

環境対応パネル・ユニット店舗 「エコロユニット」 & 「R-CUBE」

北村 茂樹 (きたむら しげき)

① まえがき

2005年に京都議定書が発効し、国内では二酸化炭素(CO₂)削減に向けた努力は企業にとどまらず、一般消費者にまで浸透した動きとなりつつある。さらに、LOHAS(健康と環境、持続可能な社会生活を心がける生活スタイルのこと)という造語の流行の後押しもあり、この社会に生活する一人一人が環境問題に対して強い関心を持つ時代になった。

一般の生活者を顧客とする小売業界も環境に適合した事業運営を目指して、取扱商品や物流システム、店舗設備や店舗システムなどの改革に動き始めている。

富士電機はこうしたニーズに応えるべく、出店初期投資の軽減、店舗施工現地工期大幅短縮、そして環境問題への対応という特徴を盛り込んだユニット型店舗商品である、「エコロユニット」と「R-CUBE」を開発した。

エコロユニットとR-CUBEは環境対応商品であると同時に、店舗出店をする企業のその他のニーズを的確にかついち早く取り入れた商品でもある。

本稿では、この商品の直接の顧客である小売業界の動向と、商品の特徴を紹介する。

② 小売業界の動向

現在、約42,000店舗を数えるコンビニエンスストア(CVS)業界が抱える大きな悩みは業界内の過当競争と中食業界の近年の飛躍、およびCVSと競合しつつあるドラッグストアなどの業態変化である。

これは、少子化によるターゲット層の変化、さらに成熟したマーケットと多様化する消費者とのギャップが大きな要因となっていると考えられる。

飲食業界をはじめとするCVS以外のさまざまな業態にもこのことが当てはまっており、他業種他業態の垣根が一気に取り払われ、今までどこの業界内でも常識とされてきた商品構成や出店立地条件が激変しているのが現状である。

このような中でCVS業界は数年前から飲食やスーパー

マーケット業界などの要素を取り入れた業態のマイナーチェンジを図ることでターゲット層の変更を試みたり、今まで出店しなかった「駅ナカ」や高速道路のサービスエリアなどへの積極的な出店を試みている。

駅ナカは、首都圏を中心とした大規模都市型ショッピングセンターとの集客競争などですでにショッピングセンターの様相を呈しており、つい一昔前は駅ナカ=売店であったのが、主要駅では様相が一変しているのが昨今の状況である。

駅ナカの立地の特性として、店舗は短工期で開店可能、どんな場所でも建てやすい、リユースが可能であることなどが求められている。

また、CVS店舗の郊外型立地に求められるものもやはり短工期、出店後の立地環境の変化による店舗移設、既存店の業態変更等による増床計画などが挙げられ、この要望に容易に対応できる店舗が必要とされてきている。

このようにCVS店舗や駅ナカに出店する店舗をはじめさまざまな業態の店舗の出退店のスピードが加速し、業態の一部、あるいは大幅な変更のための改装もますます加速している。多様化する消費者ニーズにこまめに適応していくことがどの小売業界にもいえる宿命と考えられる。しかも、そのような動きをしながら、同時に環境問題に積極的に対応することも小売業界に強く求められている。

③ 商品コンセプトと商品の特徴

3.1 商品コンセプト

以下にあげるエコロユニットとR-CUBEのコンセプトは、社会の移り変わり、消費者のニーズの変化などめまぐるしく変化する環境の中で、売り手側(メーカー)と買い手側(小売事業者)の総意が合致して出来上がったもので、小売事業者の要望に柔軟に答え得ることが特徴となっている。

- (1) 富士電機のリテイルシステム部門の事業コンセプトでもある「快適商空間」を追求するものであること。
- (2) デザイン性、商圈の変化に柔軟に対応が可能であるこ



