1. ヤブ プッシェルバーグによる3次元曲面の吹き抜け。176枚のメタルパネルの間からのぞくダイクロイックガラスが空間に表情を与えている（撮影／Manuel Bougot）　2. 5階の靴売り場。試した靴で思わず走りたくなるような空間のデザインはシグーによる　3. 垂直型の動線に変更するために新設された12機のエスカレーターを、1階のエントランスホールから見る。閉店から開店までのわずか11時間で設置工事された（2点撮影／Manuel Bougot）

“商業施設の大聖堂”のリニューアルから見える、最新インテリアデザイン

浦田　薫（デザインジャーナリスト）

創業150周年を迎えてなお、更なるイメージの刷新を続ける、パリのプランタン百貨店。2017年2月、そのメンズ館がリニューアルオープンした。6フロア分の内装設計を手掛けたのは、インハウスの建築エンジニアチームに加えて、フランスのヴィルモット＆アソシエーツ、シグー、ロンドンを拠点に活動するユニバーサル デザイン スタジオ、アメリカや中国に拠点を置くデザイン事務所ヤブ プッシェルバーグら。人々を魅了してやまない「パリが放つ独創的なエネルギー」をテーマに探求されたリニューアルデザインで、どのような新しい集客効果を導き出そうとしたのか。

動線の変更でよみがえったガラスの建物

パリのプランタン百貨店は08年より、競合都市であるロンドン、ニューヨークや東京に差を付けるため、ラグジュアリー、ファッション、ビューティーの分野の発信において、大改革に挑んでいる。国内外の建築家やデザイナーと協働し、フランスの地方都市にも新店舗を出店。14年には、ルーブル美術館に隣接して新設した店舗（14年6月号 P.27）をイタリア人建築家アントニオ・チッテリオが手掛け、その前年には今回リニューアルされたメンズ館のファサードをガラスブロック仕様に改装している。18年には、ビューティー館とメゾン館のプロジェクトが竣工を控えているという。10年間の歳月と、総工費3億ユーロを投じる壮大なリブランディング計画である。1865年に竣工したプランタン百貨店は一度火災に合うも再建され、今日では外壁と屋根が歴史的建造物に登録されており、都会の中心で過去と未来を結ぶ「商業施設の大聖堂」と称される。新規設計を実現させるには、歴史的保全を遵守した上で、不可能を可能にするアイデアとプロセスとが要求される。

鉄構造とガラスの建物は、自然光の採光に適している。しかし改装前は、館内の商品ストック空間が壁側に配置され、ほぼ完全に開口部を塞いでいた。今回のリニューアルで見直された垂直型の動線は、建物の中心にエスカレーターを配置することで実現した。各階の見通しを保ちながら中央部で開催されるイベントにも視線が集まる、買い物がしやすい動線となった。もちろん、営業と並行して全ての工事を続行させねばならなかった。工事期間中は、夜間に12機の新規エスカレーターを1機ずつ吊り上げて、天井の高さが異なる各階の屋上階から設置したという、驚異的な工程も忘れてはならない。

各フロアから発信する現代のパリ

こうして、エネルギー、自然光、動線をキーワードに考え抜かれた空間が誕生した。地上階と1階は、ラグジュアリーとクリエイターズブランドを販売。パーソナルショッパーがコーディネートする特別サービスもある。プランタン百貨店のオリジナルブランド Brummell（ブリューメル）を含む都会派ファッションが集まった2階は、伝統的なフローリングとし、ダークカラーの天井とは対照的な明るい色の什器で構成。天井が低く、ドメスティックな感覚を覚える4階は、スポーツウェアと下着売り場。親密性を与えたパーゴラコーナーでは、季節のアイテムを販売する。都市空間を店内に取り込む設計を意識し、シグーが手掛けたコンテンポラリーファッションの3階では、化粧材を使用せずコンクリートの柱をむき出しにして、天井のフロック加工やダクト、照明器具をあえて見せる演出だ。同じくシグーがデザインした5階の靴売り場の床にはサーキットラインが描かれ、競輪場のトラックを連想させる遠心力とダイナミックさが与えられた。中央部から側面にレイアウトされる各種ブランドの商品は、黒に塗装された鋼鉄製の什器に陳列されている。

数カ月後に竣工を迎える1階のカフェ空間は、ヴィルモット＆アソシエーツのデザインにより、本館最上階のガラスドームを連想させる鏡の天井が計画されている。パリという都市像、そして歴史に刻まれる自社の存在に誇りを持ち、そのエスプリをデザインで可視化したプランタン百貨店は、次世代に向けたサービスに着手していると言えよう。取り扱うブランドも拡大し、地元客の定着だけでなく国外からの旅行客の需要にまで照準を合わせた商戦力に、拍車が掛かる。