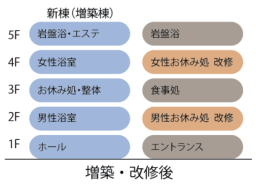
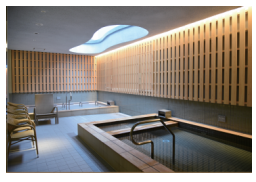
新江戸遊プロジェクト

プロジェクトの概要

・竣工後20年を経過した**温浴施設のリニューアルプロジェクト**。隣接用地に新規に浴室・サウナ等のウェットゾーンを増築し、旧館の浴室・サウナを廃止して改装の上、北斎通りに面した新しいファサードを設置した。
・スケジュール・品質・コストの基本的なマネジメントに加え、ゼロスタートからの増築・改築に対する要件定義と技術的なフォロー、**新しい付加価値のコンセプトづくり**と具現化を行った。



増築・改修後



プロジェクトの基本情報

プロジェクト名称	新江戸遊プロジェクト
所在地	東京都墨田区
種別1	新築・改修
種別2	非住宅建築
CM業務委託者に関する情報	
CM業務委託者名	株式会社　東新アクア
CM業務委託者の所在地	東京都墨田区
種別	民間法人
応募者に関する情報	
応募者（法人）名	株式会社　佐藤総合計画
応募者（法人）の所在地	東京都墨田区
種別	設計事務所系
プロジェクトの基本情報	
CMRの参画時期	事業構想段階、基本計画段階、基本設計段階、実施設計段階、工事発注段階、工事段階
CMRの選定方法	特命
設計と施工の発注形式	設計
設計者の選定（※）	設計競技
工事施工者の選定（※）	価格競争
設計施工者の選定時期（※）	基本計画完了時
CM業務内容	
共通業務	発注者の目標・要求の確認と更新、プロジェクトの推進と管理、設計者・施工者・監理者の選定・発注、プロジェクト構成員の役割分担の明確化と更新、プロジェクト情報管理、プロジェクトにおけるリスクについての説明、クレームへの対応、CM業務報告書の作成、
事業構想・基本計画	事業構想、基本計画
基本設計におけるマネジメント	基本設計の方針検討、基本設計への支援と確認、基本設計図書等の内容の確認、概算業務
実施設計におけるマネジメント	実施設計の方針検討、実施設計への支援と確認、実施設計図書等の内容の確認
工事施工におけるマネジメント	工事施工準備、工事施工、竣工・引渡し
完成後におけるマネジメント	不具合・瑕疵への対応、引渡し後のアフターケア・運営維持管理

【CMRへ求められたこと】

開業から20年を迎えた当施設は、設備等の更新時期を迎えていた。温浴業界も変化し、施設運営上の不備、不足点が目立ってきたため、温浴施設の増築と既存部分の改築が必須となっていた。しかし発注者の想いをよく伺えば、「**従来型の温浴施設を得意とする設計者ではこれからの時代に対応した新しい提案力に乏しく、一方で新しい感覚を持つ斬新な設計者では技術力に乏しい**」という発注者の一貫した認識があった。この認識を理解しながら、プロジェクトを具体化し推進するためには下記の課題があった。

●ゼロスタートからの増築・改築に対する要件定義と技術的なフォロー

【要件定義】　諸室条件の課題
【コストマネジメント】　オリンピックを控えたコスト高騰時期を理解していただく方策
【スケジュール調整】　オリンピック前年までに新装開店
【運営との調整】　工事中閉館期間の出来る限りの短縮

●新しい付加価値のコンセプトづくりと具現化

【ブランディング】　より幅の広い客層を捉えることのできる「新江戸遊」ブランド戦略
【コンセプト】　従来にない新しい温浴施設の在り方の模索
【付加価値の具体化】　ブランド・コンセプトの具現化と次の改修を見据えた提案

これらの課題解決手法として**設計事務所CMRによるCM方式**を提案、発注者が採用することとなった。

●プロジェクトの重要テーマ設定

基本計画段階フェーズの重要性を理解していただいたうえで、基本計画・設計者選定に6カ月間の期間を確保し、要件定義を確実に行うと共に、発注者の想いを3点の重要テーマとして設定し、これらのテーマに沿ってプロジェクトを進行した。

