

ミラノサローネ2015にみる デザイントレンド



【期日】 2015年5月27日(水)

【会場】 富山県産業高度化センター 2F会議室

【講師】

桐山 登士樹

富山県総合デザインセンター デザインディレクター

イタリア・ミラノで、2015年4月14日～19日までの6日間にわたって開催された世界最大規模の国際家具見本市ミラノサローネ。インテリア、キッチン、オフィス、バス・トイレタリー、照明機器などの新作紹介の他に、若手デザイナーのための「サテリテ」などが開かれ、世界各国からのバイヤーたちで賑わいました。今年の会場の様子やトレンドを、桐山登士樹が報告します。

展示会の役割が変わってきつつある

私は今回で30回目のサローネとなります。30年前と比べるとサローネの知名度も上がってきました。今年は31万人余が来場。昨年は28万人余。ヨーロッパ各国の経済状況や中東情勢などの影響を考えるとずいぶん伸びていると言えるでしょう。サローネだけでなくドイツのアンビアンテ、パリのメゾンなど、国際的なB to Bの展示会は大いに盛り上がっていますが、世界中の商材に関する情報が瞬時に得られるインターネット社会の中で、展示会のあり方も商材の確認の場であったり、人とつながりを構築するサロンのなものに変わりつつある。出展者は、何を見せるか、ブランディングをどうするか、バイヤーやメディアなどへのコミュニケーションや囲い込みはどうか…なども視野に入れ展示会に臨むべきでしょう。見本市に出てオーケーという図式ではなくなっていることを、改めて実感しました。

6つのトレンドで見る デザインのこれから

今回のサローネを振り返り、そのトレンドを6つのポイントにまとめたいと思います。

1つ目は「調和と洗練」です。かつてはシンプルモダン、ミニマリズムがひとつの潮流としてありましたが、現在は様々な色や形、

民族的な多様性などが同時に存在し、そのうちひとつを「これがトレンドです」と取り上げることにはできない。そこで大事なのは多様なものの調和と、それぞれの洗練です。人間は進化してくるとより洗練されたものを求める。特に目利きと呼ばれる人たちをならせる新しい価値や魅力を創出するには何かの研究が大事になってきます。それぞれの作り手がそれぞれの多様性の中で、素晴らしいと自信をもって打ち出せる洗練を追い求めていかねばならないでしょう。

2つ目は「ファッションメーカーの台頭」です。ブルガリやアルマーニなどもホームファニチャーに進出してきており、その力の入れ方は半端ではない。彼らとのコラボレーションや、彼らから指名されることを目指していく方途もあるのではないかと思います。

3つ目は「アートとの境界線」です。アーティスティックな要素が強くなってきているように思いました。いい意味で形を壊す。アーティストも含めたものづくりなど、これまでのスキームを一段飛躍させることで新たな可能性が開けるのではないのでしょうか。アート表現は重要な要素になってくると思います。

4つ目は「職人技」。これは日本の強さでもあります。日本人が最も得意とする分野で、持っている技を十分に表現するのが、自動車やファッションでは、アドバンス

モデルと実際に売り出すモデルの二刀流でものづくりを展開していますが、売れるものだけに力を集約するのではなく、技の「粋」を結晶し既成の概念を外したダイナミックなモノづくりにチャレンジすることも必要ではないかと考えます。

5つ目は「レトロデザイン」ということ。成熟社会を迎えているがゆえに、原点への回帰が生まれてくる。今回はルイ・ヴィトンが80年前の建築家ペリアンの家を再現していましたが、自分たちが回帰できる場所、原点が必要とされているように思います。単にレトロデザインがいいというわけではなく、自分たちのルーツがどこにあるのかを考えるべきでしょう。

最後は「和モダン」。これから日本のデザインはもっと世界に出て行けるし出て行くべきです。日本のディテールにおける精妙さ精巧さは世界でトップクラス。そこにインターナショナルな要素、モダンな要素を組み込むことができれば、世界でも高い評価を得ることができると思っています。

