

ワークプレースの未来提案

5月29日開幕 オルガテック東京2024



ミラノサローネ 来場者37万人超、20%大幅増

世界 35 カ国から 1950 の出展

第62回ミラノサローネ国際家具見本市(ミラノサローネ)が4月16日から21日まで、イタリーのローヴェッラで開催された。「サローネ国際インテリア見本市」、「Workplace 3.0」、「S Project」、隔年開催の「エウロクチーナ」、「サローネ国際アスラム見本市」、若手デザイナーの展示「サローネサティ」と合わせて6つの見本市に、世界35カ国から1950の出展が集まり、来場者数は37万8244人(うち国外から53.9%)と前年比20.2%増を記録。そのうち業関係者数も28.6%増加(国外からは65.6%)、21日の両日は一般客にも公開された。【関連記事4面】



出展者、来場者の交流の場となるオルガテックナイト。今年も5月29、30日17時から開催される(写真はオルガテック公式ホームページから)

160社を超えるブランド集結

オフィスに本格参入 初上陸のブランドも

アクタス

アクタス(東京都新宿区)は、今回の出展を契機に、オフィス向けインテリア事業に本格参入する。ブースはココヨとの共同出展。1969年に創業したイタリアのオフィスファニチャー・ブランド「マネルバ」や、1986年にスウェーデン・オーフスで創業した「Bla Station (ブルー・ステーション)」をはじめ、オフィス家具やワークスペースを演出する製品を紹介する。

ワークスタイルの過去、現在、未来

オカムラ

オカムラは『Workstyles Journey+ 「はたらく」を創造する、「挑戦」への旅』をコンセプトに、ワークスタイルの過去から現在、そして未来へと続く進化の変遷についてブースで展示する。同社ならではの視点で、働く場と働き方の軌跡、未来の働き方の可能性に迫る。エクスペリエンスエリアで29日に開催されるセミナーでは、同社が4月10日に発行した書籍『「行きたくくなる」オフィス集の場デザイン』の著者である花田愛氏が、『集う場のデザイン「行きたくくなる」オフィスとは?』をテーマに登壇する。

「はたらく」のあり方 探る旅をテーマに

ココヨ

ワークプレースやワークスタイルのあり方が企業経営の重要なテーマになっている今、ココヨは商品を提供することにとどまらず、はたらく方を提案するパートナーでありたいと考えているという。ブースでは『さあ、つぎの「はたらく」へ。』として、ユーザーが目指す理想の「はたらく」のあり方を探る旅をコンセプトに「Any way」、「SAIBI」、「DAYS OFFICE」による3つの世界を体験できる。

AI翻訳で各国語に対応

コンセプトは昨年同様、「理解するよりもまず聞いて」というコンセプトに、「SIGN」も働き手が多様化するという思いが込められている。中でも、オフィスにある「サイン」の重要性を説いている。サインは単なる指示や案内の役割を超えて、人と人をつなぐコミュニケーションのツールとして、オフィス環境の向上に大きく貢献している。サインの役割を、サインデザイナーとしての視点から、サインの重要性を説いている。サインの役割を、サインデザイナーとしての視点から、サインの重要性を説いている。

「ワークプレースに革命を」

デザイナー 吉泉 聡氏

5月29日(水) 午後1時~2時

実験的な視座から導かれるワークプレースの新しい捉え方とポテンシャル、「SHIFT DESIGN」な空間についての話が展開される。

「ワーカーの幸福度を高める建築の解決力」

建築家 中村 拓志氏

5月30日(木) 午前11時~正午

建築家の視点から、働く人々の幸福度を高めるための建築的アプローチについて話される。

「オフィスの可能性を拡張する これからのインテリアデザイン」

インテリアデザイナー 片山 正通氏

5月31日(金) 午後0時45分~午後1時45分

最新のインテリアデザイントレンドと、働く環境の改善に役立つアイデアについて話される。

視点

森本浩志

マレーシアの2023年木材製品の輸出額は13.2%減の21.9億リンギ(約6900億円)、家具の輸出は18.1%減の91億リンギ(約2800億円)。

世界各國の動きを 肌身で把握する時

中国など天口バイヤーの購買力も低下していることから、ベトナムでは市場の多角化を図る動きも出てきている。欧州ではほぼ全EUDRは中国の15億ユーロで

FSCの合板アピール

エバーグリーン・ファイバーボード

マレーシアの合板製造大手であるエバーグリーンは、森林破壊の再発防止と木材消費量の削減を目的として、FSC認証を取得した合板材料をアピールした。FSC認証は、木材の採集から加工までの過程で、環境と社会に配慮していることを保証する国際基準である。エバーグリーンは、FSC認証を取得した合板材料をアピールした。FSC認証は、木材の採集から加工までの過程で、環境と社会に配慮していることを保証する国際基準である。