新「江戸遊」に相応しい全く新しい店舗ファサード（外装）
地域の商業的なランドマークとして、かつ北斎通りのまちづくりを先導する端正なファサード
ウエットゾーンの新しい在り方
浴室・サウナ廻りの魅力づくり・低価格帯の温浴施設との差別化
ドライゾーンの新しい在り方
収支に影響を与える利用者の滞在時間を改善し、より魅力的なお休み処のコンセプトづくり

【CMRが目指したこと】

●組織設計事務所ならではのCM業務のメリット

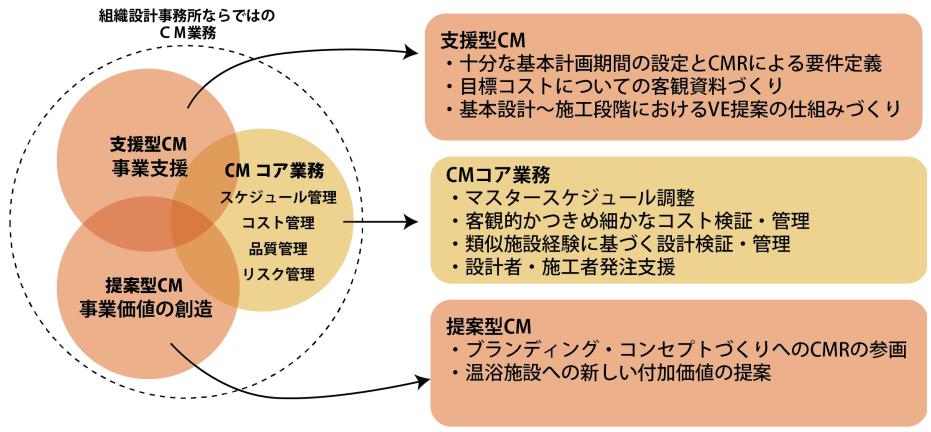
・本プロジェクトにおけるCM方式のメリットとして、**組織設計事務所である弊社がCMを行うことのメリット**を強調した。CMRは類似施設の設計実績に基づき、CMコア業務であるQCS管理を主体としながらも、それらに附随する**支援・提案に関わる部分**こそが組織設計事務所が行うCMRの最大のメリットであることを提案・説明した。

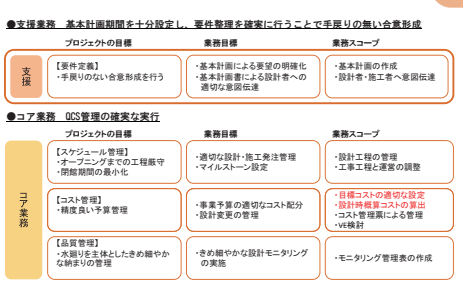
●発注者の想いを適切に汲み取り、現実化する

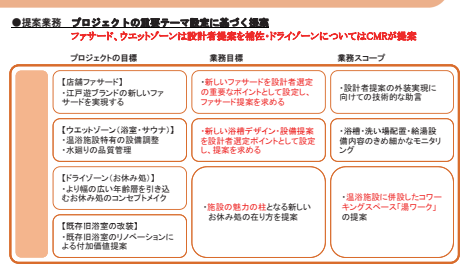
・**十分な基本計画期間を設定**し、要件定義を確実に行い、**発注者が「何を」求めているか**を十分に把握したうえで、その具現化に着実に応えられる設計者の選定を行うこと、また、基本計画から工事段階までブランディング・コンセプトメイクによる事業価値提案を行うことを説明した。

●設計者（及び施工者）との円滑な協働

・本プロジェクトの設計者は、温浴施設の豊富な経験があることに加え、**新しい付加価値の具現化**を実現できる高い能力をもち、かつそのデザインが発注者の好みにフィットすることが重要であることを説明した。
・多くの候補者から**適切な方法で設計者（及び施工者）を選定**し、彼らとの**円滑な協働こそが、プロジェクトに相応しい**と進言した。







【CMRがとった手法】

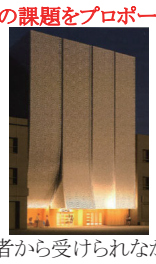
【要件定義】
・基本計画期間で多くのパターン検討を実施、設計期間中の手戻りを防止
・施設課題のポイントを**プロジェクトの重要テーマとしプロジェクトメンバーと共有**
・設計者選定の課題として施設課題の重要テーマを設定

