

Korea Report

October 2020

CONTENTS

* Project 1: alartz

* Project 2: acmé de la vie Cheongdam

1. alartz

Project Overview

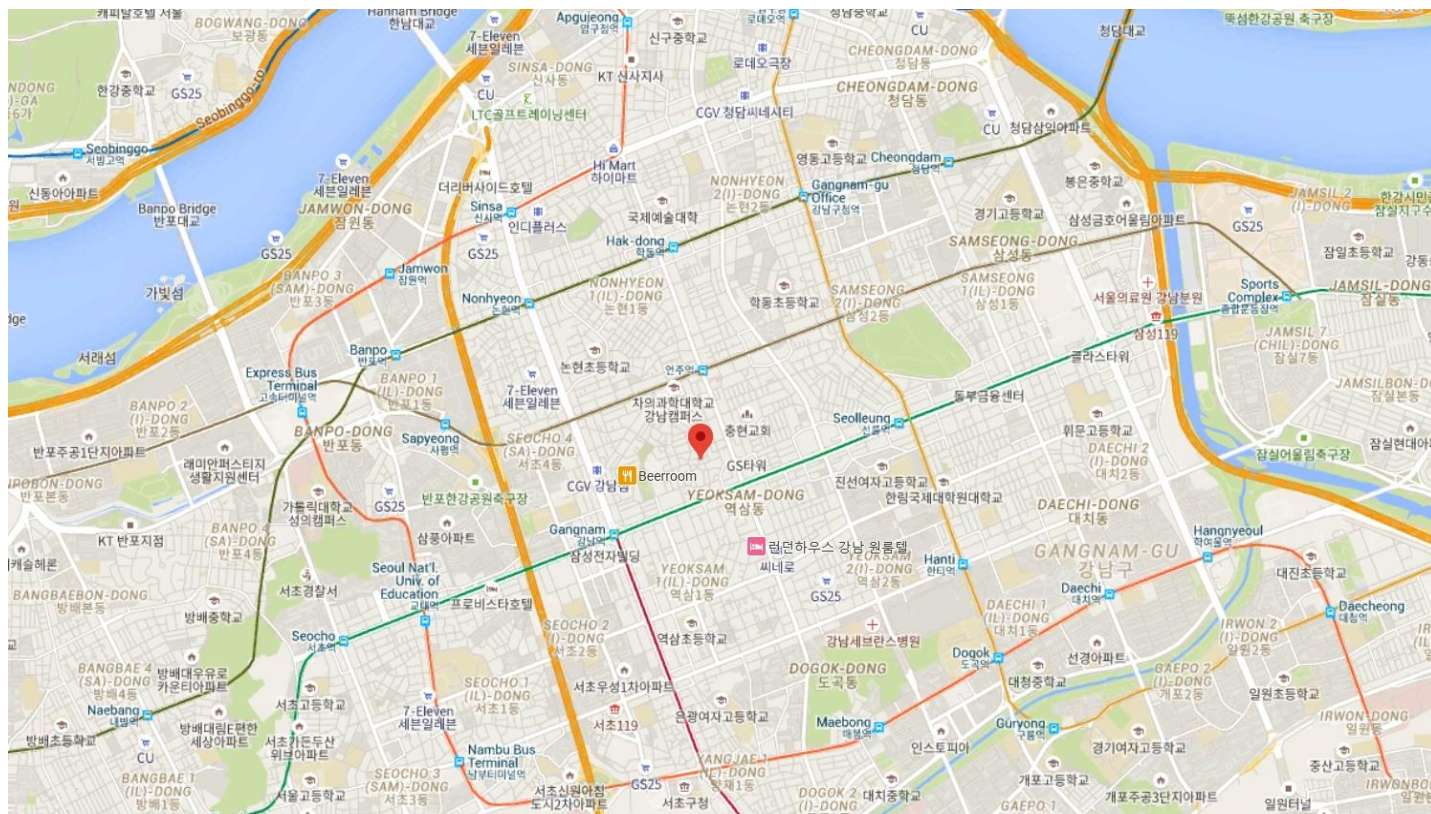
카페「alartz」では、岩の彫刻をイメージしてデザインしたバーカウンターが空間の中で存在感を放ち、大きい窓によって外の風景と自然光を取り入れている。住宅街が立ち並ぶ立地だが、緑に満ちていて、窓際に植えた竹が風が吹くたびに音を立てて揺れる様が心地よい。花束や花の注文も受けるフラワーカフェである alartz のアイデンティティを考慮すると、こういった自然要素の組み合わせは不可欠である。

