

# コミュニケーションを生み出す空間デザインの力

(株)丹青社 デザインセンター エグゼクティブ クリエイティブディレクター 洪 恒夫

## 第2回：商業施設のコミュニケーションを生み出すデザイン

連載の2回目は、商業施設の空間がテーマです。商業施設は当社がデザイン、制作する領域の一つで、飲食、物販などの店舗やホテルなどの高いホスピタリティが求められる空間があります。その中でも主にレストランやホテルでの飲食施設を中心に長年携わってきたデザイナーである蓮見淳一氏に自身が担当した施設における空間デザインを題材に、ねらった効果を生み出すうえでの工夫や仕掛けなどについて聞きました。

### フォーマル×カジュアル

——商業施設は不特定多数のゲストが訪れますが、利用する目的によって望まれるコミュニケーションが異なると思います。まずは商業施設をデザインする上でその性格づけやそれに対応するデザインの工夫などについて話して下さい。



事例1：ラグーナベイコート倶楽部 ホテル&スパリゾート Main Dining MAROCE (メインダイニング マローチェ)  
愛知県の海沿いにつくられた完全会員制リゾートホテルにおけるメインダイニング。絢爛に包まれ、ラグジュアリーな雰囲気をもつレストラン

蓮見 私がデザインを手がけることの多いレストランの事例で紹介します。ハレの場として利用されることが多いフォーマルなレストランでは、ゲストに良い緊張感や非日常感を感じていただくことを意識的に行うことがあります。質の高い本物のマテリアルを用い、色数をおさえて空間全体をまとめた上で、家具の大きさや余裕のある配置などを緻密に設定していきます。床の見える範囲を広くすることで、カーペットや大理石貼が強調され、ラグジュアリーな雰囲気が生まれます。紹介するのは愛知県の海沿いにある、完全会員制リゾートホテル内のメインダイニングです。会員の方だけが使用できる特別感を雰囲気として、どのように演出するかが課題でした。テーブルをゆったりレイアウトし、ゴールドがきらめくスチールパーティションで、プライベート感を確保しました。6.5mという天井高と螺鈿のペンダントライトにより、他のレストランとは一線を画す空間となりました。

一方、カジュアルな空間は、ゲストが日常的に利用したいと思わせる場所として、緊張感を程よく抑える工夫をします。オープンキッチンとすることが多く、



事例2：chiocciol@pizzeria (キオッチョラピッツェリア)  
JR秋葉原駅前の大型商業施設に出店。本格的な料理とシェフやウェイターの躍動感により、本場イタリアの空気感を彷彿させるレストラン

マテリアルは日常的に馴染みのある木材やレンガなどのナチュラル素材を中心に、主張しすぎない空間づくりを心がけます。家具の大きさや配置に配慮し、整然となりすぎず適度な密度を出すことでにぎわい感を演出します。事例としては、JR秋葉原駅前の大型商業施設に出店したイタリアンレストランです。観光客だけでなく、近隣で働く方々が気軽に普段使いできるレストランとしてデザインすることがねらいでした。調理の音や声が客席からもよく聞こえ、ゲストが座ると通路が狭く感じるぐらい客席の密度を高めることで、雑多でにぎわいのある雰囲気を生み出し、気軽にお酒や食事を楽しんでいただける居心地の良さを実現しました。

デザインのフォーマル、カジュアルの違いは、かけたコストではなく、利用するターゲットの目的に合わせた空気感を作為的に作り分けていくことだと思っています。

### マテリアル&カラースキム

——商業施設のデザインではマテリアル(素材)やカラースキム(色彩計画)が空間イメージやコミュニケーションを大きく左右する要素となりますが、その点からゲストやユーザーの与える印象等について教えて下さい。

蓮見 カラー、マテリアルで心掛けているのは、なるべく業態や料理に合わせるといことです。中国料理店を例に説明します。日本で中国料理は老若男女の幅広い年齢層から好まれる業態ですが、デザインは和食や洋食に比べて自由度が高く、どのようなデザインの方角性にするのが課題となります。1つ目の事例は、会員制リゾートホテル内の中国レストランです。水盤に面したレイアウトを見たときに中国の庭園で見た蓮池を思い出しました。漆黒のカーペットと赤いベルベットを用いたラグジュアリーな雰囲気の空間構成とし、蓮の花をレストランの象徴的なモチーフとしてデザイン要素として取り上げ、壁面の金箔画で表現しました。金箔のゴールドの色や素材には特にこだわり、色温度の低い間接照明(2500K)と相性の良い赤金の金箔紙を選定することで、リゾートホテルにおける日常か

事例3：エクシブ鳥羽 中国料理 翠陽(すいよう)  
会員制リゾートホテルの本館水盤廻りにある高級中国料理店。中国格子がモチーフのブラック&ゴールドのハンドタフトカーペットとイスのベルベットのレッド、金箔紙に描かれた水蓮の壁画がラグジュアリーな雰囲気を演出



事例4：銀座アスター目黒テラス店  
都心一等地のオフィスビルに出店した中国料理の老舗レストラン。赤&黒とゴールドを、石やガラス、ファブリックやカーペットなどの様々な素材を用いて、エントランス廻りを華やかに演出



らの解放感を演出しました。

2つ目はオフィスビルの低層部に出店したレストランです。ゴールドをイメージする山吹色で店名の「アスター」の花を大胆に表現しました。ゆったりしたソファやディスプレイの「赤」とレジカウンターの大理石や格子柄の「黒」がコントラストを高め、高級感を演出しています。

2つの事例は場所もオーナーも異なる中国料理店ですが、共通して意図的に選んだのは中国料理の業態イメージとして「黒×赤」とアクセントとしての「ゴールド」です。色使いで中国料理店とわかりますが、それぞれに最適なマテリアルを選択することでその店にふさわしい印象を生み出す工夫をしました。