

11/1
2014 No.370
特別定価 **700**
yen

pen

with New Attitude

最新デザイン、
すべて見せます。

NEW DESIGN

1000



ギャルドユウ・エス・ピー

世界標準のデザインをつくる、プロ集団。

デザイン会社の枠内にとどまらず、多彩な事業を世界で展開する「ギャルドユウ・エス・ピー」。創業30周年を控え、さらなるグローバル化を推進する。

高野智宏・文 text by Tomohiro Takano 外山温子・写真 photographs by Aisuko Toyama (p16) 永井泰史・写真 photograph by Yasushi Nagai (p17-1)

世界を舞台に、ネットワークを活用。

TOKYO HEAD OFFICE

東京本社

最新情報が集まる、 グループの中樞。

ギャルド・グループは、東京・青山にヘッドオフィスを構える。案件は大小多岐にわたり、建築士やデザイナーなどの設計スタッフをはじめ、総勢98人が在籍。世界中にクライアントを抱え数多くのプロジェクトを同時に進行するため、社内ではさまざまなミーティングスペースを設け、国内外とのやりとりを活発に行う。東京のオフィスでも多国籍なスタッフが行き交い、英語やイタリア語に中国語と多彩な言語が飛び交う。



プロジェクト単位で行われるミーティングでは、海外事業所のスタッフとテレビ会議により頻繁に意見交換が行われる。

国内外のラグジュアリーブランドをはじめ、老舗百貨店や外資系一流ホテルなど、名だたる商業施設のインテリアデザインを手がける、ギャルドユウ・エス・ピー（以下、ギャルド）。1985年創業と来年30周年を控え、さらなる発展を見据えるクリエイティブ・カンパニーだ。卓越したデザイン力による独創的な空間設計で信頼を築き、躍進を続ける同社だが、その背景には海外ネットワークの構築がある。

現在、ギャルドは世界6カ国の9都市に拠点を構えるが、その幕開けは周到に準備されたものではなかった。

「創業3年目に、日本初上陸となるイタリアのブランドの店舗デザインを受注しました。日本人もなかりとりも本国と直接で、専門的なことは商社側も通訳できない。いまのように通信も容易ではなく、専門の翻訳家を見つけるまで、情報や認識の共有には苦労しました」と、代表取締役の鈴木克尚は当時を振り返る。

時はバブル経済まったなか。欧米のブランドがこぞって日本上陸を果たし、出店ラッシュが起きた。当然、ギャルドへの依頼も殺到した。

「デザイナーも足らず、また、ブラン



アゼルバイジャンの首都バクーに建設されたショッピングセンター「Emporium」では、インテリアと家具デザインを担当。



インテリアを手がけた、ミラノの人気フュージョンレストラン「Wicky's」。月や星をモチーフとした和を感じる空間だ。

EUROPE

ヨーロッパ

欧州を拠点に、さらなる広がりへ。

1997年のイタリア・ミラノオフィスの設立を機に広がった、ギャルドの海外展開。ヨーロッパ圏においては、2006年にフランス・パリにも事務所を設立。より強固な営業地盤を築くとともに、活動範囲も拡大。近年では、イスラム圏のアゼルバイジャン共和国で大型ショッピングセンターの建設プロジェクトに参画と、ボーダレスに活動する。

PARIS

パリ

MILANO

ミラノ

OSAKA

大阪

SHANGHAI

上海

HONG KONG

香港

SINGAPORE

シンガポール

広大な大陸に、洗練の意匠が息づく。

アジアへの進出は2009年、国際都市のシンガポールがそのスタート。さらに11年には香港、ついで上海にも拠点を設立と、経済発展が目覚ましい中国をはじめとするアジア圏でも活動基盤を確立。進出から5年と欧米に比べ歴史は浅いが、すでにブランドショップをはじめ、デパートにレジデンスなど多彩な案件を手がけている。

ASIA

アジア



同じく中国・成都にてプロジェクトを進める、巨大なショッピングセンター「素然」。



中国・西安に建設中のショッピングセンター「SPC」では環境デザインを担当する。

海外拠点の設立が実現する、 真のグローバルデザイン

世界の一流の現場で技術とセンスを磨いたデザイナーが、その経験を還元する。97年のミラノオフィスの設立を皮切りにアジアへと進出する現在も、その好循環は各国で継続中だ。

「また、各オフィスをネットワーク化することで案件を各地で分業できるのも大きな利点です」と、執行役員兼デザイン事業部長の梶原章は言う。

「たとえば構造や環境づくりは日本で、装飾や細部はミラノ。プレゼン資料はニューヨークで製図は上海と、得意分野で請け負う業務を分担できる。弊社が目指すグローバルデザインです」

将来的には「日本企業という概念すらなくしていい」と、鈴木代表。30年目を迎えるギャルドは、真のグローバル企業へと大きく舵を切っている。

その小さな始まりが、後の発展につながる大きな美りをもたらした。「ブランドのマスターアーキテクトとなるデザイン事務所など、最先端の現場を経験できたことが大きかった。私自身、ミラノでディテールの図面を原寸大で書き込む細部への徹底的なこだわりに感動し、ニューヨークではデザイナーが手書きしたラフスケッチが瞬時に製図化された、完全分業化によるスピード感に驚かされました」

3つの視点で、ブランドを構築。

CONSULTING

コンサルティング

多様なニーズに対応する、きめ細かなプランを提案。

最新の海外情報の紹介をはじめ、全国各地域の市場調査や施設・事業開発、さらにはブランディングに海外進出サポートなどと、クライアントのあらゆるニーズに対し、案件ごとにカスタマイズしたきめ細かなコンサルティングサービスを提供する。たとえば、2015年に開催される“食”

