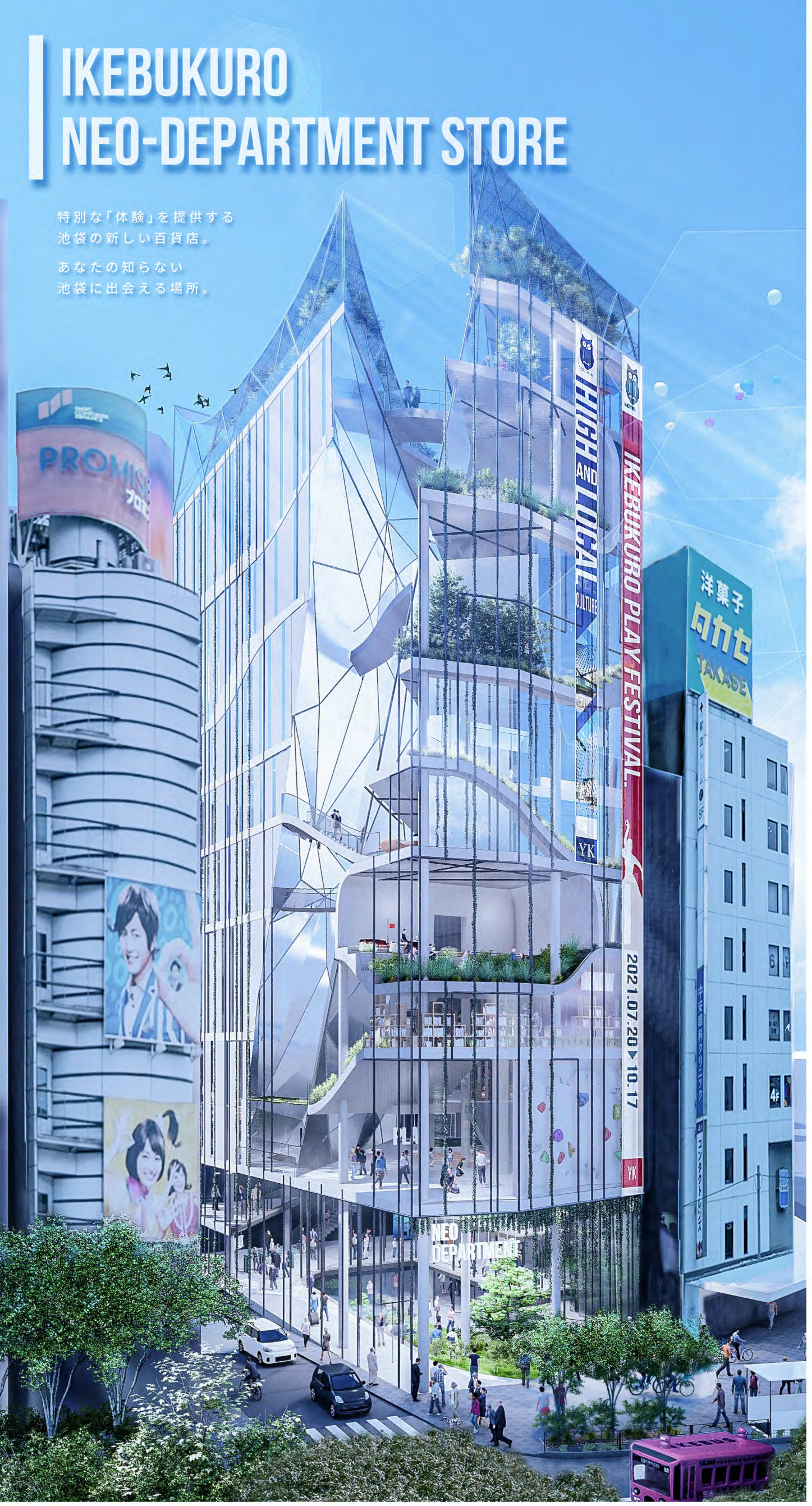
