

MONTHLY MAGAZINE OF SHOP DESIGN & INTERIOR DESIGN

商店建築

7

SHOTENKENCHIKU 2010 July Vol.55 No.7

平成22年7月1日発行 毎月1回発行 昭和31年9月12日第3種郵便物認可 第55巻第7号 通巻697号 SHOTENKENCHIKU-SHA CO.,LTD.



FEATURE ARTICLE

チャペル&バンケット

SPECIAL REPORT

アンティークアイテムでつくる世界観
~9人の目利きに聞く~

SPECIAL FEATURE

MILANO SALONE 2010

New Shops

TASAKI 銀座本店
エキキュート東京

EUROPEAN SHOP FACADE



Paris/France, Milan/Italy, Berlin/Germany, Copenhagen/Denmark

パリ・ミラノ・ベルリン・コペンハーゲンを、それぞれ賑わいのある地域ごとに分類。更に、カフェ、レストラン、バー、ブティック、物販店など、ジャンルごとに掲載していきます。ファサードデザインのみならず、それぞれの都市が持つ“顔”が見える一冊です。

ヨーロッパを代表する
4都市のショップファサードを
約700枚の写真で紹介!!

2010年
6月29日発売
定価: 3,800円 (税込)

体裁: A4判
フルカラー 176頁

本書の購入方法

1 最寄りの書店へお申し込み下さい

本がない場合でも、その書店でご注文いただければお取寄せ可能です

2 お急ぎの方は、代引き宅急便をご利用下さい

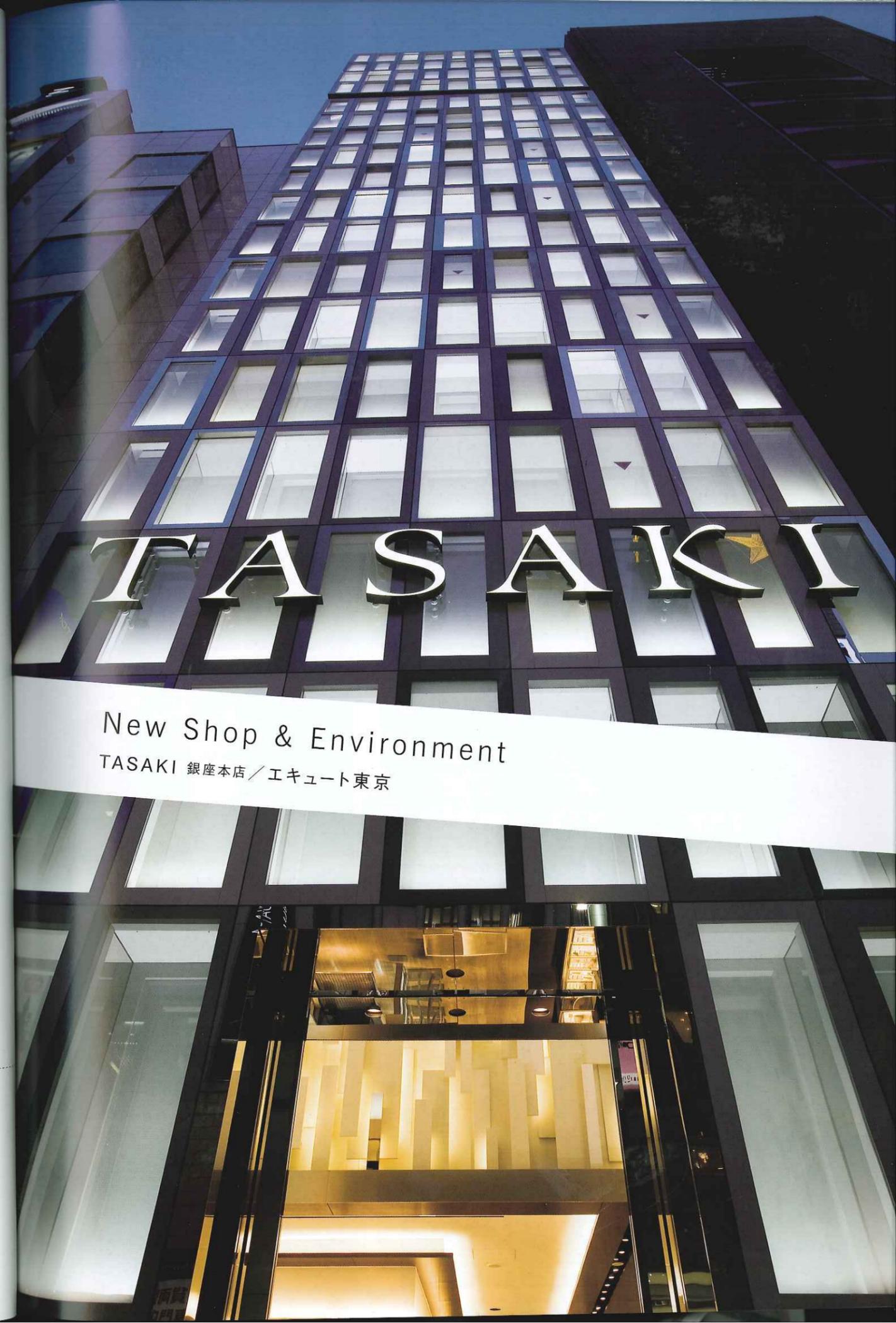
このページをコピーして右の注文欄に必要事項をご記入のうえ、FAXで送信してください。代金の他に代引き手数料がかかりますが、すぐに発送いたします。(離島の一部は代引き宅急便では発送できません。また、ご注文品のキャンセルや返品はできませんのであらかじめご了承下さい。)

