

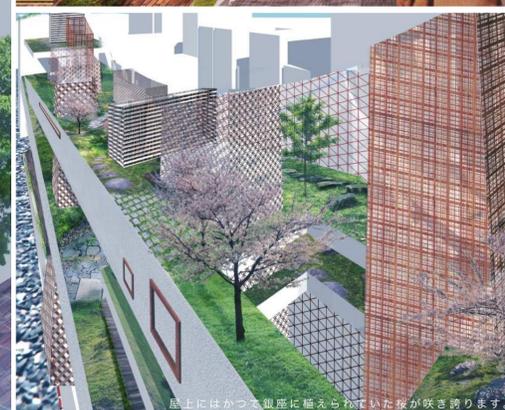
- 銀座のデパートが、儲けることよりも拡めることを目的としていたら -

銀座は現在、日本一地価が高い。そんな銀座の地に多く現存するデパートには世界各国のモノが集積している。しかし、銀座の価値はモノを販売することよりもコトを知ってもらうことにあるのではないだろうか。

オルタナティブデパートではモノではなくコトを売る。デパートの祖である勤工場が人気を博したのは、大量の商品が“陳列されたこと”に要因がある。そこで提供しているのは商品そのものではなく、比較により得られる情報や体験であったのではないだろうか。

ここに集積された技術、工夫を訪問者に拡める。一度集積され、拡散された情報は、各地に点在するモノの流通を促す。

銀座における既存のデパートが進み得たもうひとつの道、拡散される情報が銀座を中心に日本を変える。



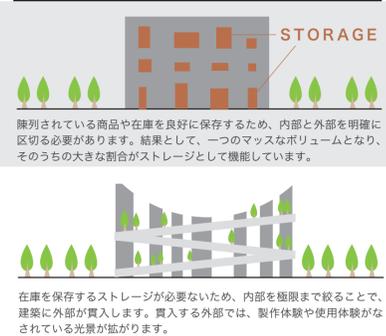
デパートのもろむこの可能性



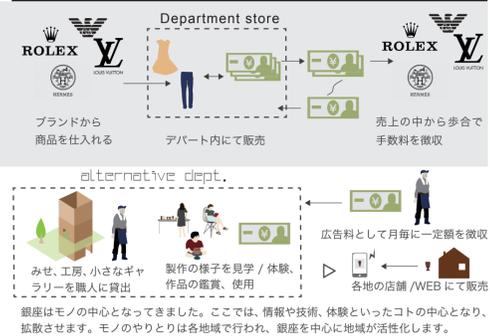
モノではなくコトを売る



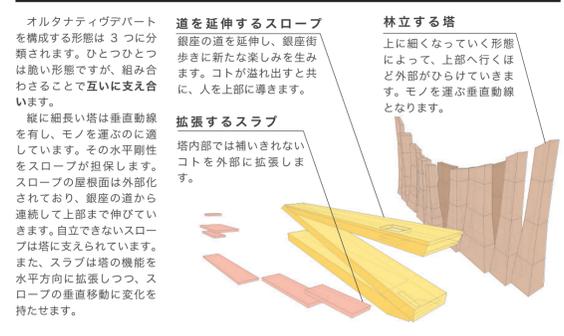
ストレージ縮小による外部化



現代社会、銀座に流した流通



機能的、構造的に支え合う形態



外部に内部が反転し続ける「アーカイブ」

