Talkセッション

世界的にも貴重な古材などを展示販売するユニークな店舗〔WORLDDECORS〕。2月15日のオープニングレセプションでは、エスクリの渋谷守浩社長と、空間デザイナーとして数多くの人気会場を手がけてきたザ ホールデザイン（東京都目黒区）杉山敦彦氏によるトークセッションも開催。空間デザイナーの視点から、素材へのあくなきこだわりと、それを実現できるマテリアル専門店の意義を語った。古材、マテリアルに対する渋谷社長の熱い想いは、ブライダル、商業空間デザインにも大きな影響を与えそうだ。

THE WHOLEDESIGN　代表取締役　杉山敦彦氏

エスクリ　代表取締役社長　渋谷守浩氏

歴史ある古材と結婚式の親和性

デザイン・マテリアルへのこだわりが施設の価値を高める

年月を重ねた貴重材

――新たにオープンした、マテリアル専門店の意義とは。

渋谷「最近は、新建材を使うケースが増えています。自然素材のマテリアルが大好きな私からすると、人工的な新建材は魅力のない素材です。便利、安いなどの側面から利用が増えている中で、もっといいものがあることをデザイナーや消費者など多くの人に発信していく。自然素材のマテリアルを忘れないでほしいという思いです。」

――実際に来店してみて、杉山さんの率直な感想は。

杉山「私自身も古材が大好きで、オフィスにも古材の一枚板を使ったテーブルを入れています。ただ、空間デザインをする際、施主から施工費が高騰し予算が厳しいなどと言われ、なかなか本物の素材を使えないことがあります。そうした状況にあって、この店に置いてある古材を見ると、現在進行形のプロジェクトでもこういう風に使いたいなど、ワクワクしてきます。」

――自然素材が予算などの兼ね合いで使いにくい環境です。ただ、古材を使うことで、【パワー】も生み出せるのでは。

渋谷「店には、非常に珍しい数1000年以上経った木化石を置いています(非売品)。触れてもらうと分かりますが、どう見ても石の塊なのに、実は木です。私自身が、古材に注目したキッカケでもあります。どうしてチーク材が腐らないかというと、土の中の石灰の成分を木が吸って、固くなっていくわけです。そもそも人間は100年生きられるかどうか。それに対し、木化石は土の中の石灰を吸って長生きしている、まさに生命のパワーの塊です。ウエディング施設に関して言えば、新郎新婦の誓う場所にはこうしたパワーが大切です。古材を使うことでチャペルにもパワーを充満し、そこで愛を誓ってもらいます。」

杉山「日本人の多くがキリスト教徒でもない無宗教です。だからこそチャペルも、従来の考え方から突き抜けたデザインが出来るわけです。日本において何が大事かというと、自然崇拝と先祖崇拝。ここを押さえておけば、多くの人に受け入れられます。結婚式場の空間デザインにおいて、バンケットは日常の最上級を作るという考えです。一方、チャペルは全く異なり、誓いの場というまさに非日常空間を作っていきます。木化石のような数千年を経過した一見石のような木材や、腐らない存在感のあるチーク材は、素材そのものが触れる機会が少ない非日常のモノ。そういう素材を使うことで、非日常空間をより演出できるわけです。」

渋谷「この木化石が日本にあること自体が珍しいです。たまたま海外で手に入れました。ダイヤモンドが出来る以上に時間がかかるとも言われ、パワーのあるものですから、是非触れてみてください（笑）。」

空間デザインは［商品］

――商業施設の素材にストーリー性、歴史があれば、それだけで空間にもストーリーが生まれ価値が高まります。

渋谷「安普請の店というのは、料理、サービスも安っぽくなってしまいがちです。きちんとしたデザインとマテリアルがあることで、そこに価値が生まれます。もっとも、ただお金を掛ければいいかというのも違います。高い大理石を張るのが大事ではなく、例えばそれよりも安く仕上げられる、チークの皮だけで壁を作り存在感を出していく。大切なことは、なぜそのマテリアルを選んだのかであり、それをオーナーが社員たちにしっかり伝えること。そうすれば、社員たちの店に対するこだわりも変わってきます。内装施工の際、予算内に仕上げて欲しいと言われることもありますが、それよりもこの材料を使いたいと言われたいものです。」