ご注文用 FAX 番号 03-3363-5792

3 弊社ホームページからでもご注文いただけます
<http://www.shotenkenchiku.com>

商店建築 8月号増刊	ヨーロピアン ショップ ファサード を注文します。	ご注文数	書店申し込みの場合 取り扱い書店・番線印
御社名		冊	
ご注文者氏名			
ご住所(送付先) 〒	<input type="checkbox"/> 自宅宛 <input type="checkbox"/> 会社宛 (いずれかに印をつけてください)		
TEL			

※上記に必要事項をご記入いただければ、FAXでご注文できます。また、電話番号のご記入がないとお届けできない場合がございますのでお気をつけ下さい。
※お問い合わせ 商店建築社・販売部 〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-22-36 三井花桐ビル2階 TEL 03-3363-5770





MAUBOUSSIN



MAUBOUSSIN

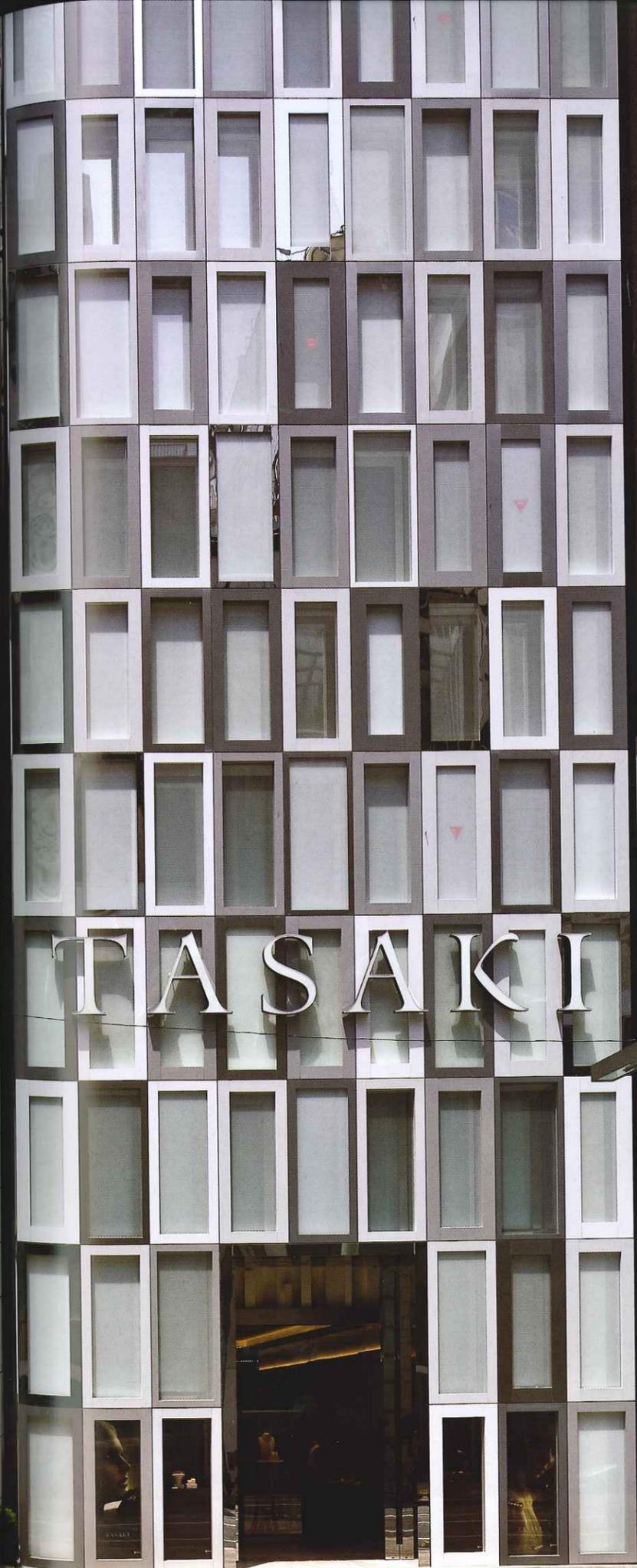


銀座大黒屋
ギャラリー
7F

銀座大黒屋
ギャラリー
6F



銀座大黒屋



TASAKI

ブランドを一新したフラッグシップ

TASAKI 銀座本店

東京都中央区銀座5丁目7-5

Jewelry Shop TASAKI Ginza Flagship Store, Tokyo
Designer OFFICE OF KUMIKO INUI + GARDE

設計/外装デザイン・外装設計 乾久美子建築設計事務所
外装設計・建築設計 清水建設一級建築士事務所
内装デザイン・内装設計 ギャルド ユウ・エス・ピー
協力/照明設計 スタイルマテック
施工/建築 清水建設
内装 ギャルド ユウ・エス・ピー
撮影/浅川 敏



