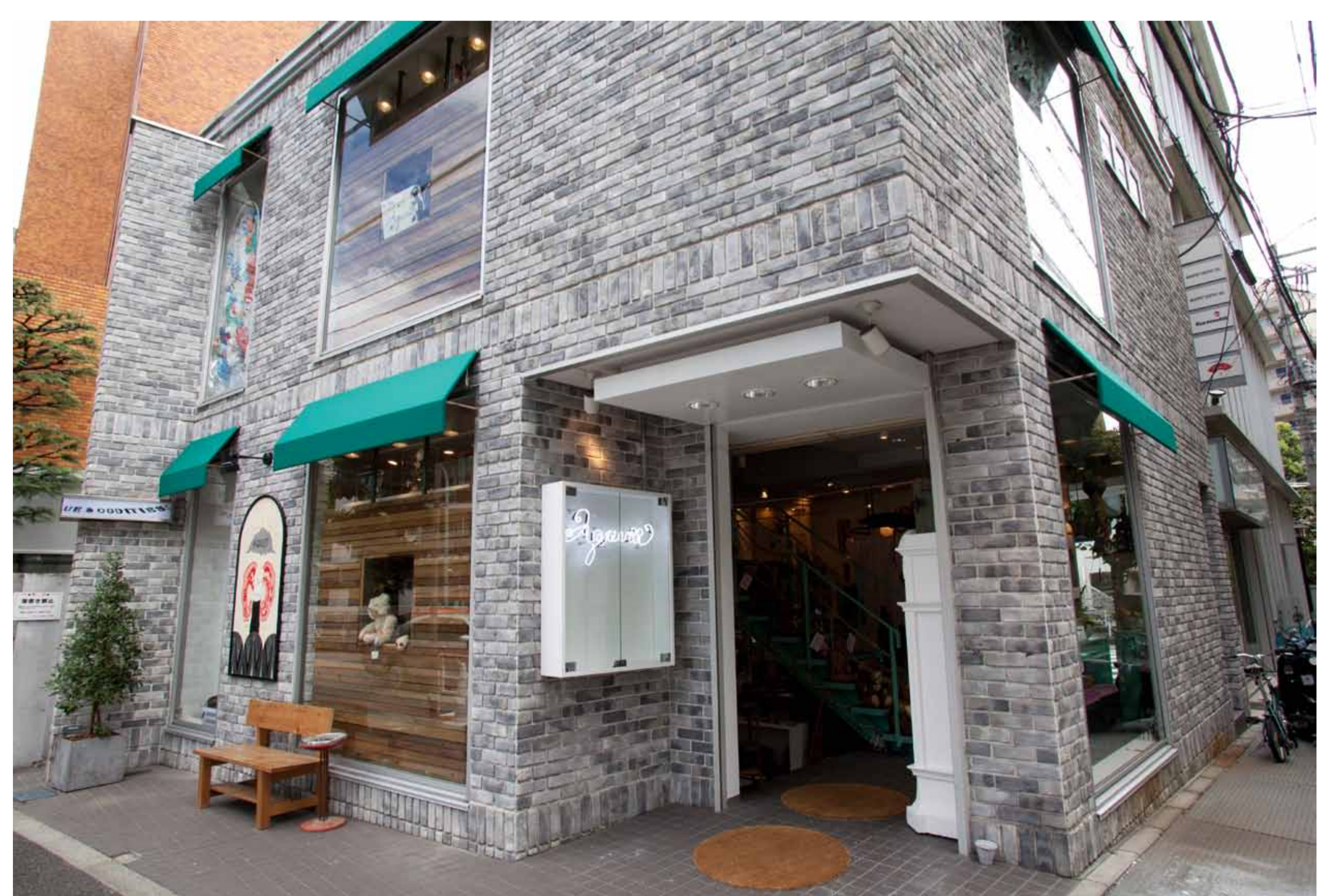




# AQUVII: SOURCE DE BONNE HUMEUR

## AQUVII: A SOURCE OF GOOD CHEER



Trois magasins, deux concepts distincts de gift-shops souriants : avec Aquvii, le jeune Kyozo Kawabe a tapé dans le mille avec un œil poétique et surréaliste.

