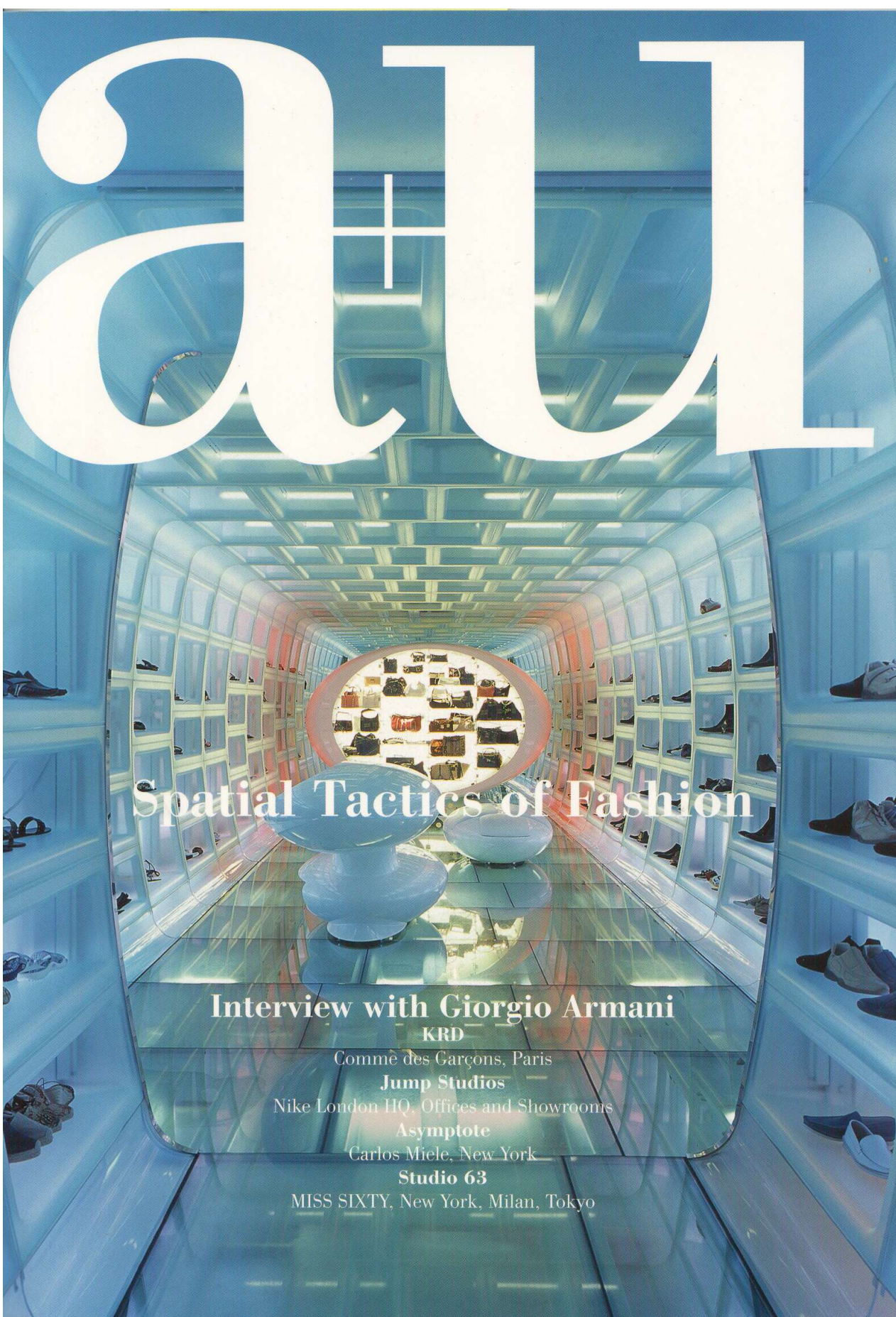


建築と都市
Architecture and Urbanism
04-07

406

Feature:
Spatial Tactics of Fashion

特集:
ファッション・スペースの新しい展開



Spatial Tactics of Fashion

Interview with Giorgio Armani KRD

Comme des Garçons, Paris
Jump Studios
Nike London HQ, Offices and Showrooms
Asymptote
Carlos Miele, New York
Studio 63
MISS SIXTY, New York, Milan, Tokyo

