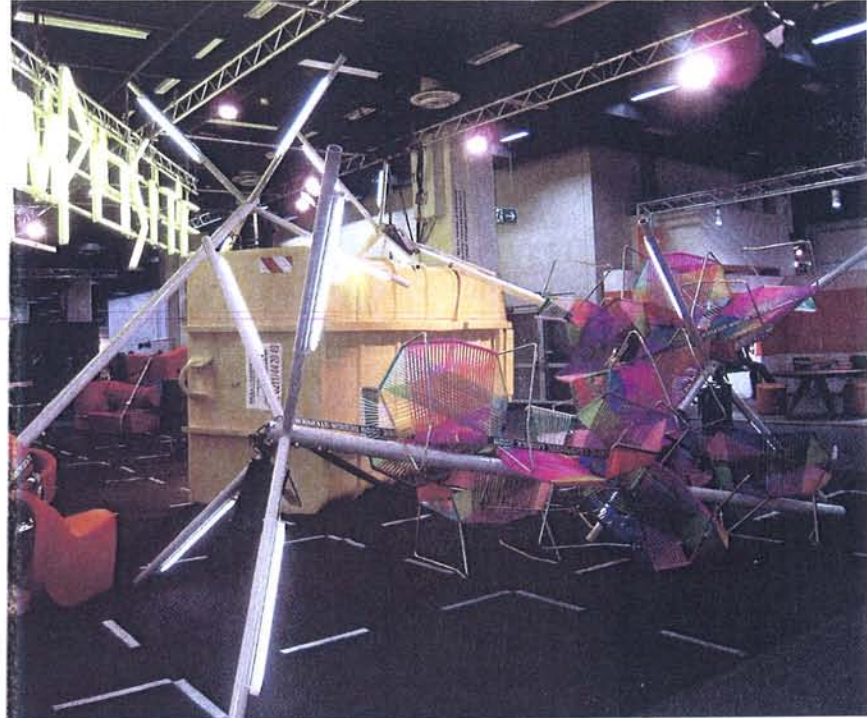


# 環境保護を多角的に捉える グリーンデザイン

## ケルン国際家具見本市2009

取材・文・撮影 田中聖香



ブランク社のMYTOは、コンスタンティン・グルッチのデザイン。写真：Plank



ブリュール社の“モスピク”。タイムレスなデザインも長く使うための条件だ。フレームは木とアルミの2種類。写真：Bruhl



上/スティーヴン・パークス作「コンボジット・ラウンジ」。「サステナブルな家具づくり」を実践するパークスは、南ア黒人居住区の職人たちとタイアップした制作活動で知られる。下/来場者でにぎわう見本市会場。写真：Koelnmesse



上/ケットナッカー社のSOMAIは簡単にフロント交換して、何度もリニューアルできる“長寿”製品。下/ノーエンド社のlite2go。ポリプロピレン包装がそのままランプシェードになり、しかもリサイクル可能。省エネ電球もついてくる。



経済危機の影響で出展者数、来場者数とも微減となった今年のケルン国際家具見本市。心なしか例年より地に足のついた雰囲気漂う会場で、環境保護を前面に押し出した「グリーンデザイン」の台頭が目立ったのは象徴的と言えるかもしれない。

主催者がハイライト展示のひとつに挙げたのは、NYのデザイナー、スティーヴン・パークスの「コンボジット・ラウンジ」。荒廃したNYのストリートを思わせる天井の高い空間に、鮮やかな黄色の巨大ゴミコンテナ、搬出のスタンバイ状態に積み上げた椅子などを配置したインスタレーションだ。そのダイナミックな構成が、消費材としての家具の姿を来場者に突きつける。「毎年市場に新製品を送り込む一方で、家具

産業は製品のライフサイクルを考慮しているか？ 家具も粗大ゴミ予備軍なのでは？」というメッセージだ。この展示をミニフェストに掲げつつ、会場では老舗メーカーから新鋭デザイナーまで、グリーンデザインを様々なコンセプトで商品化した展示が存在感を放っていた。まず、この分野の先駆けとなったドイツのブリュール社。同社は原料調達から製品廃棄後までを視野に入れたトータルな取り組みで知られる。環境保全認証済みの木材やオーガニックの張り地などを極力近隣から買い付け、製造過程で余った原料は即リサイクルし、販売後は張り地交換サービスを提供する。さらに廃棄を配慮して、デザイン段階からコンポネント数を抑えておく。「自然と人間に責任



