March 2014, SUMMARY

CHRISTIAN LOUBOUTIN AOYAMA

(Page 56)

Christian Louboutin, French luxury shoes brand, opened in Aoyama as the flagship shop. The interior was created by Eric Clough, New York-based architect and the president of 212 box, and he and Christian Louboutin himself made design concept of the shop quoting elements from styles of Japan, Morocco, and New England. Glass, metal, concrete and other various materials were used for the front facade and so was the interior with reflective matters. The floor was covered with red carpet which reminds us of the sole of the red shoes and the walls were covered with travertine, so the interior looks elegant. Like other Louboutin shops on the globe, this one used arch-window-shaped display fixtures witch make shoes look flying off from the window. Designer: Eric Clough / 212box ARCHITECTURE PC

FENDI Avenue Montaigne

(Page 62)

Opening last year in Paris, this FENDI store is the first flagship shop based upon an utterly new concept. The interior environment used travertine, fur, velvet, stone and some symbolic materials to represent city of Roma, the routes of the brand. The style fused something hard and soft, traditional and modern, expressing contemporary brand images. At the entrance, Fnedi's representative icon of fur is displayed and another brand icon baguette bags are also exhibited attractively on the wall with more than 30,000 bronze nails. Variety of materials, bald composition, and elegantly-controlled lighting are combined to embody the brand itself.

Designer: Gwenael Nicolas / CURIOSITY

Report of Juice Bar Competition

(Page 69)

Last year, Aoki Shoten, a fruits shop established in1924 in Fukushima Prefecture held a nominated competition to select spatial designer of a new juice bar to serve flesh fruits juice and Aoki is planning to open 300 bars nation-wide within three years. The winer of the competition is was Chikara Ohno and he designed the first bar in a shopping mall in Saitama Prefecture last autumn. His idea is making not a bar but a big billboard and he designed the facade with hundreds of cubes that rotates, which changes the appearance of the establishment. For the bar competition, five designers vied to presenting interesting proposal which also we publish here for readers.

EMODA Nagoya

(Page 88)

A Shibuya-based popular fashion brand EMODA opened recently in some shopping centers. In the interior of this shop of the brand used a lot of colored glass plates and mirrors. The glasses are used in bar-code patterns and the mirrors give senses of vividness and variety to the space with the reflected images of the shoppers. A new original material is used as a smooth and seamless floor coverage.

Like the other casual brand originated from Shibuya, this brand offers budget price merchandise and attracts young shoppers nationwide but this shop aims global attention.

Designer: Norivuki Otsuka / NORIYUKI OTSUKA DESIGN OFFICE

JOURNAL STANDARD Omotesando

(Page 118

JOURNAL STANDARD Omotesando is a store building with sales are from the basement to the second floor. New York-based interior designer Crème created a sophisticated environment making the most of typical interior style of this brand. The ground and the basemen is men's and the second is ladies'. Custome-made interior elements and vintage furniture are displayed all over the floor and some of lamps and architectural columnal elements remind us of New York street scenes. The basement interior is something vintage and the first floor is tweedy and bright. With the collaboration of stylist Tomoko lijima, the second story makes an atmosphere of lady's closet featuring minimal, simple and oper design vocabularies.

Designer : crème

The Current State of Commercial Environmental Design

(Page 135)

Different from old and conventional way of deigning, more and more spatial designers would like to use and quote historical, cultural, and local vocabularies into their style. This featured article picks up such examples as new approaching method of commercial interiors together with interviews of related parties. One good model of this is mAAch ecute Kanda-manseibashi. It is a conversion project of a brick-built old station closed in 1943. The building had seismic strengthening worked with concrete supports, making the most of the affordable out look and atmosphere of old existing arches and other architectural elements. Accordingly, the ceiling has no functional fixtures. so ducts and cables are all embedded in the floor and lighting are installed like street lamps. Newly added part of this project is stee framed observation deck and cafe where you can see trains running over mAAch ecute.