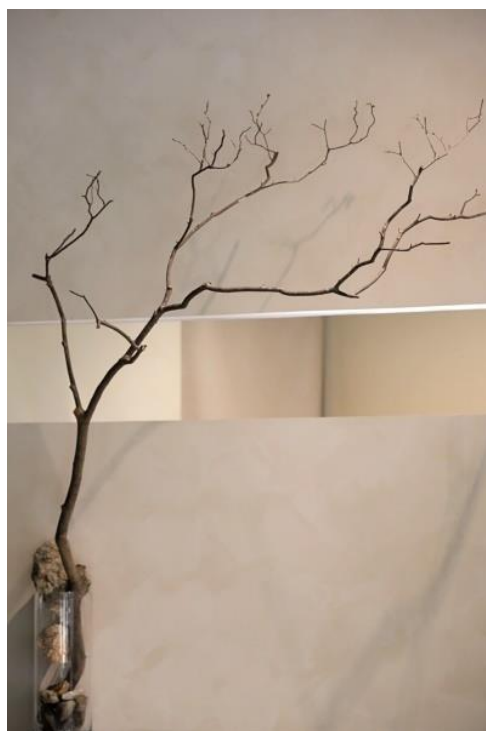
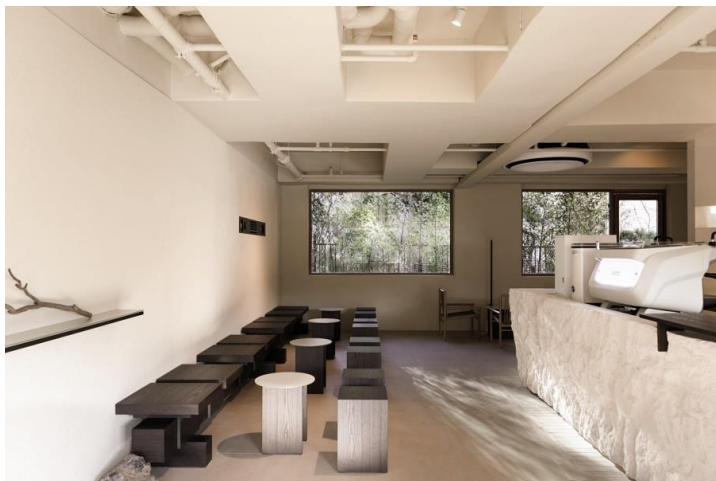
濃いウォールナットのトーンで家具を揃えることで空間に重みを出し、落ち着いたムードを演出している。一方で、明るいトーンのアームチェアを配置して色味のバランスをとり、2つのトーンを調和させた。座席が固定された一般的なカフェとは異なり、alartz の座席は、ゲストが自由にスツールやテーブルを好きな場所に移動して利用することができる。バーの向かいに置かれたベンチは、レール式でデザインされているため、席を左右に押すことで2人席や3人席など変更できる。こうして、ゲストが使うことで空間のデザインが完成するのである。

Project Details

1. Brand: alartz
2. Type of Business: Cafe
3. Open Date: 4/2020
4. Size: 110 m²
5. Location: 23, Nonhyeon-ro 97-gil, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea

Location Map









2. acmé de la vie Cheongdam

Project Overview

ブランドのイメージは様々な要素によって人々に刻印される。ブランドのアイデンティティをはじめ、プロダクトのデザイン、ロゴ、売場のインテリアなどがそのような要素となる。特にファッションブランドは、デザイナーの性向と哲学が服に染み出ている、その特性がより強く表れる。

「acmé de la vie (アクメドラビ)」は、韓国で人気のストリートファッションブランド。発売から2年で、1日数千枚の売り上げを記録し、国内だけでなく中国や米国など海外でも人気が高い。鮮明なイメージコンセプトを持っていて、空間デザインもはっきりとした方向性を持っている。

街中でよく見かける「電柱」を店舗デザインに持ち込んだ。ストリートファッションが持つ、加工されていない粗い雰囲気伝えるために FRP 素材の柱に一つ一つ手を加えて表面を仕上げた。そして、鉄製のフレームと強化ガラスで作った四角い造形物の中央に電柱を貫通させてハンガーと棚の機能を果たしている。面積に比べて高い天井に垂直的な空間性を強調するために、上部にはヨーロッパのゴシック様式のディテールを活用したゲートのオブジェを吊るした。

Project Details

1. Brand: acmé de la vie Cheongdam
2. Type of Business: Retail Shop
3. Open Date: 11/2019
4. Size: 72 m²
5. Location: 34, Seolleung-ro 152-gil, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea

Location Map