家具になっても呼吸を続ける無垢材。モダンな家具のあふれる会場で、太古の自然にひかれて思わず来場者が足を止める。「木がもつ本来の個性を作品でも伝えたかった」と、リクライニングチェアをデザインしたアレクサンダー・クルティウス。

上/デザイナーが「古い引き出しにもう一度命を与えたくて」考案したSchubladenのチェスト。下右/スティーヴン・パークスがカペリーニのためにデザインしたテーブルは、シュレッターにかけた古紙をオーガニック接着剤で固めたもの。左/Zweitsinnのアームチェアは古いマットレスと洋服の生地を再利用した、トラッシュとカルトのはざまのデザイン。



「セカンド・センス」の意)の  
用そのものを主眼とするツヴァイト  
この発想をさらに進めて、廃材利  
てオリジナルな味わいを出していた。  
の引き出しを新しいフレームに納め  
ツ語で「引き出しの意」は、古い家具  
ーによる「シュプラーデン」(ドイ  
同じ一角のベルリンの女性デザイナー  
による「シュプラーデン」(ドイ  
ツ語で「引き出しの意」は、古い家具  
の引き出しを新しいフレームに納め  
てオリジナルな味わいを出していた。  
この発想をさらに進めて、廃材利  
用そのものを主眼とするツヴァイト

展示構成顧問、ドイツ家具産業連  
盟のウルスラ・ガイスマン氏は「使  
い捨ての時代は終わりました。消費  
者は高品質で環境にやさしい製品か  
どうかを購買基準にしつつありま  
す」と語る。様々な切り口のグリ  
ンデザイナーが市場に出ることで、消  
費者も多角的に環境を考える時代に  
なる、そんな手こたえを感じた。

後者には、若いデザイナーが集ま  
る。d3。会場のあちこちで出合  
った。まず目を引いたのが米国ノ  
エンド社の照明器具、Itango。プ  
ラスチックの包装がそのままラン  
プシェードに早変わりする。同社は設  
立3年目で、他にもオーガニックコ  
ットンや古いバラシユート布などを  
利用したエコデザインで知られる。  
同じ一角のベルリンの女性デザイ  
ナーによる「シュプラーデン」(ドイ  
ツ語で「引き出しの意」は、古い家具  
の引き出しを新しいフレームに納め  
てオリジナルな味わいを出していた。  
この発想をさらに進めて、廃材利  
用そのものを主眼とするツヴァイト

象が続々と起きている。  
大御所、コンスタンティン・グル  
ッチが考案したプラスチック椅子  
MYTOが前者の例だ。BAS F  
社が開発した100パーセントリ  
サイクル可能な新素材を用い、強度  
と柔軟性の両方に富む片持構造のデ  
ザインを実現した。「グリーンデザ  
インII野暮りたい」というイメージ  
を完全に払拭し、会場でも注目的  
だった。発売元ブランクの担当者は  
「特にコントラクト部門で発注者側  
の環境意識が高まっている。今後は  
グリーンデザインしか生き残れない  
のでは」と強気だ。

一方、ノール、レオラックス、ロ  
ルフベントといったハイエンドのメ  
ーカーでは、「捨てないことが究極  
のエコ」という考えを貫く。上質の  
素材を用いたタイムレスなデザイン  
の家具なら何十年も愛用してもらえ  
る、それが結果的に環境保護に寄与  
するというわけだ。ソファを張り直  
すように、チェストやサイドボード  
のフロントを交換するというドイツ  
のケットナッカー社のアイデアも、  
製品の寿命を延ばすという狙いは同  
じ。同社の新シリーズSOMAは、  
6ミリ厚のフロントをマグネットで  
固定、飽きたら新しいものを工具な  
しで簡単に取り替えることができる。  
その他、溶剤を使わない家具塗料の  
モンタナ社、段ボールを机に変身さ  
せたブルボ社などが興味深かった。

ブースも同じ会場にあった。「廃材  
を使えば、粗大ゴミが減ると同時に  
新製品生産に伴う二酸化炭素排出量  
も減少する」という理念を実践、粗  
大ゴミに出された家具や洋服を再利  
用してソファや本棚などにつくり替  
えている。同団体は環境意識の高い  
デザイナーのネットワークで、ドイ  
ツ環境財団が活動を助成する。これ  
らアルチザン的な製品に共通してい  
るのは、環境にやさしいと同時にデ  
ザインがユニークであること。その  
両方があってこそ消費者にもアピ  
ルできるのだ。