

顧客ごとのテンプレート整備に注力

注文分野はオーバーのMS(モード)、ネラルマーチャンダイズストア、量販店など多岐にわたる。建物用途を問わずニーズが高まっているトイレのリニューアルもその一つだ。

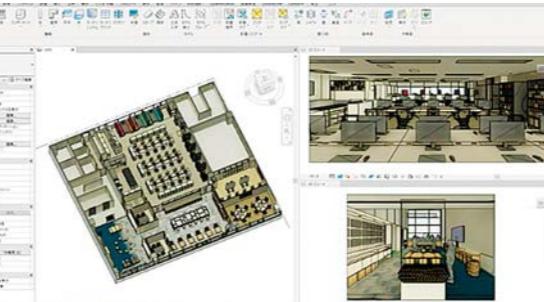
空間表現ルールが厳密に定められているケースが多い。社内で全面導入するオートデスクのBIMソフト『Revit』を効果的に使うための準備として、顧客ごとのテンプレート整備に力を注いでいる。BIM CONNECT本部の大倉佑介戦略企画部長は「これにより平面プランが決まってから1日もあればBIMデータを作成できるようになった。顧客との合意形成は従来よりも格段に早まり、それが設計品質の面でも向上している」と強調する。

ファミリも細かな部分まで整備し、建具や冷蔵ケースなどの造作物についても3次元データを取りそろえている。顧客の空間サイエンスやロゴデザインが修正された場合にも迅速にデータを更新する流れを確立した。野畠滉戦略企画部チーフは「BIMデータベースを社

内にオーバンにすることで、より効率的な設計が実現している」と付け加える。

ファミリーやテンプレートの整備が進むにつれ、設計担当は意匠モデルを作成することに専念できるようになつた。大倉氏は「設計担当のBIM活用のハードルが下がり、BIMを使ったより効率的な設計ができるようになった。これによって業務の進め方だけではなく、設計提案の部分でも大きな変化が見られるようになった」と説明する。

これまででは詳細な図面を示さず、設計のプランを顧客と打ち合わせしていたが、現在はBIMを活用したビジュアライゼーションによって事前にイメージ空間を示し

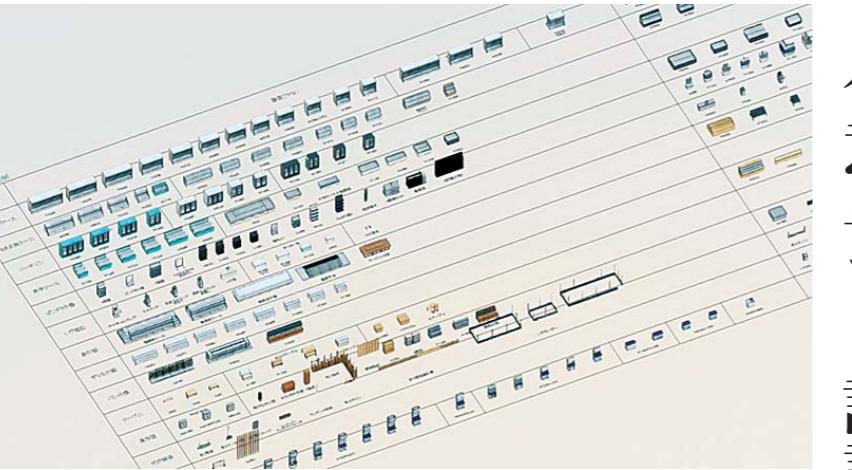


ワークシェアリングで設計を進めたRevitデータ

にて言語担当の方々に喜んでおられる機会も増えており、設計担当自らが「話題の具材白い泡」になってしまっている。多喜井豊

員BIM CONNECT本部長は「顧客と空間のイメージを合意した上で、設計の作業を進められるようになつた。顧客のイメージをよりダイレクトに表現でき、しかも設計時の手戻りも大幅に減つている」と強調する。

BIM導入から5年が経過し、社内への普及は大きな進展を見せている。BIMをデータベースとして捉え、その基盤となるプラットフォームをしっかりと構築したことが、社内のBIMデータ活用の速度を引き上げている。秋山弘明取締役執行役員コーポレート担当が「BIMの進展が利益率の向上にも貢献し始めている」と明かすように、BIMの導入をきっかけに業務プロセスにおけるデータの流れがより円滑になり、それが業務効率化の成果として発揮され



100種類以上のファミリデータや関連図面整備