杉山「商業施設、特にウエディング、ホテル、バーなどは、空間デザインが単なる付加価値ではなく商品そのものです。だからこそ、そこにこだわり手を抜かない。店側が予算はこれだけだから仕方がないと考えていても、利用する顧客には関係のないこと。顧客は、予算がないからこの程度の店で仕方ないと思ってはくれません。だったら、もっとこだわった他の店に行こうとなってしまいます。古材を使うメリットとして、もともと古いものだからこそ、それ以上古くならないという点があります。つまり流行に左右されない。初期投資が多少かかったとしても、長く営業していきたい店であればそっちの方がいいのは当然です。」

――杉山さんは、最近バーの空間デザインも増えています。また渋谷社長もバーの設計施工を手掛けてきました。時間と空間を売るバーでは、古材の活用もさらにメリットがあるのではないでしょうか。

時間と空間を楽しむ

渋谷「ワインとシャンパンが好きなため、バーには週に何度も行きます。まず見るのが、カウンターです。カウンターが新建材で出来ていると、そこに高級なバカラのグラスを置かれても残念に思います。顧客を上手に騙そうと考えれば、やはりカウンターだけは本物を使って欲しいと思いますね。空間と時間を売っているからこそ、カウンターにこだわることで多少安いワインであっても、高く売れる。そこにお金をかけられないオーナーは、顧客の騙し方が下手。その点、こだわる場所の優先順位も提案していきます。」

杉山「バーに行くと、ウイスキーを頼むことが多いのですが(笑)。シングルモルトも樽の中で何年も眠っていたもので、その時間の経過を感じることが贅沢なわけです。一緒にビンテージの葉巻を楽しむなど、時間が経過した価値のあるものを堪能できるのがバーの魅力かと。そうした商品を提供しているのであれば、空間の素材にもやはりこだわるべきですね。」

貴重な【木化石】

――店内には、新郎新婦がDIYを出来るウエディング工房も併設しています。

杉山「本当に面白いアイデアだと思います。店の外からも見えるオープンラボのようなスペースは、これまでにありそうでなかった。古材のショップがユニークなものになっていくには、ウエディング工房がどのように育っていくかがカギになるのではないでしょうか。古材の長い歴史は、人間の寿命からみれば永遠に近い。つまり結婚、結婚式とは親和性が高い素材です。それを使ったDIYは非常に楽しみですね。結婚式の様々な変化の中で、新郎新婦のことを考えてのこの取り組みは素晴らしいと思います。」

渋谷「エスクリは年間約8000組を手掛けていますが、最近は若い人たちが結婚式をしなくていいという流れです。たくさんの人に祝福され誓う場が軽くなっていくことに何とかしたいと。まずは自分たちでDIYをして、それによって結婚式自体に興味を持ってもらえればと考えています。ウェルカムボード、両親や祖父母に贈る箸、コースターなどを、数100年、数1000年を経過している端材を使ってDIYする。古材の意味を知った上でDIYをしてもらい、結婚後の30年、50年を共に過ごしていく大切さを提案していければ。」

Worlddecors フォトギャラリー

▲チーク材を始めとした一枚板

▲古材を使ったデザイン

▲リーズナブルなフェイクグリーン

▲各種ガーデニングアイテムも

▲店舗ではワインも紹介

BRIDAL INDUSTRY NEWSPAPER
ブライダル産業新聞
発行所：（株）ブライダル産業新聞社　発行人：池田義信
〒104-0061 東京都中央区銀座８－11－1　GIAZA GS BLD.2
TEL 03（5537）8531　FAX 03（5537）8533