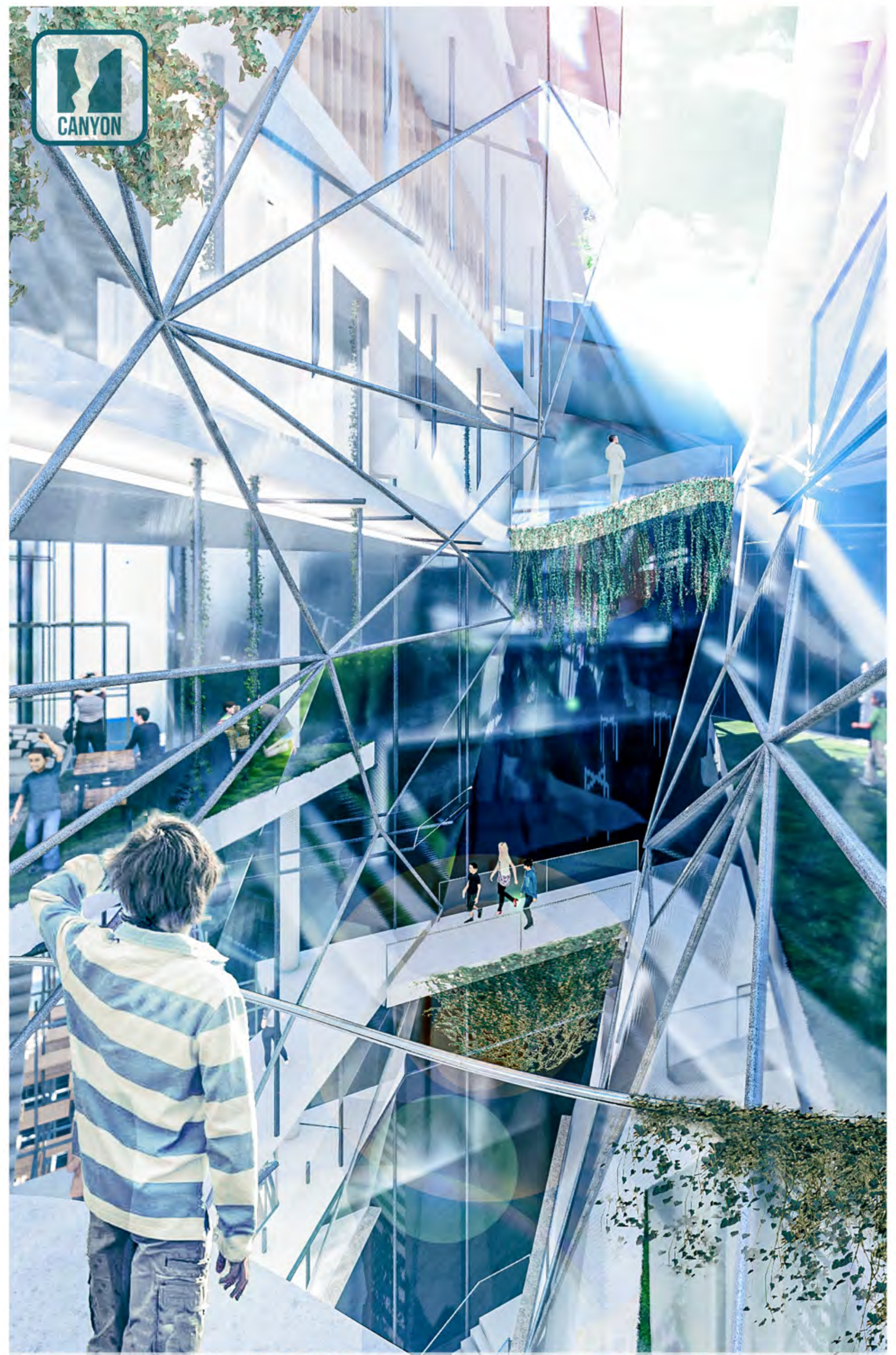
IKEBUKURO NEO-DEPARTMENT STORE