TOKYO KYUKYO



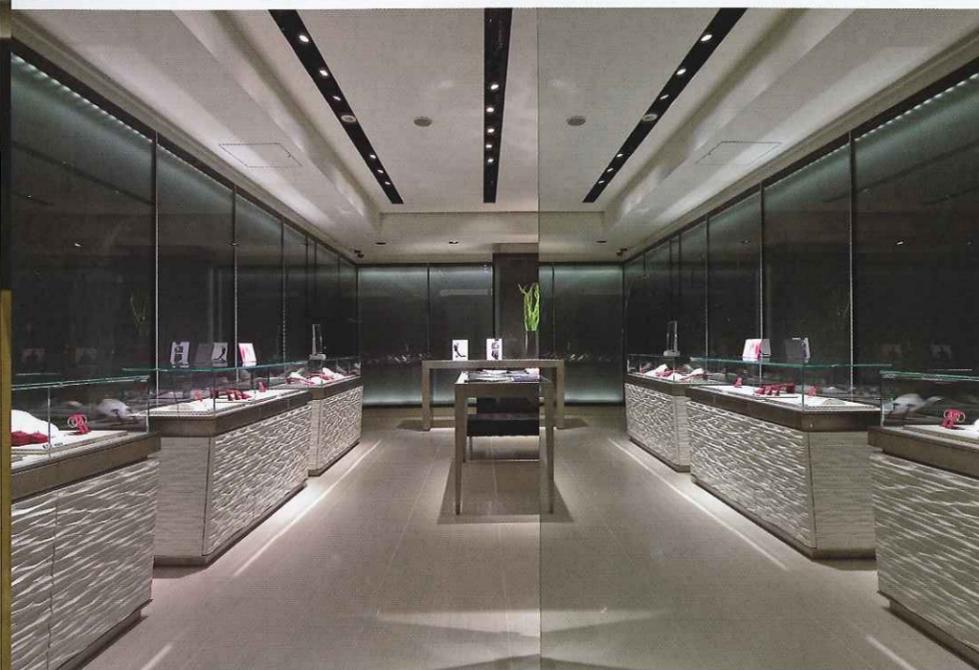


前頁／銀座中央通りに面するファサード。外装パネルの枠に6素材、更に見付けの幅やガラス面までの奥行きを変えることですべて異なる意匠としている 上／1階から3階には、「切晶ガラス」と名付けられたオリジナルの意匠ガラススクリーンが重なるように配されている 下／パールパウダーを表面に塗り込んだ1階壁面の仕上げ 右／1階「タサキセレクション」のフロアをメインエントランス方向に見通す





左頁/4階「ハイジュエリー&コレクション」のフロア 上/フォーカルウォールと呼ばれる立体的なルーバーを用いた4階中央のゾーン 下/4階を見通す。テーブル什器と、背の高いショーケースを交互に配して、商品の位置に変化を持たせている



上/地下1階「ファッションジュエリー」フロア。左側の壁際はテーマに沿ったアイテムを展示するゾーン 下/地下1階は、商品構成、空間デザインで上階と明確に差別化を図った右/意図的に床に段差を設け、回遊に変化を与えている



“生命の種”のような個性

ファサードを構成する数百ものパネルには一つとして同じものがない。粋の素材感、見つけや見込み、更にガラスをそれぞれ複数種用意し、それらを掛け合わせて千をはるかに超えるパターンをつくり、そこから一つずつ選んで並べていった。