

# ヨーロッパ家具の視察

性能部 構造・環境グループ 秋津裕志

## ■はじめに

重点研究「道産カンパ類の高付加価値用途への技術開発」において、高付加価値化とブランド力の観点から、家具の見本市において世界最大規模でブランドが結集していると思われるミラノサローネ国際家具見本市 (Salone del Mobile.Milano) を調査してきました。また、シラカンパが国樹で、家具等多方面で利用しているフィンランドでの実態を報告します。

## ■ミラノサローネ

公式ホームページによると、ミラノサローネ (ミラノサローネ国際家具見本市) は、イタリア家具工業会社 (Federlegno Arredo Eventi Spa) により1961年から運営され、当初は「サローネ家具見本市」(Salone del Mobile) と呼ばれ、1967年より海外からの出展者も招き入れるようになり「サローネ国際家具見本市」(Salone Internazionale del Mobile) と名称が改められました。

国際照明見本市や国際キッチン見本市が同会場内で開催され「イ・サローネ」(iSaloni 複数の見本市) と呼ぶようになりましたが、一般的に浸透しているミラノサローネ国際家具見本市に戻りました。

展示会場はミラノ市郊外のローフィエラ (Rho-Fiera) で (写真1)、毎年4月に開催され、昨年は隣接する会場でミラノ万博が開催されていました。展示床面積は21万m<sup>2</sup>で東京ビッグサイト (8万m<sup>2</sup>) の約3倍あります。同じ会場でサローネ国際インテリア小

物見本市 (Salone del Complemento d' Arredo)、サローネ国際キッチン見本市 (Euro Cucina)、サローネ国際バスルーム見本市 (Salone Bango) が開催されていました。今年の出展社数は、約2400社、来場者数は37万2151人だそうです。

ローフィエラ会場は建物が20あり (図1)、家具とインテリア小物の会場は、クラシック (図1の赤) とデザイン (図1の青) に分かれ、クラシックでは豪華な昔ながらのインテリアで、写真2のようにホテルのロビーなどに利用されるようなものでした。

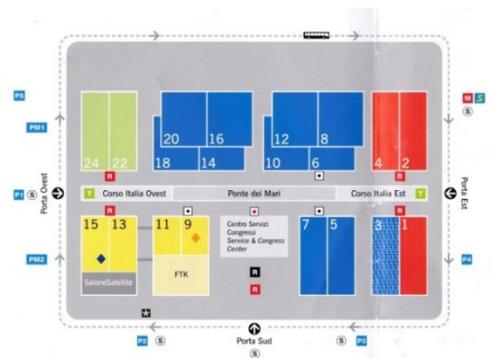


図1 ローフィエラ会場図



写真1 ミラノサローネ会場 (ローフィエラ)



写真2 クラシックの展示



写真3 ダイニングセット



写真4 北欧家具



写真5 虫食い材を使った家具



写真6 日本の家具メーカーの展示



写真7 ブガッティの展示

日本の家具の展示会と異なるところは、ソファやテーブルなどが多く、欧米ではリビングで過ごす時間が多いためではないかと考えられます。ダイニングセットも数多く展示されていましたが、写真3に示すように、その多くは濃色系（ウォールナット）が多く、素材感がわかりにくい感じがしました。一方、THONETやl'abbateなどの曲げ木を特徴とする家具メーカーや、写真4のような北欧家具（CARL HANSEN & SON, artekなど）では、素材がわかりやすいものでした。RIVA1920では、写真5のように虫食い材をデザインとして用いたり、割れに樹脂を充填した天板のテーブルなど、日本では一般的に家具にならない材を利用していました。

日本からは、マルニ木工、飛騨産業、リッツウェル、カリモク家具が展示していました（写真6）。

あるブースに異様な人だかりがあり、そこには、ブガッティが展示されていました（写真7）。なぜ自動車会社が・・・と不思議に思っていました。家具も製造しているとのこと、その奥に家具が展示されていました。また、ファッションブランドのFENDIも家具を出展しており、自動車部品会社のBOSCH（写真8）や情報通信電子機器会社のSIEMENSもキッチンシステムを展示していました。ワールドワイドなブランドは、デザインを基にいろいろな分野に進出していることを実感しました。日本の企業も、家電のナショナルブランドのメーカーで建材や住宅、世界的な自動車メーカーで住宅を手がけていることから、当然かもしれません。

