

Interno Italianoのデザインコレクション
イメージスケッチ

発行日 平成24年11月30日

発行者

富山・ミラノデザイン交流倶楽部

高岡市オフィスパーク 5

社団法人富山県デザイン協会内

TEL.0766-63-7140

執筆 池田美雪 * ミラノ在住

デザイン製品の生産から流通まで

イタリアではデザイナーを含め、小規模での物作りの現場や工房が現在も無数に存在する。ここ数年の経済停滞が続く困難な状況の中で、彼らを取り巻く状況が新しい方向へ動きつつある。デザインの起案から、製造、販売の一連の物の流れの変化は、規模が小さくフットワークが軽い中小企業に支えられているイタリアだからこそ可能な転換かもしれないが、日本市場へのなんらかのヒントとなるに違いない。

また、近年のインターネット販売の普及により、少量だけ生産する個性のある製品にも販路が確立し、イタリア国内に留まらず世界へ発信することが可能となった。

これらの新しい方向性の主役ともいえる職人や技術者たちへは、伝統的技術に加え最新テクノロジーを試行錯誤し、常に現代の市場の要求に応える姿勢が求められている。

今回は、そうした物作りの現場と市場の状況をレポートしたい。

「FUTURO ARTIGIANO」 - 将来の職人

昨年出版された「FUTURO ARTIGIANO(将来の職人)」(経済専門家Stefano Micelli著)は、出版から1年にしてすでに第三版が出版され、現在のイタリアデザイン界で話題となっている著書である。

歴史を振り返ると、イタリアのデザイン産業は80年代から90年代にかけて中小企業と職人達の活躍により高級品の分野で世界のトップとして認められたのだが、これらの人材・資産を支援し改新していくことでイタリアに新しいルネッサンスの時代が誕生する可能性が出てくると言う。

この著書はイタリア工業の将来の鍵を握るのは職人・技工士であると明言する。

ここで示される職人とは、伝統技術を受け継ぐ民芸的な物作りを続ける職人ではなく、これまでの技術はもとより最新の技術と工業界を比較し、常に市場に呼応する為の試行錯誤を行なう技術者である。



経済専門家Stefano Micelliが予測する、イタリア経済の「これから」が書かれている。
帯のキャッチフレーズは、「仕事は探すものではなく、創り出すもの」。

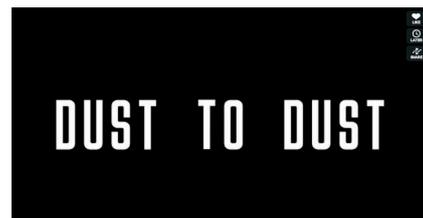
靴メーカー「Volta」のサクセス・ストーリー

週刊誌Espressoに先日掲載された、大企業のヘッドハンティングに関する記事には、「今、管理職として求められる人材はMBAなどのマスターコースを終えた若者ではなく、(製造技術を熟知する)職人たちである。」と書かれている。この時代を乗り切る為には、製品管理を現場から見直すという戦略に対応できる経験ある人材が必要とされている。しかし、すべての製造工程をイタリア国内で行なうと、最終的に商品価格に反映する彼らにかかるコストが高くなり、消費者層を狭めざるをえない。こうした背景では、製造に対する柔軟な姿勢が問われるのだが、2007年創立の靴メーカーVoltaはこの問題解決を果たした一例である。

3人のベネト州出身の若者によって創立されたミラノに本社を持つこの会社は、創立から5年にして世界各国に247のショールームを持つ世界レベルの靴メーカーとして成功を収めている。

成功の秘訣は、個性が強いデザインだがたいへん履き心地の良い靴の設計とポピュラーな商品価格にある。また、他の靴メーカーと積極的にコラボレーションし、精力的な展示会への出展を行うことで、的確なマーケティングを行なっている。

本社はショールームを併設し、オフィス内にはデザイン部門と販売促進部門が設置されている。しかし、靴の製造はすべて布素材の高度な職人文化を持つモロッコで行なわれている。純粋なメイド・イン・イタリーのコストを見積もると、最終的に商品価格がハイ・ファッションの価格帯となり限られた人にしか履いてもらえないが、モロッコで製造すれば、高品質を保ちながら適切な価格での販売が可能となるというのが、国外での製造を余儀なくさせた理由である。



