

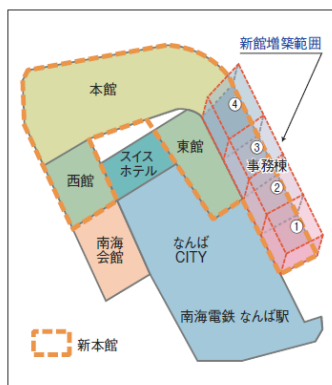
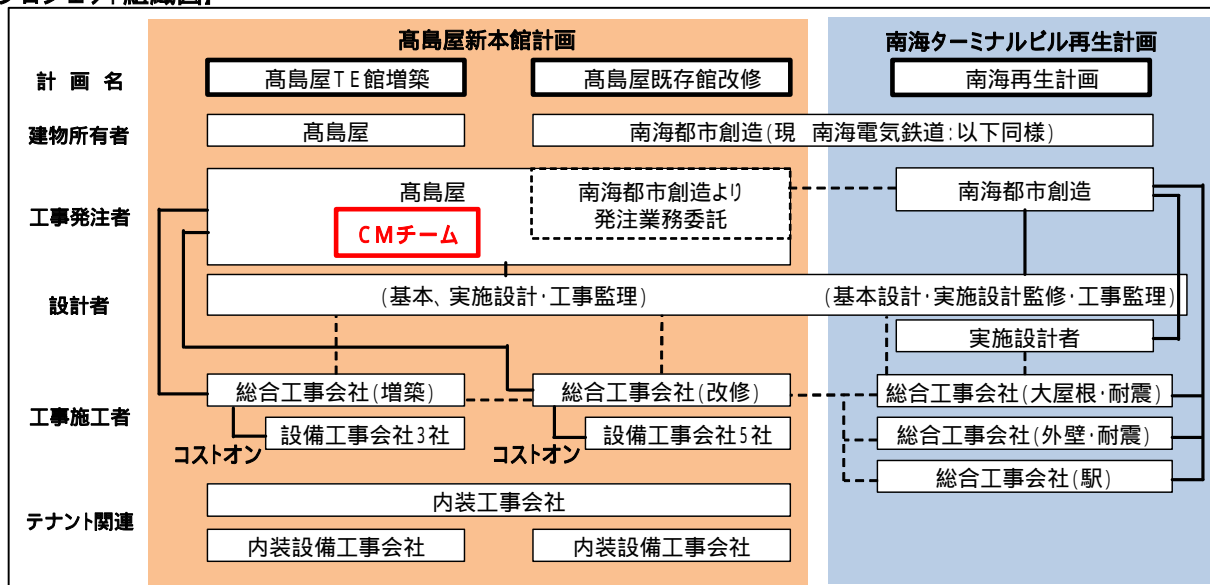
## 事例の名称：高島屋大阪店新本館計画コンストラクションマネジメント業務

事例の所在地	大阪府大阪市中央区難波 5-1-5
発注者	株式会社高島屋
応募者	株式会社NTTファシリティーズ、 東神開発株式会社、イー・エフ・ソリューションズ株式会社、 高島屋スペースクリエイティブ株式会社、株式会社高島屋サービス
業務期間	平成 18 年 3 月～平成 23 年 2 月

### 【事例の規模・用途】

対象工事	高島屋大阪店新本館計画-TE館建設工事	高島屋大阪店新本館計画-南海ターミナルビル改修工事
主用途	百貨店、事務所	百貨店
延床面積	約44,500㎡	約73,600㎡(賃借面積)
構造・規模	地下SRC造、地上S造(一部CFT造) 地下2階、地上11階	SRC造 地下1階、地上7階
工事期間	TE館 2006年11月～2010年3月 (事務棟解体 2006年6月～8月)	既存館改修 2007年3月～2010年9月
主な工事内容	新館増築、既存ターミナルビル接続、NAMBA なんなん(地下街)接続、3階駅接続出入口新設、5階ホテル・VIPフロア接続出入口新設	耐震補強工事(鉄骨ブレース144本、柱耐震補強190か所、壁補強118枚)、排煙設備新設・改修、防災活動拠点を含む階段前室新設、既存階段撤去・床スラブ構築店舗化、4台EV撤去、新設、ESC延伸(6～7階)、屋上庭園整備、パティオ吹抜部床構築、食堂街撤去、仮設レストラン構築、正面エントランス改修、各設備シャフト・機械室構築・整備、各出入口整備、防災シャッター危害防止装置設置、化粧室撤去・新設、共同厨房新設、EV遮煙設備新設、非常用発電設備設置
CM業務期間	2006年3月～2011年2月	