そこに生まれた表情は、同じ規格のパネルを並べるという堅苦しさからも、数種類のパネルで多様性を表現するような「つくられた」やわらかさからも、少し遠ざかること

ができたのではないだろうか。この界隈には多種多様なファサードが並んでおり、全体がモザイクのように混沌とした状態になっている。そんな中で、個性のようなものをあまりはっきりさせ過ぎると、かえって街並みのモザイクを構成するピースの一つにしか見えなくなる恐れがあった。そこで今回は、少しずつ違うものをただひたすら並べることで、生命の種のように全体としての個性をつくりつつも、同時に、その中の際限のない多様性によって（もちろん実際は有限だ

が）、その個性の根拠がどこにあるかわからないような弱さをつくり出そうとした。ちなみに、そうした強さというか弱さのようなものは、銀座の、そして日本の多くの街並みに通じる特徴だと思う。とらえどころがないようで、しかし同時に異常な迫力をもたせてまってくるようなありようは独特で魅力的だ。その魅力を縮小コピーして埋め戻すだけで、ファサードに求められている象徴性や、華やかさや、そして街並みへの連続性といったような期待に一つの回答を与えようとした。（乾 久美子）

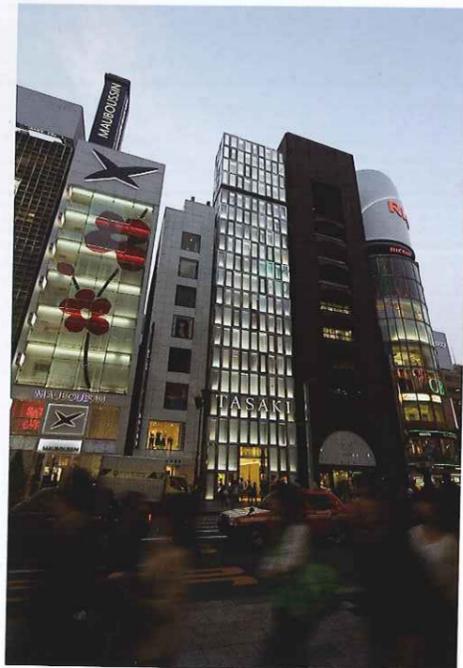
“粋”と“LAYER”