Studio 63

MISS SIXTY N.Y.C.
New York, USA 2002

スタジオ63
ミス・シックスティ・ニューヨーク店
米国、ニューヨーク 2002



建築と都市
Architecture and Urbanism
04:07

406

Feature:
Spatial Tactics of Fashion

Studio 63
MISS SIXTY
New York, USA/Milan, Italy



Concept for retail design stores MISS SIXTY — MISS SIXTY N.Y.C.

Welcome to the world of MISS SIXTY. Here you can find a glamorous world of fantastic scenery and an imaginary reality. An organic space designed with curved walls, sculptured counters, soft and cozy surfaces with bright colors, all made to create a reality bigger than life. A space that gives you the freedom to be who ever you would like to be. The freedom to be yourself.

This is the new concept of the MISS SIXTY shops designed and realized by studio 63 associates situated in Florence, Italy. The architects together with the client have tried to create a dream world inspired by the styles, designs and glamorous entertainment world of the 70's. The reference to the 70's was an input by the client Vittorio Hassan and evoked a profound and thorough research that was made later on by the architects. The organic forms of the furniture, the colorful bright colors with the shiny varnish, the heavy velvet drapes and the accent lighting, were all made in order to create a warm, feminine and glamorous atmosphere. An atmosphere that reinforces the MISS SIXTY brand as young and glamorous women's wear.

The architects were mostly inspired by the graphic designs of the 70's but not only. They have challenged themselves to transform two-dimensional patterns into three-dimensional structures, Taking patterns from wallpapers and textiles and transforming them into furniture. Quoting designs by Verner Panton as well as the music and performance of David Bowie. Although the concept is of a chain shop, every shop has its own characteristics related to the structure of the space and its location. Each wall of every store is thought of as a composition on its own. The infinite winding contour made by the shelves gives even the merchandise the opportunity to become part of the design.

The New York shop on 386 West Broadway is a wide-open space of about 300 sqm. that can be seen in a glance right from the entrance. It was given human proportions, a welcoming atmosphere and a touch of irony. Leading towards the back of the shop are four luminous, organic shaped columns, surrounded by piles of soft white feathers and a shiny white vinyl bench. The orange color lighting at the bottom gives them a warm and feminine look. The main point of attraction has been chosen to be situated at the far end of the shop. In front of the fitting rooms, you will find the continuous line of a wide platform covered in bright orange moquette. It starts as a carpet, evolves to be a sofa, and finishes as a wall and ceiling creating a space within a space. This one-piece built-in furniture is a seductive invitation to be embraced in a womb-like atmosphere. To be engulfed by the sensual material, to relax and set your mind free.

The MISS SIXTY-chain shops are to be spread all over the world, from Tokyo to Los Angeles, from Berlin to Hong Kong. Using the references of the 70's reassures a widely recognizable image with an intelligent common denominator.

デザイナー・ショップ

「ミス・シックスティ」

小売店のコンセプト

——ニューヨーク店の場合

「ミス・シックスティの世界へようこそ。ここは素敵な風景と空想に満ちた現実が織りなす刺激的な世界です。弧を描く壁面、不思議なカウチャーや明るい色の、柔らかくてござざりとした表面に彩られたこの有機的な空間では、日常生活では目にすることのない現実感が得られます。そこは誰もが自分のなりたいたい自分になることができる世界、あなたがあなたらしくいることの自由を得られる世界なのです」

これが、イタリアはフィレンツェにその拠点を構えるスタジオ63の設計によるミス・シックスティ店舗の新たなコンセプトである。建築家は今回、クライアントとともにこうした70年代のスタイルやデザインが織りなした、めくるめくエンターテインメント性を備えた夢の世界の実現を試みた。具体的には、クライアントのヴィットリオ・ハッサンにより70年代の文化的特徴が挙げられ、その後それらにさらに深みを与えるべく建築家がリサーチをふまえて実現したものである。