MAX BRENNER Omotesando Hills

Page 171

Max Brenner is an Israeli chocolate retail store chain that is popular worldwide, loved by New Yorkers, for example. This shop in Japan was designed by Gensler and Associates International Itd. Inc., fitting to Japanese architectural standard and cultural context. Scaleup chocolate machine and ducts decorate the interior, like a chocolate factory, and the main colors remind us o dark, milk, caramel, and white chocolate so that customers can enjoy this small chocolate theme park.

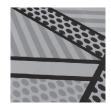
Designer: Hiro Kashiwagi / Gensler and Associates Intermational

MOKUOLA DexeeDiner Bangkok

(Page 174)

The first one outside Hawaii, this establishment of Hawaiian diner chain Mokuola opened this first one outside Hawaii designed upon theme of "Ride on the BIG WAVE" for customers to enjoy an dense atmosphere of Hawaii sea. Impressive is a seating with the wall redecoration of 152 pieces wood louvers to representing big waves in north shore pipelines in Hawaii. This makes customers feel like they were in the pipelines Designer: Takeshi Sano / SWeeT









NEW SHOP & ENVIRONMENT 新作

- 56 クリスチャン ルブタン _{青山} 212box ARCHITECTURE PC
- 62 フェンディ モンテーニュ通り キュリオシティ

REPORT コンペ密着レポート/全国展開するジューススタンドの雛形をデザインせよ!

- 70 WINNER シナト 大野 カ 果汁工房 果琳 イオンモール羽生店
- 72 プレゼンテーション 大野 カ(シナト) / 丸山弘敏(船場) + 齊藤良博(エイスタディ) / クラウディオ・コルッチ(クラウディオコルッチデザイン) / 江原まゆみ(コンシャス) / 谷尻 誠(サポーズデザインオフィス) / 尾崎大樹(バナナオフィス)
- 84 審査会「新しさとインパクトはあるか、そして、何が課題なのか」 審査員: 飯島直樹(飯島直樹デザイン室)/青木信博(青木商店社長)/ 西澤明洋(エイトブランディングデザイン)/山倉礼士(本誌編集長) 文 ②編集部

FFATURE ARTICLE1 業種特集1/ブティック

- 88 **エモダ** 名古屋 大塚ノリユキデザイン事務所
- 92 [記事]「EMODA 名古屋」の空間を成立させる 4層の塗り床 取材・文○大菅 カ
- 94 **オープニングセレモニー** 表参道店 ジャモアソシェイツ
- 99 ケイト・スペード・サタデー 原宿店 プラックス
- 102 表参道けやきビル/ボスストア _{表参道店} 團紀彦建築設計事務所 Hollin + Radoske G2 DESIGN STUDIO
- 107 **エージー** 表参道 ペブル

- 110 アクネ ストゥディオズ アオヤマ BOZARTHFORNELL ARCHITECTS
- 114 **エストネーション** 福岡 モーメント
- 118 ジャーナルスタンダード _{表参道} _{クレム}
- 123 マイブーン ソウル Jaklitsch / Gardner Architects PC
- 128 ザ・ヴィリディアン
 NITEN OSAWA ARCHITECT
- 131 **コムサステージ** 銀座店 ファイブフォックス

SPECIAL FEATURE 特集/商業施設デザインの現在

- 136 マーチエキュート 神田万世橋 東日本旅客鉄道東京支社 ジェイアール東日本建築設計事務所 みかんぐみ
- 144 [記事]遺構を生かしながら、街の活性化を図る 取材・文◎薄井テルオ
- 146 サウスウッド 武松幸治 + E.P.A 環境変換装置建築研究所
- 152 [記事]環境配慮型の新しいコミュニティー施設像を目指して 取材・文◎編集部
- 154 鶴屋百貨店 CPCentre
- 158 [記事]
 老舗百貨店が挑んだ「リボーン60」プロジェクト
 取材・文◎薄井テルオ
- 160 アトレ吉祥寺ジェイアール東日本建築設計事務所 ROWEDGE
- 165 [記事]店舗と共用部の境界を超える施設づくり 取材・文◎薄井テルオ

