HAWORTH



インタビュー

スティーブン・バークス、ニコラ・
コロプリス、マシュー・
ヘイワース、Nendo、ピーター・
シェーファー、ハンネ・ウィルマンなど

舞台裏

ミラノデザインウィーク2025での
パトリシア・ウルキオラ氏との対談

2025 トレンドレポート

色彩、素材、ノスタルジア、AI

PANTONE™ との対談
「色彩について語る」

MILAN 2025

はじめに



ミラノ、デザインの故郷

イタリアの理論物理学者カルロ・ロヴェッリは著書『The Order of Time（時間の秩序）』で時間の性質について探求しています。まず、砂時計から落ちる不思議な砂、日時計の周りに渦巻く神秘的な影について、我々が知っていることをすべて集めました。そして次に、それらを解体し、過去・現在・未来という枠組みすら取り払うことで、私たちが「時間」について知らないことが、実は知っていることよりもはるかに多いのかもしれない、という驚くべき事実を明らかにしていきます。

最後に、確実性の彼方の空間で、ロヴェッリは謎に踏み込み、繊細かつ根本的な示唆を提示します。すなわち、時間とは究極的には、私たち人間の経験が紡ぐ物語である、というのです。私たちが時間を定義するのです。時間とは、私たちの物語、経験、希望や不安の入れ物なのです。感情に満ちた出来事や瞬間、すなわち、人間の生活の土台となるものです。

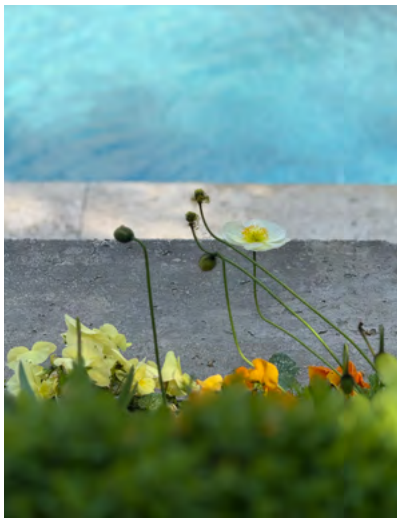
ミラノはデザインの都です。4月中旬の数日間に匹敵するほどデザイン界のカレンダーを圧倒する週は他にありません。私たちはデザインに熱狂します—たとえその本質を解体し尽くしたとしても。特定の色彩の復活に歓喜します—それが単なる色ではなく、その中に宿る記憶こそが私たちを動かすことを知りつつ。素材に心震わせます—大地に根ざした原初的な素材、技術の奇跡が生んだ新素材、そして両者の調和が奏でる第三の素材に。

そのすべてに共通する疑問が湧き起こります。私たちは問いかけます。デザインとは何か？私たちが追求することを選んだこの奇妙な試みとは何か？他者を感動させようとすることの意味とは？さらに深く、ある種の意識が鼓動します。答えを超えた問いもあります。問いは問いとして、ただ証人となることを求めるのです。

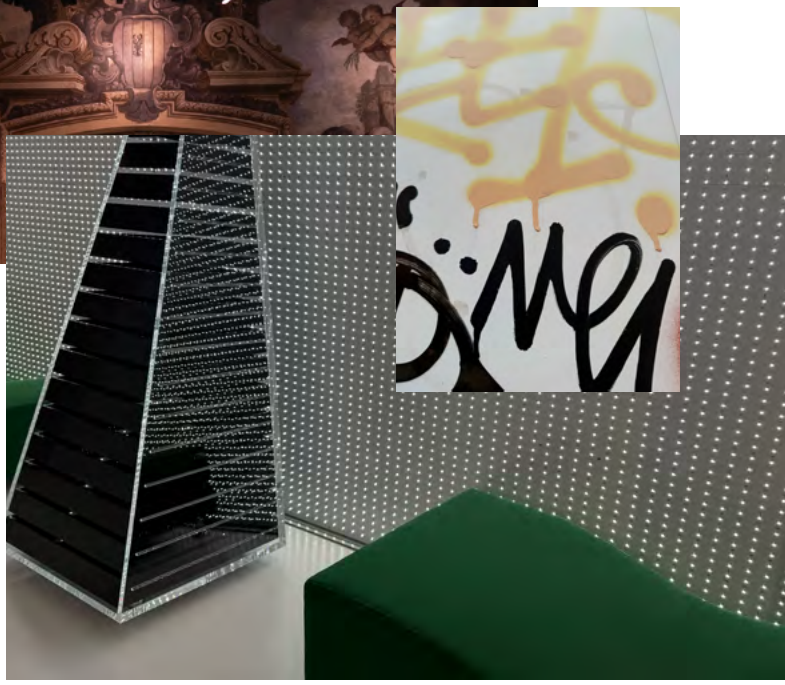
本レポートでは、私たちが目にしたもの、そして問いかけたことの証人となっていただければ幸いです。答えが見つかることを願っています。あるいは、より良い問いかけが見つかるかもしれません。ミラノデザインウィーク2025へようこそ。

表紙画像：Giulia Marettiイ ページ Studio Urquiola

目次







2/ はじめに
3/ 目次

4/ ニュース
パトリシア・ウルキオラ氏が「ALCHEMICA」展について語り、タニース・ウィリアムズ氏がヘイワースとPantoneのコラボレーションの発表を祝う

6/ マシュー・ヘイワース氏へのインタビュー
誇り、喜び、共有された価値観 - ミラノでの経験についてヘイワースの会長が語る

7/ ハイライト
パートナーブランドにスポットライトを当てる：
Cappellini、Cassina、Poltrona Frau、Zanotta

12/ ジェーン・ボディ氏へのインタビュー
Pantone Color Instituteのトレンド予測者であるジェーンが、色彩について語る

14/ トレンド カンパリソーダ
15/ トレンド 酸味のあるシトラス

16/ スティーブン・バークス氏とマリカ・レイパー氏へのインタビュー
この2人が語る、空虚、記憶、旅、そして形のないもの。これらが大きなデザインのアイデアへと融合します

17/ トレンド ラスティックな魅力
18/ トレンド 自然への回帰

19/ ハンネ・ウィルマン氏へのインタビュー
人々が流行に流されるのではなく、恋に落ちることを願うハンネのデザインは、トレンドページよりも人の心に訴えることを目指しています

