

ミレニアム特集

インテリアの展望

(株)スミノエインテリアプラザ 代表取締役 近沢 晴雄

ライフスタイルの変化

日本のライフスタイルは、この50年で急激に洋風化し、近代化をとげた。歴史的に見ても画期的な現象である。1999年3月、日経新聞に掲載された小泉和子氏のレポートがある。「洋風生活・ルーツは進駐軍」—— 将校住宅向け・家具・調度品が一般家庭に普及—— の見出しで、日本の生活が“和”から“洋”へと大きくチェンジしたことが掲載されている。日本におけるライフスタイルの変化は欧米の映画や書籍よりも「デベント・ハウス略称DH」の影響が大きかったのである。DHとは1945～47年に日本に進駐してきたアメリカ軍将校の家族用住宅のことで全国で1万6000戸建設されている。外観は洋風。そのインテリアはベットから家具・調度品に至るまでアメリカのライフスタイルが再現されている。それらは、デザイン資料をもとに忠実に日本で生産され使われていた。アメリカ人にとって、デザインとは工業製品としてマスプロ・マスセルが可能である事が基本であり、DHのインテリアには日本の生産性の低い手工芸品のデザインは採用されなかった。DHに出会って日本人は量産を前提としたデザイン感覚を初めて身につけたのである。



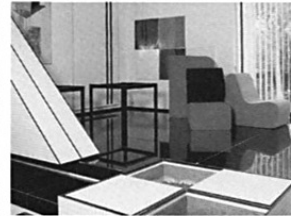
古い歴史と伝統に彩られたヨーロッパの街角



外観と対称的なモダンインテリア



モダンリビング



モダンインテリア【COMFORT】

住へのこだわり

2000年の今、日本は先進国の一員として経済的な豊かさを享受している。パブルがはじけ不況感がぬけない現在でも、日本の個人消費は住関連で11兆円、衣料は19兆円、食は84兆円の巨大マーケットを構成している。レジャー分野の消費も大きいものがある。この10数年間、衣・食の充足感に比べて住関連は未成熟というのが一般的な考え方である。日本人は長い歴史の間、自然との融合・開放的な「無の空間」の中で暮らしてきた。かつてブルーノ・タウト・バーナードリーチが当時の日本の風土に根づいた人々の暮らし、自然との共生が実に美しいと称賛している。近代化への道を歩んで、日本は何を失い何を得たのであろう。一方、日本と同様に長い歴史と文化に育まれたヨーロッパでは、住に対する意識が日本とは対極にあった。住まいは厳しい自然・風土、いつ攻めてくるかも分からない外敵から身を守る為の閉鎖的な「有の空間」が出发点である。北欧・英・仏・独等、国による歴史と伝統の違いはあっても、住まいへのインテリアへのこだわりは人生の最大の関心事である。今も何世代も受け継がれた、家具・調度品を大切に使いつづけている。人々は本当に気に入ったものインテリアとして調和のとれた商品でないと購入しない。ヨーロッパで個人邸に招待された場合、古い歴史に刻まれた石造りの古びた外観から想像も出来ない驚くほどモダンで見事にコーディネートされたインテリアに出会う事が多い。歴史の短いアメリカでは主婦がインテリアコーディネーターである。日本のようにプロのコーディネーターや業者に任せず、家族と一緒にインテリアを楽しむのである。壁紙(クロス)のセレクトから始まり、家具・ファブリックスへと「調和と統一」のルールをもってコーディネートする。インテリアは日常的に根づき、リフレッシュすることが家の財産価値を高めることも十分に理解している。

日本のインテリア

今、人々は暮らしの中でインテリアにこだわり、楽しんでいるのだろうか。高価な外国製のシステムキッチンを使いこなしているのだろうか。ホームパーティーは定着しているのだろうか。リビングセットは飾り物になって床生活をしているのではないか。カーテンは10年近く埃をかぶったままなのではないか。長く生活するインテリアにもっと関心を持ちたいものである。日本人は歴史のみでナチュラル志向である。最近カラーは何故か白基調である。白は日本人好みの清浄・潔白・無を表現しているのかもしれない。白っぽい家に車。白いインテリア。白い家電製品。白い水回り設備。一歩外へ出ると町並みは無秩序なフォルムとカラフルな原色にあふれているのと対称的である。現在の標準的な日本のインテリアは、床はフローリング、壁・天井は白のクロス貼り、白のレースにドレープは無難なベージュ系。住宅展示場もインテリア誌の内容も同様である。そして広くない部屋には、質良かった頃の残像と経済大国のシンボル「モノ」が溢れているのである。ミレニアムインテリアは「モノ」を捨て、本来日本人の持つ「無」の感性「心のやすらぎ」から出発してはどうだろうか。



住宅展示場モデルハウス



白のリビングルーム



寝室にブレンシェードがマッチする



出入口の段差をなくした浴室、休憩出来るベンチ等バリアフリーデザイン

ミレニアムインテリアの提案

- 量的志向から——クオリティライフへ
人生80年、多様なライフスタイルをエンジョイし、インテリアにもっとこだわろう。最近の新しい住宅は、スペースとしてヨーロッパの水準40㎡/1人・天井高2m50～70cmに近くなってきている。品質も向上し、50年の耐久性も備えている。もっとインテリアに時間とお金をかけて私らしさを表現しインテリアライフを楽しもう。
- ユニバーサルデザイン——人に優しい・地球に優しい
高齢者や障害者に特定せず、誰もが快適に、安全に、暮らす事の出来るきめ細やかなバリアフリーデザインは当然の事、2世代・3世代への対応、ホームエレベーターの設置も計画に入れよう。
- ヘルスフルデザイン—— 高密封住宅に対応できる、ハイブリッド換気システム・抗菌素材・ノンホルムリン素材等に配慮して、健康デザインを推進しよう。
- テクノロジーの活用—— ソーラー発電システム・高断熱材による省エネルギー化・廃棄物無公害処理、メディアによるインテリアシステム等環境に優しいインテリアを定着させよう。
- アートとのかかわり—— インテリアデザインにアートの持つリアリティーを取り入れ、心の豊かさ・スペースの新鮮さを演出しよう。
ミレニアムはポストフォーティズム(大量生産・大量消費システム)から、新しい「ヒューマンデザイン」の扉を開くキーワードになる。