北村 茂樹

商業施設における商品などの企画・開発に従事。現在、富士電機リテイルシステムズ株式会社コーポレートチェーン事業本部営業推進本部商業施設部。

と。
 (3) リニューアル対応が容易であり、超長寿命の店舗を計画でき、環境に配慮することが可能であること。

図1にエコロユニットのイメージを、図2にR-CUBEのイメージを示す。

3.2 商品の特徴

エコロユニットとR-CUBEは共通の特徴を持っており、下記の五つにまとめることができる。

(1) 建築コストの軽減

従来の工法と比較して工場製作が中心になるため、現場施工にかかる諸費用が軽減される。

(2) 現場施工の工期短縮

現場ですべてを施工する従来の工法と違い、ほとんど

図1 エコロユニットのイメージ



図2 R-CUBEのイメージ



図3 CVS店舗50坪タイプの施工工期の比較

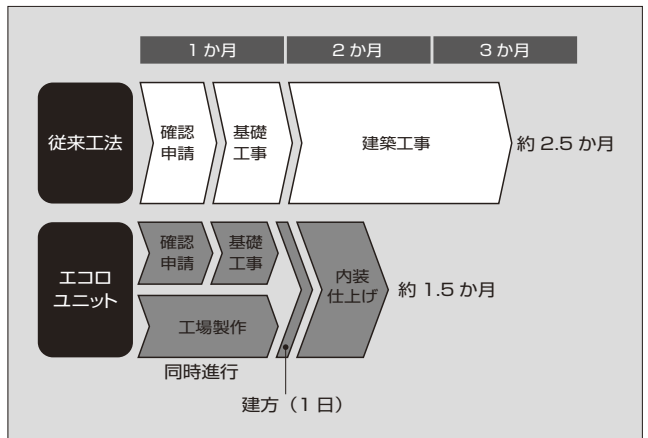


図4 エコロユニットでの効果 (CVS店舗50坪タイプの場合)

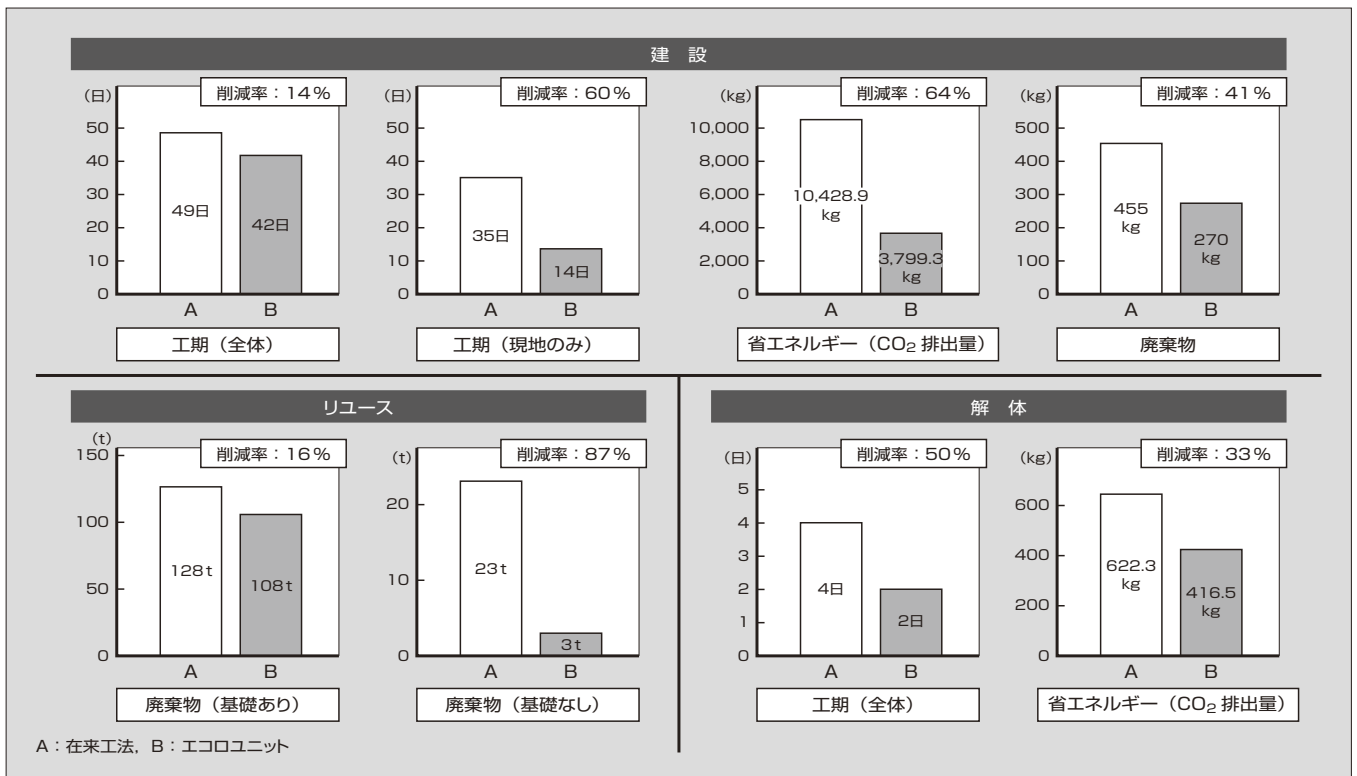


図5 工場製作の本体ユニット（現場設置状況）



図6 工場製作の屋根ユニット（現場設置状況）



が工場製作のため、現場施工が大幅に軽減される。エコロユニットの場合、標準的なCVS店舗で約1か月の短縮、R-CUBEの場合、10坪程度の店舗で約7～10日の短縮が可能である。

