



HARC

by

JUN HORIUCHI

目次

- p2 -
メッセージ

- p3 -
HARC について

- p4~p14 -
設計事例の紹介

- p15 -
設計実績

- p16~p17 -
店舗設計を依頼する前に知っておきたい事
(店舗オーナーさん向け情報)

- p18 -
会社概要

メッセージ

いい店舗にしていきたいという思いは私たちデザイナーも同じです。

いい店には、そこにしかない固有の価値＝ブランドがあります。

ブランドを構築し、それを高める上で、店舗づくりは最も重要な要素の一つです。

HARCは空間デザインを通して、店舗オーナーのブランド力向上を全力でサポートいたします。

HARC について

HARC の約束

『すべてはクライアントのために』

私たちにとって大事なことは、見栄えの良い作品を作ることではなく、また自分の独創性を見せびらかすことでもありません。すべての原点はクライアントの思いであり、それを形にするために力を尽くすこと、また期待を超える提案をする事で、クライアントの価値をより高めることが自分の使命だと考えます。

『継続すること』

考え抜くこと。自分を常に磨き続けること。幅広いネットワークを作っていくこと。

『感謝の気持ち』

ともに仕事をしてきた仲間、各プロジェクトに参加する協力業者、指導して下さった恩師や先輩方への感謝の気持ちを忘れません。

HARC の取り組み

私は、クリエイティブパートナーという肩書きで、主に店舗・商業施設のデザインをしています。

空間デザインの仕事とは、ただのハコ作りではなく、クライアント自身のブランド構築のお手伝いだと思っています。経営コンサルタントは提案力を持っていますが、それを具現化することはできません。工務店はハコ作りができますが、提案力を持っていません。その両方ができるのはデザイナーだけなのです。店舗を作ることは、クライアントの価値を高める重要な要素を作ることであり、デザインの力でそれを実現することが結果的にクライアント自身のブランド力を高める事に繋がると考えます。デザインは付加価値ではありますが、殊に店舗や商業施設においてデザインは不可欠な付加価値であるという自負を持って日々の仕事に取り組んでおります。

今まで多くの案件に携わってきましたが、特に部分改装や増築など、既存の建物や空間を生かした設計で高い評価を頂いてきました。個人的には四角い箱（空間）の中に有機的な曲線を取り込むようなデザインを好むのですが、クライアントの要求に応じながらも、常に自分の形というものを追求し表現する努力を続けています。クライアントの思い描くものを『100』とした時、私の想像力で『100』を『200』あるいは『300』に膨らましていき、より価値あるものを作り上げていくのが私の理想の仕事の形です。

世界が目まぐるしく変化し多様化している昨今、仕事のやり方や仕事相手、そしてクライアントの要望も今後さらに多様化していくと考えられますが、常にクライアントの大切な思いをしっかりと受け止め、創造力を提供するパートナーであり続けたいと思います。

SEKISUI HOUSE 山梨支店

「モデルルーム+サンプル品陳列という従来のスタイルを一新し、情報発信型のショールームにしたい」という要望を受け、南側の一番日当たりのよいエリアに並んでいたミーティングルームを撤去し、広いラウンジスペースを設けるプランを考えた。200㎡近い四角いスペース内に、環状の導線とその周りに大型LEDビジョン・植栽・ライブラリ家具を落とし込んで円形シアターのような空間を作り、ラウンジの中央には、家を建てたい人と作る人の思いが実る場所になってほしいという思いを込めて、ぶどうの樹木をモチーフにしたシンボルオブジェを設けた。また、外壁の一部を大きく開口したことで、外からの見通しが大きく改善しただけでなく、内から外に発信していくという姿勢を表現できたのではないかと思います。