FEATURE ARTICLE2 業種特集 2 / カフェ

- 168 ザ・ロースタリー
- 171 マックス ブレナー チョコレートバー 表参道ヒルズ Gensler and Associates International Ltd.
- 174 モクオラ ディキシーダイナー バンコク
- 178 **ミュゼ** ウメキタ ワインバー&グリル 森井良幸 + カフェ

- 181 **100本のスプーン** あざみ野ガーデンズ店 マメノキ 301
- 184 ナナズグリーンティー グランフロント大阪店 カミトベンー級建築士事務所
- 187 チャ フォー ティー 名古屋インターシティ伏見店
- 190 スラッピーケークス ルミネェスト新宿店

FOCUS

- 203 岡三デジタルドームシアター 神楽洞夢 明豊ファシリティワークス
- 206 ななつ星 ドーンデザイン研究所

COLUMN & NEWS

- 43 NEW YORK ◎春日淑子 マンハッタンのマイクロニッチ・フードバーに 見る食のトレンド
- 45 FOOD ◎坂井淳一模索 するワインショップ のあり方
- 47 DESIGN ◎ 中崎隆司 倉庫リノベーションの新しい時代が始まる
- 倉庫リノベーションの新しい時代が始まる 48.49.51 NEWS
- 本い手展/ここをホッチキスでとめてください。展/躍る糸と植物展

SERIAL

- 210 TOKYOインテリアツア-8 文・イラスト◎浅子佳英 安藤僚子 恵 比.寿
- 213 New Definition of Design デザインの新定義 31 取材・文◎土田貴宏 林 洋介
- 214 WINDOW & DESIGN 10 取材·文◎編集部 銀座·和光「愛」
- 216 仕上げの美学 27 取材・文◎加藤 純 写真◎淺川 敏 鋳造 能作

- 218 ディテール インテリアデザインの作法 15 取材·文©塩野哲也 現場に描かれる原寸大のディテール 兼城祐作(兼城祐作+造形集団)
- 221 商空間オピニオン 15 取材・文◎高橋正明 神谷智之(アルチヴァンド店主)
- 222 CALENDAR & INFORMATION
- 224 TOPICS & FROM EDITORS

ADVERTISING

- 34 広告Index
- 193 広告企画 「ガラス・アクリル素材」
- 199 広告企画 「オリジナルデザインの装飾・造形物 |
- 238 広告企画 「街づくり・店づくり総合展見どころガイド」
- 239 PRODUCT INFORMATION
 - Product File "ディスプレイ器具"
 - Topics

本誌に使用されている図面表記の略号

1.0		A. O. III.
AC	空調機	Air Conditioner
BC BS	ボトルクーラービールサーバー	Bottle Cooler
CH		Beer Server
CL	天井高さ 天井基準面	Ceiling Hight
CR		Cleak Boom
	クロークルーム	Cloak Room
COT	コールドテーブル	Cold Table
CT	カウンター	Counter
DCT	ディシャップカウンター	Dish up Counter
DD	ドリンクディスペンサー	Drink Dispenser
DJ	ディスクジョッキールーム	Disk Jockey Room
DS	ダクトスペース ディスプレイスペース/	Duct Space
DSP		Display Space/
	ディスプレイステージ	Display Stage
DT	ディスプレイテーブル	Display Table
DW	ダムウエーター / リフト	Dumbwaiter / Lift
ES	エスカレーター	Escalator
EV	エレベーター	Elevator
F	冷凍庫	Freezer
FR	フィッティングルーム	Fitting Room
FL	フロアレベル	Floor Level
GAT	ガステーブル	Gas Table
GL	基準地盤面	Ground Level
GT	グリストラップ	Grease Trap
Hg	ハンガー	Hanger
IM	製氷器	Ice Maker
M	鏡 ——————	Mirror
M·WC	男子用便所	Men's Water Closet
PA	音響機器(室)	Public Address(Room)
PS	パイプシャフト	Pipe Shaft
PT	包装台	Package Table
R/RCT	レジスター/	Register, Cashier/
	レジカウンター	Cashier Counter
RF	冷蔵庫	Refrigerator
RFR	冷凍冷蔵庫	Freezer & Refrigerator
S	シンク	Sink
SC	ショーケース	Show Case
Sh	棚	Shelf
SP	スピーカー	Speaker
SPC	サンプルケース	Sample Case
ST	ステージ	Stage
SS	サービスステーション	Service Station
SW	ショーウインドー	Show Window
Т	テーブル	Table
VM	自動販売機	Vending Machine
WT	作業台·調理台	Work Table, Worktop
W-MC	女子用便所	Women's Water Closet

