

## デコレートライフ 2008視察レポート

②

### 日本からは「テンデンス」に6社が出展 日本らしさを訴求し存在感見せる

「デコレートライフ」のメインイベントである「テンデンス」には、計6社の日本企業が出展した。ジャパンパビリオンとして「Style Japan」が設置されるなど多数の日本企業が出展した「アンビエンテ」と比べるとやや寂しい感じは否めないが、日本らしいデザインと機能性を存分に訴求していた。

一般ブースに出展したのが、(株)京都繊維(3.0ホール)、ジュエル商事(株)(4.0ホール)、アッシュコンセプト(株)(6.1ホール)、そして主催者企画の一環としての出展が(株)日吉屋、日恵装飾(株)、レック(株)である。



京都繊維



アッシュコンセプト



ジュエル商事

### 日本的なデザインに高い評価 衰えぬ「日本文化」の人気

(株)京都繊維は、和雑貨を中心に展示した。もともとは老舗の着物メーカーだったが、着物産業の衰退とともに新しい事業として和雑貨の取り扱いを開始、現在では和雑貨の売上が半分にまで高まっているという。早くから海外市場に向け輸出も行ってきた同社は、これまで「アンビエンテ」と「テンデンス」に25年連続で出展を続けている。

近年の日本文化ブームに乗り輸出は好調で、こけしや湯飲みなどが人気とのこと。外国人の日本マニアは日本人よりも日本の文化を知っているそうで、本格的な和雑貨にも人気が集まる。

食器、小皿、カップ、急須など日本製の陶磁器を中心に、「日本」を感じられる製品を展示したのがジュエル商事(株)だ。伝統的なものから、今のジャパンを表現するポップなデザインまで、ヨーロッパ人が好むものをピックアップして提案した。一番人気はクロネコをデザインした小皿。同じデザインでマグカップなども展開する。同社も「アンビエンテ」と「テンデンス」に継続的に出展しているが、今回は4.0ホールという注目度の高いホールに出展出来たことで反響は大きかったとのことだ。

アッシュコンセプトも「テンデンス」「アンビエンテ」の常連である。ニューデザインとして人気が高かったのがカードケース。スタイリッシュかつ簡単にフタが開けられる機能性を併せ持ったデザインが評価された。もう一つ人気だったのが折り畳むとウサギの形になるトートバッグ(エコバッグ)。ウサギの背中ファスナーを開くと、中からバッグが出てきて、ウサギはそのまま取っ



日恵装飾

ての部分のアクセサリになる。

### ステイタスゾーンの「NEXT」に 日吉屋と日恵装飾が出展

「テンデンス」の新しい主催者企画として登場したのが「NEXT」である。「NEXT」は若手デザイナーの登竜門企画「talents(タレント)」の1つ上のカテゴリーとして企画されたもので、「次に来る」という注目のデザイナーや企業が出展対象となる。主催者側からの誘致による招待出展であり、よりステイタスの高いゾーンといえる。

その「NEXT」には、世界各国から12社が参加、そのうちの2社が(株)日吉屋と日恵装飾(株)である。

今回の見本市に出展した日本企業で、最も注目を集めたのが(株)日吉屋だ。和紙の風合いと独特な骨組みが印象的なランプシェードを出品した。「NEXT」出展のきっかけは、2月の「アンビエンテ」の特別企画「Style Japan」に「sozo\_comm」の一員として出展した際、それが主催者側の目にとまったため。

同社は、もともと江戸時代後期に創業した老舗の和傘製造メーカーであった。近年、和傘需要の落ち込みが続く中、33歳の社長兼職人である西堀耕太郎氏が照明デザイナーとコラボレーションして製品化したのがこのランプシェードである。和傘の技術を活かして傘のように折り畳むことが出来るのが特徴で、季節ごとの掛け替えも提案する。

ちなみに、基本的なデザインは照明デザイナーが担当したが和傘の技術を取り入れるべく、西堀社長からも多くの提案をした。例えば、竹の骨組みは当初のデザインでは照明の上側に来る予定だったが、竹の骨組みがデザインとしても良いということで下側に持ってくることを提案したのは西堀社長である。またデザイナーがまったく想定していなかったランプシェードを畳むという発想も、提案したのは西堀社長である。

同社ブースは、プレスツアアの周りに選ばれるなど主催者側からも高く評価され、日本から持参した契約書がなくなるほどの反響があった。



ランプシェードを閉じると、まるで傘のように(日吉屋)



日吉屋 西堀社長



レック

日恵装飾(株)は、「NEED'K」の姉妹ブランドとしてクッション類を展開する「DAN」での出展となった。

「DAN」は、デザイナーの南村弼氏によって2006年にスタートしたブランドで、インテリアライフスタイルの企画「neON」へ参加したのがきっかけである。

コンセプトは日本人の目を通して世界の文化を表現すること。日本人のフィルターを通してその国の文化を見ることで、そこに日本的要素が融合されて斬新なデザインが生まれる。現在インド文化に傾注する南村氏はインドからインスピレーションを受けたデザインを多数展開する、独特の色使いが特徴だ。

ちなみに、南村氏は昨年1月開催の「ハイムテキスタイル」にて、日本人ではじめてトレンドセッターとして参加が決まったことでも話題となっている。

また、レック(株)はデザイナーによるオリジナル空間提案「パーソナルショッパー」において、オランダデザイナーのイネケ・ハンス氏が提案するエコ空間に製品を提供する形での出展となった。提供した製品はキッチン用スポンジ。表面に桃の種を砕いたものが練り込まれておりそれが研磨剤の役割をすることで洗剤なしで食器を洗浄することが出来る。洗剤が不要なこと、通常なら

TAJIMA  
TAPIS CHIYOKO  
タピスチヨコ

トーヨー株式会社  
2008. 8. 5 発行  
インテリアビジネスNews

「DAN」の床  
[タピスシリーズ]

03(5821)7731 FAX.03(3862)5908