査

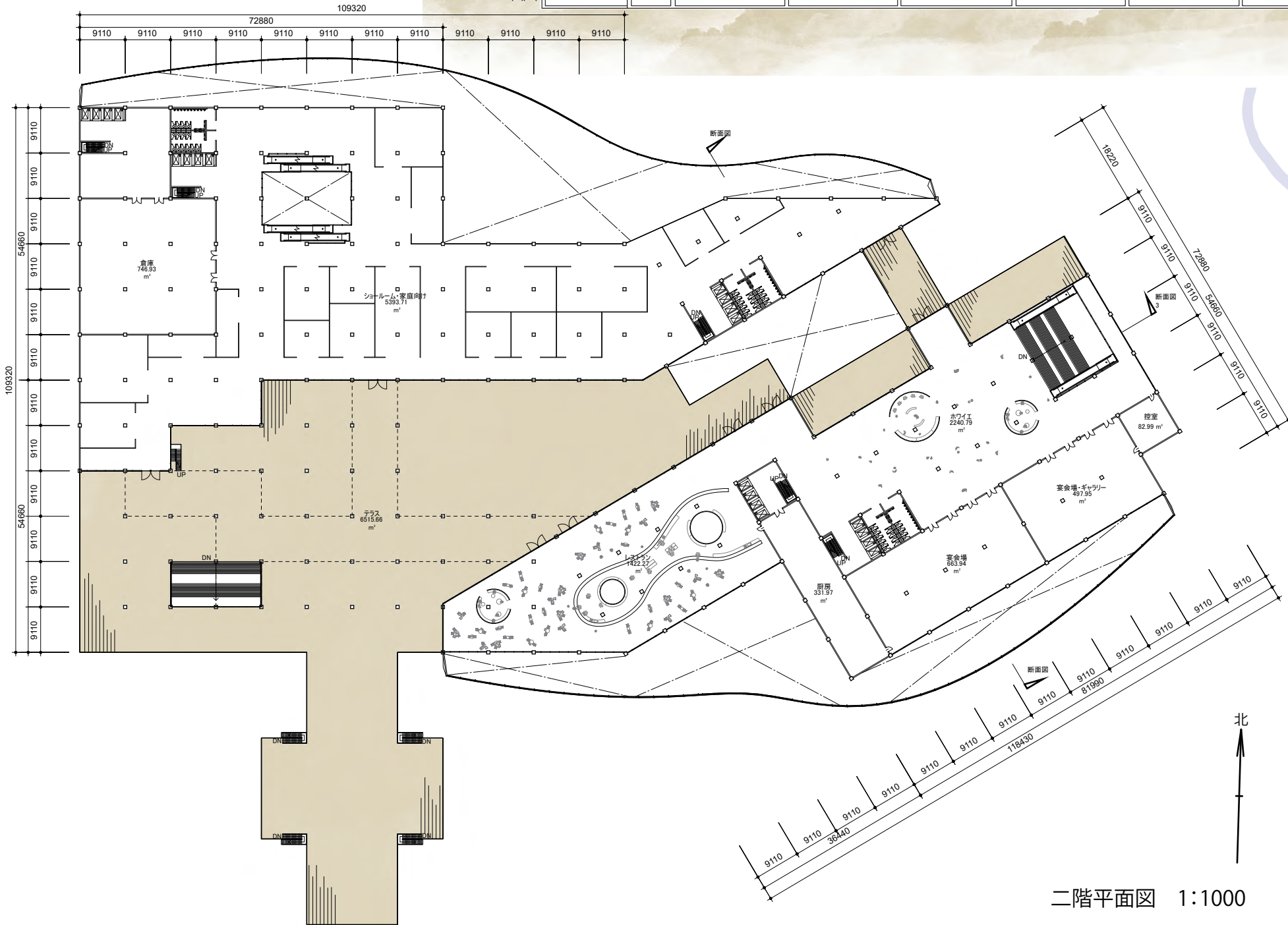
<https://www.logizard-zero.com/columns/questionnaire-shopping.html>

建物を覆うようにカーテンウォールを設けることでエントランスホールやショールームでは開放感のある空間を楽しめる。

断面図向かって左側がショールーム
としての機能をもつ商業施設、
右側が商品を体験できる宿泊施設。



断面図 1:400



二階平面図 1:1000



- ・リノベーションであるためもとの躯体を使う。
- ・ショールームとしての機能を持つ“商業施設”と生活の中で商品を体験できる“宿泊施設”の二つの用途を分割する。



南側立面図 1:600