鮨神楽

小さな飲食店が軒を連ねる細い路地に面した雑居ビルの1階部分。ビルオーナーからの依頼で寿司屋と焼鳥屋を隣り合わせて設計。店のオーナーが決まっていない状況での設計だったため、どんな職人がつけ場に立っても絵になる店作りを目指した。客席側は間接照明だけで照度を確保し、カウンター直上にダウンライトを設置。内外装とも不要な装飾を一切取り除き、またお客さんと職人の視線の高さを揃えることで、よりカウンター越しにライブ感を感じるよう設計した。カウンター席のみの小さな店内で寿司を堪能し、帰り際に目に入る坪庭とともに記憶に残る、そんな寿司屋が完成した。



鳥さと

隣あわせの寿司屋と同様に、オーナー未決の状況で設計した案件。各所の仕上げには焼き色や焦げ目を連想するような素材を使用し、コントラストの強い暖色系の照明計画を用いることで、熱量を感じる空間演出をしている。また、店外からファサード面のガラスを通して店のロゴと焼き場が同時に見えるようレイアウトし、一見さんにもわかりやすく入りやすい店になるよう工夫をした。ロゴを配した擬似柱にはワインセラーをビルトインしており、店内でアイキャッチの1つになると同時に、収納されたオーナー厳選のワインはきっと焼き鳥の楽しみ方の幅を広げるであろう。カウンター席では焼き物の匂いと熱量を感じ、テーブル席では賑やかに、使い勝手の良い店を作ることが出来たのではないかなと思う。



HANAE MORI

全国のハナエモリ店舗のデザインを監修。以前より一貫して洋服が主役となる店作りを求められているのに対し、ベージュ系など優しい色の自然素材の中にキラリと光る硬質な素材を加え、服と調和する空間づくりを意識して設計をしている。仕上げ用の木材や石材は、色・風合い・ツヤ感などを厳しくチェックし、厳選されたものだけが使用される。旗艦店に関しては、その立地条件や周辺環境にあわせて特別な仕様を採用しており、2フロア構成であった銀座店では、1階床から2階スラブを貫き、天井まで伸びるガラスブロック壁の内側に階段を作り、1階から2階に上がる時の期待感を高める効果を狙った。



HANAE MORI ALMA EN ROSE

ハナエモリのカジュアルラインで、より女性らしさを前面に出したこのブランドは、テーマカラーのピンクの使い方が重要なキーとなる。百貨店など大型商業施設への出店が多いため、人の流れや周辺環境をしっかりと調査した上で設計をしている。



L' ATELIER DES PARFUMS

都市部の百貨店を中心に店舗展開をする香水のセレクトショップで、2018年にデザイナー一新に伴うコンペでデザインを採用されて以来、設計監修に携わっている。コンペでは、全体の雰囲気を変えずに新しい提案をしてほしいという非常に難しい要求に対し、ボトルの繊細なデザインをいかに美しく見せるかを徹底的に考えたアイデアが高く評価された。新デザインでの1号店を作る際には、ボトル棚のプロトタイプを製作し、強度・重量・照明器具の放熱性能など細かいチェックをクリアして納品されたため、非常に高い精度のものが出来上がった。