20/ Nendoへのインタビュー
Nendoの佐藤オオキ氏が、素材、感情、記憶についての考えを綴ってくださいました

21/ トレンド チル・ファクター
22/ トレンド ウルトラバイオレット

23/ ラリッサ・サージャント氏へのインタビュー
懐かしさや、見慣れたものへの渇望が漂っていることを感じ取り、ラリッサは現代の複雑さを探究します

24/ ピーター・シェイファー氏へのインタビュー
常に思慮深いピーターは、デザインにおけるAIツールの利点について楽観的であり、厳しい質問を恐れません

25/ トレンド 居心地の良さ
26/ トレンド 輝きを放つ

27/ ニコラ・コロプリス氏へのインタビュー
Poltrona FrauのCEOが、名高いブランドの遺産と、その先に待ち受ける豊かな未来について考えます

28/ トレンド 過去完了
29/ トレンド 際立つスタイル

30/ アナンド・アモーンラッタナヴェイ氏へのインタビュー
バンコクのEuro Creationsの副社長は、ブランドの裏に潜む生命を見出し、ヘイワースとの共通の精神を見出します

31/ ブライアン・ケリー氏へのインタビュー
EMEAのA&D部門のヘイワースの新しいリーダーが、ヘイワースのブランドの進化について語ります

32/ 最後に

ニュース





左から時計回りに パトリシア・ウルキオラ氏の作品の前で、ウロボロス、デジタルニットのクローズアップ

巳年

パトリシア・ウルキオラ氏、変容と再生の象徴「ウロボロス」を Pantone Dualitiesの鮮やかな色彩で再解釈

進化し続けるパトリシア・ウルキオラ氏の想像力が、ALCHEMICAで花開きました。Elle Decor Italiaのために企画されたこの展示会では、錬金術の伝統と象徴が遊び心をもって再解釈されました。

伝統、哲学、隠喩を流れるように巧みに融合させるように、パトリシアは画家が色を混ぜ合わせるように言語を融合させます。「錬金術はメタファーとして興味深いものだと思います」とパトリシアは語ります。「錬金術師たちは常に変身の空想に少しばかり取り憑かれていました。しかし、最も興味深いのは、より良いものにしようとするこの考え方です。この緊張感が錬金術の最も興味深い点でした」。

来場者は、光と闇に満ちた部屋を歩き、巨大な賢者の石のレプリカの前を通り過ぎ、自然と人の手によって形作られた有機的な製品が調和する部屋を通り抜け、最後にALCHEMICAの主役であるウロボロスの前にたどり着きます。「この蛇が皮を脱ぎ捨てている様子は、まさにこの展覧会のストーリーを語るのにふさわしいものです」とパトリシアは言います。「これは変容の象徴であり、私たちは常に自分の中で理解していかなければならないものです」とパトリシアは語りました。

変容の感覚が展示全体に広がりました。「今日、ウロボロスは、私たちが絶えず自分自身を変えていかなければならないことを理解することがいかに重要であるかを表していると思います」とパトリシアは語りました。「ある種の厳格さをもって、同時に、感謝の気持ち、開放感、色彩、そしてエネルギーに満ちたものでなければなりません」。

ウロボロスには、PantoneのDualitiesシリーズから選んだ光に満ちた新時代のパステルカラーが使われました。「これは私たちの肌の色です。このロゼ、このグリーン、このライラック、このライトグリーンから始まりました」とパトリシアは言います。「そして、Pantoneのパレットは、とても素晴らしいものでした」。生地は、ヘイワースのCardigan Loungeチェアと同じ廃棄物を最小限に抑えたリサイクルポリエステルが使われました。

ウロボロスを冠したこの展示会では、広大で複雑な文脈における人間について考察しました。「私たちは自然の一部です」とパトリシアは言います。そして、絶え間ない変化こそが、おそらく私たちの使命なのです。

「どうやって前に進むのかって？」とパトリシアは問いかけ、笑顔でこう答えました。「自分を変えること。進化すること。ウロボロスのようにね」。

画像：Giulia Maretti





左回りにALCHEMICA展でのタニース・ウィリアムズ氏、Dualities カラーのCardiganチェア

自分のカラーボイスを見つける

美しい建築物、光がこれらの美しい構造物の一部に当たっているとき、壁には柔らかなピンクや柔らかな黄色、柔らかなメロン色が…

きらめく鏡とまばゆい反射の部屋で、タニース・ウィリアムズ氏は最も輝いていました。タニースは、Pantoneのファッション、ホーム、インテリア部門を統括しています。「私は、新製品を開発し、デザイナーと協力し、そのストーリーを共有し、彼ら自身のストーリーを語れるよう手助けできることに大きな喜びを感じています」とタニースは語ります。「色には多くの感情が伴います。光があり、動きがあり、感情があります」と彼女は言います。

ウロボロスは、Pantone、パトリシア・ウルキオラとヘイワースのコラボレーションの始まりを告げるものでした。「ウロボロスは絶え間ない変化を意味し、Dualitiesも同じです」とタニースは言います。このパートナーシップは約1年前から始まっていました。タニースはNeoconでパトリシアのデザインしたHaworth Cardigan Loungeに一目惚れし、パトリシアのデザインとDualitiesがすぐに重なりました。タニースはその時は気づいていませんでしたが、パトリシアも同時にDualitiesに魅了されていたのです。

このシリーズは感情に溢れています。「パステルカラーは本当に優しく、柔らかで、寛容です」とタニースは言います。「そして、私たちはそれを必要としていると思います。自分自身を許し、人生を楽しむことを学ぶために、それに身をゆだねる必要があるのです。タニースは影を「堂々と深い」と表現し、それは彼女にとって「感情の深みに多くの層を重ねることができる」ことを意味します。そこに座って地に足をつけていてもいい。人間的な物語です。

ウロボロスの近くでパトリシアと色について話していた時、タニースは興味深い概念を持ち出しました。「『カラーボイス』みたいなものね」とタニースは問いかけました。「朝目覚めた時、『世界を征服したい！明るく輝きたい！』というカラーボイスを持つ日もあれば、影のような声の日もある—でもそれもあなたの声なのです」。

私たちは、人々が自分だけのカラーボイスを見つけるお手伝いをしたいと思っています。「ヘイワースは機能とファンタジーをうまく組み合わせることをよく分かっています」とタニースは言います。「ヘイワースとのコラボレーションは簡単でした。私たちは同じことを目指しているのですから、今後も続いていくでしょう」。

