

JUL. 1999 VOL.44 NO.7

平成11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44巻第7号通巻559号

# 商店建築

SHOTEN KENCHIKU

7

業種特集 ファッションブティック&グッズ

特集 ナニワの芸術職人たち

新作 マイカル小樽/グランデュオ



1階入り口側からアクセサリ一仕器越しに店内を見る

## 神戸発のカジュアルラインのセレクトブティック ルシェルブルー 青山

東京都港区南青山5丁目8-11

設計/大塚ノリユキデザイン事務所 大塚則幸 福嶋 文 施工/長谷川 金丸博之  
協力/光造形 田中清隆 照明計画 ウシオスベックス 山口晋司 家具 カッシーナジャパン

Boutique LE CIEL BLEU Aoyama, Tokyo Designer Noriyuki Otsuka

カジュアルのテスト分けを明確に提案  
依頼はいつも突然にやってくる。これは宿命  
的でもある受注産業、インテリアデザインの  
いけないと思いつつも恒常的な姿である。  
昨年末のこと、テレビでは上野のアメ横から  
のライブニュースが見受けられるころ、ク  
ライアントより今回の依頼があった。青山にて  
東京のパートナーとコラボレートし、ショッ



撮影/平井広行

ブを春にオープンさせたいとのこと。  
確か4年前、神戸周辺の大震災のときに現地  
の店のデザインを依頼されたのもこのよう  
な突然の連絡だったと記憶する。聞けば僕のオ  
フィスにも程近く骨董通りに面した優良なロ  
ケーションである。クライアントいわく、隣  
接する完成度の高いブティック群に混じり神  
戸発信のセレクトショップとして街に彩りを



ファサード夜景

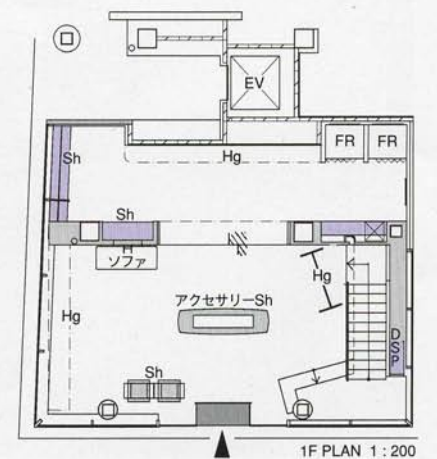
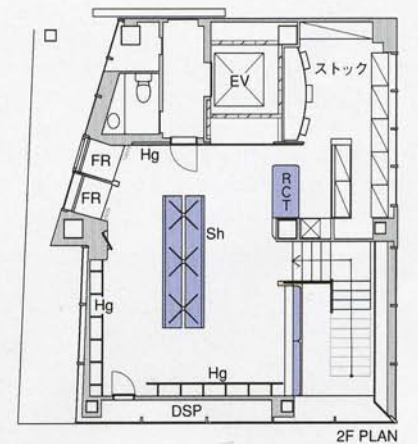


階段の下の踊り場から見た1階店内。大きな木の塊が2階フロアにはめ込まれたかのように見える

与えたい。さらに日本に  
おいてファッション文化  
が四半世紀を超えて、成  
熟する先はファッション  
すべてがカジュアルにな  
ると言っても過言ではな  
いと。ならばそのカジュ  
アルの中におけるのテ  
スト分けが明確に提案で  
きるか否かがスタイルと  
なる。神戸よりのムー  
ブメントとしてエレガ  
ンステーストのカジュアル  
で発信する、と。

設計に取り掛かり、丁重  
に施工された以前のブテ  
ィックを解体し着工となっ  
たのはみぞれ混じる寒  
い2月の中ごろであつた。  
それから2カ月あまりで  
外部および内部階段の吊  
り替え等の建築に絡む規  
模の大きい工事となつた  
が、毎日、表参道からオ  
フィスまでの道すがらガ  
ラス越しに店内のこやか  
な接客風景を見ると、  
初夏の日差しに彩りを  
感じるのは僕だけでは  
あるまい。

(大塚則幸)





階段上の踊り場から2階店内を見る

「ルシェルブルー 青山」データ

工事種別：内外装 全面改装

床面積：1・2階各約80㎡ 合計約160㎡

工期：1999年2月11日～3月30日

施工協力：照明器具/エルコトートー(フロアスタンド)

主な仕上げ材料

外壁：開口部/透明強化ガラスt10FIX

床：オオツカテラゾ (設計者オリジナル/東洋テラゾ工業) 貼り600角目地突き付け 奥床・再生ガラス

焼成タイル貼り (アテナール/オオタケセラム)

600角目地突き付け 階段/鉄骨組みスチールプレートt5折り曲げ溶接の上オオツカテラゾキャスト打ち敷き水磨き カーペット貼り (フォアベルク/カッシーナジャパン)

壁・丸柱：軽鉄組みPB t12.5寒冷紗パテシゴキ下地

AEP吹き付け 一部シルバーメタリック塗装

天井：軽鉄組みPB t12.5寒冷紗パテシゴキ下地AEP吹き付け 一部木下地口=ズウッド柱目Vジョイント突き付け貼りワックス

什器：アクセサリ-/トップ・アルミプレートt10曲

げ加工セミポリッシュ角系面取りアルマイト処理引き出し・透明アクリルt10 腰・木下地パールホワイト塗装FL 内照式 中央什器 (2階) /フロストガラスt15FIX 腕および脚・スチールφ32およびφ90

シルバーメタリック塗装

ショッププロフィール

開店：1999年4月2日 営業時間：午前11時～午後8時

定休日：なし 電話：(03)5778-0532

経営者：(株)イメージズ・オブ・ジャパン 武藤重遠

従業員：社員2人 アルバイト6人

主な客層：ターゲット/20～35歳 実際の来店客層/20～30歳 男女比/男性5%：女性95%

客単価：2万円

ブランドとしてのテーマ：きわめて自然体、しかし感度の高さが漂う女性。自分であることを楽しみ、自分のやりたいことがはっきりしていて、自分らしさを知っている女性。やさしさと愛情と柔らかさ、そしてシンの強さが見え隠れする女性。ポジティブで自立した女性。媚びていないのにセクシーでさりげなく知性が漂う女性。流行には柔軟だが自分のスタイルは貫く女性。生活全般に広い興味がありクリエイティブなアイデアにあふれた女性。そんな女性を理想としたセレクト、企画をしている

取り扱いブランド：ルシアン・ベラシネ マハリッシュムーリガン カツラ スパイアー フランチェロ コスタス ムルクディス アレッサンドロ デラクア ヴェネラ・アラブ

主な取り扱い商品と価格帯：オリジナルニット9800～2万2000 アールジーン1万5800～2万

出店数：7店

主張したい空間のイメージ：高級感。商品を最もふさわしい場所にレイアウトする。この場所というのが1階部分には多分にある。アクセサリ-什器やサイドのロングラック、ソファの上のミニガラステーブルなど。天気の良い日は、前面がガラス張りなので、日光だけで店内が明るく照らされる



2階。中央のガラスの什器より開口部方向を見る。左手が階段