図3にCVS店舗50坪タイプの施行工期の比較を示す。

(3) 環境への対応

リデュース・リユース・リサイクル（3R）推進協議会が進める3R活動に即した商品である。

(a) リデュース

工場製作が中心のため、現場での無駄な廃材が出ない。また工場内でも高効率な製作を実施のため、廃材も軽減される。

(b) リユース

パネル・ユニット組立のため、移設が可能となり、スクラップ店舗の廃材が大幅に削減される。さらに移設先の初期投資も軽減できる。

(c) リサイクル

特に内装部材、部品などは極力リサイクル品を使用する。使用された部材・部品は、パネル・ユニット店舗自身のほぼすべてがリユース可能であるため、移築の場合でもリサイクルに回すものは非常に少ない。

建設工期、CO₂の排出量、廃棄物の量について在来工法とエコロユニットを比較したものが図4である。

エコロユニットは平成18年度3R推進協議会にて会長賞を受賞し、環境問題への対応について高い評価を得ている。

リユースの代表例として、2005年日本国際博覧会（愛知万博、愛・地球博）において「環境」に適合した店舗として施工し、期間中の営業に貢献した後にリユースされ、現在は他の立地で一般店として営業している店舗が挙げられる。

(4) 品質

建築物のほとんどを工場内で製作することにより、常に一定の高い品質を保つことができる。

(5) 現場対応性

ユニットやパネルの利点を生かした工法のため、間口と

図7 エコロユニットの完成写真



奥行が自在に変更可能であり、立地に応じた形状の店舗を建築できる。

図5～7に、エコロユニットの現場設置状況と完成写真を示す。

4 企画・立案・設計・施工までの流れ

エコロユニットもR-CUBEも共通で、次のような流れによる。

(1) 企画・立案

ユーザーとの打合せにより、業態や事業コンセプトなどの確認をし、店舗レイアウト、イメージパース、従業員動線やお客様導線などのオペレーションを盛り込んだ基本プランを作成する（図8）。

(2) 設計

企画・立案でユーザーの承認を得た後、空間デザイン、床伏図、天伏図、什器（じゅうき）提案などの基本設計、そして展開図まで盛り込んだ実施設計図面を作成する（図9）。

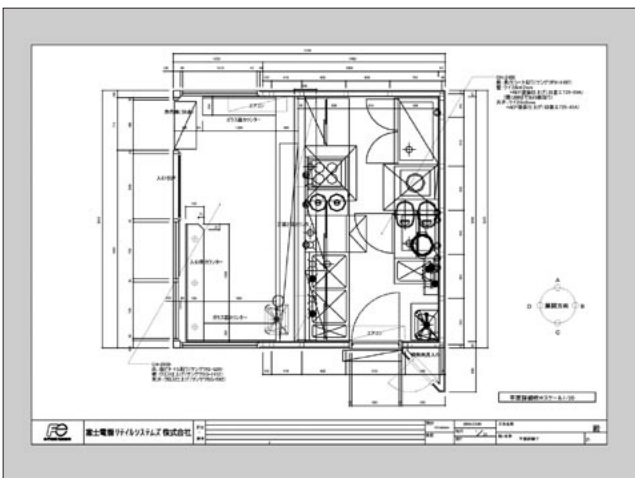
(3) 施工

着工日の決定と工程表の作成で竣工（しゅんこう）日ま

図8 企画・立案——イメージパースの作成—— (R-CUBE)



図9 設計——平面図の作成—— (R-CUBE)



での工程管理を行い、同時に設計監理、施工管理までトータルで富士電機による一貫管理が可能である(図10)。

⑤ 今後の課題と開発方向

現在、エコロユニットは郊外型 CVS 店舗、R-CUBE は

図10 施工 (R-CUBE)



鉄道系売店を中心に展開している。しかし社会の動きが速く、しかも業態の垣根がなくなりつつある中で、CVS 店舗や売店以外の商業施設への進出を図ることが必至となる。そのためにはさらなる柔軟な対応が求められるであろう。

今後の課題は、他業界のニーズへの対応力、そのための開発力である。その方向性はエコロユニットや R-CUBE のウェットキッチン対応の開発が挙げられる。すでにドライキッチンでの対応は可能であるが、軽飲食の域を超えることができない。飲食業界でのニーズに応じていくことがさらなる拡販への道になると考える。

⑥ あとがき

一言に商業施設と言っても、そのカテゴリーは山のように存在する。しかも昨今はその境目があいまいになりボーダーレス化が進んでいる。

しかしその中で、増え続けるユーザーニーズに対応し続けることが企業の体力を向上させる糧となると考えている。そして商業施設丸ごと一つを川上から川下までトータルプロデュースし、われわれの目指す「快適商空間」の創造に邁進していく所存である。