【コストマネジメント】
・基本計画段階においてコスト試算を行い、設計段階においても設計図書に基づく概算をCMRが第3者的に実施、**コストへの理解**、事業費の増額を要請したと同時にVEを各段階において実施、目標コストへ納める削減を実現

【スケジュール調整】
・早期の段階から設計者及び施工者については候補者のロングリストを発注者に提示・確認・絞込を行ったうえで**各者に受注意欲についてサウンディング**を実施、早期の段階で複数者の参画を誘導
・結果、設計者は5者、施工者は2者の参画があり、適切な競争原理が働いた。

【運営との調整】
・増築棟の竣工後仮使用の計画を行い、設備調整、安全な仮設計画の策定によりプレオープン、グランドオープン時期を調整
・改修内容の精査と併せ全館休業期間を当初の想定から1ヶ月短縮、2ヶ月弱とした。

【ブランディング】
・設計者の選定にあたって、重要テーマ設定を十二分に理解している設計者が不可欠であったことから、**これらの課題をプロポーザル提案として求めた。**
・提案された5者のうち、最も優れた提案を行った久保都島設計事務所に設計を依頼した。**CMRはその実現のために①、②については設計者の意図を正確に現実化するための課題解決補佐**を行った。

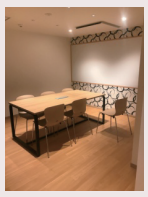


プロポーザル提案
実現に向けての補佐
・技術
・コスト
・納まり

・③については、優れた提案が5者から受けられなかったため、CMRが主体的に提案を行うこととした。

【コンセプト・付加価値の具現化】
・基本計画段階において近隣類似施設の調査を綿密に行いその特徴として下記の内容を導き出した。
①郊外型の温浴施設のお休み処は、**若年層の余暇の選択肢**。
非日常的な寛ぎの場所（ハンモックや暖炉スペース、大量の本棚スペースなど）が若者を中心として人気を集めている。
②都心型の温浴施設は、**ワーケーションの一部**として活用されている。
仕事の合間の息抜きなどに使う人や、**仕事を温浴施設に持ち込む**人がいる。
③働き方改革、**コワーキングの需要増。**

・湯WORK　（湯ワーク）スペースの提案
既存の浴室・浴槽の雰囲気を残し、非日常的な寛ぎのワーケーションを実現
既存サウナ室を利用したコワーキングスペースを提案
温浴+サウナ+食事+寛ぎ　という従来の温浴施設に「仕事」機能を導入提案



【CMRが受けた評価】

●発注者・エンドユーザーからの高い評価

・結果としてスケジュール、コスト、品質のマネジメントはもとより、CMRと設計者との協働が相乗効果を生み、新しい付加価値コンセプト作りに寄与したことを大変評価していただいている。
・まちなみのランドマークとなる外装ファサードのデザインは発注者のみならず、若者の利用者に好評である。
・湯WORKのコンセプトについては、グランドオープン以降、多くの関心を集めることとなり、雑誌、テレビ、ネット等で数多く取り上げられている。類似施設が現れるなど、湯WORK（湯ワーク）が社会現象ともなっている。
・COVID-19の流行下においても、リモートワークの場所として人気を呼び、多くの集客がなされていることは、商業施設プロジェクトにとって最も大きな評価であると自負している。

●組織設計事務所が行うCMの可能性

・温浴施設におけるCMR事例として、当プロジェクトは従来の温浴施設専業の設計者による「お任せ」設計スタイルとは一線を画す試みであった。発注者が本当に望むことに応えるために、**組織設計事務所CMRの介在により、専業に負けない、新しい提案が出来る多様な設計者の参画が可能**となり、温浴施設の今後の在り方、コンセプト、デザインに対して新しい可能性、**設計者との協働の在り方**を見出すことができた。

●CMRによる付加価値づくりの可能性

・事業計画の中で建設コストの占める割合は非常に大きなものではあるが、単純なコストダウンを図るだけでなく、**建物の付加価値をどのようにつけていくかにフォーカスし**、基本計画作成、設計段階CM時点で喧々諤々の議論の時間をかけたことがプロジェクトの成功につながった。