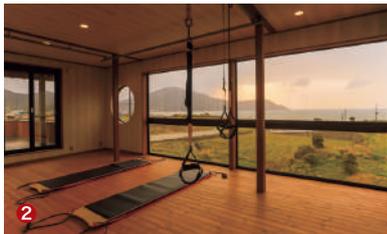


13 建物にブランド価値を与える デザインワーク

店舗建築に事業戦略から取り組む



① マハナテーブル 外観

鍼灸師の事業主による、スポーツジム+レストランの店舗新築。壁面に十字架を切った外観が特徴。夕陽がきれいに見える立地から、タヒチ語で太陽を意味する「マハナ」を店名とし、外壁に光の帯をデザインした。店舗は外観が重要で、建物そのものがブランドイメージを表す看板となる。

② マハナテーブル 2階スポーツジム

海を眺めながら身体づくりできるスペース。スポーツ関係の顧客を鍼灸で治療したら、ここに来て体をつくってもらおうとこの店舗をつくった。

③ マハナテーブル 1階レストラン

身体づくりの後には健康的な食事をと、設けたスペース。ナチュラルな質感の空間で、健康に配慮した食材を用いたバランスの良い食事を提供する。

④ 久保田酒店 外観

JR 鯖江駅前の老舗酒店の改装。北陸新幹線の開通によりこの地でも観光客の立ち寄りを意識。酒樽をイメージした外観で集客を促進し、試飲とお土産品の地酒購入を楽しんでもらう。

⑤ 久保田酒店 店内

中央に酒升をデザインした展示台を並べ、季節ごとに組み替えてディスプレイを変化させる。奥のチョイ飲みコーナーでは、フードコーディネーターである店主夫人の珍味とともに地酒が味わえる。

坂田達磨さん

(さかた たつま)
二級建築士、インテリアプランナー、
ライティングコーディネーター。
タツマ・アーキテクチャー・デザイン、
TAD株式会社 代表取締役



《経歴》

1974年福井市生まれ。工務店、建築設計事務所、デザイン事務所を経て、2007年タツマ・アーキテクチャー・デザイン建築設計・デザイン事務所設立。2013年デザインチーム・施工会社としてTAD株式会社設立。福井を拠点に商業建築、住宅建築、グラフィックデザインに幅広く実績を重ねる。

《実績》

- ・レストランテ「朱雀」(2008年)
- ・ヨーロッパキムラヤ (2009年)
- ・アグリツーツリズム Nora (2013年)
- ・パン工房ポレポレ (2014年)
- ・高橋邸新築工事 (2015年)
- ・教賀COEUR理容室 (2016年)
- ・ミュウミュウ (2017年)
- ・港ダイニングしおそう本店 (2018)
- ・久保田酒店 (2018)
- ・マハナテーブル (2018)

ほか多数

《受賞歴》

- ・インテリアプランニングアワード2014
中村勉賞 (アグリツーツリズム Nora)
(2014)
- ・インテリアプランニングアワード2018
入選 (しおそう教賀駅前店) (2018)

ほか多数

事業戦略と一体となった建物づくり

福井県で、建築設計とデザイン・施工の会社を組織して活動しています。会社を立ち上げた時からグラフィックも手掛けるデザイン会社として設計業務をスタート、その後、施工もできる2つ目の会社をつくりました。設計の意図を深く理解した施工チームを持つことにより、設計・インテリアデザインから施工、グラフィックデザインまで、トータルに提案・実施できるスタイルになりました。

特に店舗のような商業空間では、事業主であるクライアントの事業戦略と一体となった建物づくりが求められるため、マーケティング、ブランディングからのコンサルティングを基本とします。例えばレストランであれば、これからはこういう世の中になるのでこんなターゲット層が欲しいとか、そんなお客様を何人収容して、客単価をいくらにするかと

いった事業計画を割り出し、資金の借り入れもサポートします。その流れのなかでブランドコンセプトを表現する建物のデザインを導き出し、形にしていきます。さらに、DMやショップカードなど、建物のデザインと統一感のあるマーケティング・コミュニケーションツールの整備までを行います。

最終的にクライアントの業績が上がるようにデザインしていく必要があるわけで、だからこそ、出来上がった店舗で「売り上げが伸びた」という声を聞くのが、一番嬉しいことです。

クライアントの利益を 最大化するために

こうしたトータルプロデュースの仕事を進めるうえで、建築士とは別のノウハウを習得したいと、インテリアプランナーの資格を取りました。計画は私ひとりでもとめています

が、資格があることで、設計だけでなくデザインも総合プランニングもできると、クライアントに認めてもらいやすくなったと思います。過去の実績を写真などで見ていただき、そこから会社のイメージカラーを入れたいとか、ロゴマークや照明をデザインして印象的なファサードをつくりたいといった、各々の要望をやり取りしながら、求める建物の形をつくっていきます。そして1度来店したお客様が、その後も次から次へと来なくなるような、リピーターを増やす仕掛けをいつも心がけています。

目的はクライアントの利益を最大化すること。要望を最大限引き出して、その上を行くものを提案として出していく。それがインテリアプランナーの役割ではないかと思っています。