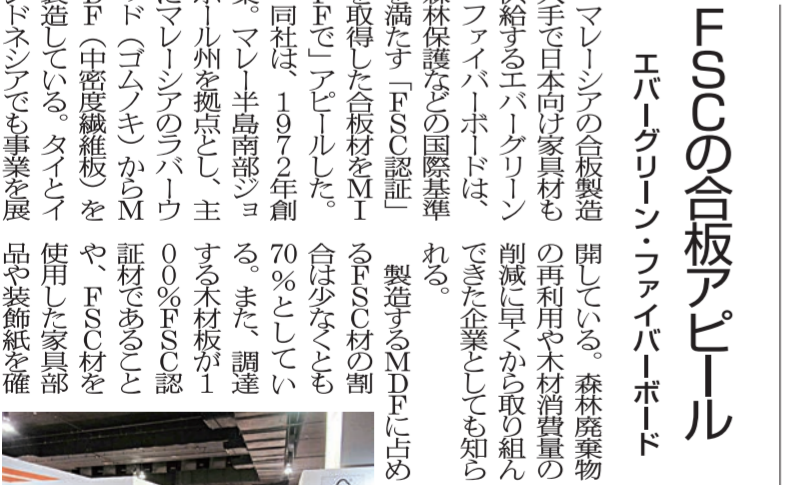


伝統と自然生かす 個性的なデザイン

MIFF

マレーシア国際家具見本市

3月に開催されたマレーシア国際家具見本市(MIFF)は、4月18日号で詳細の発表がなされた。MIFFは、マレーシアの家具産業を支援する重要なイベントであり、最新の家具デザインや素材の展示が行われる。MIFFは、マレーシアの家具産業を支援する重要なイベントであり、最新の家具デザインや素材の展示が行われる。



ONLINE SHOP

家具・建築金物 企画・設計・販売

株式会社 野口ハードウェア

TEL.03-3875-1125 TEL.048-931-9012 TEL.0166-31-4228

寸評私

北欧はおしゃれな家具やデザインだけに、インテリアの世界は、北歐の神話の始まりだ。

北欧はおしゃれな家具やデザインだけに、インテリアの世界は、北歐の神話の始まりだ。

北歐の神話、ノルウェー・スウェーデン・フィンランドの絵巻が描かれている。北欧の神話の始まりだ。北歐の神話、ノルウェー・スウェーデン・フィンランドの絵巻が描かれている。北欧の神話の始まりだ。

ミラノサローネ出展レポート

今年のミラノサローネの来場者数が前年比20%増と飛躍的な伸び率を記録した。その要因の一つとして「進化と革新」というテーマに沿って、ホールの配置を全面的に見直し、これが挙げられる。隔年開催のユーロクチーナを2ホールに、国際バスルーム見本市を6ホールに移動させた。一方、集客力の高い有名ブランド、例えば、エドワード・カレル、マックス・アルベル、ラウゴといったブースを24ホールに移動させ、会場全体に偏りのない来場者のスムーズな流れを生み出すことに成功した。

カリモク家具とマルニ木工が、ホールの24
カリモク家具は、ダークトーンの建築フレームからインテリアオブジェに至るまで、貫いたスタイルとセッティングで「KARIMOKU CASE」の世界観を表現した。マルニ木工は、家具の美しさが際立つ、仕切りのないシンプルかつミニマルな空間に、「MARUNI COLLECTION 2024」と題し、深澤直人氏による「HIRONOSHIMA」、ジャスパー・モリソン氏による「Lightbow」、セシリエ・マンツ氏による「SHOTO」の新作コレクションを発表した。

