

視点(1087) ハードのソフトへの概念転換によるローコスト化とは!!

リニューアルにおいてローコスト化は重要なテーマです。

ローコスト化する手法の1つに「ハードのソフトへの概念転換によるローコスト化手法」があります(六車流：流通理論)。

リニューアルにおいてハード上の課題をハードで解決しようとするれば投資が巨大になる可能性があります。しかし、ハード上の課題を一度ソフト上の課題として置き換えて問題解決すると、比較的ローコストで収めることが可能です。コストという観点から見ると、「ハード」は物理的要因が高く、コスト高に直結します(例えば、工事費という物理的解決手法はコストが高くなります)。しかし、「ソフト」は創意工夫の要素が高く、発想とか創意というソフト投資はコスト高には直接関係しません。

成果という概念から見ると「ソフトとハード」は同一ですが、「コストという概念」から見ると大きな格差があります。

ハードのソフトへの概念転換を事例で説明すると次の通りです。リニューアルにおいてモール(通路)の幅が3.5mで物理的にはやや狭い場合、これを4.5mや6mに広げると各テナントが玉突き状態となりA工事、B工事、C工事、共通内装工事という、莫大なコストが必要となります。しかし、物理的には3.5mあればモールの役割を果たすことは可能です。しかし、顧客のモール見通しの閉塞感や圧迫感によるモールのランプリング性(そぞろ歩きが可能なモール)が確保できません。そこで、モールを広げるというハード面の解決ではなく、共通内装工事とC工事の一体化によるビジュアルプレゼンテーションの構築、モールの明暗や色彩に変化をつけることによる異次元空間化、マグネットストアやアイキャッチストアや街角ストアの導入による回遊性の確保…などのソフト面からの解決手法を行うと、コストは3分の1から10分の1になります。物理的な通行においては3.5mのモール幅で、回遊性と開放感のあるモールが可能となります。

このように、ハード面のリニューアルの課題をソフト面で解決するローコスト手法は有意義な手法です。

比喩として「ジョン・ジャージ氏」(アメリカの世界的に有名な建築デザイナー)のロサンゼルス・オリンピックにおける競技施設のデザイン論があります。ロサンゼルス・オリンピックは史上最大の利益を出した大会と言われています。その理由は、競技施設は全て既存の施設を用い、新しく施設を建築しなかったため、イニシャルコストが格段に安かったからです。しかし、いくらコストを下げるとは言え、競技場が既存施設では「目新しさ」が感じられません。そこで、ジョン・ジャージ氏を起用し、デザイン面でイメージを一新させたのです。新たに競技場を建築するより、デザイン面と装飾工事によりコストは10分の1以下となったことが想定されます。まさに、リニューアルのハードのソフトへの概念転換によるローコスト手法のオリンピック版です。

我々は、近代化という概念はモダニズムであり、新しいものを求めてきました。しかし、現代は決して新しいものが“良い”というわけではなく、古いものを改良やイメージアップさせ、おしゃれな感覚に変えることもできます。すなわち、ポストモダンの考え方です。ロフト風の建物やスケルトン風の建物やレンガ風の建物…等のレトロ調の考え方もその1つです。

商業施設においても、新規に建物を建設する“良さ”も大事ですが、既存施設を“新築(新品)”という概念ではなく、新築に匹敵する良さに変えることで生活者の高い評価を得ることが可能です。まさに、ロサンゼルス・オリンピックのデザイン性によるイメージ一新と新たな価値観を持つ建築物の創造と同一です。

我々は、“新美品”という概念とは異なる“改美品”(既存商業施設のデザイン上の改装美)により生活者から「どちらも甲乙つけがたく良いとの評価」を得ることによりリニューアルのローコスト化に挑戦すべきです。