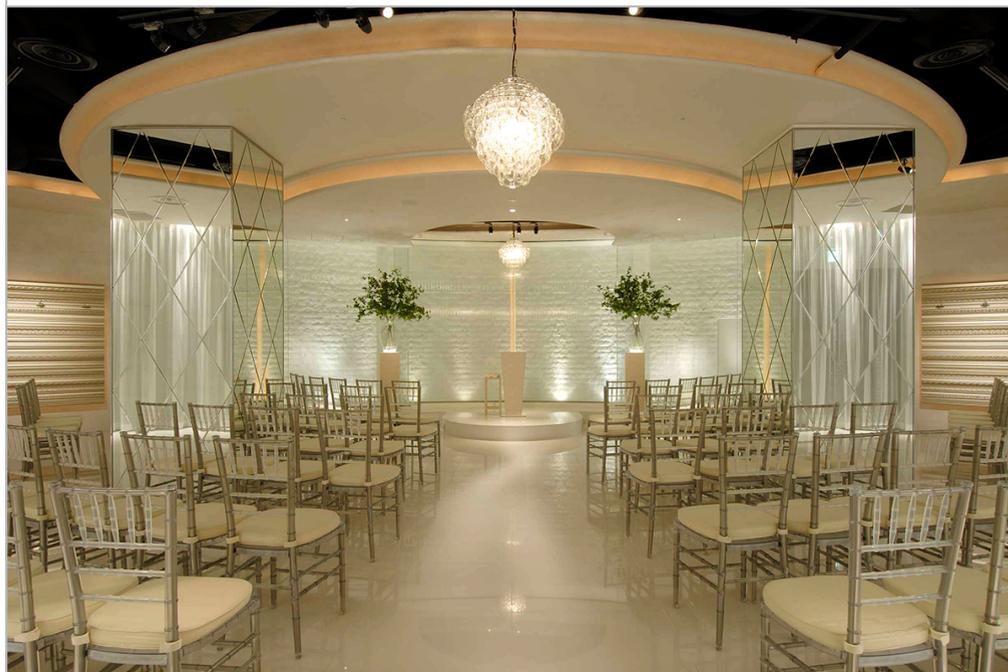
BOUTIQUE ROSSA 日比谷シャンテ

婦人アパレルショップの改装案件。オープンしてから 15 年以上そのまま使い続けていた店舗を初めて改装するにあたり、まずは変えるべきところと残すべきところを明確にしてからプランニングを行なった。一番の問題点であった閉鎖的なファサードをより開放的で回遊性のある VP スペースに変えつつ、店内にはゆったりとした接客スペースを確保し、フリーのお客さんと古くからの顧客が共存できるようなショップにした。改装前に比べファサード周りが明るくなり、新しいお客さんも入るようになったそうで、狙い通りの効果が得られたのではないと思う。



HOTEL TERRACE THE SQUARE

日立市のシティホテルの婚礼関連エリアの改装。部屋ごとにコンセプトが異なり、また大きな絵画や本棚が引き戸になっているなど、空間のいたるところにお客さんを楽しませるギミックがちりばめられている。自分にとって初めての大規模改装案件で、とても多くのことを勉強させていただいた。



S Bridal Hall

福島県内の結婚式場の改装案件。4メートルを超える天井高のチャペルや長さ10メートルほどのドレスハンガーなど、非常にダイナミックな空間が出来上がった。



CG Presentation

3DCG を使ったイメージパースの製作例。「実際に出来てみたらイメージと違った」ということがないように、着工前には必ず CG パースとマテリアルボードを提出して、完成イメージを共有します。



設計実績

2004

LE CORDON BLEU 神戸校

2005

HANAE MORI ALMA EN ROSE 日比谷シャンテ
HANAE MORI ALMA EN ROSE 青山ベルコモンズ
HANAE MORI ALMA EN ROSE 華亭伊勢丹（上海）
HANAE MORI ALMA EN ROSE 梅龍鎮伊勢丹（上海）
BOGNER 玉川高島屋

2006

RESTAURANT K.U.K.（赤坂）／栢沼邸（赤坂）
HANAE MORI 仙台藤崎／HANAE MORI 水戸京成
HANAE MORI 福屋八丁堀／HANAE MORI 長崎浜屋
CECI OU CELA 神戸大丸／LALTRAMODA 難波マルイ
ARNYS 六本木ミッドタウン
JEAGER 佐野プレミアムアウトレット

2007

HANAE MORI 池袋東武／HANAE MORI 名古屋名鉄
HANAE MORI Nouvelle Taille 池袋東武

2008

HANAE MORI 川越丸広／HANAE MORI 宇都宮東武
HANAE MORI ALMA EN ROSE 姫路山陽

2009

HANAE MORI 銀座／HANAE MORI 八木橋
HANAE MORI 柏高島屋／HANAE MORI 新宿小田急
HANAE MORI Nouvelle Taille 池袋東武
HANAE MORI ALMA EN ROSE 札幌東急
HANAE MORI ALMA EN ROSE 新宿小田急
HANAE MORI ALMA EN ROSE 恵比寿三越
HANAE MORI ALMA EN ROSE 名古屋名鉄