*Three stores and two distinct concepts of happy gift shops : with Aquvii, young Kyozo Kawabe gets it right, with a poetic and surrealistic eye.*

### UNE MISE EN QUARTIER, UN CONCEPT

Situés au sud du Yoyogi Park, les quartiers de Shibuya, Harajuku et Daikanyama constituent le Tokyo de la jeunesse et de la mode bohème. C'est en 2005, dans les murs d'un petit appartement de plain-pied dans Daikanyama, quartier sélect un cran plus résidentiel, que Kyozo Kawabe a débuté l'aventure Aquvii. Labélisé « antiques et oddities », ce premier négoce dont le nom pourrait signifier une sorte de bouche-à-oreille ébaubi et nostalgique, puisait dans les mémoires et curiosités occidentales pour former un joyeux bazar visuel de choses totalement futiles mais porteuses d'un message intime envoyé du passé. Importées des anciens pays du bloc de l'Est, d'Amsterdam, de Paris, de New-York, Berlin ou Vienne, les marchandises vintage se mêlent aux créations textiles japonaises contemporaines réalisées par des artistes et aux objets de designers sourcés dans le monde entier. Aquvii s'est parallèlement développé en marque propre et son fondateur s'est entouré d'une équipe de jeunes designers et de créatifs chargée d'imaginer décors, marchandises et collections des deux magasins, toujours inspirées de l'univers vintage occidental avec une bonne dose de surréalisme en sus. L'ouverture d'Aqvii Tokyo en 2010 ambitionnait de réinventer l'idée du souvenir store avec un changement de concept intérieur et marchand renouvelé chaque trimestre. Décrit par Kawabe lui-même comme un magasin cynique, un peu arty et très personnel, Aquvii Tokyo envisage tout ce qui peut évoquer un Tokyo à emporter au loin – « connect Japan with the world » – avec une sélection de produits et pièces d'art uniques et tant d'autres choses qui ne sont pas seulement des choses... Aquvii frappe aussi de son logo à trois yeux, la collection de vêtements basiques Aquvii Wardrobe transformée façon arty, et le label AAT d'affiches peintes sur soie par les artistes jumeaux Hamadaraka.

### A NEIGHBORHOOD, A CONCEPT

Located south of Yoyogi Park, the Shibuya, Harajuku and Daikanyama neighborhoods make up young and bohemian Tokyo. It was in 2005, within the walls of a small, single-story apartment in Daikanyama, an exclusive area that is just a bit more residential, that Kyozo Kawabe began the Aquvii adventure. Labeled « antiques and oddities », this first business, with a name that could mean a sort of dumbfounded and nostalgic word-of-mouth, drew from Western memories and curiosities to create a joyful visual cacophony of totally useless things that carry an intimate message from the past. Imported from former Eastern bloc countries, from Amsterdam, Paris, New York, Berlin or Vienna, the vintage merchandise mixes with contemporary Japanese textile creations created by artists and with objects from designers sourced throughout the world. Aquvii also simultaneously developed its own brand, and its founder has surrounded himself with a team of young designers and creatives responsible for imagining interiors, merchandise and collections for both stores, always inspired by the world of Western vintage, with a strong dose of surrealism to boot. The goal of opening Aquvii Tokyo in 2010 was to reinvent the concept of the souvenir shop, with a change of interior décor and retail concept every three months. Described by Kawabe himself as a shop that is cynical, a bit artsy, and very personal, Aquvii Tokyo imagines all that a Tokyo to take home with you could mean – « connect Japan with the world » – with a selection of products and unique works of art, as well as so many other things which are not just things... Aquvii also makes a mark with its three-eyed logo, with its Aquvii Wardrobe collection of basic clothing transformed in an artsy fashion, and the AAT label of posters painted on silk by the Hamadaraka twins, who are artists.

« A new kind of store  
that fuses antique  
and art together »



## UN ESPACE

Un angle de briques grises percées de plusieurs vitrines dont une occupée par un gros teddy-bear dans une niche en bois : Aquvii déploie sur deux niveaux un incroyable et joyeux bazar dont la multitude estompe les briques blanches, le parquet blond et le carrelage gris. Seul élément notable : une passerelle métallique turquoise menant à l'étage où se tient un cabinet de curiosités aux murs damassés, aussi décalé que l'inventaire principal des lieux : jouets, bijoux, mappemondes, microscopes, peluches, automates, vêtements, dessins, tête d'éléphant blanche au mur, parapluie de Mary Poppins au plafond, pieds du comptoir central fichés dans des escarpins rétro... entre le tombé-du-camion et la création du jour, le mix est habile et les pistes se perdent entre nostalgie amusée et surréalisme assumé par ces incroyables chapeaux-tête ou ses anneaux-doigts dignes d'un film de Tim Burton. Les interventions plastiques d'artistes proches de la sensibilité de Kyozo Kawabe participent à l'aspect inclassable et diffus de ce concept-gift-shop unique.

