

Jaime Hayon

ハイメ・アジソン

BISAZZA × ハイメのコラボレーション!
美しい花器「The Pixel Vases Collection」

「2007年のサローネで巨大ピノキオを展示したときに臨にいたのがこいつらさ」。商品化してほしいという声が増え、今回リミテッドエディションとして発表に。「BISAZZAが特別なのは、すぐに売れるものを作ってほしいという決まり文句を言わないこと。モザイクで飛行機を作らせてくれるところなんてないからね!」彼らのモザイクの魅力は、色彩の豊かさ、空間に息吹を吹き込み、感動をもたらしてくれること。そしてガラスだからとても美しく年をとるんだ。この20年でモザイクの表現の可能性をここまで広げ、変えてきたのがBISAZZAだよ。もうすぐ彼自身のブランドを立ち上げることをほのめかし、陽気に東京を去っていったハイメであった。BISAZZA JAPAN ☎03-6419-1803



日本インテリア界の明日を担う、
若手デザイナーたちの台頭。

して世界でも注目されている東京デザイナーウィーク。ハイメ・アジソン、ピート・ヘイン・イーク、オーサ・ユングネリウスなど、話題のヨーロッパの若手デザイナーも相次いで来日した。

なかでも目を見張ったのが、日本の若手デザイナーの元気のよさ。デザイナータイド トーキョーも100% Design Tokyo もしくは、日本のデザインレベルがどんどん高くなってきていることを感じさせた。もちろん作品の仕上がりも上々で、すぐに商品化されてもおかしくないものばかり。それも、マーケットは日本だけにどまらず、世界をターゲットにしている気概がみなぎっていた。

若手デザイナーと固く手を結び、日本の家具産業の明るい未来を切り開きつつあると思わせたのが、老舗のカリモク。100% Design Tokyo での新レーベル「カリモクニュースタンダード」が、全世界での初ローンチとなった。ディレクターとしてデザイナー軍団を率いたのが、今、若手デザイナーのなかでも注目を集めている柳原照弘。国内の広葉樹材を使用した、完成度の高いモデルの数々を発表した。木材を使用する家具という耐久消費財の、これからのあり方も提起しているといえるだろう。

今回のデザイナーウィークを通じて、新しい力が生まれていることを予感した人も少なくはないはず。この先を牽引することになるであろう、若手デザイナーたちの今後に期待したい。