MAISON&OBJET 2022

@Paris Nord Villepinte Exhibition Centre　3.24 - 28

Report

インテリア＆ライフスタイルの国際見本市「メゾン・エ・オブジェ」

取材・文／浦田薫　撮影／新村真理

Introduction

コロナ禍での開催となった国際見本市に5万人が来場

インテリアとライフスタイルの国際見本市「メゾン・エ・オブジェ（以下、MO）」がフランス・パリのノール・ヴィルパント見本市会場で開催された。現在も続くパンデミックの影響で、当初予定していた1月展は3月へと延期となった。会期中の来場者は、136カ国から5万1656人を数えた。その内、1万8674人がフランス国外からの来場で、トップ3カ国はベルギー、イタリア、イギリスの近隣欧州国となった。53カ国、1811のブランドからの出展があり、その内、新規出展は513ブランドだった。

トレンドにスポットを当てるエリア「What's New？」は、MOの中でも人気の展示だ。毎回、エリザベス・ルリッシュとフランソワ・ベルナール、フランソワ・デルクローがキュレーションを担当するが、今回は、プロダクトの編集からキュレーション、ライフスタイル媒体の出版まで幅広く手掛けるGoodMoodsが新たに参加した。エリアで行われた展示の一つ、「So Home Hotel」では、ラグジュアリーホテルをコンセプトにさまざまなブランドのプロダクトを集め、自宅でのホテルライクな過ごし方を提案した。展示ブースの前では、受付でコンシェルジュが来場者を迎え入れ、中に入るとユニークでカラフルな内装が広がる。

また、今回の「デザイナー・オブ・ザ・イヤー」受賞者のフランス人建築家フランクリン・アジのブースでは彼の建築家としての日常が演出された。ブースは、短冊状の白いフェルトに囲まれた展示空間で、どこからでも入場できる。八つのデスクが配置され、天板には作業道具やプロジェクトの画像を投影し、アジの事務所の様子を空間で表現した（P.202）。

次頁から、日本が招聘（しょうへい）された「ライジング・タレント・アワード」と、注目ブースをレポートする。

What's New?

最も新しいライフスタイル、生活のデザインを表現するコーナー「What's New？」。全体演出と空間デザインはエリザベス・ルリッシュが担当した。今年のテーマは「Elements of Nature（自然の要素）」。「Essential Nature（本質的な自然）」、「Contemplative Nature（瞑想的な自然）」、「Sculptural Nature（彫刻的な自然）」という三つのキーワードを掲げている。出展者の中からコンセプトに沿った新作家具や照明、インテリアアクセサリーなど約200点をセレクトして展示した。

UCHRONIA CAFÉ

七つのホールに設置されるカフェやレストランも見どころの一つ。今回、ホール7では、設計事務所Uchronia（ユクロニア）の創業者でインテリアデザイナーのJulien Sebban（ジュリアン・セバン）が、ポップな色調のカフェを設計した。空間には、曲線を帯びたカラフルな連結式のテーブルが配された。このテーブルはエンドレスに拡張できる。

FRANKLIN AZZI

デザイナー・オブ・ザ・イヤーに選ばれたのは、フランス人建築家フランクリン・アジだ。展示空間では、アジの事務所の様子を表現した。配置されたデスクには作業道具やプロジェクト画像が投影されている。

So Home Hotel

「What's New？」の一つ、「So Home Hotel」では、ラグジュアリーホテルをコンセプトに、プロダクトを集めた。棚に並べられたプロダクトの背面には窓枠が設けられ、列車の風景を映し出した。

Beaktor

スペイン・マドリッドが本社のオフィス家具メーカーBeaktor（ビークター）は、1㎡以内に収まるコンパクトなリモートワーク用のデスクを発表した。アッシュウッド製のフレームを開くとデスクが現れる。壁面には吸音効果があるハンガーボードを採用。照明器具も内蔵されており、電源やUSBポートも多数そろえる。モニターにはキーボードやノートパソコンを接続可能で、位置や高さも調整できる。オプションで、ハードウェアやIoT設備を内蔵させることも可能。商品はフラットな状態で世界各地に配送され、組み立て・取り付けも簡単にできるように設計されている。