## A SPACE

A grey-brick corner punctuated with several shop windows, one of which is occupied by a large teddy bear ensconced in a wooden niche : Aquvii displays, over two levels, an amazing and joyful jumble of goods, where the crowd blurs into the white bricks, blond parquet and grey tiles. Only one element stands out : a turquoise metallic walkway that leads to the upper level, where there is a cabinet of curiosities with damasked walls, as off-kilter as the main inventory of the place : toys, jewelry, globes, microscopes, stuffed animals, automata, clothing, drawings, a white elephant's head on the wall, a Mary Poppins umbrella on the ceiling, and the feet of the central counter stuck into retro high heels... somewhere between something that fell off the truck and today's newest creation, the mix is clever, and paths cross between amused nostalgia and clear surrealism, as seen in those incredible head-hats or in his finger-rings straight out a Tim Burton film. The participation of artists that share Kyozo Kawabe's sensibilities enhances the unclassifiable and scattered aspect of this unique concept-gift shop.



## PORTRAIT

Il déclare porter des lunettes depuis l'âge de 15 ans. Après avoir fait ses universités à Tokyo, il a été employé dans un gros magasin d'ameublement, y occupant plusieurs fonctions jusqu'à celles du service de presse, puis d'acheteur. Et a fini par tout lâcher pour parcourir l'Europe et les Etats-Unis pendant plus de six mois. A son retour, Kyozo Kawabe qui n'avait pas perdu une miette de ce qu'il avait vu en Occident, décida de frapper coup double en ouvrant en 2005 le magasin Aquvii, alors seulement dévolu aux antiquités de charme et simultanément, en lançant une ligne d'accessoires uniques dessinés par lui-même. Un pied dans le retail, l'autre dans la création, Kawabe vit entouré de jeunes créatifs et d'artistes avec qui il collabore régulièrement. Aujourd'hui à la tête d'une équipe soudée, de deux magasins aux concepts différents et d'un e-business florissant, Kyozo Kawabe multiplie les labels et les contributions sans perdre de vue – logo 3 yeux oblige – cette mémoire réinventée de l'objet-qui-fait-sourire.

## A PORTRAIT

He says that he has worn glasses since he was 15. After his university studies in Tokyo, he was employed in a large home furnishings store, working in several different positions there, including in their press office, and, finally, as a buyer. In the end, he gave it all up to travel around Europe and the U.S. for more than six months. When he returned, Kyozo Kawabe, who hadn't forgotten a single thing he'd seen in the West, decided to strike a double blow by opening the Aquvii shop in 2005, which, up to then, had been dedicated only to charming antiques, and, at the same time, by launching a line of unique accessories of his own design. With one foot in retail and the other in design, Kawabe lives surrounded by young creatives and artists whom he collaborates with on a regular basis. Now at the head of a strong team, with two shops with different concepts and a flourishing e-business, Kyozo Kawabe is piling on labels and contributions without losing sight – his three-eyed logo says it all – of this reinvented memory of objects that make you smile.

Aquvii  
TOKYO



**VISA** POUR LE SUCCÈS  
A PASSPORT TO SUCCESS

- Mélanger le petit vintage de charme au contemporain intime (bijoux...),
- Inventer l'idée du souvenir de Tokyo contemporain,
- Pratiquer des prix raisonnables pour tous les âges et budgets,
- Multiplier les sources de provenance et les collaborations créatives,
- Susciter le sourire par l'humour, l'insolite et le décalage.
- Mixing small, charming vintage items with contemporary, intimate objects (jewelry, etc...),
- Inventing the idea of contemporary Tokyo souvenirs,
- Applying reasonable prices to suit all ages and budgets,
- Drawing from multiple creative collaborations and sources of provenance,
- Creating smiles with humor, uniqueness and an offbeat spirit.

## OÙ ? WHERE ?

Aquvii : 2-5, Daikanyamacho, Shibuya-ku, Tokyo, Japan - Tel : +81 3-3462-5044  
 Aquvii Tokyo : 6-19-16 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo, Japan - Tel : +81 3-6427 1219  
 www.aqvii.com