初出展ながら確かな手応え
今年初出展したナガノインテリア工業は、ホール1で3面開放のスタンドに、天井の高さを生かして、椅子をつらとらう大胆かつインスタ映えする展示で、日本のスタンダード家具として高く評価されている同社のアイコン的製品を披露した。アタルはイグサを使ったサステナブルブランド「Look into Nature」を過去3回のフォーリサローネ出展を経て、ロー・フィエラホール14に初出展。ドイツ人デザイナー、ミヒャエル・ゲルトマッハ氏による「SAKYU」の新作チェアとテーブル、スペインのストリーディングによる新作「BOKU」ソファを発表した。

伝統と革新 評価された日本の家具

インハウスのデザインが評価された
ナガノインテリア工業 代表取締役社長 永野 貴啓氏



今まで培ってきた品質や信頼を世界に向けて発信し、日本のスタンダード家具メーカーになりたいという思いから、ロー・フィエラに初出展できたことをとても光栄に思っています。知名度を取れる分、まずはブースデザインに目を留めて、立ち寄っていただくことを心掛けました。展示家具は日本できちんと評価された売れ筋商品で構成しました。新作はありません。お客さまには、木工と張りの品質をお褒めいただくことが多く、インハウスデザイナーの製品に一定の評価をいただきました。自信につながりました。継続は力です。もちろん、来年も出展したいと思います。

伝統文化 イグサの新作一挙に披露
アタル 代表取締役社長 武野 龍氏



「伝統工芸品としてではなく産業としてあり続けたい」というイグサ生産者の想（おも）いに共感し、「Look into Nature」の開発をスタートしましたが、イグサは畳という固定概念が日本では拭き切れませんでした。ミヒャエル・ゲルトマッハ氏はイグサを純粋にひとつのマテリアルとして、現代的な家具をデザインしてくれました。ミラノ出展でブランディングが確立でき、外国の方々の中で評判となり、デザインアワードも受賞しました。日本の美しい自然をモチーフとした製品を統一感を持ってサローネでお披露目できたことを嬉しく思います。



今年、ロー・フィエラはもとより、フォーリサローネにも3カ所出展しました。それぞれのブランドのコンセプトに合わせて、空間づくりにはその個性がより生きるよう、引き立つようにこだわりました。ミラノサローネには世界中からお客さまがいらっしゃいますが、やはり現地やヨーロッパにいらっしゃる有識者の方々にも、お力添えをいただいて、一人でも多くの方々にカリモク家具を知ってもらい、認知してもらおうチャンスをつくることこそが、ミラノに出展する意義だと思っています。今年も中国からも多くご来場してくださり、ロー・フィエラだけでも二日目の時点で30組以上に上りました。今年3月、中国上海に現地法人を作りました。中国の方々の来場者数が増加して、この法人からもしっかりと情報発信できているという手応えを得ました。



に進化し、家具業界はその最たる分野です。私どもにはグループ会社にメンテナンスや修理業を主に担うマルニファニシングがありますが、海外のお客さまにマルニの家具をお買い求めいただいた後も、こうしたニーズにきちんと対応していけるよう、現地の修理ネットワークをうまくつくり、紡いでいかなければと構想している段階です。

フォーリサローネを歩く 家具新聞記者 小田部和子



メード・イン・イタリアのハイブランド家具や照明のショールームが集まるドゥッリオ・オルシーニを公開し、華やかなイブニングドレスとラグジュアリーテイストの家具コレクションを披露
プレラ地区では、タイム&スタイルが京堂と古典建築の構造を採用したリビングプロダクトStone Gardenと組子パーティションを発表した
ミラノAD|デザインミュージアムの企画展「シンプルさの起源。日本のデザインの20のビジョン」展では、日本のデザイナーによるプロジェクト約150点が展示された

ミラノサローネを長年取材しているジャーナリスト、ロベルタ・ムッティ氏に、今年のミラノサローネの傾向と日本企業についての印象を聞いた。

人の流れが変わった
「今回のテーマは「進化と革新」ですが、ロー・フィエラの会場はどう変わりましたか。会場全体の人の流れが変わりました。というのは、キッチンとバスルーム、若手デザイナーのサテライトのあるホールをメインゲート近くに移動し、会場、番房のホールに重なり、かつ人々の興味を引くポイントを集めることで、会場の奥まで人を導くことに成功した。

