

# パーソン

## 西脇一郎デザイン事務所代表取締役 西脇一郎さん



にしわき いちろう

東京都生まれ。桑沢デザイン研究所リビングデザイン住宅研究科卒、84年飯島直樹デザイン室に入社、91年西脇一郎デザイン事務所を設立。97年エヌ・プランニングを設立。06年西脇一郎デザイン事務所、エヌ・プランニングを株式会社へ改組。日本商業環境デザイン協会やVMD協会の正会員などを務める。

### アートでなく 繁盛店を作る

「アートでなく、繁盛店を作る」という言葉は、近年のデザイン界でよく聞かれるようになった。アートは、表現の自由や個性の発揮を許す一方で、商業的な成功を約束しない。一方、繁盛店を作るには、顧客のニーズを深く理解し、商品やサービスの価値を高める必要がある。西脇さんは、この両方を兼ね備えたデザインを提供している。

# 客本位のデザインで店作り

「リアルな要望に  
経験値で応える」  
西脇さんは、以前は建築設計事務所として活躍していた。その経験が、現在のデザイン事務所での仕事に活かされている。特に、顧客のリアルな要望を聞き取り、それに応えることが得意だ。また、豊富な経験値を活かして、店舗のデザインだけでなく、商品開発やマーケティングにも関わっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。



MIKIMOTO伊勢丹本店(ミキモト)

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

「客本位のデザインで店作り」  
西脇さんは、顧客の立場から考えるデザインを提供している。例えば、店舗のレイアウトや照明は、顧客が快適に過ごせるように設計する。また、商品の陳列も、顧客が簡単に見つけられるように工夫している。このように、顧客の体験を重視したデザインが、店舗の繁栄につながっている。

### 記者 × モ

「会社はチームであり、スタッフはファミリーである」と師弟関係が深い業界にあって、西脇さんと約20人のスタッフが考え方を共有する。依頼主との商談には複数のスタッフを同席させるなど、現場主義を徹底する。

例えば、スタッフと徹夜で設計図を完成させ、早朝の新幹線に乗って依頼主の店舗を訪問することがある。そんな時は同行するスタッフを含めてグリーン車で移動する。「働く(プレゼンテーション)に行くときは平等で

す。欲しい車で、余裕がある方が、お客様にとっても気持ちいいでしょう」と周りを気遣う。もちろん、「帰りは普通車です」。

実績がモノをいう商業デザインで、人間関係やコミュニケーションを学んで、早く、多くの経験を積ませたい考えを基本とする。依頼主に引き渡した後も、入店客や売れ行きを動向を気にしており、顧客本位の仕事ぶりが依頼主の信頼に結び付いている。長い付き合いの顧客が多いのはその現われだ。(松浦浩)