「TASAKI 銀座本店」の内装は、日本のジュエリー総合ブランドであるという意味において、日本人の感性に裏打ちされた日本の美の表現手法を重んじ、かつ、TASAKI 独自のアレンジを加えることにより、新しい顧客層や世界に向けてブランドアイデンティティを発信する空間表現をしました。それは、伝統的な日本美の表現手法の「襲」の手法を用いた「LAYER」(層)、さりげない気遣いやこだわりという最も日本的

な感性でもある「IKI」(粋)、この二つのデザイン概念を組み合わせることで創造、構築しています。また、「艶やかさ/洗練/創造性/本物/心地良さ/誠実さ」の五つのデザインドライバーを掲げ、実際のデザインに取り掛かりました。目を凝らして見ると斬新なマテリアルを随所に配しながらも、タイムレスで穏やかな空間を表現しています。地下1階から4階までの各階では、MDとその意味づけにより空間構成を変えています。1階から3階は主軸フロアとして共通させ、4階は、

店舗内における最上級商材のフロアとして、より落ち着きとゆとりある空間に。地下1階は、新たなターゲット層であるトランスアダルト（20代後半から30代半ば）の独立した大人の女性のカッコ良さを表現するため、銀座にある“UNDER GROUND BAR”をイメージした空間構成としています。

（横松 亨・佐藤洋一郎/ギャルド ヌウ・エス・ビー）



銀座4丁目の交差点に至近のロケーション。正面、側面に数枚の異なるデザインの枠を配している

「TASAKI 銀座本店」データ

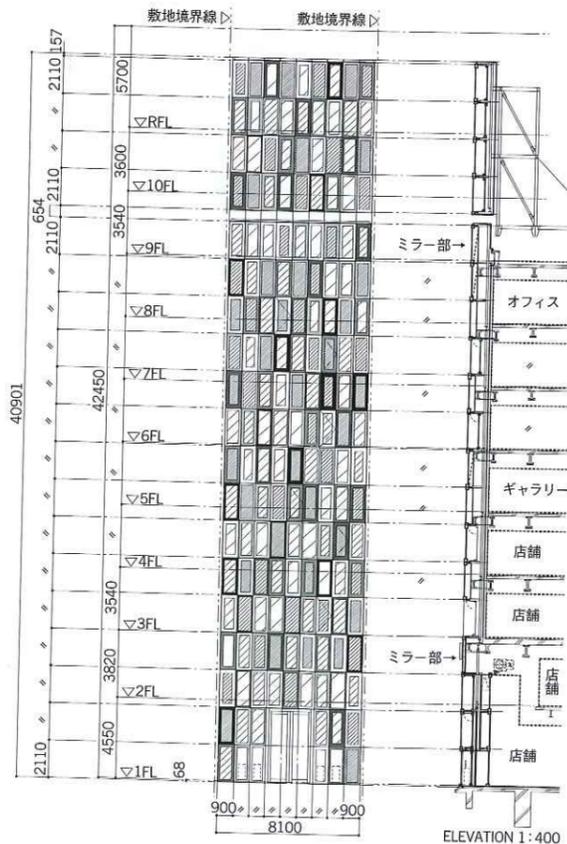
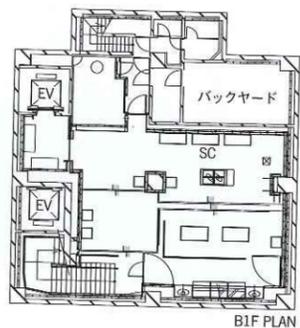
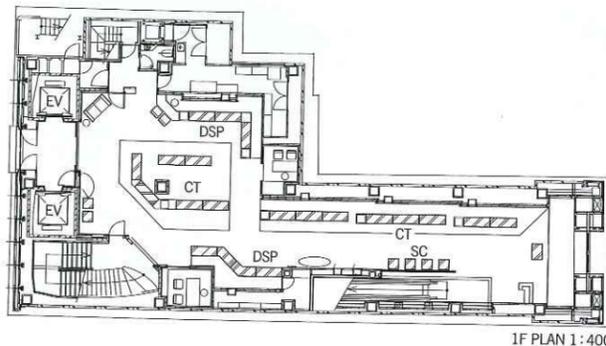
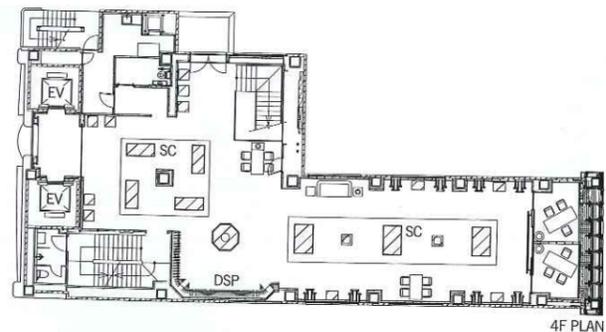
工事種別◎内外装 全面改装
 工期◎2009年12月～2010年4月
 施工協力◎外装カーテンウォール・サイン・外装照明/旭
 ビルウォール 空調設備・エレベーター・エスカレータ
 ー/三菱電機ビルテクノサービス 照明器具/コイズミ
 照明 新英電設