画像：Giulia Maretti

インタビュー



無限の可能性を秘めた未来

「ミラノに来るたびに、とても良い経験ができ、ますますこの街が好きになります」

Poltrona Frauの素晴らしい中庭で、ヘイワースの会長であり、同社の創設者の孫にあたるマシュー・ヘイワース氏に話を聞くことができました。

Poltrona Frau、Cassina、Cappellini、Zanottaなど、ヘイワースグループのブランドは、今年は20以上の会場で展示を行いました。ミラノは広大な庭園のようで、ヘイワースの花はすべて咲き誇っていました。

「ミラノに来るたびに、素晴らしい体験ができ、そのたびにミラノを少しずつ好きになっていきます」とマシューは語ります。「ミラノが提供してくれるものに感謝しています。世界中からクリエイティブで革新的なデザイン業界が集まり、互いに共有し、祝うことができるのです」。

ヘイワースグループ内のブランドはそれぞれに豊かな歴史と独特の個性を備えていますが、同じ精神によって結びついています。「私たちは共通の価値観を共有していますが、その形、言語、表現はすべてユニークです。そして、それはお客様、ディーラー、パートナーにとって本当に健全なことだと思います」とマシューは語りました。

私たちは、ミラノで各ブランドが最も華やかな展示を行っているのを見て、マシューがどう感じているか尋ねました。「第一に、私はこの10年間で私たちが築き上げてきたグループを本当に誇りに思っています。私たちがこれまでに行ってきたこと、そして前進していくことについて、先導し、再構築し、築き上げていくという素晴らしい一連の誇らしい瞬間です。私は、その一貫性と、それを実現するすべてのメンバーを本当に誇りに思っています」。

「私にとって重要なのは、人々がこれを実現することです」とマシューは言います。「何百、何千ものヘイワースの従業員の方々がこのイベントを実現し、当社のすべてのブランド、すべての店舗を成功に導いています。ですから、従業員の方々をとても誇りに思っています。私は当社を誇りに思っています」。

私たちは、ヘイワースとヘイワースグループの将来についてマシューに尋ねました。「未来にはほぼ無限の可能性があると思います」と彼は言いました。「まず、私たちは価値観という素晴らしい基盤を持っています。そして、私たちは世界中のどのグループにも類を見ないほど、多くの場所に橋を架けることができます」。

ハイライト



広々とした空間は、人々に活力を与え、最高のパフォーマンスを引き出します。グローバルな家具メーカーのリーダーとして、ヘイワースはお客様、ディーラー、そして影響力のある方々と協力し、人と不動産を効率的に活用する空間を創造しています。
ワークプレイスにおける伝統を受け継ぐヘイワースは、ヘイワースグループの創設ブランドです。ヘイワースグループは、人と環境が出会う交差点でデザインを行い、望ましい空間と素晴らしい体験を創造しています。ミラノには実に多くの逸品が溢れていますが、ヘイワースグループのブランドは人々を魅了しました。Poltrona Frau、Cappellini、Cassina、Zanottaといった著名なブランドが素晴らしい展示を行い、その様子は以下のブランド特集ページで紹介されています。

ハイライト

Cappellini

ジュリオ・カッペリーニ氏のアートディレクションのもと、Panter&Tourronがキュレーションを担当した「インターナショナル・インテリア」は、2つの問いに答えようとするものでした。それは、「コンテンポラリーなインテリアデザインとは何か？」そして、「Cappelliniは、現代に向けて自社のブランドをどのように再解釈しているのか？」という問いです。

ボルゴニャ通りのCappelliniショールームで開催された「International Interiors」は、日常生活を探索する一連の馴染みのある環境を作り出しました。家具は単なる機能的なオブジェではなく、語り部であり、仲間となりました。私たちの日常を誰よりもよく知っているのは、身の回りの家具ではないでしょうか。

このインスタレーションは、真の親密さを示す温かい静寂を調べ、大切な思い出となる自発的で予期せぬ瞬間を称えました。

Cappelliniほど、時間をかけて人生の美しさを探究できるブランドはほとんどありません。このインスタレーションは、多くの点で、Cappelliniの歴史的なアイコンであるジュリオの「ロングセラー」と、革新性を常に追求するブランドの最新デザインとの対話でした。過去と現在との相互作用は、多くのブランドが取り組んでいるノスタルジアの感覚の別の表現でもありました。

過去と現在、抽象と具象、存在と不在。「International Interiors」は、フィクションとリアリティの狭間に漂う、繊細なコントラストの雰囲気を醸し出していました。Cappelliniは、私たちとともに歩んできた家具を静かに、じっくりと眺めるための空間を設けることで、それらの家具に意味深い脇役としての存在感を与えました。

Cappelliniが投げかけた問いに対する、ソフトで繊細な答えです。現代のインテリアデザインは、人間ドラマであり、Cappelliniは、私たちの旅に同行するキャラクターたちとともに、常にそこに存在し続けるでしょう。







上から Via Borgona ショールームでの展示風景；Werner Aisslinger による Juli Soft Plus チェア

画像：Cappellini

ハイライト







左から右へ Cassinaショールームの新しい照明シリーズ、ロナン・ブルレックによるテーブル「Treflo」、イタリアのデザインデュオ、Formafantasmaがジョルジョ・ガッバー・リリコ劇場で発表した「Staging Modernity」展

Cassina

60年前、Cassinaはル・コルビュジエ、ピエール・ジャンヌレ、シャルロット・ペリアンによるコレクションを歓迎しました。1929年に初めて発表されたこのトリオの作品は、Cassinaによって手工業的な小規模生産から工業的な大量生産へと移行し、今日私たちが知るようなありふれた作品へと変貌を遂げました。

オリジナルコレクションの最初の4点、すなわち1 Fauteuil dossier basculant（回転式小型アームチェア）、2 Fauteuil Grand Confort, petit modèle（大型コンフォート・小型モデル）、3 Fauteuil Grand Confort, grand modèle（大型コンフォート・大型モデル）アームチェア、4 Chaise longue à réglage continu（無段階調節式ロングチェア）が、3つの新しいカラーバリエーションで復刻されます。これらの家具を黒革と銀色のクロームで想像する人も多いと思いますが、このデザイントリオにとって色は非常に重要なものでした。光沢のある赤、青、緑のフレーム、そしてアームチェアのモヘアベルベットや長椅子のサドルレザーの同系色が、これらの限定版を現代の家庭にふさわしいものにしています。