Featured Booth 1

OFFICE & LOUNGE

Les Jardin de Gally

造園業を営むフランス企業Les Jardin de Gally（レ・ジャルダン・ドゥ・ガリ）は、オフィスを対象に植栽のリースやメンテナンスサービスを提供する。グリーンをオフィスに求める企業は増えているが、それらの効果や手入れ方法を熟知していない場合が多く、さまざまなオフィス空間に応じた適切なアドバイスをすることで定評がある。

Alki

バスク地方で製造するAlki（アルキ）は新コレクション「Zuzulu」を発表。パーティションと座面、サイドテーブルのユニットシステムで空間を構築した。「働く」「談話する」「コーヒーを囲む」など、オフィスやホテルラウンジなどでの展開を想起させる。

RISING TALENT AWARDS JAPAN

次世代のクリエイターにスポットを当てる「ライジング・タレント・アワード」。毎シーズン、一つの国からクリエイターが選出されるが、今シーズンの招聘国は日本となった。審査委員長の隈研吾氏を始め、長坂常氏や木田隆子氏ら7名の審査員により、6名のクリエイターがアワードに選出された。隈氏は次のように評した。

「各クリエイターともそれぞれが得意とする分野がある中で、領域横断的な思考を持ってデザインに臨むという姿勢が感じられた。また、デジタル技術の発達によって、ある程度容易にコンピューター内のデザインを実体としてアウトプットすることが可能になったが、あえて手触り感や実体に起こる偶然性をデザインに反映しているクリエイターが多かったように思う。世界的にもこういった流れは大きくなってきているが、デジタルが発達したゆえに体験をより重視する方向にデザインの潮流が流れているということが、改めて感じられた」

6名のクリエイターによる作品を紹介する。

狩野佑真

Rust Harvest｜錆の収穫 ForestBank

「Rust Harvest｜錆の収穫」は、錆にフォーカスした素材の実験プロジェクト（21年2月号）。日光・雨・土・海水を用いて金属板を錆びさせ、できた錆をアクリル樹脂に転写させることで、錆の模様を量産する。錆を剥がした金属板は、再び錆びさせ新たな錆をつくり出す。この“錆を収穫する”という一連の工程は、農作物を生産するサイクルに似ている。アクリル樹脂と同様の加工性があるため、プロダクトやインテリア用品・建材としても使用可能だ。また、日本の森林問題に着目した「ForestBank」は、森林そのものの価値を表現しようと生まれたマテリアル。森から採取した枝葉を環境に優しい造形材料で固めて、天板に使用している。

坂下麦

SUKI

透けるほど薄い典具帖和紙とステンレスの細線を組み合わせた照明器具。作品名の「SUKI」は、「透き」や「漉き」「隙」「数寄」を表し、紙の透明性や漉くプロセス、間を意味する。照明器具を光源、構造体、シェードに解体し、再構築した。LED光源の光が紙を通過し、幾何学的な陰影を床や壁に投影する。一つひとつ手作業で制作されており、障子に紙を張る際の水張りを応用するなど、伝統的技巧をプロダクトへと昇華させている。イサム・ノグチによるAKARIを現代的に再解釈した作品だ。

氷室友里

SNIP SNAP

人とテキスタイルとの新しい関わり方を模索する氷室友里は、テキスタイルをハサミで切るという動作に着目した「SNIP SNAP」を発表。二重の構造を持つテキスタイルは、表層にハサミを入れることで、裏のテキスタイルが柄となって現れる。購入者自らが、新たなストーリーをテキスタイルに加えることができる。また、会場では、表と裏がまったく異なる柄になるよう織の構造からデザインした「BLOOM」も展示。花や葉の細かい表情を織りのテクスチャーの違いで表現。織物の可能性を導き出す手法や表現方法に関心が集まった。