特別な「体験」を提供する
池袋の新しい百貨店。

あなたの知らない
池袋に出会える場所。



駅前の広場とひとつづきに緑が連続し、通行人を建築内部に引き込む。地形のような凹凸を持った建築は、雨水を集め流しながら、緑を育て、屋上のビオトープや木々が鳥や虫などの都市の生態系の一拠点として機能する。



建築に刻まれた渓谷のようなヴォイド空間は、風が通り抜け、光が降り注ぐ。多面的なガラスを介して、池袋の多様な文化が互いに透けて見える。渓谷は水の通り路でもあり、屋上で一時的に貯水された雨水がガラスを伝って地下へと落ちていく。

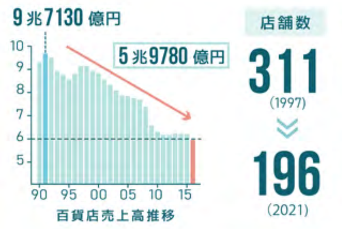
01 池袋と百貨店

1960 年 西武百貨店 池袋店

百貨店と共に歩んだ歴史

戦争によって焼け跡となった池袋に生まれた「マーケット」はヤミ市として興隆したが、高度成長期を迎え、跡地には巨大な百貨店群が出現した。池袋の街は百貨店と共に栄え、多様な文化を生み出した。しかし百貨店は今、苦境に立たされている。

02 商業建築の転機に立つ



百貨店 売上低迷の現実

かつて百貨店は、新しい時代の象徴であり、買い物に行くことそのものがレジャーとして成立する「体験型店舗」であった。しかし近年、百貨店全体の売上が低迷状態にある。買い物の手段が多様化した現代において、百貨店は、ICT 活用の遅れや若年層対策不足など、多くの課題を抱えている。

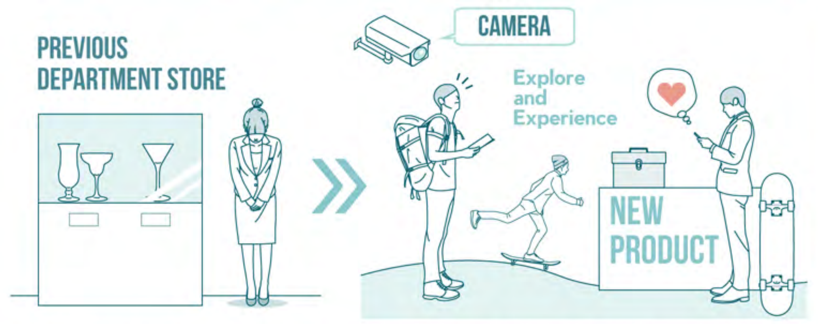
COVID-19 消費のネットシフト

新型コロナの流行によって、消費のネットシフトが加速している。ネットサービスが充実する一方、人々は「現実で体験すること」の必要性も痛感することとなった。体感することの価値が相対的に向上した今、EC に対抗するためには、消費者が実際に足を運ぶ価値のある商業空間を創造しなければならない。

池袋ローカルカルチャー 国際文化都市へ

池袋は、ハイカルチャーからサブカルチャーに至るまで多様な地域文化が渾然一体となって息づく街である。しかし池袋には、文化が混在している故に互いに知られていない点や、観光客の一極集中等、課題も多い。池袋文化の要（Hub）となり、世界への発信力を持った施設が求められている。