ローフィエラ会場以外では、フォーリサローネ（Fuori Salone サローネの外という意味）として、ミラノ市内で展示している企業があります。これは、ローフィエラ会場での展示の規制や高い出展料のためや、郊外のローフィエラより、ミラノ市内で展示の方が効率的で集客力もあることから、フォーリサローネにだけ出展している企業もあるようです。そして、フォーリサローネに出展する企業が増加して、ローフィエラ会場とフォーリサローネを併せて「ミラノデザインウィーク」と称しているようです。日本からは、シチズン時計、AGC旭硝子、トヨタ、パナソニックなどの大手製造メーカーや、nendoなどのデザイン会社が参加し、製品の展示物だけでなく、インスタレーションにより企業のブランドイメージを高めることが行われています。

## ■フィンランド家具

ミラノからフィンランドに移動し、フィンランド

の主要なカンバ材の加工会社であるUPM社とメツァリート社の木材加工工場、カンバ材の製品や用途を中心に聞き取り調査を行いました。また、ホテルやスーパーなどの商業施設での木材の用途を調査しました。建築物の構造材には針葉樹が使われていましたが、家具や内装材などにはカンバ材がよく使われていました。写真9は、ユヴァスキュラという都市に泊まったリーズナブルなホテルの食堂に使用されているテーブルとイスのセットです。テーブルとイスの脚はカンバ材のLVLで構成され、テーブル天板は、基材はわかりませんが、表面材はカンバで、イスの背板はカンバ合板で作られていました。また、フローリングもカンバ材で、部屋全体が明るい色調になっていました。次にミッケリという都市の湖畔にあるコテージに泊まりました。この施設は、フロー



写真9 ユヴァスキュラのホテルの食堂



写真10 ヘルシンキのホテルの照明器具



写真8 国際キッチン見本市の展示



写真11 カンバ材のバスケット



写真12 artekの家具「スツール60」



写真13 曲げ木の製造方法

リングは針葉樹でしたが、ダイニングテーブルとイスはカンバ材でした。ヘルシンキのホテルでも写真10のようにカンバ単板のランプシェードを用いた照明器具が使われていました。

また、ヘルシンキではstockmannというデパートで、家具、小物売り場を調査しました。写真11のようなバスケットなど木製小物はほぼ全てカンバで作られていました。ここでも家具が販売されていましたが、ほとんどがartek製でカンバの家具でした。

artekは国を代表する企業で、フィンランドの建築

家アルヴァ・アアルト氏らが始めた家具メーカーです。そのショールームがデパートの向かいにあり、今年の3月にリニューアルされたばかりだそうです。ここのショールームを訪れた際、日本茶でもてなされ、テーブルには「HOW TO MAKE A JAPANESE HOUSE」という書籍が置いてあり、日本を意識しているようでした。そのことについて店員に尋ねたところ、日本人客が多いため、リニューアルしてから日本人の店員を雇ったということでした。

このメーカーではカンバ材を使った家具が多く、曲げ木を特徴とした家具が製造され、「スツール60」（写真12）という1930年代にアアルトによってデザインされたスツールを現在でも扱っており、曲げ木方法も当時の製造方法（写真13）で行われています。

その他に深澤直人氏、イサム・ノグチ氏のデザインによるイスも展示され、日本との関係の深い家具メーカーであると思われました。

#### ■おわりに

ミラノサローネは、ローフィエラ会場だけでも広大な展示場で、出展者は一度は耳にしている企業が多く、また、照明や食器などのディスプレイも一流と思われる素晴らしいものを使っており、展示品とうまく調和していました。このようなブースが至るところにあるため、1日では全く回りきれない状態です。またフォーリサローネも、展示場が市内に分散しており、土地勘がないと予定通りに回れません。今後、ミラノサローネに初めて行かれる方は、ローフィエラ会場、フォーリサローネとも、どこの企業を回るか事前にチェックし、効率的に回ることをお勧めします。実際に両方を回るとすれば、3日間が必要と思われます。

また、ミラノ市内には有名なブランドショップやドゥオーモなどの有名な建築物や美術館などがあり、それらを含めるとさらに時間が必要になります。

フィンランドにおいては、加工工場を主体に回ったため、家具工房等を回る時間がありませんでした。カンバ材の利用実態としては、家具、内装材、木製小物など至る所に使われており、生活に根づいた利用がされているように感じられました。北海道においても、資源量の多いカンバ類を今後どのように利用していくか、材の特徴を活かし、北海道の地域材として多用途に利用されるための方法を検討する必要がありますと思われました。