調度品の有機的な形態や、色とりどりの光沢のある塗装、重厚なヴェルベットの襪、アクセントとしての照明などはすべて、暖かみがあって女性的な、刺激に満ちた環境をもたらすためのものである。こうした環境こそが、ミス・シックスティというブランドを若々しさに満ちて刺激的な女性衣料品の送り手としてのイメージに定着させるのだ。

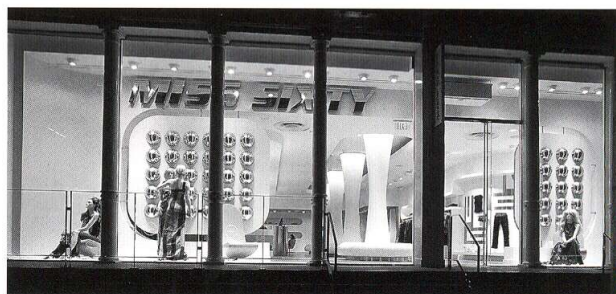
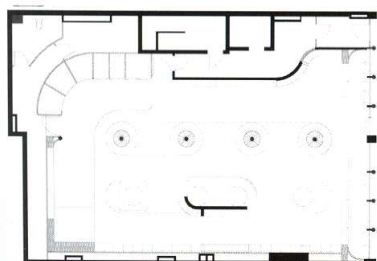
建築家の設計においては、70年代のデザイン全般の中でも特にグラフィック・デザインが参照されている。平面的なデザインを立体的に立ち上げる上で、彼らは壁紙やテキスタイルなどの模様を調度品の形態へと転用した。またほかにも、ヴァーナー・パントンや、あるいはデヴィッド・ボウイの音楽やパフォーマンスす

らも引用されている。

こうしたコンセプトはチェーン展開の上では共通のものだが、それぞれの店舗の性格はその建物の構造や立地条件に応じて異なる。たとえば、壁面による内部構成などは店舗によって独自のものとなっている。また、棚がかたちづくる無限にうねる輪郭は、商品それ自体も店内のデザイン要素となる可能性をもたらすものだ。

ウェスト・ブロードウェイ386番地に位置するニューヨーク店は、約300m²の広大なオープン・スペースで、その広がりにはエントランスから一目で体感できる。人体のプロポーションに則って設計された鉄製のエントランスは、人を迎入れる雲囲みに満ちている。店内の奥には光に照らされた有機的な形状の柱が4本並んでいるが、これらは白色の羽毛によって覆われており、それぞれの周りを同じく白色の光沢ヴィニールでできたベンチが囲んでいる。その足もとからはオレンジ色の照明が接地され、暖かみのある女性的な雰囲気をはきだす。こうした中で、最も魅力的な空間が店内の一番奥に設定された。試着室の手前にあるそこでは、明るいオレンジ色のモケットに覆われた幅広のラインが敷かれている。はじめカーペットとしてあるそれは、ソファへと進化し、最終的に壁面と天井へと広がって空間全体となるのである。この一体型の据えつけ家具は、子宮を彷彿とさせる環境を生みだしており、人を引きつけずにはおかない。肉感的な素材に巻き込まれ、顧客はリラックスしつつ精神を解放することになるだろう。

知的なイメージ戦略を分母としつつ、自信に満ちていた70年代という、誰にでも強い印象を抱かせずにはおかない時代を利用するミス・シックスティのチェーンは、東京からロサンゼルス、ベルリンから香港まで、世界のあらゆる場所へと展開する予定である。（中田雅章訳）







MISS SIXTY MILAN
Milan, Italy 2003

ミス・シックスティ・ミラノ店
イタリア、ミラノ 2003

pp. 94-95: Looking toward the womb-like space at the end of the shop. p. 96, left: Plan (scale: 1/400). Right: Exterior view at night. p. 97: Looking at the column lights changing colors. Opposite: View through the glass wall on the 2nd floor toward the void at the center of the shop. This page, from top: Looking up at the 2nd floor from the 1st floor. Yellow is used effectively as the basic color of the Milan shop. All photos on pp. 94-99 by Yael Pincus.