### 【プロジェクト組織図】



本館全景



耐震補強仮囲い内状況

図1: 建設イメージ。事務棟①～④を解体し、新館を増築。新本館として再構築した

【プロジェクト目標】

**品質目標** (工事中の売場面積の最大限確保、売場面積 78,000 m<sup>2</sup>の構築(増床 22,000 m<sup>2</sup>))

- ・工事期間中も営業を継続するため、収益維持のための**工事エリアの最小化、お客様動線の確保。**
- ・**耐震性能の確保**に向けた耐震補強工事の確実な実施。
- ・避難安全検証法による防災評定の取得と**防災機能の改善、向上。**

**コストマネジメント目標** (投資額450億円(営業投資380億円、安全投資70億円)内での実施)

- ・競争原理効果による投資額の抑制。
- ・設計変更による追加投資額の抑制。
- ・内装リニューアル工事時期との調整による**二重投資の回避。**

**スケジュール目標** (新館(TE館)オープン 2009年秋、グランドオープン 2010年秋)

- ・他百貨店の増床計画に対抗出来る**オープン時期の厳守。**(TE館)
- ・共同事業者とのリニューアルオープン時期の同調。
- ・エリア毎の工事期間の厳守。**(工事エリアと売場の切替期日の厳守。)**

**成果**

- ・営業影響の最小限化を実現、工期内の耐震補強工事の完全実施、投資額の実現、他百貨店より先行オープンの実現

【建設生産システムへの関与】

- ・コスト・オン契約方式の提案・採用、設備工事フォーメーションの構築
- ・解体工事の施工者選定の分離

【取組み体制】

チームメンバーには百貨店業務従事者だけでなく、専門店誘致・新規開発を得意とするディベロッパー会社所属担当者、鉄道施設を得意とするJR系列会社出身者、仮設計画・工法計画など改修にも強みをもつNTT系列会社所属担当者、既存施設や百貨店特有の設備に精通した高島屋の維持管理会社所属者などで構成することで**想定される課題解決、リスク対応など、幅広い面において対応できる体制**とした。

**成果**

- ・多様なCMメンバーを集約することで、営業への影響察知や工程調整に寄与し、無事オープンを迎える事が出来た。

**CMチーム、外部協力者に及んだ効果**

- ・**「異文化醸成型CMチーム」**が構築され、各種の課題解決に強みを発揮した。
- ・利害関係にあり、複雑で多くの関係者とも、**一体となってプロジェクト推進を行うまでに波及した。**

【CM手法の創意工夫】

設計者が作成した設計図(発注意図を伝えるもの)、施工者の作成した工程表から百貨店に必要な情報を整理し、**いかに百貨店側の売場マネジャーや売場を任せられたお取引先様に理解頂けるかが**工事を円滑に進める上での必須事項であり、**技術レベル・着眼点の違う双方の理解を得られる様CMrが汲み取り、調整した。**

具体的には、施工者の提示する図面を、“1)現状 2)工事中 3)完成時”、の段階ごとの状況資料に細分化し、売場に対する影響を細かく表現することで、売場マネジャー等の理解向上を図った。一方、施工者には、仮囲い内の広さや出入口の位置などを明示し、資材搬入出の検討用や仮囲い位置の墨出し用に活用するなど、工事制約条件確認や作業段取りへの活用などを行った。

**成果**

- ・什器まで表現されているので、作業を行う職人レベルに対しても**齟齬のない、円滑な工事実施を可能にすることが出来た。**
- ・売場担当者のみならず、工事監理者、施工者、更には作業員にも説明されることで、**プロジェクト関係者が同じ情報量で工事に従事出来た。**
- ・売場は常に営業を続けており、一晩の限られた時間での段取り変えに効果があった。
- ・設計者、施工者では描き切れない情報、もしくは発注図には一般的には描かない情報をCMrが介在し、調整を図ったことで関係者の円滑な動きを支援した。
- ・本プロジェクトに拘らず同様の売場切替えを行うプロジェクトは多数あり、設計者、施工者の業務領域を補完する形で、発注者、その先にある利用するお客様の為に、CM手法が貢献できる効果・期待は大きい。