このような画期的な機会を記念して、Cassinaの「Staging Modernity」は「モダンデザインとは何か？」という意欲的な問いを投げかけました。

オリジナルプロジェクトの革新的な精神を尊重しながら、Staging Modernityはコレクションのビジョンをさらに拡大しました。Cassinaは常に技術的な卓越性の源であり、円形の素材がコレクションに導入されました。モダニティの概念も拡大され、人間だけでなく自然全体を包含するようになりました。

Cassinaの革新的なアプローチは、リリコ・ジョルジョ・ガバー劇場だけに留まりませんでした。デュリーニ通りにあるショールームでは、年代を超えてシームレスに展開される多彩な製品群「Cassinaパースペクティブ」が展示されました。さまざまなスタイルが、Cassinaの一貫した革新性と優れたクラフトマンシップにスポットライトを当て、同社の深いデザインDNAを象徴しました。

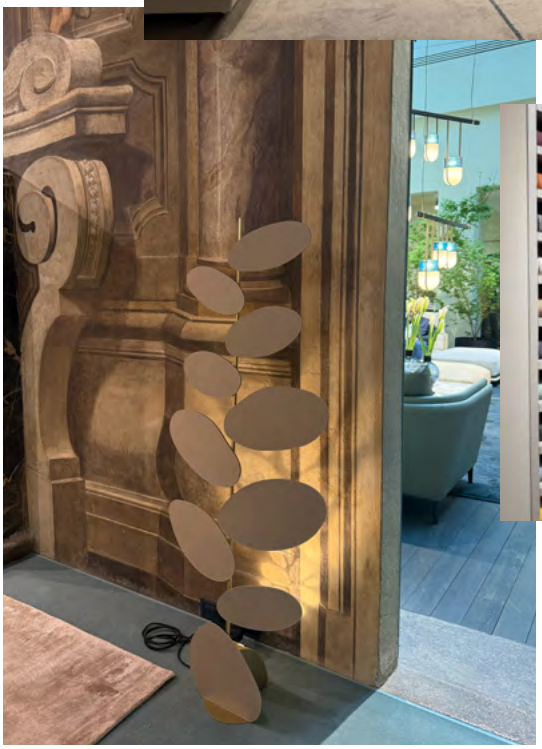
上下画像：Cassina

ハイライト

Poltrona Frau









Poltrona Frauは、「The Five Seasons」展で伝統的な四季を創造的に再解釈しました。「The Five Seasons」は、既成概念を超越し、既知の領域や慣習を超えた想像の力を探求するものでした。

各季節の伝統的な理解を掘り下げることで、来場者はその季節から抜け出すよう促されました。これにより、各季節の深い本質を新たに捉えることができる思索の空間が生まれました。

春は光と自然を包み込む空間を想起させます。夏は外に向かって広がる環境を想起させ、テラスや庭が家の不可欠な一部となります。秋は洗練された色調と、革、木、柔らかな布地などの暖かな素材を用いた居心地の良いインテリアを想起させます。冬は暖かさと快適さを求める季節であり、豪華な家具、柔らかな照明、中間色の配色により、インテリアが聖域へと変貌します。

この、従来の概念を根本的に覆すプロセスを経て、5番目の季節が誕生しました。それは、想像力の超越的な領域です。Poltrona Frauのような豊かな伝統を持つブランドにとって、過去を尊重し称える最善の方法は、未来を絶えず再創造することです。「The Fifth Season（5番目の季節）」は、革新、夢、そして大きなアイデアを追い求めるという誓いです。

特別なプロダクトの発表として、ミラノの建築家ジオ・ポンティによるDezzaアームチェアの60周年を記念し、ポンティ自身による未発表プリントを施した限定復刻版が登場。また、レンゾ・フラウの「1919」アームチェアにはフォルナセッティによるイラストによる特別バージョン「Ultime notizie（最新情報）」が用意され、白地に新聞記事の切り抜きと蝶が散りばめられたデザインとなっています。さらに、ロベルト・ラッツェローニによる「ライカ・フィデリオ マルチメディアキャビネット」は、Poltrona Frauの匠の技を活かし、理想的なホームシアターを実現しています。

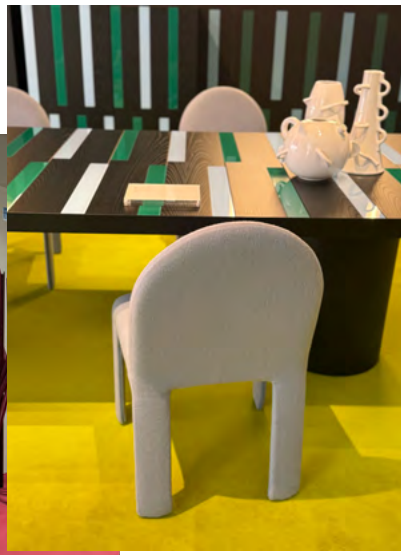
「あらゆる季節の環境、家具、そして体験。そして、あなたも。」

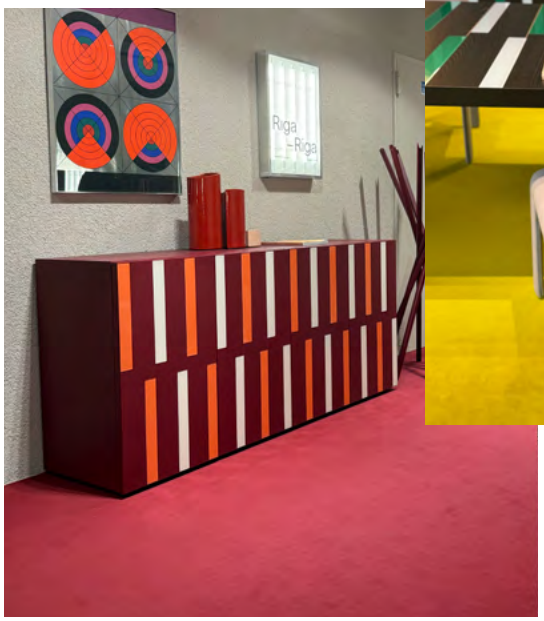
上から Mesa楕円ダイニングテーブル、Lepliチェア、Lepliアームチェア（大城賢作デザイン）、ライカ・シネ1スマートレーザーテレビ、レザーカラーサンプル、Foliageランプ（Six N. Five）