94～95頁：ショップの一番奥に位置する子宮のような空間を見る。96頁、左：平面図（縮尺：1/400）。右：外観夜景。97頁：照明の色が変化する柱の様子。左頁：2階にあるガラスの仕切りからショップの中心にあるヴォイドを見る。本頁、上から：1階から2階を見る。ミラノ店では、黄色を基調にし、効果的にインテリアに取り入れている。



Credits and Data

Project title: MISS SIXTY N.Y.C.
Location: 386 West Broadway, New York, USA
Architect: Studio 63
Date of opening: October 2002
Floor area: 270m²

Project title: MISS SIXTY MILAN
Location: Milan, Italy
Architect: Studio 63
Date of opening: September 2003
Floor area: 160m²



Studio 63+SIA

MISS SIXTY MEIJIDOURI

Tokyo, Japan 2003

スタジオ63+シエスタ・インターナショナル・アソシエイツ

ミス・シックスティ明治通り店

東京都、渋谷区、神宮前 2003





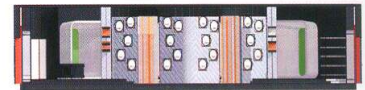


pp. 100–101: General view of the shop interior. Opposite: View of the fitting rooms. Below: Exterior view at dawn. Photos on pp. 100–103 by Seishi Maeda.

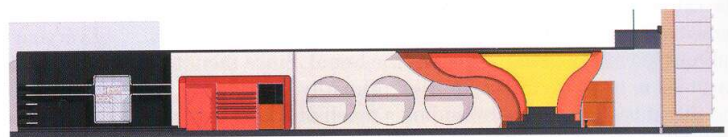
100～101頁：ショップ内観全景。左頁：試着室の様子。下：明け方に外から見た店舗内の様子。



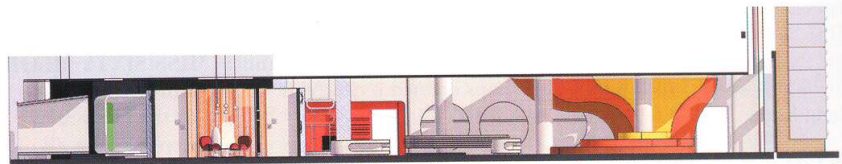
Cross section looking at screen
スクリーンをのぞむ短手断面図



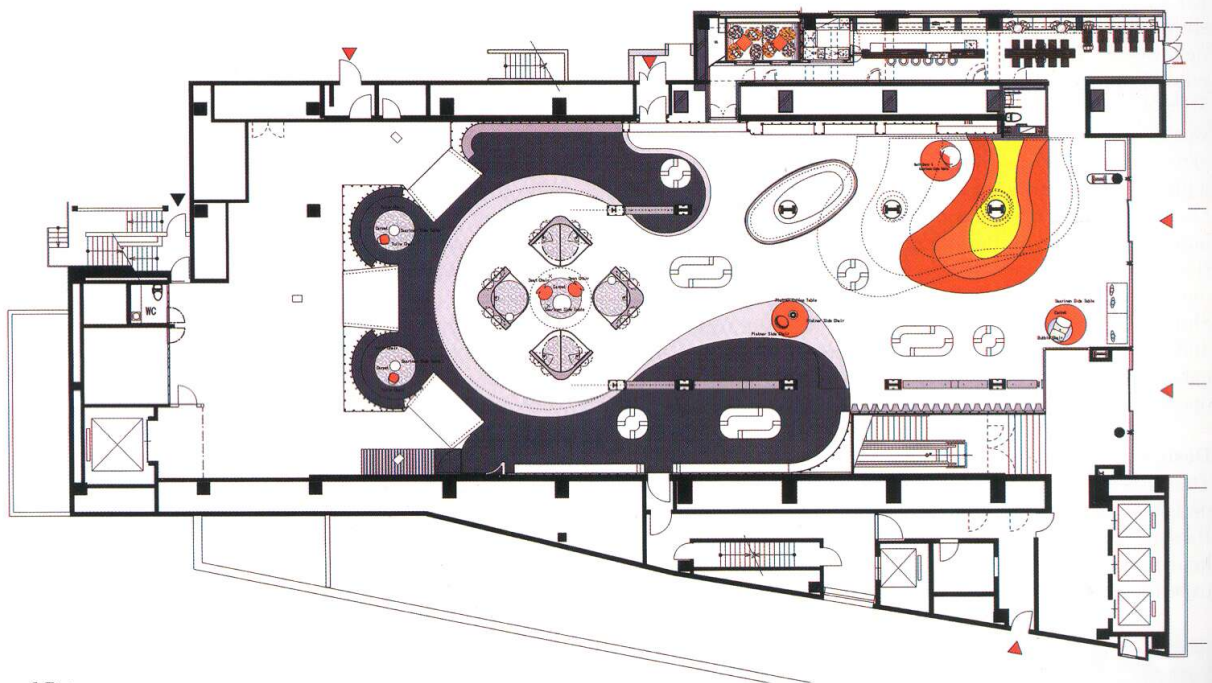
Cross section looking at fitting room
試着室をのぞむ短手断面図