2010

HANAE MORI 栄三越／HANAE MORI 岡山天満屋
HANAE MORI 大分トキハ

HOTEL TERRACE THE SQUARE（日立）
LIXIL 港北ショールームデザインコンペ

2011

HANAE MORI たまプラーザ東急
HANAE MORI Nouvelle Taille 新宿小田急
HANAE MORI ALMA EN ROSE 広島三越
HANAE MORI 静岡伊勢丹／Caro なんばシティ
Imagineer 本社オフィス（新宿）
カップヌードルミュージアムデザインコンペ（横浜）

2012

HANAE MORI 横浜高島屋／HANAE MORI 広島三越
HANAE MORI 大宮高島屋／HANAE MORI 高松三越
HANAE MORI ALMA EN ROSE たまプラーザ東急
HANAE MORI ALMA EN ROSE 松山三越
Rossa 名古屋中日ビル／沼邸 外構（京都）

2013

HANAE MORI 静岡松坂屋／HANAE MORI 神戸そごう
HANAE MORI ALMA EN ROSE 浦和伊勢丹
HANAE MORI ALMA EN ROSE 町田小田急
HANAE MORI ALMA EN ROSE 久留米岩田屋
Rossa 日比谷シャンテ／サンパレス福島

2014

HANAE MORI 千葉そごう／Rossa 熊本
HANAE MORI 新宿高島屋／三上邸（滋賀）
かつくら アトレ上野／沼眼科中庭（京都）
HOTEL TERRACE THE GARDEN（水戸）

2015

HANAE MORI 札幌丸井今井
HANAE MORI 三井アウトレットパーク小矢部
HANAE MORI ALMA EN ROSE 岡山天満屋

2016

HANAE MORI 富山大和／HANAE MORI 名古屋三越

HANAE MORI 姫路山陽
HANAE MORI ALMA EN ROSE 金沢大和
HANAE MORI ALMA EN ROSE 小倉井筒屋
CECI OU CELA 池袋東武／CECI OU CELA 新潟三越
CECI OU CELA 岐阜高島屋／CECI OU CELA 浜松遠鉄
Gallery I 水戸京成／Gallery I 前橋スズラン
栢沼ビル テラスガーデン

2017

HANAE MORI 長野東急／HANAE MORI 宮崎山形屋
CECI OU CELA 船橋東武

2018

HANAE MORI 玉川高島屋／HANAE MORI 札幌東急
HANAE MORI 日本橋高島屋 /HANAE MORI manuscrit 梅田阪急
L'ATERIER DES PARFUMS デザインコンペ

2019

HANAE MORI The Okura Tokyo
HANAE MORI 町田小田急／HANAE MORI 浜松遠鉄
HANAE MORI 千里阪急／HANAE MORI 黒崎井筒屋
HANAE MORI 久留米岩田屋
HANAE MORI ALMA EN ROSE 名古屋三越
L'ATERIER DES PARFUMS 神戸大丸

2020

HANAE MORI 阿倍野近鉄／HANAE MORI 梅田阪急
HANAE MORI 京都大丸 /HANAE MORI 伊予鉄高島屋

2021

鯨神楽（新橋）／鳥さと（新橋）

2022

SEKISUI HOUSE 山梨支店

店舗設計を依頼する前に知っておきたい事

1. 業者の選び方

店舗を出したい方は、設計（デザイン）事務所か施工業者、あるいは設計から施工まで一貫して行う業者（設計施工業者）のいずれかに依頼すると思いますが、ご自身で具体的なデザインやレイアウトなどを考え、しっかり伝えられる方は、施工業者にお願いするのが良いでしょう。

しかし店舗を作るノウハウを持っていない方は、設計事務所か設計施工業者のどちらかに依頼されるのが一般的です。設計事務所に依頼すると設計料が必ず発生しますが、複数の施工業者に相見積もりを取り、第三者の目で公正な工事金額を査定することが出来ます。設計施工業者は、別途設計料がかからない分、費用を抑えられることもありますが、会社ごとの基準で工事金額を算出するため、依頼側がある程度施工単価の予備知識を持っていないと、割高な工事契約にサインしてしまう事もあります。