03 モノを売る百貨店から「探索・体験」する百貨店へ



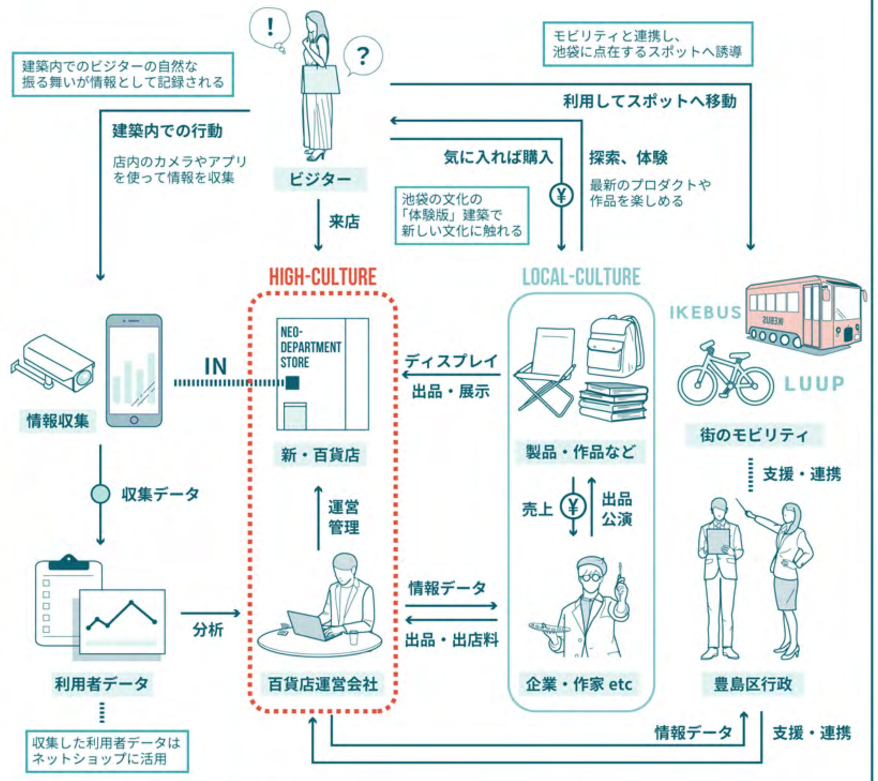
ハイカルチャーとローカルカルチャーの融合 新しい都市型商業施設

百貨店というハイカルチャーの象徴を再解釈し、池袋のローカルカルチャーをそこに収集した新しい商業建築を提案する。ビジターはインターネット上では得られない、プロダクトや池袋の様々な文化を体験・体感する機会を得、建築内を探索することで普段出会えない文化と出会うことができる。

まるで街歩きをするように、自らの足で探し、発見し、出会える楽しさを提供する空間を創る。

かつての百貨店が未来を予感させる体験型建築であったように、今の時代に適応したネオ・百貨店＝体験型商業施設が、池袋の新たなアイコンとして文化を世界へ発信する核となる。

04 収益循環 「探して見つける」特別な文化体験を提供する



ビジターに貴重な「体験」を提供し、得られた「情報」を売買する。

ビジターは、池袋の文化や最新のプロダクトを建築内で自由に体験できる。その様子や反応を店内カメラやスマホアプリを活用して利用者データとして収集し、プロダクトやサービスの提供者（企業や作家）にフィードバックする。行政とも協力し、池袋の文化をより多くの人々に発信するのと同時に、ビジターの素直な反応・意見を収集し、まちづくりに活用する。モビリティとも連携し、観光スポットへの拡散を促す。

05 探索・体験を誘発する建築

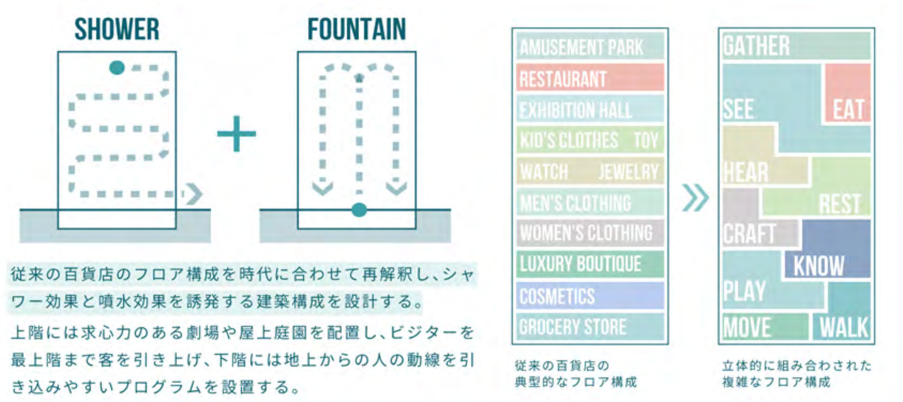
都市に地形をつくる「フィールド」として立ち上がる建築

都市の地形として立ち上がる建築は、地形のように複雑な形状・空間によって訪問者の自由な探索を誘発する。

床や壁はうねり、洞窟や池、野原のような空間までもが建築内に混在している。ビジターたちは、水が流れ、緑が茂り、音が流れる中を五感を使って歩き、走り、登り、腰掛け、その自由な振る舞いが情報として翻訳され、記録される。