プロモーションビデオ
<http://vimeo.com/45185267>

VOLTA社のホームページ
リンク www.voltafootwear.it

ミラノ市のナヴィリオリオ地区にある本社併設のショールームは、町工場を改築したオープンスペース。

エコロジーとインテリア小物ブランド「Essent'ial」

もう1つ興味深いマーケティングの例がある。従来、商品を入れる箱など型抜き技術を用いた製品をアパレル企業へ卸す会社が、倉庫に眠る廃材を利用して新しいブランドが作れないかと、数年かけて案を練った。その結果、リサイクルされた紙素材と型抜き技術を用いたインテリアの小物のブランド「Essent'ial」が生まれ出された。セルロース(繊維)がベース素材として使われ、水温30度の洗浄が可能加工により長期使用に耐えられる工夫が加えられている。

商品コンセプトはエコロジー・ミニマル・エッセンシャル。デザインの創作には、デザイナーである企業のオーナーに加え、子供たちとのワークショップを開き子供たちの純粋な視点を商品企画に取り入れ、また、Paola Navoneなどの一流デザイナーとコラボレーションを行なう事で時代性とファッション性を保持し続けている。新しいコレクションの制作毎に、縦横無尽に各方面へパートナーシップを投げかけ、他社との共存共栄のネットワークを広げている。



今年の新作FLUOシリーズは、セルロース素材を使用したショッピングバッグとソファァーで構成されている。

Essent'ialブランドのホームページ
リンク www.essent-ial.com

FLUOシリーズのプロモーションビデオ
「Si colora」
www.essent-ial.com/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=84

エネルギーをリサイクルするグローバル・デザイン

今年、各国を結ぶ新しいイタリアのデザインブランド「Discipline Design (デザイン教育)」が発足した。これまで、大手家具会社の売買を手がけてきたRenato Pretiが発起人となり、「革新的で」「鮮度のある」「現代的な」「エコ支援の」自然素材を用いたインテリア用品の制作・製造・販売を目的にスタートを切った。

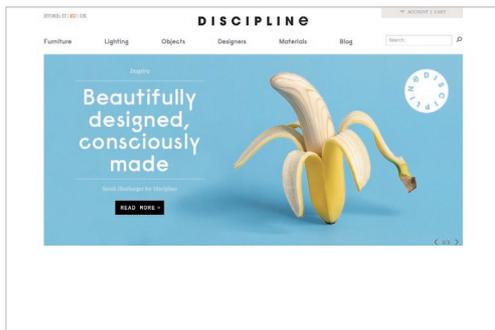
現在、世界10カ国から14名のデザイナーが参加しているが、メンバーには巨匠Mario Bellini、日本からは岩崎スタジオの岩崎一郎氏他が選ばれている。デザインコレクションを創り出すにあたり、各国それぞれの文化が取り入れられ、異なった文化をデザイナー間で認識し吸収することによって、デザイナーへの刺激剤となることも意識した選択である。

このブランドは「現実の生活に感情を与えることができるインテリア用品の新しい世代を創り出すこと」を目標としており、「これからの時代には、これまで以上に自然への尊重と日常のハーモニーを必要とし、また美しいものに囲まれる場所では楽観主義と興奮を取り戻すことができる。」とメッセージを投げかけている。

すべてのDiscipline Designのコレクションは、自然素材および必要から生まれる形体から発せられるエネルギーの循環、つまりエネルギーのリサイクルを主軸に置いている。このコンセプトは、木材、コルク、竹、ガラス、布といった自然発生する原材料素材をデザインに用いることで具体的に表現されている。

販売経路は、フラッグストア、フランチャイズ・ショップ、ネット・ショップなどと多様だが、特にブラジルや中国、インド、オーストラリアなどの新しいマーケットを今後のターゲットとしている。これらの国では、原材料と製品の生産が行なわれており、地産地消を目標としているようである。

現在、商品カタログには40個の製品が揃っており、これらはすべて Discipline Designのウェブサイトからも購入することができる。



ホームページ
リンク www.discipline.eu



イギリスで活動するユニット、SmithMatthiasが発注した照明器具「COMPANION」。



Discipline Designの発起人、Renato Preti氏。

今、フリーランスのデザイナーたちが放つメッセージとは

2010年よりトリノ市で毎年開催されているOPERAЕは、自主制作により少量生産されたデザイン製品を展示販売すると同時に、これからのビジネスプランやデザインの将来をテーマとしたシンポジウムを開き、少量生産のデザイン製品のセクションを活発化する目的で発足された。第3回目となる今年は、国内外から60の出展者が集まり、11月9日より3日間開催された。