設計事務所と設計施工業者のどちらが良いか一概には言えませんが、やはり一番大事なのは、『ちゃんと話を聞いてくれる業者かどうか』だと思います。クライアントの要望を受けてデザイナーが提案し、その提案に対してクライアントが良し悪しをコメントし、必要であればデザイナーは修正案を提示する。こういう当たり前のやり取りができれば、依頼する側もされる側もお互いに納得いく仕事ができるのではないのでしょうか。

2. 物件探しの注意点

立地・面積・賃料の話は、人によって希望条件が千差万別だと思いますので、ここでは省略します。

工事費を抑えるために居抜き物件を探す方が多いと思いますが、基本的にはテナントが撤退する際はスケルトンにするのが一般的ですので、居抜き物件として残置されるのはスケルトンに出来ない何かしらの理由があります。また、造作物は年月とともに必ず劣化します。例えば、劣化した既存の造作物を改造して新しい造作物を作った場合、施工業者は責任を負うことが難しくなりますし、そこでもしも重大な不具合が発生したときは、大規模な改修が必要になることもあります。居抜き物件を契約する際は、このようなリスクがあることを認識しておくことが大事です。

飲食店テナントを探すときは、以前どんな業種の店舗が入居していたか確認することをお勧めします。同業種だった場合や、そもそも飲食店向けのテナントビルの場合は大きな問題はありませんが、業種が違ったり、あるいは物販店や住居として使われていた場合、電気・ガス・水道の容量が足りないことがあります。ガスについては工事業者が非常に限られるため、増設をお願いして実際に工事にきてもらうまで数か月かかることもありますので、特に注意が必要です。

店舗設計を依頼する前に知っておきたい事

3. 相見積りを依頼する時は

私がお店作りのお手伝いをさせていただく場合は、設計業務の一環として複数の業者に相見積もりを依頼しますが、まず施工業者 2～3 社に現場に集まっていたいただき、入札図面を渡して現場を見ながら工事の概要を説明します。その後、10 日～14 日後を目安に各業者に見積書を提出していただき、見積内容を精査してから業者決定という流れになります。

私としては、出来れば入札説明と見積内容の精査にはクライアントにも同席して頂き、今後長い付き合いができる業者かどうかを見定めて頂きたいと思っています。工事金額はもちろん重要ですが、オープン後のメンテナンス工事などに迅速丁寧に対応してくれるかどうかも大事な判断材料になります。

出店者が直接複数の業者に相見積もりを依頼することはあまりないと思いますが、もしもご自身で見積り依頼をされる際は、上記のような流れを参考にしていただければと思います。また、見積書内の工事項目を指定しておく、見積書の比較や見積り漏れの発見が容易になります。

4. 設計料の考え方

設計料は具体的に何の費用ですか？と質問されたことがあります。簡単に言うと経費です。人件費・事務所経費・交通費など、ごく一般的な業務経費を集計したものだと思ってください。設計料をいただくことで、クライアントのイメージを図面やパースなどに可視化し、施工業者を動かして具現化するわけですので、口頭で指導するだけの経営コンサルや動画を配信するだけのセミナー講師に支払うコンサル料や講座料よりも遥かに現実的かつ良心的な外注費ではないかと思っています。

算出方法についてですが、国土交通省や業界団体毎に設計報酬基準というものを設けていますが、設計単価が明確に定められているわけではないため、たいていは設計事務所毎に基準を設けていることが多いです。(1 坪あるいは 1 m²あたり〇万円、工事費の〇%など)

私の場合は、自身が所属する日本商環境デザイン協会が定める設計監理業務報酬指針というものに準じて、設計料を算出しています。この指針では 2 種類の算出方法が明記されており、1 つは設計業務に費やした日数を元にしたもの(業務経費加算方式)、もう 1 つは設計物件の床面積を元にしたもの(面積単価方式)となっています。後者の場合、30 m²以下になると設計料は一律となります。30 m²でも 10 m²でも設計業務の物量は変わらないからです。このように算出していくと、だいたい内装工事金額の 5～15%程度になることが多いですが、どちらの算出方法でも規模が小さいほど設計料は割高になります。