トップ画像：Poltrona Frau

ハイライト







上から、Sacco ビーンバッグ、Riga-Riga テーブルと Nellee チェア、Riga-Riga 食器棚

Zanotta

2025年のミラノデザインウィークで、Zanottaは新たなコラボレーションと、歴史的なコレクションから復活した不朽のアイコンを発表しました。空間では色が重要な役割を果たし、シトラスグリーン色のカーペットと、遊び心のあるアイコンSaccoの刺激的な新バージョンに合わせた新しい酸味のあるライム色の張り地が目を引きました。

Zanottaは常に斬新なデザインアイデアにインスピレーションを得てきました。この斬新な精神は、クラシックなアイコンとエキサイティングな新作の両方に表れており、フルリノベーションされたドゥリーニ通りの旗艦店では、ブランドが取り入れた新しいデザインの才能の豊かさが示されていました。

ヴェネチア出身のデザイナーデュオ、Zavenがデザインした「Za:Za Max」は、丸みを帯びた優しいラインとふかふかのクッションが魅力的な贅沢なソファです。Za:Za Maxは、快適さと安らぎを求めるトレンドを象徴するソファです。

Zanottaはトレンドを予測する並外れた能力を持っています。シトラス調のライム色に加え、今年はミラノのいたるところで見かけたアマランサスレッドの豊かな色調が、Zavenの新作V-Bol花瓶やMuller Van Severenの拡大したZ24コレクションにも見られました。また、Z24はリズミカルなパターンで光と影の魅惑的な相互作用を生み出しており、これもまた私たちが頻繁に目にしたテーマの別の現れ方でした。

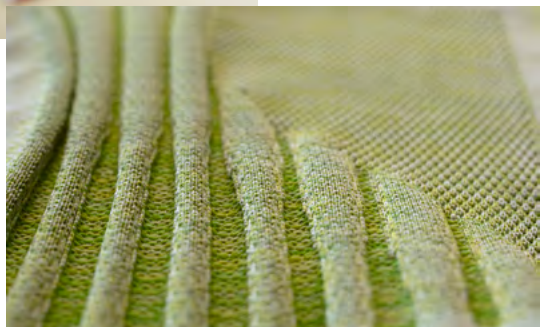
新製品に加え、クラシックなアイコン製品も再販されました。1969年にマルコ・ザヌーソ氏がデザインしたMarquesoテーブルは、エンジニアリングの驚異的な成果でした。金属とクリスタルを結合した初めてのテーブルです。また、世界初のビーンバッグチェアとして世界中のゲーマーに愛されている、シトラスカラーのSaccoも注目を集めました。

Zanottaの卓越した技術と遊び心あふれるデザイン精神は、1954年以来、ブランドを活気あるものに保ち続けています。Zanottaは、その先駆的なアプローチと斬新なアイデアでイタリアンデザインを形作ってきました。そして、その姿勢は今後も変わることはないでしょう。

インタビュー









左回りに ALCHEMICA 展のジェーン、デジタルニットヤーン、Pantone Dualities カラーの Haworth Cardigan Lounge チェア、デジタルニットのクローズアップ

時代を象徴する色

「この6年間、私はPantone Color Instituteのメンバーとして Pantoneと仕事をしてきました。これは明らかに夢のような仕事でした！Pantoneは、色について考えるとき、誰もが思い浮かべる会社でしょう」

Pantone Color Instituteのジェーン・ボディ氏のような色彩のエキスパートと、花で囲まれたきらめくプールサイドで午後のひとときを過ごすのは、まさにふさわしい環境でした。私たちは、パトリシア・ウルキオラ氏が自身のALCHEMICA展の目玉となる家具に選んだPantoneのDualitiesシリーズについて、ジェーンにぜひお話を伺いたいと思っていました。

「Pantoneで色を研究する際には、色の微妙なニュアンスを理解するために、色の細部にまで目を凝らします」とジェーンは語ります。「Dualitiesはまさにそのことを表現しています」Dualitiesには、光あふれるニューエイジのパステルカラーと陰影のあるニュートラルカラーの両方が含まれており、コントラストの中に調和を見出しています。そして、ジェーンはミラノにも同様の精神を見出しています。

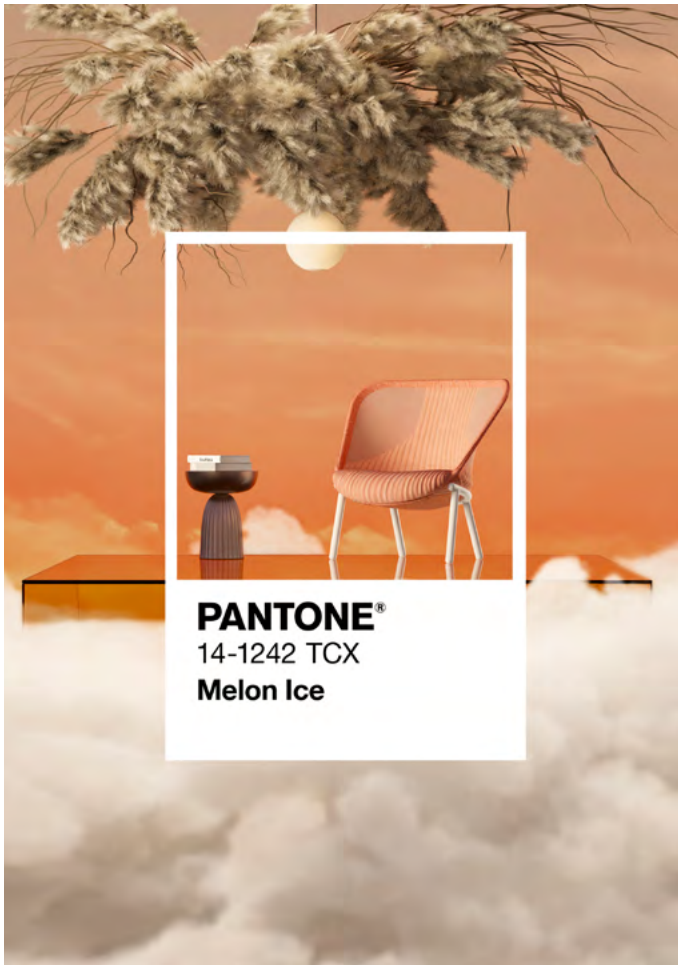
「Dualitiesとミラノには、実は少し共通点があります」とジェーンは言います。「ミラノは伝統的で、伝統文化に根ざした街です。しかし同時に、ミラノといえば、ペースの速い革新性も思い浮かびます。ミラノ・デザインフェアは、最も先進的な家具デザインフェアです。ですから、この2つの間にあるような感じです。

