

[www.garde-intl.com](http://www.garde-intl.com)

## KOREA Report

November 2025

### CONTENTS

- \* Project 1: Rimowa The Hyundai
- \* Project 2: THE ATTICO

## 1. Rimowa The Hyundai

### Project Overview

Rimowa Korea はソウルの The Hyundai Seoul の 1 階に新しい売り場をオープンした。この売り場は Rimowa が国内リテールチャネルを拡張すると同時にブランドの経験中心の空間として設計された最初の売り場であり、インテリアと製品構成、文化的な要素などが複合的に適用されている。

売り場のインテリアデザインは Rimowa の象徴的なシルバーメタルを主にしながらも、oakwood、Italian terrazzo、lime stone など様々な高級素材をミックスして変化感を与えることがポイントである。

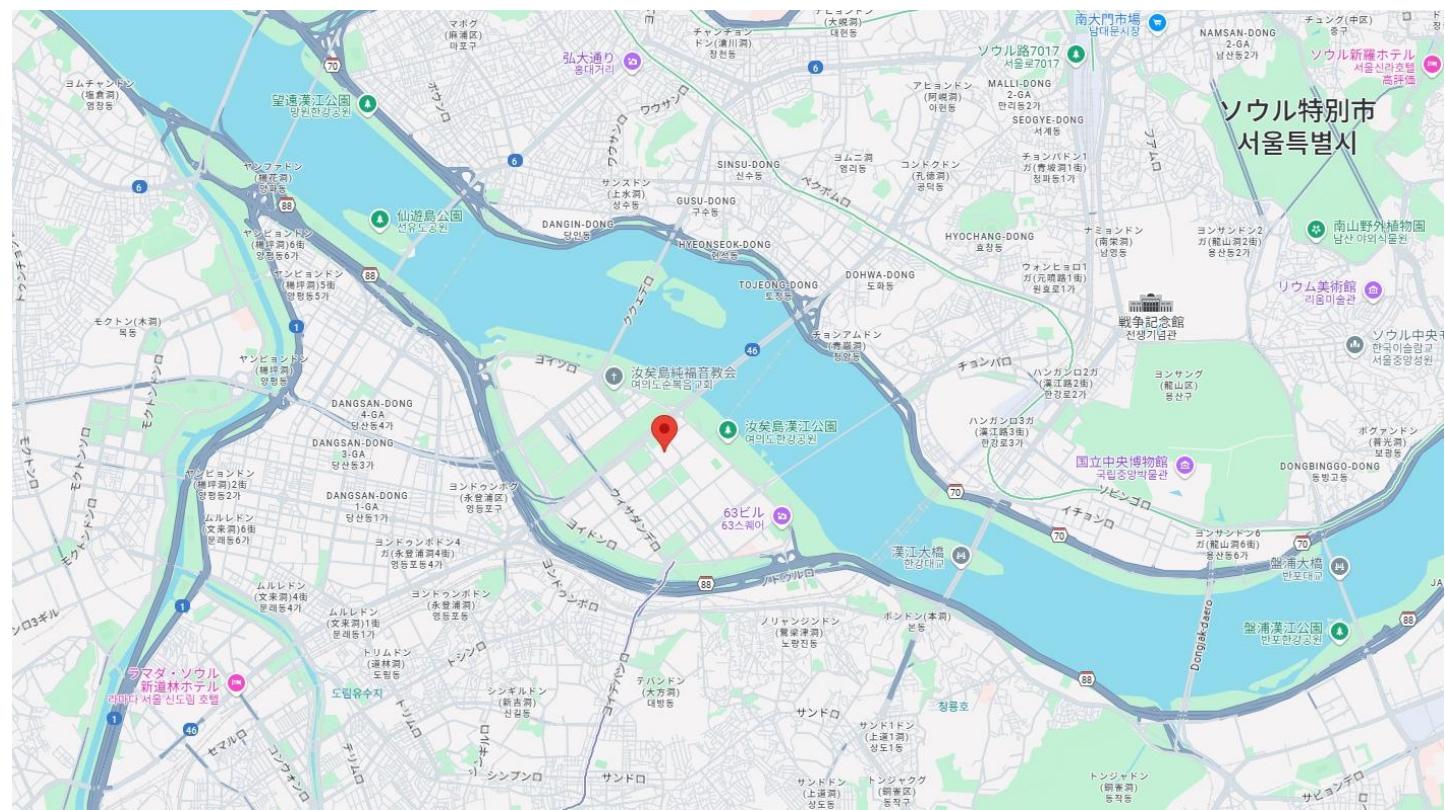
複合文化空間の属性を生かすために、Rimowa とのグローバル展示プロジェクトである「AS SEEN BY」の一つである写真作家の Alessio Bolzoni のアートワークが店内に展示されて芸術とブランドの接点を見せてくれる。

ブランドが単純に製品販売を目的としたショールームではなく、素材、視覚、文化的な要素、利用者の経験が複合的に調和した空間である。The Hyundai Seoul という複合文化とデザイン中心の商業空間内に位置することで、ショッピング以上の経験を期待する顧客層にブランドの哲学を直観的に伝えることができる。

### Project Details

1. Brand: Rimowa The Hyundai
2. Type of Business: Retail Store
3. Open Date: 06/2025
4. Size: 99 m<sup>2</sup>
5. Location: 1F, 108, Yeoui-daero, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Republic of Korea

### Location MAP







## 2. THE ATTICO

### Project Overview

イタリアのハイエンドブランドの THE ATTICO はアジア初の単独売場をソウルに出した。この店はブランドの新しい空間の哲学である「The Attico Floorplan」を国内に初めて導入した事例として注目されている。

「The Attico Floorplan」は伝統的な売り場の演出方式から抜け出して売り場を一つの部屋のように構成し、ブランドと顧客がより深く交感できる特別な空間経験を提供することを目標にしている。このような空間構成は売り場の訪問客にブランドの哲学と感性を体験できる機会を提供し、ブランドのアイデンティティを明確に伝える。

ソウルの店舗は「図書館」をテーマに暖かいウッドトーンとイタリアの建築、デザイン書籍、ミラノスタイルの木のパネルと本棚で構成されている。これらの要素はブランドの感性と美学をそのまま表現し、顧客に知的で洗練された雰囲気を伝えている。

THE ATTICO は単なるファッショントリアルを越えて、ブランドの哲学と感性を体験できる空間として位置づけられている。

### Project Details

1. Brand: THE ATTICO
2. Type of Business: Retail Store
3. Open Date: 8/2025
4. Size: 89 m<sup>2</sup>
5. Location: 3F, 407, Apgujeong-ro, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea

### Location Map