池袋の多様な文化を内包し、街全体をフィールドに変えるこの建築は、「池袋の凝縮体」であり、人々は表情豊かな建築内を歩き回りながら思うままに振る舞い、その中で「知らなかった池袋」の一面を発見する。

シャワー効果を利用する フロア構成と動線計画



従来の百貨店のフロア構成を時代に合わせて再解釈し、シャワー効果と噴水効果を誘発する建築構成を設計する。

上階には求心力のある劇場や屋上庭園を配置し、ビジターを最上階まで客を引き上げ、下階には地上からの人の動線を引き込みやすいプログラムを設置する。

自由な探索を誘発するフィールド設計

直感的な動作によって分けられたエリアごとにビジターの好奇心・探索心を誘発するような空間的な仕掛けを設計する。各エリアの振る舞いに合ったプロダクトやサービスがフィールド内に自然に配置されている。

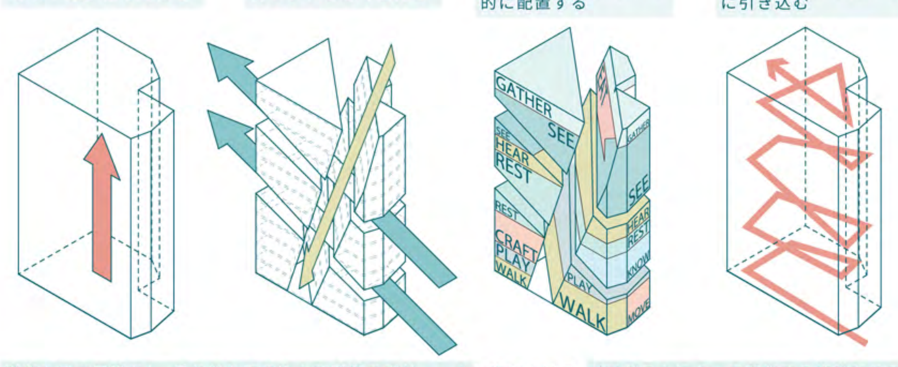
06 建築ダイアグラム

01. 敷地の形から建築のボリュームがたちあがる

02. 光と風と通り道をスリットとして空ける

03. 各プログラムを噛み合わせるようにして立体的に配置する

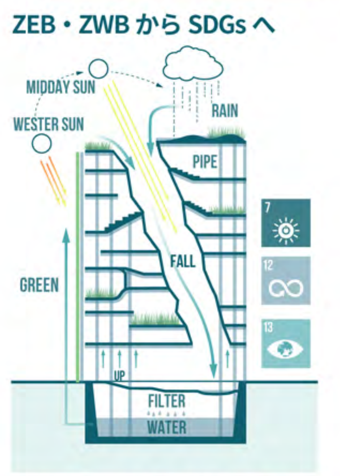
04. 駅側の通りと広場から人と緑の動線を建築内に引き込む



敷地を最大限活かし、風と光を取り込んだ建築のボリュームを立ち上げる。プログラムによって変化する複雑なスラブ・壁面をもった建築は、まるで都市に現れた巨大な遊具のように、訪れた人々を楽しませる。

