

# パナソニックミュージアム/松下幸之助歴史館プロジェクト

プロジェクトの基本情報	プロジェクト名称	パナソニックミュージアム/松下幸之助歴史館プロジェクト
	所在地	大阪府門真市
	完了時期	2018年 3月
CMR業務委託者に関する情報	種別1	■新築・■改修・□その他(具体的に記載)
	種別2	□住宅建築・■非住宅建築・□土木・□その他(具体的に記載)
CM業務委託者に関する情報	CM業務委託者名	パナソニック株式会社
	種別	□公共法人・■民間法人・□その他(具体的に記載)
	CM業務委託者の所在地	大阪府門真市
応募者に関する情報	応募者(法人)名	日建設計コンストラクション・マネジメント株式会社
	種別	CM専門会社
	応募者(法人)の所在地	東京都文京区後楽1-4-27
CMRの参画時期	業務契約期間	2015年7月～2018年3月
		■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、□完成後
CMRの選定方法	特命	
設計と施工の発注形式	設計施工一括発注方式	
設計者の選定方法	プロポーザル方式(総合評価方式)	
工事の発注区分	ゼネコン一括発注方式	
請負契約の形式	総価一式	
施工者の選定方法	設計施工一括発注プロポーザル方式(総合評価方式)	

## 【プロジェクトの概要】

### 企業文化を発信する パナソニックミュージアムを整備するために CMRが構想段階から完成にいたるまでをトータルにマネジメント

パナソニックの創業100周年を記念した“パナソニックミュージアム”プロジェクトに参画し、構想段階から発注戦略の策定、設計・施工段階CM、開業後の運営に関する支援に至るまでトータルにマネジメントを行った。CMRが最大100名超にも及ぶ関係者・関係会社の調整、関連プロジェクトの調整などを厳しい期限設定の中で遂行した。

## 発注戦略

### オープン日の厳守を大前提に

#### 技術的・コスト的に合理性の高い発注戦略を提案し実施

本プロジェクトは創業100周年記念事業であることから、創業100周年記念日(2018年3月7日)のグランドオープンが厳命であった。当初、建設プロジェクトを期間内に完了させるためには、当地の建設条件などに精通している旧歴史館の設計施工者を選定する事が適策であると発注者は考えていたが、発想の広がりをCMRへ求め、CMRは発注戦略の選択肢とスケジュールの実現可能性を示し、最適解としての設計施工一括発注方式を選定、総合評価方式のプロポーザルにより優秀な設計施工者を選定することを支援した。

## 外観再現への挑戦

### 新歴史館で「第三次本店の復元」を実現

新歴史館には創業者の遺志により第三次本店の外観を復元することが求められた。一方で第三次本店が建設されていた範囲には既存建物や水路があり、小棟の集合体であった第三次本店を平面的にも忠実に復元することは大空間の展示室が必要とされる新歴史館とは反するもので、現実的な解決策が求められた。第三次本店は本店機能移転後にラジオ事業部として使用されていた。ラジオ事業部時代に周辺の既存建屋などが建設され減築しているため、現状にはラジオ事業部時代の施設規模が適正と判断し、設計仕様として設定した。「第三次本店の外観の再現」としてプロジェクトコンセプトを明確化したことにより、設計段階で外壁タイル・舵輪・煙突などの再現検討が詳細に行われ、第三次本店時のものを流用していることとされていた丸窓ステンドグラスは施工時に詳細調査を行い本物であることを確認し適切な移設方法を選定して新歴史館に移設した。

## プロジェクト拡大対応

### 企業文化を発信する“パナソニックミュージアム”構想へ拡大

オープンまで10ヵ月となった2017年4月、プロジェクトは単体建物の建替から周辺エリアを企業文化を発信するゾーン“パナソニックミュージアム”として整備することに方針転換が行われた。プロジェクトは大小10に及び、多くの関係者との調整と短期間での意思決定とコスト調整が求められた。CMRは建築工事の範囲を超えて、パナソニックミュージアム建築関連プロジェクト全体のプロジェクトマネージャーとしての役割を率先して担い、全体の情報を一元化、すでに先行していた新歴史館プロジェクトで形成していた関係性を活用してプロジェクト関係者の一体的な協力を得て、短期間でのプロジェクト遂行を実現した。



パナソニックの企業文化を発信するパナソニックミュージアム