をテーマとしたミラノ万博を見据え、「日本食の魅力を世界へと発信したい」という青山デザインフォーラムとの共催により、ミラノ・サローネに参加。トルトーナにあるギャルド イタリーのオフィスにて、アートな“食卓”を制作。日本食の魅力、美しさをアピールする場を設けた。



DESIGN

デザイン

モダンな造形に、もてなしの心が宿る空間づくり。

ギャルドの空間デザインは、ユーザーがクライアントのビジョンを五感で体感し、その世界観を共有できる独創的でタイムレスな空間を創造する。

その範疇は、建築デザインや環境デザインをはじめ、家具やプロダクト、グラフィックまでと広範囲。なかでも、欧米をはじめとする世界各国のラグジュアリーブランドの空間デザインに、クライアントからの信頼も篤い。クライアントのもつ背景やヘリテージを組み取りながら、展開する国の文化へとアジャストさせる。どこか日本伝統の美意識を表現し、モダンで洗練の空間づくりが好評を博している。

めとする世界各国のラグジュアリーブランドの空間デザインに、クライアントからの信頼も篤い。クライアントのもつ背景やヘリテージを組み取りながら、展開する国の文化へとアジャストさせる。どこか日本伝統の美意識を表現し、モダンで洗練の空間づくりが好評を博している。



UGG AUSTRALIA SHIBUYA アグ オーストラリア シブヤ

●東京都渋谷区宇田川町20-17 NOF渋谷公園通りビル B1F、1F
☎03・6455・1011 🕒11時～20時

COORDINATION

コーディネーション

ネットワークを活かし、一流のクリエイターを招聘。

30年にわたって構築したグローバルネットワークを活用し、クライアントのブランド構築とバリューアップを実現する。なかでも世界の一流建築家やデザイナーをコーディネートする力は、ギャルドのネットワークがなせるもの。東京・豊洲のレジデンス「SKYZ TOWER & GARDEN」では、

インテリアデザインに世界的なデザイン事務所「ヤブ プッシュェルバーク」をブックイング。ラグジュアリーホテルを思わせる、エレガントで開放的なラウンジを創造させた。

また、素材やインテリアの買い付けや、各種プロジェクトのマネジメントなど、多彩なコーディネーションを提供する。



根幹事業の「デザイン」はもちろんのこと、ギャルドが主要事業に位置づけているのが、「コンサルティング」と「コーディネーション」だ。これらを、これまで海外の一流デザイナーやブランド、事業者などあらゆる人たちと仕事をした結果生まれた「副産物」であると、鈴木代表は言う。

「つまり、情報です。たとえば、日本の企業が抱える課題をフランスのブランドが解決できると聞けば、双方を結びつける。また、レジデンスを展開するイタリアのブランドが日本参入を検討しているとの情報が入れば、ブランドと契約し日本のデベロッパーに提案するなど、内容は多岐にわたります」

海外ネットワークを構築し、数多くのコラボレーションを手がける同社だからこそ、副産物たる有益な情報もたらされるのだ。

「最近では、デベロッパーから『日本未上陸の面白いネタはない？』などと聞かれます。そういったネタを見つけ編集し、デザイン事業を連動させる企画として成立させる。それが、これら2つの事業の着地点です」

梶原の言葉に頷き、鈴木が受ける。「デザインのみならず、そうした案件を各国オフィス単位で展開するのが理想です。そのためには、現地のやり方に順応し、根ざしていく必要がある。特に進出間もないアジア圏で、より適応を推進していきたいですね」

海外ネットワークを駆使し、3つの事業が有機的に連動することで新たなビジネスモデルを創造する。30年に及ぶ蓄積を経たギャルドは、世界を舞台にさらなる躍進を続ける。

SHOP

ショップ



新宿をはじめ、日本各地のバーニーズ ニューヨークの各店舗を担当。上質な大人の空間をデザインする。

商品の存在感を際立たせる、成熟の空間デザイン。 | バーニーズ ニューヨーク新宿店

昨年から続いた「バーニーズ ニューヨーク新宿店」のリニューアル。今年9月には、そのラストを飾る5階メンズ雑貨フロアの空間と什器デザインが完成した。コンセプトは、「商品がもっとも映える、シンプル

で洗練された空間」。米国本国のリニューアルに呼応するよう、店内をさらにモダンイズ。壁際に並ぶバッグは薄いステンレス棚により浮遊するようにディスプレイされ、中央のガラス製キャビネットも商品を軽

やかに見せる。また、手前の木製棚もカラフルなネクタイの色彩を引き立て、落ち着いた色合いだ。

環境はあくまでシンプルに。商品の存在感を際立たせる、抑制が効いた空間デザインの好例だ。



DEPARTMENT STORE

百貨店

訪れた人に高揚感と期待感を抱かせる、ゴージャスなエントランスの光景。まさに“劇場への入り口”のようだ。

阪急 うめだ本店 | 伝統とモダンの要素を融合し、劇場的な空間を演出。

2012年11月にグランドオープンし、大きな話題となった新生「阪急 うめだ本店」。ギャルドは全体の環境・内装設計を担当した。

「新・阪急エレガンス」をテーマに、これまで受け

継がれてきた阪急百貨店のイメージを踏襲しつつ、現代的な百貨店の機能を取り込みました」と、梶原。その装飾にはこだわり、1階エントランスに用いたアイアンは植物をイメージ。また、内部の天井に星、壁に

は花、床に波と自然をモチーフとしたデザインをちりばめるなど、見目麗しい趣向を凝らした。

老舗の伝統を継承し、現代的なエレガンスを表現と、見事に“劇場型百貨店”を創出してみせた。

多岐にわたる空間をつくる、プロフェッショナル