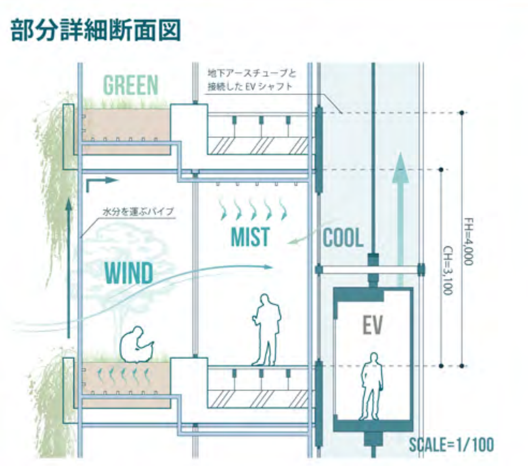
07 都市型環境建築 水と緑が浸透する地形建築

ZEB・ZWB から SDGs へ



雨水の循環システムを実現することでZEB・ZWB を実現し、省エネルギー建築からSDGs へアプローチする。

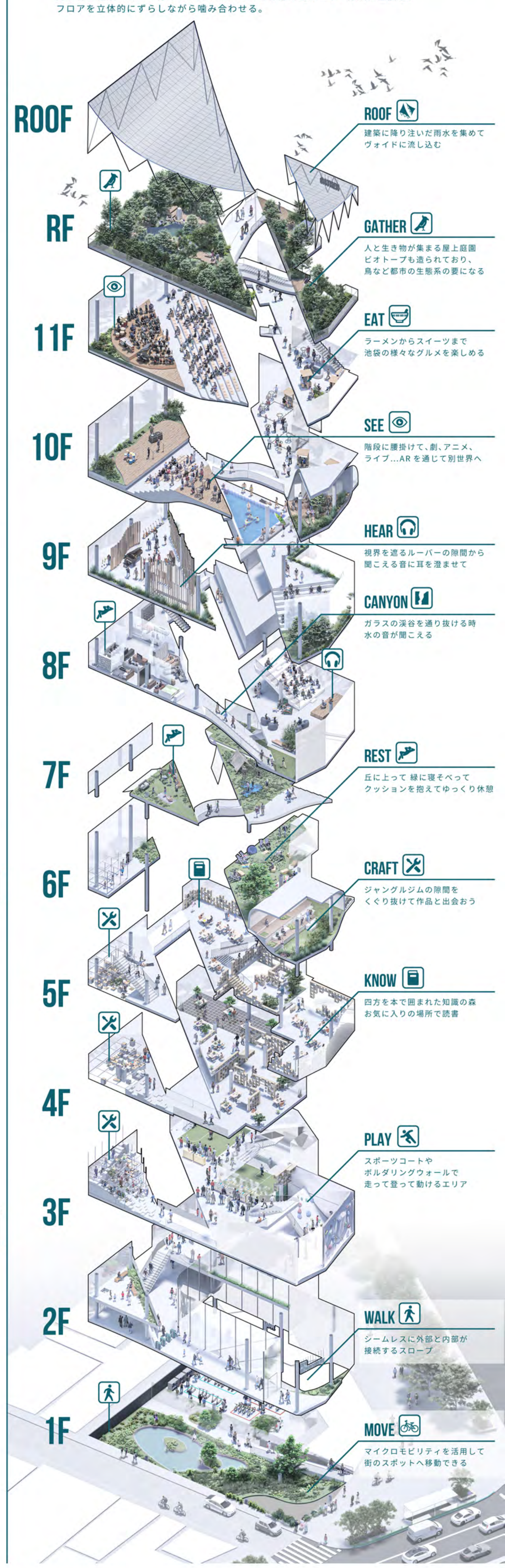
部分詳細断面図



地下貯水を引き上げてパイプに水を通し、柱やファサードの植物を育成しながら、快適な内部環境を整える。動く水と成長する緑によって動的な空間とファサードを演出する。

08 NEO-DEPARTMENT STOREフロアガイド

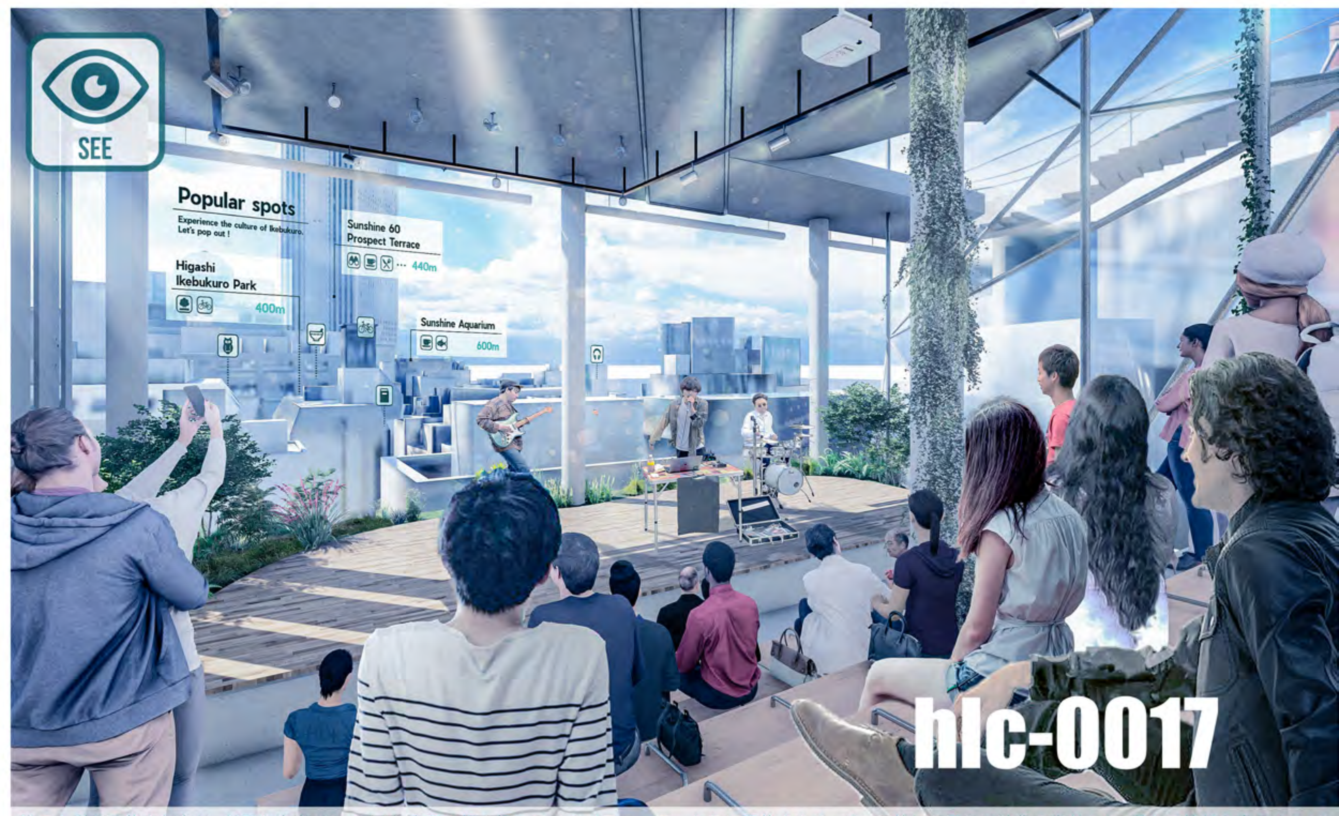
池袋の様々なローカルカルチャーが集うフィールドが立体的に展開する。
売る物の種類によって分けられていたフロアを体感的なワード・分類に置換し、
フロアを立体的にずらしながら噛み合わせる。