営業内容

開店◎2010年4月23日
 営業時間◎午前11時～午後7時30分 定休日◎なし
 電話◎(03)3289-1111 経営者◎田崎真珠
 主な取り扱い商品◎ファインジュエリー ファッションジ
 ュエリー

主な仕上げ材料

外壁(中央通り側)◎方立/H100×100アルミサッシ(ガ
 ラス固定用)化粧枠/アルミt1.5 指定色焼き付け塗装
 SUS t1.5鏡面仕上げ SUS t1.5バイブレーション ガ
 ラス/高透過ガラスt8シルクスクリーンフィルム貼り
 サイン◎表面/アクリル板(アクリライト/三菱レイヨン)
 t5.0 側面/SUS t1.0電解着色仕上げ LED内照
 M12ステンレスボルト固定
 床◎地下1階/磁器質タイル貼り(グローワットブラネット
 /ダイナワン) 一部スレート貼り
 1～4階/大理石(ウッドペイン複合板) 貼り 一部カーベ
 ット貼り
 壁◎地下1階/グレーペン サンドブラストガラスt10 パ
 ーティション・瞬間調光ガラススクリーン(UMUスマ
 ートスクリーン/日本板硝子ウムプロダクツ)
 1～3階/パールパウダー混入特殊左官材仕上げ シルク
 張り(ファブエース「TASAKI」仕様/川島織物セルコン)
 エスカレーター横・オリジナルサンドブラストガラスt6
 (壁面)+t10+t10 パーティション・オリジナル「切
 晶ガラス」スクリーン+スチールフレームLEDエッジラ
 イト取り付け
 4階/フォーカルウォール・スチール製ルーバーメラミン
 焼き付け塗装
 天井◎PB下地AEP
 什器◎地下1階テーブル什器/SUSバイブレーション仕
 上げ天板メッシュサンドガラス嵌め込み 1階～3階対面
 カウンター/腰・ウォールナット染色練り付け 一部ヌ
 バック調ファブリック張り 4階テーブル什器/腰・ウオ
 ールナット染色練り付け トップ・高透過曲げガラス
 照明器具◎間接照明/電球色LEDバー



海外に向けて発信する、リブランディングによる1号店

「TASAKI 銀座本店」の周辺

編集部

銀座5丁目に田崎真珠の旗艦ショップ
 アがオープンした。クリエイティブディレク
 ターにNYを拠点とするタクーン・バクニガル
 氏 (THAKOON) を迎え、ブランディングを再構
 築した1号店が、この銀座本店である。ファ
 サードデザインを手掛けたのは、建築家の乾久
 美子氏。今回のデザインプロセスについて聞いた。
 「私にとって、外装のデザインというのは街の
 中でどう存在するのか、街の歴史的背景に対
 してどうあるべきかを考えていくことです。そ
 こで、中央通りとの関係からデザインを考
 えていきました」