「Dualitiesについて考えるとき、同じような共通点が見えてくるわ」とジェーンは言いました。「私は、しっかりとしたパステルカラーやグレー、パレットのベースに使えるような色を想像しているの。でも、その中に本当にダイナミックな色も含まれているの。特に、あの酸味のあるグリーンが気に入ってるわ。スポーツ感があってフレッシュな感じね。そして、これらは現在まさにトレンドになっています」（ジェーンの予想は的を射ていました。彼女は都市に到着した初日にこの言葉を口にし、その後の数日間、シトラス系のグリーンを頻繁に目にしました）。

Dualitiesのカラーが、パトリシアのウロボロスと特別限定版のHaworth Cardigan Loungeに採用されました。これらのデザインは、Dualitiesの表現に最適なキャンバスとなりました。「Dualitiesのコレクションは、色を非常に実用的な方法で扱うことがテーマです」とジェーンは述べました。」コレクションの椅子に使用されてい

ポートレート：Giulia Maretti；デジタルニットの画像：Lewis Rhodes

インタビュー







左回りに、メロンアイス色のHaworth Cardiganチェア、Pantone Dualities見本とマッチしたもの、Pantone Dualitiesカラーの Haworth Cardiganチェア、デジタルニット見本



る色自体を見てください。それぞれの色は単独でも非常に強く、存在感を放っています。しかし、これらの色が組み合わさると、効果は全く異なります。蛇の形態の中に自然に溶け込むようになります。ここで見られるように、明るい色があります。これらの色が単独で存在すれば、非常に強く大胆な印象を与えるでしょう。しかし、組み合わさると、その効果は柔らかくなります」。

Dualitiesのパステルは、私たちの時代が求めるダイナミズムを捉えています。「ニューエイジのパステルは、まさに私たちの時代を定義するカラーパレットです」とジェーンは言いました。「私たちは今、本当にダイナミックなパステルが主流の時代にあります。Dualitiesコレクションには、本当に多様な組み合わせがあります…柔らかくスモーキーな質感のパステルや、生命感に満ちたパステルがあります。場合によっては、それらのパステルがネオンに近づくこともありますが、それはネオンではなく、単に非常に鮮やかで活気のあるパステルトーンです」。

Dualitiesの影の側面は、素材の実用性を誇ります。「シャドウコレクションの本当に重要な点は、黒、グレー、白、ソフトなニュートラルカラーを実際に使用し、人々がこれらの色を扱う方法を反映させた初めてのコレクションの一つであることです」とジェーンは説明しました。「例えば、黒のレベルを考えると、単に硬く濃い黒だけではありません。紫や緑、ピンクの要素を含む黒もあります。グレーも同じです。伝統的にグレーは扱いが難しい色で、ピンクが強く柔らかい印象になったり、ブルーが強くコンクリートのような硬い印象になったりします。そして特に白のトーンについても同様です。現代の白は、超光学白のような硬く攻撃的な白と、有機的で柔らかいオフホワイトの組み合わせがあります。この範囲が本当に巧妙なのは、現代の素材を反映しているからです。オーガニックの未漂白コットンを使用する場合、当然ながらそれらの素材は漂白されていません。そのため、よりソフトで光学的な白ではない色が必要になります。その色はパレットの中に存在しています」。

私たちはジェーンに、Pantoneの2025年カラー・オブ・ザ・イヤー「モカ・ムース」について尋ねました。「これは、色を見て期待を超える例の良い例です」とジェーンは言いました。「ブラウンを見ていますが、実際そのブラウン自体はとても柔らかいです。ベルベットのような柔らかさが感じられます。ピンクの要素も含まれており、光の条件によって見た目が変化する色です。Dualitiesのコレクションも同様のアプローチを採用しています」。

デジタルニットの画像：Lewis Rhodes

トレンド





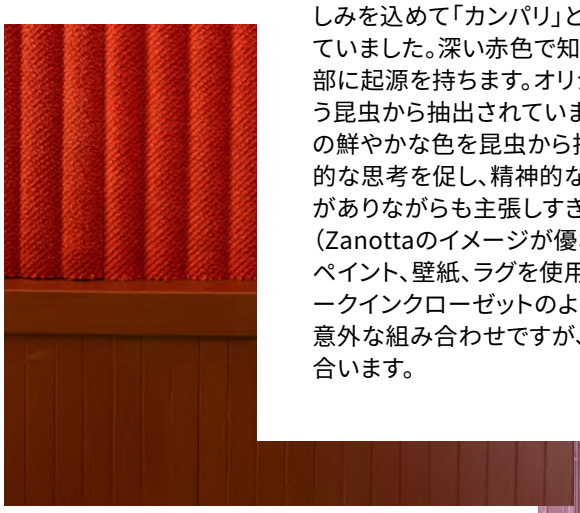
時計回りに左上から：Cassinaのウォークインクローゼット；KARAKTER x Cassinaのシェルビングユニット；Zanottaのサイドボード；パトリシア・ウルキオラのインスタレーション；Kartellのコンテナ；Cappelliniのプットドアソファ；ALCHEMICAの展覧会での壁面装飾