簑島さとみ

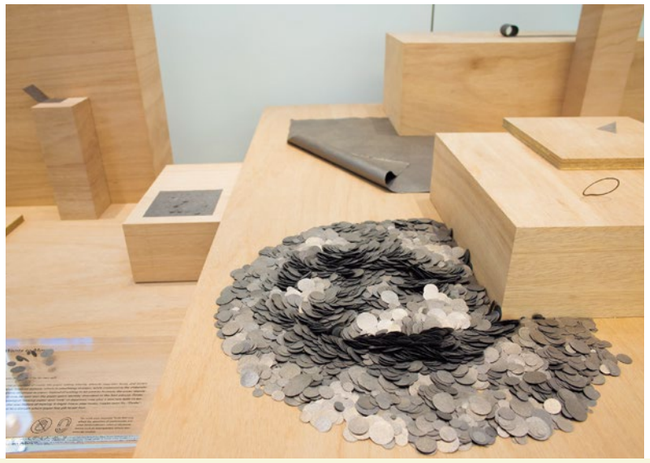
Inflatable Leather

グラフィックデザインを最初に学んだ簑島さとみは、二次元のグラフィックと三次元のマテリアルを組み合わせる手法を得意とする。人工素材と自然素材の掛け合わせを意識した「Inflatable Leather」プロジェクトでは、空気で膨らませることで、平面が立体へと変身する。膜構造物の素材のリサーチから始め、今回は本革で実現。合成皮革や人工皮革など人工革で実現していくことが今後の課題だ。

岩元航大

PARI PARI

岩本航大は新作の「PARI PARI」シリーズを発表した。着色した薄い木のシートを、合板をつくるように何層も積層し、接着剤が硬化する前に表層のレイヤーをパリパリと剥ぎ取ると、まるで樹木の表皮のようにランダムなパターンが生まれる。本来、特殊な機械により合理的かつ正確に製造される合板だが、不規則でコントロールできない手加工を工程に組み込むことにより、一つとして同じものが生まれない自然な模様をつくり出すことが可能になる。



三澤遥

動紙

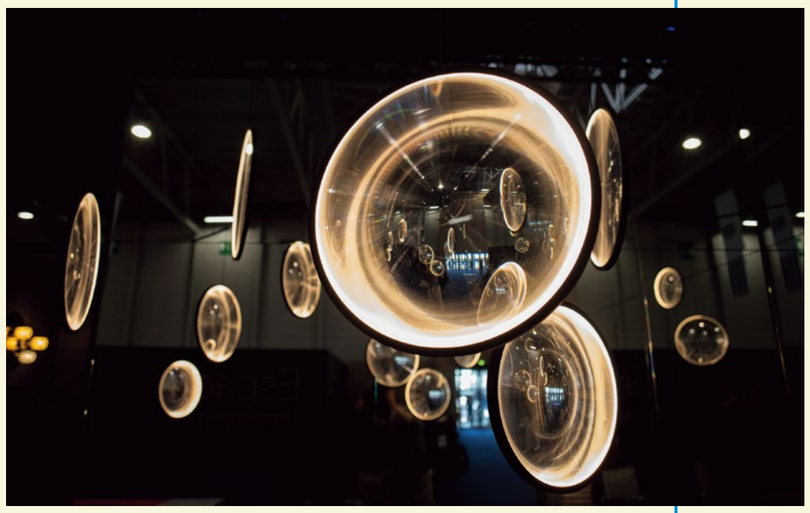
紙はさまざまな開発が進んでいるが、身近な素材だからこそ、まだまだ考える余地がある素材だ。三澤遥が今回展示した「動紙」は、紙に金属の性質を持たせることでまるで意志があるかのように紙自体が勝手に動くものだ。三澤は、「今回『動く』紙をつくってみたわけですが、動くという機能をつくることで、『かもしれない』をつくれたことが何よりも収穫でした」と話す。デザインが新たな可能性を見いだすきっかけになることを伝えている。

Featured Booth 2

LIGHTING

Market Set

フランスの照明器具メーカーMarket Set（マーケットセット）は、新たな照明器具「Rivage」を発表。熱で加工し波打たせた麻のシェードに、オーク材とブロンズ部品を組み合わせている。ペンダントや壁付けタイプを展開する。ホテルやレストランでは、天然素材を採用したサステイナブルな商材がより求められており、世界各地での需要が見込める。



DCW

建築家が意匠を手掛けた照明器具を復刻、製品化するフランスの照明器具メーカーDCW。今回、日本人建築家の沖津雄司がデザインした「focus」が発表された。アジアの建築家では初めての採用となった。平らで薄く、軽いレンズに光源を組み合わせた照明は、インテリアのオブジェとして存在感を放つ。モビール状に吊られた同商品は、周辺の風景や光、空気に応じて新しい光景をつくり出す。

