

2020
5・25

月4回
月曜日発行

第1150号

週刊ビル経営

発行所 (株)ビル経営研究所
〒104-0061
東京都中央区銀座7-17-12 2F
TEL 03 (3543) 7421
FAX 03 (3543) 5839
発行人 垂澤清三
年間購読料 30,000円(税込)
KAMEOKA NEWS AGENCY CORPS
亀岡大邸取材班グループ

ソーコに学ぶ ビル経営



イーソーコ総合研究所
代表取締役 出村 亜希子
奈良女子大学大学院修了後CM
会社を経て現職。一級建築士、
宅建士。「倉庫ドクター」とし
て建築面からオーナー支援に取り
組む。

自動車における優れ
たカラーデザインを表
彰する「オート
カラーアワード」。

日本流行色協会(JAFCA)が主催するこの審査会で、2019年に最優秀賞を受賞したのは、マツダの「ポリメタルグレーメタリック」でした。今回はなぜ車の色がテーマなのか。それを詳しくお話する前に、この色をご覧になったことのない方は、一度ネットなどで色合いを確かめてみてください。

では、改めてみて、みなさんはこの「ポリメタルグレーメタリック」というカラー、どんな印象を持ちましたか? 決して万人受けする色ではないと思います。一見、よく見ると毎日倉庫を目に

第25回「世の中が“倉庫色”に染まり始めた」

持ち悪くしている者からすると、何の変哲もない当りの間に、何の光景もありません。倉庫リノベーションを手掛けていると、感度の高いクリエイティブな業種の方々に興味を持っていただきますが、倉庫リノベーションの「色」に着目されるとは、従来倉庫リノベーションの「色」に着目されるとは、私たちが一線を画しても新鮮で刺激的なもので、誇らしさまで感じます。この違和感と過去、アメリカにおける1960年代後半のヒッピームーブメントや1980年代のロフト文化に見られるように、既成の主流派に對するオルタナティブな選択肢としてカウンターカルチャーが生まれ、それに憧れる人々によって大きな広がりを見せました。その後、それらは徐々に浸透してスタイル化し、文化として定着する流れを辿っています。

「塩ビ管」をモチーフとして取り出し、青みがかったグレーに樹脂の溶けたようなヌメリ感を表現すること、これまで取り立てて価値が認められていなかったものに新しい価値を見出しました。エッジの効いたイメージを前面に押し出した、攻めた色と言えるでしょう。倉庫内の塩ビ管でも嬉しく興味深く感じています。

元々、倉庫リノベーション自体、物流用途で使われにくくなった倉庫空間の有効活用としてスタートしたものであり、ごく少数派のものでした。それがこの10年で、オフィスも店舗も倉庫っぽいインダストリアルなテイストが多くなり、スタイル化しつつあります。倉庫リノベーションが社会に影響を与え、より多様な形で生活デザインに溶け込んできているのを実感し、とても嬉しく興味深く感じています。