500mm×500mm の寸法で構成された本棚が壁や家具として空間を支配し、「くぐる」や「またぐ」といった散策行動を誘発することで、ビジターの探究心をくすぐる空間をつくる。本棚と植栽が入り組んだ本の森では、まるで秘密基地を探すように自分だけのスペースを見つけ、ゆっくりと読書に浸ることができる。

地形が格子状に広がることで立体的なフィールドを作り出し、作業机、階段、展示棚へと変換される。視界いっぱいに作品の世界が展開され、池袋のアートとカルチャーを全身で体験する言語の壁を超えた国際アート・カルチャー建築として街の核となる。

地上部からスロープで連続した 1F は、滝や池、天井のガラスの反射によって百貨店らしい高級感と華やかさが演出され、歩行者動線と緑を敷地内まで引き込む。MOVE エリアは、池袋のモビリティ事業と連携し、街の回遊性を高める一拠点として機能する。従来の百貨店の「特別性」と「大衆性」の両立を踏襲した建築構成である。



誰でも利用可能な舞台は、劇団や音楽バンドなど、表現の場を探しているパフォーマーたちに開放される。ガラス越しに見える池袋の街並みに、重ねて情報を表示するAR技術によって街のスポット情報を投影することで、ビジターに向けた街の観光案内板のような役割も果たす。

hlc-0017