ブライダル産業新聞フェイスブックへ!!
業界向けSNSとしては屈指の1万フォロワー!
●ブライダルのトレンド情報　●ウエディング関連ニュース
●フォトウエディング作品　●取材こぼれ話　などなど

OPEN&Renewal

〔WORLDDECORS／渋谷（エスクリグループ）〕

古材を展示販売する専門店

日本一の貯木場とオンライン化

エスクリのグループ会社である、建築設計の渋谷（奈良県桜井市）は、2月15日、世界のマテリアル、古材を含めた木材、ガーデニング・フェイクグリーン、雑貨などを設計・展示・販売するWORLDDECORS OSAKA（ワールドデコズ大阪）を開店した。ウエディングDIY工房も併設する同店が、ブライダル業界に果たす役割とは。

エスクリ
代表取締役社長
渋谷守浩氏

オープニングレセプションで、「古材を何とか商品化したいという強い思いから、オープンした専門店。年数を重ねたマテリアルの価値を発信していくステージになる」と、エスクリの代表取締役社長である渋谷守浩氏は語った。

世界のマテリアル、古材を含めた木材、フェイクグリーンなどを展示販売する店であるが、世界的にも貴重なチーク材やそれを使った家具なども用意している。例えば、チークの根っこに照明を取り付けたシャンデリアは、丈夫で腐らない素材の特徴から、100年後、1000年後も同じ姿で輝き続ける商品である。

店舗のターゲットは、デザイナーと一般ユーザー。エスクリの施設リニューアルで活用されている、古材やフェイクグリーン、オリジナルのマテリアルなどを、建築内装材として提案。さらにオリジナル商品を手がけるデザイナーに素材として使ってもらうことで、一点物の商品が生みだされることも期待している。デザイナーには、物販ができるスペースも貸し出す。さらに一般ユーザーの利用も見越して、古材を使った家具や雑貨なども販売している。

デザイナーが建材を選ぶ際、店にある古材を含めた建材を直に確認できるほか、奈良の貯木場とオンラインで結ぶシステムを採用してさらに豊富なラインナップから求める素材を探すことを可能にした。

「数千坪規模を誇る日本一古材を貯蔵している本社の貯木場とモニターで結び、そこにあるマテリアル一つ一つを紹介できるシステムです。東京の店舗オープンも決定していますが、大阪、東京の店舗では質感や寸法などを確認し、実際にどれを使うかという場合には、奈良の貯木場の素材の中から選んでもらうことができます。」（渋谷氏）

ブライダル、ホテルを始めとした商業デザインにおいて、歴史を重ねてきた古材は相性もいい。施設ブランディングにも影響するほか、見た目のクオリティも高まる。その点、こうした施設のオーナーや設計デザインを手がける企業の来店を促進していく。

また古材以外に、タイから輸入しているフェイクグリーンも展示販売している。商業施設として一度グリーンを入れれば、その後も空間を保つことが出来る商品だ。

▲大阪・南海電鉄の高架下にオープンした店舗

オリジナルアイテムを作れるDIYスペース

店舗内に併設している【ウエディングDIY工房】。貴重な古材の端材を使って、新郎新婦がDIYするスペースだ。結婚式で使うウェルカムボードや装飾。両親やゲストにプレゼントするための箸やコースターなどを手作りできる。

「新郎新婦が自分らしさや個性を表現する時代。オリジナル商品を自分達で作るDIYへの注目が高まっています。こうした顧客ニーズに寄り添うために、渋谷のマテリアルのノウハウを活かしてDIY工房をオープンしました。業界にとって画期的な取り組みです。」（エスクリ販売促進グループ・グループ長・種村陽子氏）

工房ではプレ花嫁＆花婿以外にも、カップル、結婚後の夫婦などに向けたワークショップを実施。結婚式後も顧客とつながり続ける生涯顧客化を目指し運営していく。

▲DIY工房を案内する種村氏

トークセッションを掲載（15面）