Longitudinal section through the stage
舞台を通る長手断面図



Longitudinal section through fitting room
試着室を通る長手断面図



Plan (scale: 1/300)
平面図 (縮尺: 1/300)

Credits and Data

Project title: MISS SIXTY MEIJIDOURI
Location: Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo
Planning: Koji Sakai+SIXTY Japan and SIESTA
Concept design: Studio 63+ Sixty SpA, Andrea Vivian
Construction period: May 2003 to July 2003
Floor area: 645m² (Cafe 84m²)

A Rapidly Developing Brand – MISS SIXTY

Koji Sakai (SIXTY Japan and SIESTA)

MISS SIXTY is one of the leading brands of the Italian fashion group Sixty SpA. Based in Chieti, the group scored a hit with its ENEGIE line of men's wear, and followed up on it in 1989 with the MISS SIXTY brand for casual women's wear. Inspired by the avant-garde, experimental spirit of 60s and 70s, MISS SIXTY is a line of apparel that incorporates the essence of those decades. The products in the line are both elegant and individualistic. The calculated and uniquely attractive silhouette of its jeans immediately captured the hearts of women around the world and touched off the rapid growth of the brand. Since then it has expanded to more than 50 countries, primarily in Europe. Recently it has progressed by adding a touch of luxury and establishing itself as a total fashion brand. Although it started as a wholesale brand, it has now begun to open a series of concept shops around the world, where everything that the brand represents can be presented in a suitable environment. The MISS SIXTY MEIJIDOURI is one manifestation of this strategy. It is the group's third directly operated concept shop in Asia and the largest so far, following on two shops opened recently in Hong Kong.

The Sixty Asia Shop Project

The project is full of significance for the future expansion of the brand in Far East Asia. Thinking back, it began with a single phone call early in 2001. The Vice President of the new Sixty Far East (in Hong Kong) phoned to say "We're going to open a showroom in Hong Kong. Could you come over to Hong Kong next week?" This was the start of the SIXTY Asia Shop Project. Subsequently, Tadashi Inagaki and Takeshi Watanabe of SIESTA and I founded the SIXTYAsia Shop Project Room. This was the start of an fantastic adventure marked by trial and error, an impossibly crowded schedule, language difficulties (in a project where the language of the day could be Italian, English, Chinese, or Japanese) and other problems too numerous to recount. But the result was the opening of the Hong Kong Showroom, the Hong Kong Ocean Terminal Shop (megashop), the Hong Kong Sogo Shop, the Hong Kong Seibu Shop, the Hong Kong Russel Street Shop (concept megashop) and others. During this period, there was also a plan for an ephemeral Shibuya Shop. All of this led up to the planning and opening of the MISS SIXTY MEIJIDOURI.

Design of Studio 63

The basis of MISS SIXTY shop design is inspiration from the designs of the favorite decades of Sixty SpA founder Vittorio Hassan – the space age / retro / future 60s and 70s, with their boundless confidence in the future – and a spirit of experimentation, for the creation of spaces which overflow with

originality and stimulate the imagination.