銀座の中心において、まず感じたのは、混沌と
 した街並みだったという。比較的大きなスケ
 ールでデザインされている周辺に対して、一つ
 ひとつ異なるものが集まったデザインのアイ
 デアが生まれた。これは、真珠というは一つ
 ひとつの形が異なるのが自然で、そうしたも
 のこそ本物であるというメッセージを込めたデ
 ザインでもあったという。

具体的なデザインについては、「一つひとつの
 パネルの寸法は、周囲の外装と差別化するた
 めに、あえて小さめの幅900mm×高さ2100mm
 として、その表面はステンレスの鏡面とバイ
 ブレーション、さらに白や濃淡のグレーなど4
 色を合わせた6素材、サッシの見付け幅を8種
 類、さらにフレームからガラス面までの奥行き
 を4種類、ガラス自体はクリアから不透明のグ
 ラデーションで6種類、それらを掛け合わせ
 た1152種類の中から、必要な数百枚を選ん
 でいます。その配列は、コンピューター上でパ
 ッと決めたのではなく、ガラス越しに見えて
 しまう躯体の凹凸をできるだけ感じさせない
 ように試行錯誤を重ねたものです」(乾氏)と
 いう。

インテリアデザインを手掛けたのは、ギャ
 ルドユウ・エス・ピーの横松亨氏と佐藤洋一
 郎氏。MDに連動し、1階から3階までのコ
 アとなるフロアと、高額商品を扱う4階、そ
 して、従来の顧客層より若い20代後半に訴
 求する地下1階に、それぞれ特徴的なデザ
 インがなされた。「私たちは、安易に“和モ
 ダン”のような言葉で表せるようなもの
 ではなく、『日本を感じさせる素材は何か、
 本物の素材を開発、発見しながら独自の
 和の解釈を追い求めていこう』というスタ
 ンスでデザインをスタートしました」とデ
 ザイナーの横松氏は言う。
 日本の美意識に基づいた「襲」というテ
 マに則り、店内にはオリジナルのストライ
 プ柄をガラス内に封じ込めたパーティション
 (P.218参照) や、パール粉末を混入した特
 殊工程による



上/2階ブライダルのコーナーに設けられたティアラ専用のディスプレイ 下/3階。対面カウンターの間にガラスパーティションを設け、さらに奥へと誘導することを意図したデザイン

左官仕上げ、パール調の光沢を持つファブリ
 ック張りの壁面など、色数を抑えた中にさま
 ざまな材料が展開されている。そして、ラ
 グジュアリーな特別フロアという位置付け
 の4階は、「中央に、フォーカルウォールと
 名付けた立体的なルーバーによる壁面
 ディスプレイと、八角系の置き什器を備
 付けることで象徴性を高めています」と
 横松氏は話す。それらの4フロアと、根
 底にある思想は共通させながらも、より
 アバンギャルドなデザインがなされたのが
 地下1階のファッションジュエリーのフロ
 ア。佐藤氏は「従来の銀座にはないよう
 なシーンを想定してデザインを進めまし
 た。階段から直進するとトンネル状の通
 路を経て、一段高いステージに抜ける
 レイアウトです。コンパクト

となフロアの中に、あえて3段階のレベ
 ル差を設けることで、モデルになって
 キャットウォークを歩くかのような、
 回遊性の楽しさを演出しています。コ
 ラボレーションラインの商品が入るこ
 とが決まっていたので、ボディが一体
 収まるような大型の壁面ディスプレイ
 を設け、他フロアに比べて、強く個性
 を発揮できるようなデザインを試みまし
 た」という。現在、この地下1階では、
 ファッションデザイナーの祐真朋樹氏
 とコラボレーションした男性用のカフ
 リンクスや、ファッションデザイナー
 の三原康裕氏と、アクセサリーデザイ
 ナー、フサム・エル・オデー氏がコ
 ラボレーションしたアクセサリーが展
 示され、新たな客層を引きつけてい
 る。(編集部)