OPERAЕのホームページ
リンク www.operae.biz



数々の自主制作のデザインが紹介されているブログ
www.operae.biz/blog/lang/it/



トリノ市郊外で開催されたOPERAЕの会場の風景。

デザイナーGiulio Iacchettiは前述の著書「Futuro Artigiano」に刺激を受け、この展示会において「Interno Italiano - Fabbrica diffusa (イタリアの内部 - 普及する製作所)」というブランドを発表した。

職人・技術者がこれからのイタリア経済の推進力であると見なし、彼らの「顔」を消費者に見せる事で、デザイナー・製作者・消費者の距離を縮め、更には三者が同等の立場となることで皆が幸せになることを目的とする。90年代から今日までIacchettiが持ち続けたイタリアデザイン界の流れに対する欲求不満の解消法を、このような形で見いだしたのである。

スロー・フードとゼロ・キロメートルのコンセプトから ヒントを得た。使い手がいかに自分の使う物、自分の家を心地よく感じる事ができるかを考えた時に、その物が自分たちが暮らしている場所で生産された素材からできている事が大切なのではないかという結論に至ったという。

インテリア小物を扱うブランドだが、デザインは全てIacchettiが手がけ、1年間かけてイタリア国内に点在する木工職人と鉄工職人計5名を選択した。また、彼らが手がける製品は、桜材やクルミ材など昔からイタリアで伐採される馴染みのある木材を使用している。

一人一人の職人が1つの製品を誠実に製作するには想像以上に時間を要し、その作業に対し正当な報酬を払いながら、さらに消費者の裾野を広げていく方策として、インターネットからの購入方法が選択されている。製造コストの問題により、イタリア製品の製造が他国に移行し、イタリアの職人達の競争力が低下を続ける現状に対する1つの解決案でもある。

商品はすべて受注製作のため、製作の数量に関わらず、1点ごとの金額が常に一定していると同時に、商品ストックを抱えないので倉庫代は必要としない。最終価格の内訳は、製作者への支払いとブランドの経営に関わる費用のみである。卸やショップのマージンを切り落とし、その差額を価格の引き下げと製作者への正当な報酬に割り当てている。実際、商品の価格を見てみると、木製スツール140ユーロ、コーヒーテーブル320ユーロなど、デザイン性と品質も満たした魅力的な価格である。



INTERNO ITALIANOのホームページ
リンク www.internoitaliano.com



Fabbrica Diffusaの職人Mario Molteni氏とGalimberti Vincenzoカンパニー。



過去に一世を風靡したイタリアングラフィックをリメイクしたスタイルを用い、商品コレクションのイメージを創り出している。

今回のレポートから、イタリアンデザインがこれから進んでいく方向が見えるのではないかと思います。

デザイン市場は、製品に対し2つの基本的な条件を求めていると感じられる。

1つは、デザイン設計から素材の選択、製造、販売までに関わる全ての工程と人材に、正当な価値があたえられていること。

もう1つは品質を落とさず適切な価格付けがなされていること。

これらは、すべての製品が備えることができる健全な付加価値といえるが、この要求をクリアした上で、さらに日常が快適で楽しくなり、幸せを感じさせる事ができるデザイン、これが今後増々求められていくのではないかと。

執筆者 略歴

池田美雪 インテリアデザイナー

武蔵野美術大学基礎デザイン学科卒

Istituto Europeo di Design 建築インテリア科卒

1994年よりミラノ在住

主に個人邸の改築、パブリックスペースの設計に携わる

設計外に携わったプロジェクトとして

”do it jubunde”展(無印良品、ニコレッタ・ブランツィとのコラボレーション)を企画ならび実現

”Soundesign”展(Marangoniファッションスクール主催)にて弦楽器”Caravantar”を発表

写真雑誌”ZOOM”日本版のコーディネイト、翻訳 など

”TuPlay”展にてグラス楽器”FASOLA”を発表

「Bicarbonato : mille usi per te e la tua casa」執筆 (FAG出版社より)

(イタリアの生活に密着した重曹の活用方法を書き綴った本)

”B.A.C.”展(City Art ギャラリー)にて、インスタレーション”Ma.Ma.Ma”を発表

”Made in Bovisa“(Bodio小学校の子供たちとのプロジェクト)を起案、コーディネイト

現在はクリエイティブ・コンサルティング会社(デジタルゲーム、ウェブサイト、グラフィックデザイン)の共同経営者として活動しながら、デザイン・アートに関するコーディネイト、翻訳および通訳に携わっている