The originator of this strategy and the office in charge of concept store design is Studio 63 in Florence, led by Massimo Dei and Piero Angelo Orecchioni.

Although there is a basic design, there is no special manual. Instead of being limited to a single prototype, distinctive designs are formulated to blend with the cultural environment of each country. This is one of the special characteristics of Studio 63. Everyone involved, myself included, has been excited and shocked by each of the MISS SIXTY concept shops opened around the world. My honest impression is always "Who would have thought that it would be so different in different locations, even though the basic concept is the same?" With every new shop, I always think "They've reached another new level!" Probably this is one of the factors behind the rapid growth of the brand.

MISS SIXTY MEIJIDOURI as a Monument to Passion and Commitment

For the MISS SIXTY MEIJIDOURI, we thought it would be interesting for all of those who were excited about the concept developed by Studio 63 to get together and share their ideas. The result was the organization of the MISS SIXTY MEIJIDOURI Design Project Team. Italy and Japan – two project teams working together to review the main concept and turn it into a plan.

The outstanding feature of the shop is the spatial concept of a theater. Taking maximum advantage of the location on Meiji Dori, an attempt was made to produce an interior that is more than a retail space. There is a prominently installed giant screen, and the space is thrown open for use as a theater or gallery, with an adjacent cafe (lounge) to provide a space for relaxation. Appropriately for a flagship shop, it includes a variety of facilities to assist the dissemination of information, through events, MD, press promotions and so on.

This shop is an expression of the passionate commitment of the members of our design project team, stimulated by Studio 63. Day and night, we were absorbed with the question of how to create a kind of shop that has never existed before. With the cooperation of many design offices, we argued and examined every kind of proposal. The MISS SIXTY MEIJIDOURI is the final result of that passionate commitment. It is not very often that a project team such as this can be organized. I believe it is due to the enthusiastic contributions of so many that the outcome was such a unique and wonderful shop.

Translated by Thomas Donahue



急速な発展を続けるブランド「ミス・シックスティ」 酒井浩司 (SIXTY Japan and SIESTA)

「ミス・シックスティ」は、イタリアのキエティに本社を置くファッション・メーカー「シックスティSPA」の主要ブランドの1つである。同社は、メンズ・ブランド「エナジー」でヒットを飛ばし、89年にレディース・ジーンズ・カジュアル・ブランドとして「ミス・シックスティ」を誕生させた。先端的かつ実験的な60年代、70年代にインスピレーションを求めるアパレル・ラインで、これらの時代のエッセンスを取り入れた、エレガントで個性的な商品を提供している。計算された独自の美しいシルエットのジーンズは、たちまち世界中の女性を虜にし、急速なブランドの発展につながった。ヨーロッパを中心に世界50カ国以上で展開し、近年は、ラグジュアリー感をプラスした構成で進化を遂げ、トータル・ファッション・ブランドの地位を確立している。もともと卸売りからスタートしたブランドであるが、この状況に即してブランドのすべてを披露できるコンセプト・ストアの展開を世界中で始めることになる。アジア最大の規模をもつ「ミス・シックスティ明治通り店」もコンセプト・ストア展開構想下の一連のものであり、アジア地域としては、香港でオープンした2店舗に続く3店舗目の大型直営店である。

シックスティ・アジア出店プロジェクト

今後のアジア極東地域の展開に、大きな意味をもつこのプロジェクトは、思い起こせば、1本の電話から始まった。2001年の初旬、「香港にショールームをつくるので、来週香港にきてくれる？」——新しくできるシックスティ・ファースト・イースト（香港）の副社長からの連絡でシックスティ・アジア出店プロジェクトが動き出したのである。

その後、「シックスティ・アジア・プロジェクト・ルーム」なるものを、「シエスタ」の稲垣、渡辺の両名と開設した。その後の様々な試行錯誤、超過激スケジュール、言葉の問題も含む（イタリア語、英語、中国語、日本語が飛び交うプロジェクト）様々な悪戦苦闘にもめげることなく、香港ショールーム、香港オーシャン・ターミナル店（メガ・ストア）、香港そごう店、香港西武店、香港ラッセル・ストリート・ショップ（コンセプト・メガ・ストア）などを次々とオープンさせることができた。また、その間には、幻の渋谷店計画というものもあった。そして、このたびの「ミス・シックスティ明治通り店」の計画、オープンという経緯をたどっている。