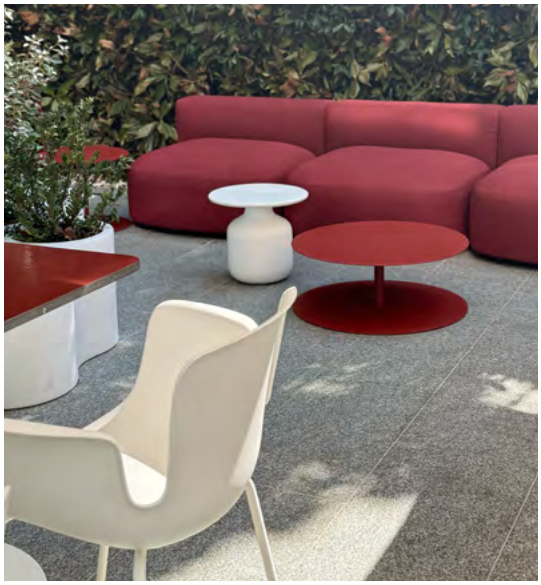


カンパリソーダ

ミラノでは今年、豊かな刺激的な赤色が目立っていました。アマランサス、マルーン、スカーレットなどの赤は鮮やかでしたが、主張しすぎず、難しいバランスを巧みに保っていました。この赤は、私たちが親しみを込めて「カンパリ」と呼ぶ色で、そのバランスを完璧に表現していました。深い赤色で知られるアペリティフ、カンパリはミラノの西部に起源を持ちます。オリジナルのカーマイン色は、コチニールという昆虫から抽出されていました（幸いなことに、カンパリは現在、その鮮やかな色を昆虫から抽出していません）。この豊かな赤は、積極的な思考を促し、精神的な活力を保ちます。家具に用いると、存在感がありながらも主張しすぎない、自信に満ちた作品を生み出します（Zanottaのイメージが優れた例です）。広大な表面に豊かな赤のペイント、壁紙、ラグを使用すると、Cassinaの「GHOST WALL」ウォークインクローゼットのような、本当に魅力的な空間が生まれます。意外な組み合わせですが、カンパリの赤はオレンジやプラムともよく合います。





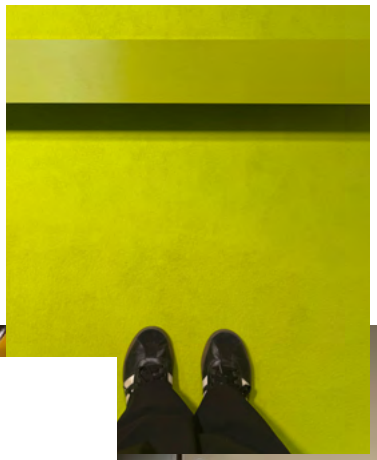








時計回りに左上から：Cappelliniの床材；FENDI CASAのサイドテーブル；Zanottaの床材；AMDL CIRCLEの スツール；Zanottaのビーンバッグとチェア；Cappelliniのアームチェア



酸味のあるシトラス



Pantone Color Instituteのジェーン・ボディ氏は、ミラノ到着初日に酸味のあるグリーンがトレンドになると指摘しました – まさに的を射た指摘でした（インタビューは15ページ参照）。明るく楽しいシトラスカラーが頻繁に見られました。これらの泡立つようなトーンは、小さなアクセントピローに留まらず、多くの作品のメインカラーとして採用されていました。Zanottaはライムを採用し、彼らのアイコン的なSaccoをグリーンシトラスで張った作品は、来場者が最初に目にする作品でした。Saccoを見逃した人のために、入り口の床のカーペットも明るいライム色でした。Cappelliniもレモンを同様に使用し、明るい黄色のカーペットで部屋を埋め尽くし、アーム付きのソファにも採用しました。これらのライムとレモンは明るく、活気があり、楽観的でした。感情的な効果は明白で、これらの色で張られた作品の無邪気な喜びが、私たちの歩みに少しの活力を与えてくれました。多くの日は厳しいものですが、時にはただ幸せな日もあります。そんな日には、シトラスの喜びを存分に味わいたいものです！





左上と左中央の画像：Cappellini

インタビュー



中間にあるデザイン

「違いの状態に過ごす時間が長ければ長いほど、故郷の感覚が強まります。他者との出会いに慣れ、心地よさを感じるようになるのです」

Stephen Burks Man Madeがデザインした、カリコ・ウォールペーパーの「Particulaire」インスタレーションは、日差しの差し込む中庭を思い出で満たしました。壁紙の壁画には、スティーブン・バークス氏とマリーカ・レイパー氏が世界中から集めた数十の記念品が描かれ、その拡大版が中庭に置かれていました—「壁から取り出して、現実を超えた体験を創造するため」とマリーカは説明しました。

スティーブンとマリーカが壁画のコンセプトを練っていた際、彼らの部屋が「旅先で集めた小さな物で溢れていた」ことに気づいたとスティーブンは述べました。その瞬間、Particulaireのコンセプトが生まれました。「それらのそれぞれの物には物語があります」とスティーブンは付け加えました。「その積み重なる物語が、非常に興奮するものでした」。

ルワンダ、日本、メキシコ、セネガル、デンマーク—表現された場所の多様性は、スティーブンとマリーカの旅の軌跡そのものでした。しかし、記憶が現実的なもののように感じられる一方で、物自体の性質は過去と現在の隔たりを浮き彫りにしました。その「中間的な感覚」—境界領域のデザイン—はスタジオの精神性に根ざしています。「瞑想では」とマリーカは言います。「自分がどこにいるか、目の前の物体について考えるためのツールがあります。その間の空間に集中する。それが、自分の心から離れ、空虚と虚無の状態に入る一つの方法です」。

「存在しない空間をどう占めるのか？」スティーブンが尋ねました。「その不満を満たすことで、存在するものについて考える機会が生まれるのです」。

このような無形のもの、物質的でないもの、見えないものへの開かれた姿勢から、私たちはスタジオにおける物質性の役割について興味を抱きました 。「物質はツールであり、色もツールです」とスティーブンは言いました。「私たちはコンセプトと大きなアイデアから始めるようにしています。そしてその焦点を絞っていくと、適切な素材が現れ、適切な形が現れ、正しいものを感じ始めるのです 」。

彼らのアプローチは、形と形のないものとの興味深い相互作用を生み出します。「形のない要素は—それは触れることはできないが、存在することを知っているものです」とスティーブンは言いました。「宇宙のほとんどは、触れることはできないが、存在することを知っているもので構成されています。そして、私たちはそれを扱うことができる。なぜなら、それは私たちを結びつけているからです」。

時計回りに左上から：Kettalのコーヒーテーブル；Cassinaのアート；パトリシア・ウルキオラがデザインしたCimentoのキャビネットとコンソール；パトリシア・ウルキオラがデザインしたタイル；Cassinaのダイニングテーブル；Gessiの蛇口；Cassinaの壁テクスチャー