さらに、各ホール内はメイン通路を広く、来場者が奥の展示ブースまで行きやすくなりました。休憩スペースやベンチを設けることで、歩きやすくなり、歩く距離が少なくなり、疲れにくくなる結果、来場者はいろいろな情報がインプットしやすくなるという、全体的に科学的計算のもとに会場レイアウトを変えたのです。

展示会は商談の場ですが、ミラノサローネにはビジネスを超える「人」の交流が期待されています。

イタリア人ジャーナリスト ロベルタ・ムッティ氏に聞く

もの、他の展示会にはない魅力がある。例えばインスタレーション、図書館やトークイベント、ワークショップ、体験型イベントといった文化の提供です。ミラノサローネのメディア・ポッド代表をはじめ、運営に携わる側は、出展企業、バイヤー、デザイナーや一般の人々、さまざまな出会いながら、より良き未来を築く場、コミュニケーションの場としてサローネを進化させるための挑戦を続けています。

「日本企業の展示についてはどう感じましたか。」
「カリモク家具は、ロー・フィエラとフォーリの3カ所全て見ました。他の展示会にはない魅力がある。例えばインスタレーション、図書館やトークイベント、ワークショップ、体験型イベントといった文化の提供です。ミラノサローネのメディア・ポッド代表をはじめ、運営に携わる側は、出展企業、バイヤー、デザイナーや一般の人々、さまざまな出会いながら、より良き未来を築く場、コミュニケーションの場としてサローネを進化させるための挑戦を続けています。」

出展し続けることが重要

「日本企業の展示についてはどう感じましたか。」
「カリモク家具は、ロー・フィエラとフォーリの3カ所全て見ました。他の展示会にはない魅力がある。例えばインスタレーション、図書館やトークイベント、ワークショップ、体験型イベントといった文化の提供です。ミラノサローネのメディア・ポッド代表をはじめ、運営に携わる側は、出展企業、バイヤー、デザイナーや一般の人々、さまざまな出会いながら、より良き未来を築く場、コミュニケーションの場としてサローネを進化させるための挑戦を続けています。」

現地法人効果で中国来場者が増えた

カリモク家具 取締役副社長 加藤 信氏
今年、ロー・フィエラはもとより、フォーリサローネにも3カ所出展しました。それぞれのブランドのコンセプトに合わせて、空間づくりにはその個性がより生きるよう、引き立つようにこだわりました。ミラノサローネには世界中からお客さまがいらっしゃいますが、やはり現地やヨーロッパにいらっしゃる有識者の方々にも、お力添えをいただいて、一人でも多くの方々にカリモク家具を知ってもらい、認知してもらおうチャンスをつくることこそが、ミラノに出展する意義だと思っています。今年も中国からも多くご来場してくださり、ロー・フィエラだけでも二日目の時点で30組以上に上りました。今年3月、中国上海に現地法人を作りました。中国の方々の来場者数が増加して、この法人からもしっかりと情報発信できているという手応えを得ました。

現地の修理ネットワーク構築を構想

マルニ木工 代表取締役社長 山中 洋氏
「伝統工芸品としてではなく産業としてあり続けたい」というイグサ生産者の想（おも）いに共感し、「Look into Nature」の開発をスタートしましたが、イグサは畳という固定概念が日本では拭き切れませんでした。ミヒャエル・ゲルトマッハ氏はイグサを純粋にひとつのマテリアルとして、現代的な家具をデザインしてくれました。ミラノ出展でブランディングが確立でき、外国の方々の中で評判となり、デザインアワードも受賞しました。日本の美しい自然をモチーフとした製品を統一感を持ってサローネでお披露目できたことを嬉しく思います。」

ミラノで活躍を見せる日本人

イタリアの老舗ソファベットのメーカーCampeggi (カンペッジ)からは、安達さくら氏が色鮮やかに用途に応じ変形可能なソファを発表。また、トリエンナーレでは、世界各国から有名デザイナーにオファーしてカリモクがスポンサーとなり、武内経至氏がキュレーションした杖 (つえ) 展が好評を博した。



walking sticks & canes展と題し、シンプルな白い背景に並べられた杖 (つえ)。18人の各デザイナーのこだわりが引き立つ展示となっていた
安達さくら氏と新作ソファ「Rubio(ルービオ)」。ヘッド部分を回転させることによりフラットになり、アウトドアでも使用が可能