「スタジオ63」によるデザイン

「ミス・シックスティ」のストア・デザインの基本は、シックスティSPA創設者ヴィットリオ・ハッサン氏の最も好む時代のデザイン「スペース・エイジ、レトロ・フューチャー（未来に限りない夢を抱いていた60年代、70年代）」から得たインスピレーションと新しい実験的試みによって、オリジナリティあふれ、イマジネーションを刺激する空間をつくりあげることにある。

この基本のデザインを考えだし、コンセプト・ストアのデザインを担当しているのが、マッシモ・デ・ヴィーロ・アンジェロ・オレッキオニ氏率いるフ

イレンツェの建築事務所「スタジオ63」である。

デザインの基本はあっても、特別なマニュアルがあるわけでない。1つのプロトタイプに絞り込むことなく、それぞれの国の文化環境に融合した特徴的なデザインを考えだす。それが「スタジオ63」の大きな特徴である。彼らの手によってつくりだされる世界各国のミス・シックスティ・コンセプト・ストアは、できあがるたびに私を含め関係者に大きな感動と衝撃を与えてきた。「基本コンセプトは同じでも、地域によってこんなに変わるものなのか」というのが正直な感想で、店舗が誕生するたびに「あつ、また進化した！」という思いが私を包み込むのである。このことは「ミス・シックスティ」が急速に発展した要因の1つに違いないと思っている。

「ミス・シックスティ明治通り店」は情熱の集大成

「ミス・シックスティ明治通り店」の場合は、「スタジオ63」の考えに賛同する大勢がアイデアをだしあえば、もっと面白いものになるのでは、と考えた結果、「明治通り店設計プロジェクト・チーム」を結成した。イタリアと日本。2つの設計プロジェクト・チームの連携のもと、メイン・コンセプトを検討し、プランを進めていったのである。

この店の一番の特徴は「劇場」という空間コンセプトにある。明治通りという立地特性と与えられた空間を最大限に利用して、店内を売場スペースにとどまらない空間となるように演出しようと試みた。ひととき目を引く巨大スクリーンを設置してシアターやギャラリーとして開放したり、カフェ（ラウンジ）を併設して憩いを提供したり。また、フラッグ・シップとしてのイベント企画、MD、プレスへのプロモーションなども工夫して、様々なかたちで情報発信できる要素が盛り込まれた空間となっている。

これは「スタジオ63」に刺激を受けた、我々設計プロジェクト・チームの熱い思いのカタチである。とにかく、今までにない店づくりはできないかを日夜考え、多数のデザイン事務所とコラボレーションし、議論し、いろいろ検討を重ねてきた。その情熱の集大成が「ミス・シックスティ明治通り店」である。このような設計プロジェクト・チームの編成は、通常あまりないことだとは思いますが、たくさんの情熱が集まったぶんだけ、どこにもない素晴らしい店ができあがったのだと思っている。

Koji Sakai

After leaving an architectural firm, started up SIA (Siesta International Associates) and assigned to the store development of SIXTY far east area (Hong Kong, Japan and others) from 2002 by putting his experience (Italian Brand designing), involved in expanding SIXTY's chain in Asia with Studio 63.

酒井浩司

建築事務所を経て、イタリア・ブランドの設計経験をいかし、2002年より、シックスティ極東地区（香港、日本、他）の店舗開発（プロジェクト・リーダー）を担当し、スタジオ63とともに、コンセプトストア（アジア圏）の出店計画に携わる。また、クリエイティブ・ユニット「SIA」主宰。

Opposite: MELIDOURUI flagship store meeting at Studio 63's office in Italy. Photos courtesy of the author. Right: Views after completion in Tokyo. Photos by Seishi Maeda.

左頁:イタリアのスタジオ63の事務所での打ち合わせの様子。右:竣工後明治通り店でのショット。