Entrelacs

パンデミックの影響は、資材の値上げだけではなく、納期にも支障をきたしている。フランス・サルト県でブロンズ工房を営むEntrelacs（アントルラ）の創業者の一人、ポール・マシュレは、制作に関わる企業についてもフランス国内にこだわっている。アルバスター（雪花石膏）を採用した照明器具やローテーブルなどは、ホテルやショップデザインの市場を狙ったものだ。マシュレは「バイヤーからは、納期を保証してくれるのであれば、多少高価であろうと構わないという声が多くあった」と話す。質の良い商品が、価格だけで勝負する粗悪品に対抗し、再認識される市場へと成長してほしい。

Sofalca

ポルトガルのコルクメーカーSofalca（ソファルカ）が展示したのは、壁面素材「Gencork」と家具シリーズ「Blackcork」だ。今回、強度を高めるため、タイヤを採り入れた再生素材が使用された。テーブル脚部が新商品として発表されている。

Featured Booth 3

MATERIAL

FabBrick

衣類の製造過程で廃棄されるテキスタイルを原材料に加工されたブリック。吸音と断熱効果を持つ内装材だ。製造するFabBrick（ファブリック）は、フランス人建築家Clarisse Merlet（クラリス・メルレ）が創業したマテリアルブランド。工場から100km圏内で材料を調達することで、輸送距離を短くし、環境負荷を減らしている。廃棄物が店舗デザインの素材として生まれ変わることで、採り入れるブランドにとっては企業の社会的責任の実行につながっていく。

Noma Editions

フランス人Bruce Ribay（ブルース・リベ）とGuillaume Galloy（ギヨーム・ガロワ）が2019年に創業したNoma（ノマ）は、サステイナブルを企業理念に、エシカルな家具を製造する。全ての商品で、製造に使用された再生素材の比率を公開している。例えば、フランス人デザイナー、シャルロット・ジュイヤールがデザインした一人用ソファ「ART 77.5」の再生素材使用比率は、プラスチック100％、スチール30％、木材100％、テキスタイル78％、フォーム材30％となっている。

Budapest Select

世界にハンガリーのデザインを広める活動を行うThe Hungarian Fashion & Design Agencyが展開するブランド「Budapest Select」は、異なる技術や素材を用いた五つの商品を紹介した。Bakos Gábor & Lilla Borsos（バコス・ガボール & リラ・ボーゾス）によるローテーブル「Concrazy（コンクレイジー）」は、コンクリートに端材を混ぜ、テラゾーのような表情を持たせた。

Featured Booth 4

INSTALLATION

チームラボ

チームラボによる体感型インスタレーション「呼応する生命の小宇宙 - 固形化された光の色」は、潜在意識の中に眠っている感覚を呼び覚ましてくれる。暗闇の中にたたずむ無数の卵の形状は、色を帯びて輝く。風や人に押されることで、輝きを増しながら音を発信し、互いに音と色をこだまさせていく。太陽光の下では、互いに反射しあい、風や動きを与えることで、周囲の卵も同じ音をこだまさせていく。会場では、実空間における展示会の楽しさを、改めて伝える場所となっていた。

Conclusion

身体に触れる家具を体験できる展示会の重要性

メゾン・エ・オブジェが2016年より開始したオンラインプラットフォームmomでは、6000ブランドの家具や商品の購入が可能だ。新作商品を毎週ピックアップし紹介するなど、業界の更なる発展を狙う。現在は、年間300万人がアクセスするデジタルツールとして機能する。更に、会期中にトークセッションやエキスパート視点のルポルタージュなどを配信するMaison&Objet Academyも開設。積極的にオンラインを活用している。とはいえ、人のためにデザインされた商品をリアルな場で触れて確かめることが必要とされていることは、紛れもない事実だろう。年2回、計10日間開催するメゾン・エ・オブジェが、世界各地から来場する対面式のビジネスの場であることに変わりはなかった。

今回の展示会では、Uchronia（P.202）がオンラインオークションサイトCatawikiとタイアップし、展示されたプロダクトの売上金の全額をがん基金に献金し、注目を引いた。見本市後の建材や備品のリユースや再生が活発になる昨今、環境に対する責任を果たすのみならず、社会的な貢献への取り組みも見られた。

次回の9月展は、パリ・デザイン・ウィークの会期と重なる。ライジング・タレント・アワードではオランダの若手デザイナーに焦点を当てる。「Future on stage」という新たな取り組みが始まり、若手企業や彼らのイノベーションにクローズアップしていく予定だ。常に社会、文化、経済の動向を考察しながら、ライフスタイルの最先端を発信するメゾン・エ・オブジェに、今後も注目したい。