

SHOTENKENCHIKU 2010 January Vol.155 No.1
平成22年1月1日発行 毎月1回発行 昭和31年9月12日創刊
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 1F
SHOTENKENCHIKU SHA CO.,LTD.

MONTHLY MAGAZINE OF SHOP DESIGN & INTERIOR DESIGN

1

商店建築



新年号特別企画

PRESENTATION!

第I部 最新プロジェクト情報
第II部 プレゼンツール&テクニック

FEATURE ARTICLE

クリニック・スペース

ELEMENT FEATURE

エコロジカル・エレメント

SPECIAL REPORT

トウキョウ・デザインイベント2009

SPECIAL REPORT

当世香港デザイン事情

スキーリゾート施設には リアルな雪山を

リカルド・トッサーニ (リカルド・トッサーニ・アーキテクチャー)

riccardo tossani

1957年オーストラリア生まれ。主な仕事に「ショールーム&オフィス レオパレスワールド大阪」(00年9月号)、「Bougainvillea Chapl」(02年8月号)、「ジョルジオ アルマーニ 六本木ヒルズ店」(09年9月号) 他

クライアントがさほど建築に詳しくない場合、初期のプレゼンで図面やパースのような2次元情報、または模型やCGといった3次元情報のみを提供し、こちらの設計意図を理解してもらうのは難しいかもしれません。そこで私は、「4次元情報」によるプレゼンをいつも意識しています。4次元とは、太陽の動きによって変わる時間の変化や季節の流れといったその地域の特徴、あるいは歴史的、文化的な背景です。将来的な展望といった知的な「5次元情報」も取り入れるようにしています。そこで、**効果を発揮するツールがCGアニメーションです。**というのは、動画であれば時間の経過による見え方の変化、背景に見える自然といった知的分析をしっかりプレゼンできるからです。例えばリゾート施設なら、どの部屋からどのような角度で山々が見えるか、バスルームから見える風景が夏と冬でどう変わるのかなどをムービーでドラマチックに見せます。つまり、プレゼン

で肝要なのは「実際にそこで過ごしたらどんなエクスペリエンスがあるのか」を、クライアントにありありとイメージしてもらうことです。なお、各国で働いた経験から言うと、プレゼンが最も洗練されている国はアメリカでしょう。特にカリフォルニアあたりの設計事務所はすごい。ハリウッドが近いせいか、複雑なアイデアをイメージとして相手に伝えるビジュアルコミュニケーション技術が非常に高い。それはデジタルツールということよりも人間の持つコミュニケーション能力です。カリフォルニアの設計事務所で働いていた時は、巨大なピンナップウォールに大きな写真やパースをたくさん貼って、**クライアントとゆっくり見て歩きながらプレゼンをしました。**いわば身体的な動きの演出まで含めた「ショーマン・シップ」のあるプレゼンが求められていたのです。日本でも演出に自信がある方は、取り入れてみると面白いかもしれません。



上/コテージ計画のムービー 下/スキーリゾート計画のCGパース。背景の臨場感に注力した