会社概要

所在地・連絡先

HARC by Jun Horiuchi

〒215-0011

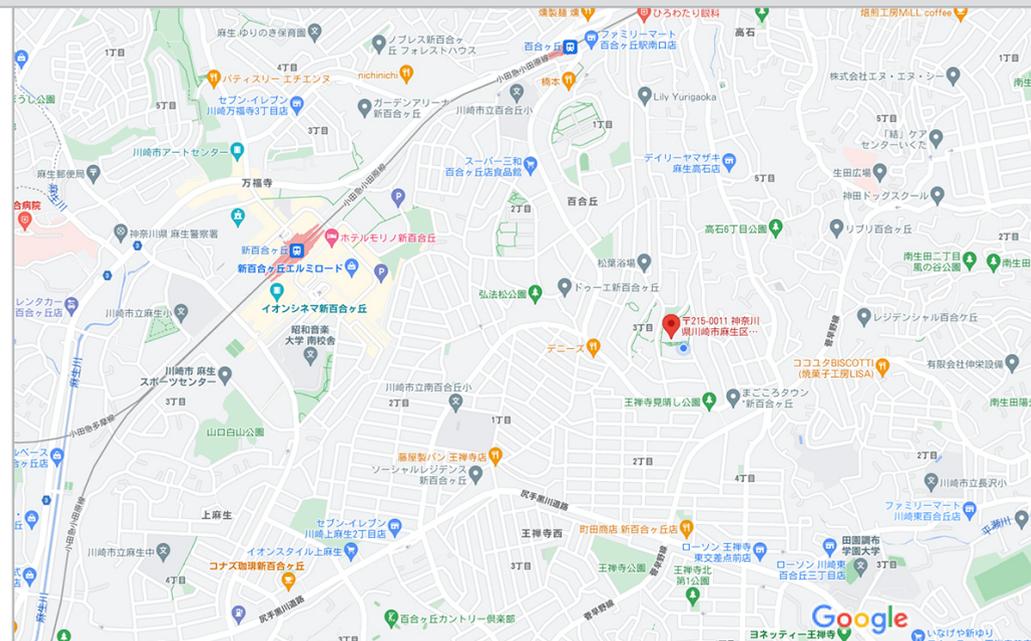
神奈川県川崎市麻生区百合丘 3-12-1 CE204

TEL | 044-712-4480

E-MAIL | contact@h-a-r-c.tokyo

URL | www.h-a-r-c.tokyo

INSTAGRAM | www.instagram.com/harc_by_jun_horiuchi



デザイナー紹介



堀内 純 JUN HORIUCHI

クリエイティブパートナー

日本商環境デザイン協会正会員

千葉県出身。大学卒業後、営業職を経験して現在の職に至る。

- 職歴 -

- 2015.9 ~ HARC 設立
- 2010.1 ~ 2015.9 (有) ケーネットデザイン / デザイナー
- 2007.1 ~ 2009.12 オールスタイル (株) / インテリア主任デザイナー
- 2004.1 ~ 2006.12 (株) ハタノアンドソサイエティ / アシスタントデザイナー
- 2002.4 ~ 2003.12 (有) ケーネットデザイン / アシスタントデザイナー
- 1998.4 ~ 2000.3 (株) アベルコ / 営業担当

- 学歴 -

- 2000.4 ~ 2002.3 バンタンデザイン研究所 / インテリア学科
- 1994.4 ~ 1998.3 中央大学 / 商学部

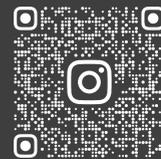


HARC

by
JUN HORIUCHI



www.h-a-r-c.tokyo



[harc_by_jun_horiuchi](https://www.instagram.com/harc_by_jun_horiuchi)