本誌に使用されている材料仕様の略号

	30.00	
AEP	アクリルエマルションペイント	Acrylic Emulsion Paint
СВ	コンクリートブロック	Concrete Block
CL	クリアラッカー	Clear Lacquer
DL	ダウンライト	Down light
EP	合成樹脂エマルションペイント	Emulsion Paint
FB	フラットバー	Flat Bar
FIX	はめ殺し	Fixed Fitting
FL	蛍光灯	Fluorescent Lamp
FRP	ガラス繊維強化プラスティック	Fiberglass Reinforced Plastic
HQI	高効率ランプ	Hight Quality Intensity Lamp
HL	ヘアライン仕上げ	Hair-line Finish
IL	白熱灯	Incandescent Light(Lamp)
JB	ジェットバーナー仕上げ	Jet Burner Finish
LED	発光ダイオード	Light Emitting Diode
LGS	軽量鉄骨	Light Gauge Steel
MDF	中密度繊維板	Medium Density Fiber Board
OS	オイルステイン	Oil Stain
OSB	構造用合板/木片圧縮合板	Oriented Strand Board
PB	石膏ボード	Plaster Board, Gypsum Board
PL	プレート/平板	Plate
RC	鉄筋コンクリート	Reinforced Concrete
SOP	合成樹脂調合ペイント	Synthetic Oil Paint
SRC	鉄骨鉄筋コンクリート	Steel Framed Reinforced Concrete
SUS	ステンレス	Stainless Steel
t	厚さ	Thickness
UC	ウレタンクリア	Urethane Clear
UL	ウレタンラッカー	Urethane Lacquer
UV	紫外線強化塗装	Ultraviolet Coat
VP	ビニルペイント	Vinyl Paint
W	木造	Wood
@	ピッチ	Pitch
Φ	直径	Diameter

商店建築 第59巻3号 2014年3月1日 毎月1回1日発行 編集発行人/村上 桂 発行所/株式会社商店建築社©

本社/東京都新宿区西新宿7-5-3 斉藤ビル4階 〒160-0023 販売部・総務部 ☎03(3363)5770代

広告部 ☎03(3363)5760代 愛読者係 ☎03 (3363) 5910代 編集部 ☎03(3363)5740代

支社/大阪府大阪市中央区西心斎橋1-9-28 リーストラクチャー 西心斎橋 〒542-0086 **2**06 (6251) 6523

info@shotenkenchiku.com(編集) http://www.shotenkenchiku.com

定価2,040円 本体1,943円 年間購読料/24,480円(税込み国内のみ)

STAFF 編集長/山倉礼士 編集/車田 創 塩田健一 髙橋剛大 高柳 圭 玉木裕希 DTPデザイン/武田康裕(DESIGN CAMP) 宇澤佑佳 広告/三木亨寿 田村裕樹 岡野充宏 川上史威 販売/工藤仁樹 愛読者係/関根裕子

アート・ディレクション/ SOUP DESIGN E-mail salesdpt@shotenkenchiku.com(販売) レイアウトデザイン/ SOUP DESIGN+ 武田康裕 +宇澤佑佳

印刷/図書印刷株式会社

経理/村上琴里

支社/小杉匡弘(広告)



2014.3 Vol.59 No.3

表紙写真/ FENDI Avenue Montaigne (P.62) 撮影/繁田 愉

※ ※ ※ 図本誌を無断で複写複製(電子化を含む)することは、著作権法上の例外を除き、禁じられています。本誌をコピーされる場合は、事前に日本複製権センター(JRRC)の許諾を受けてください。また本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内での利用であっても一切認められておりません。 JRRC ⟨http://www.jrrc.or.jp eメール:info@jrrc.or.jp ☎:03-3401-2382⟩