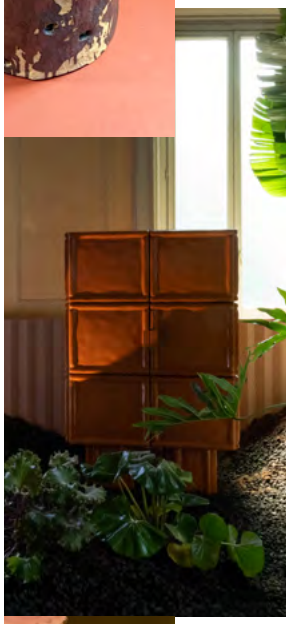






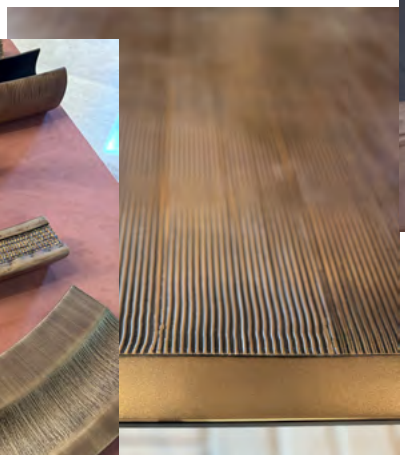
ラスティックな魅力

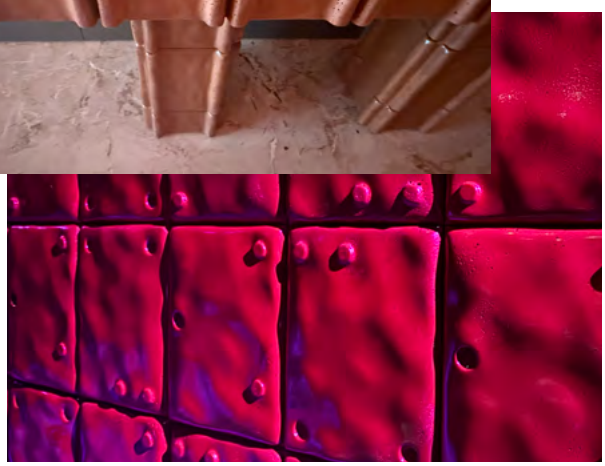
ミラノは数百年にわたり熟練の職人たちの故郷です。私たちの生活の大部分がデジタル化され、コミュニティの拡大、離散した家族や友人とのコミュニケーションの容易さ、情報のアクセス可能性といった多くの利点をもたらす時代において、素朴な魅力が再び注目されています。この傾向は、パトリシア・ウルキオラがキュレーションしたElle Decor ItaliaのALCHEMICA展で特に深く探求されました。過去の素朴な科学—錬金術の伝統—との遊び心のあるインタラクションが、有機的で懐かしさを感じる形を探求する自然な空間を生み出しました。パトリシアがデザインしたCimentoの新しいRIVAコレクションは、不規則なディテールが組み合わさり、リズム感のある、ほぼ水のようなパターンを形成しています。このコレクションは、古代の釉薬陶器を連想させながらも、現代的な感覚を保っています。現代と素朴の融合は、Cassinaの展示でも顕著でした。掻き出したプラスターの壁仕上げが、金属のダイニングテーブルの同様のテクスチャーと調和していました。













時計回りに左上から：Ralph Lauren Homeのアームチェア；Gessiの蛇口；FENDI CASAのコーヒーテーブル；Gucciのインスタレーション；Saint Laurentのインスタレーション；パトリシア・ウルキオラがデザインした床仕上げ



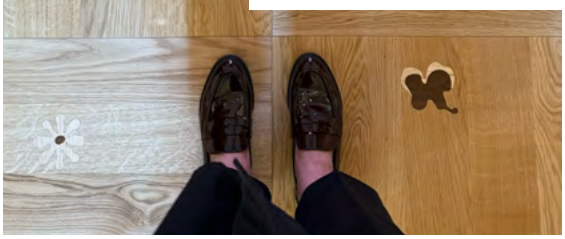


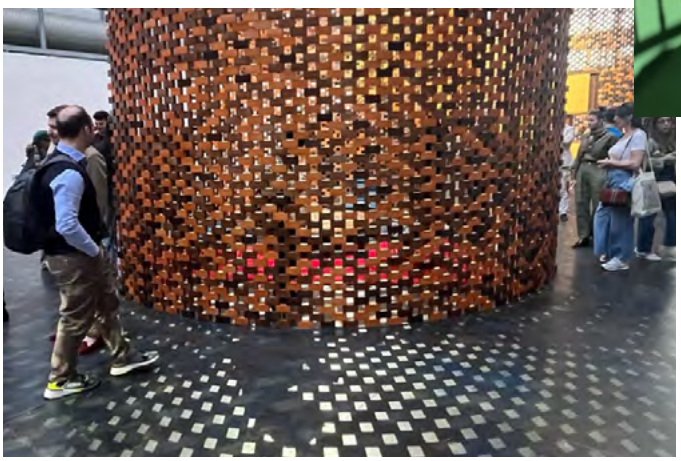


自然への回帰

技術が進歩するにつれ、自然素材の重要性が高まっています。自然素材は有用でありサステナビリティのメリットもありますが、素材の進歩の波は伝統的なものを「現代的」なものに置き換えていきます（今年初めに香港が象徴的な竹の足場を金属に置き換える計画を発表した際の反発を思い出してください）。しかし、私たちの自然との深い結びつきが薄れても、その絆は決して断たれることはありません。今年、私たちは自然や自然素材との有機的な出会いを生み出したいくつかの展覧会を発見しました。Gucciの展覧会は竹に焦点を当て、構造素材としてだけでなく、記憶の容器としての側面を考察しました。Saint Laurentは、シャルロット・ペリアン展を木製のブロックで作られた美しいスクリーンで囲み、自然の木材とスクリーンが生み出す光と影の相互作用を称賛しました—森の斑模様の影を歩くような感覚を想起させます。









左上の画像：Ralph Lauren Home

インタビュー



心を動かすデザイン

「世界中でベルリンほど自由な都市はないと思います。誰もが自分らしく、望むままに生きられる場所です」

ミラノのエレガントな中庭にあるカサ・ブレラホテルで、ベルリンを拠点とするStudio Hanne Willmannを率いる若きデザイナー、ハンネ・ウィルマン氏に会いました。

今週はミラノについて多く語りましたが – デザインの本場として知られるのも納得です! – ハンネのベルリンへの見解を聞きたかったのです。

「ベルリンは、狂ったような背景を持つ非常に特別な都市です」とハンネは言いました。「それがこの都市を自由な都市にしていると思います。世界中で、ベルリンほど自由な都市はないと思います—LA出身の人なら訂正するかもしれませんが!誰もが自分らしくいられるし、言いたいことを言える…でも、基本的には、その『自由』、『何でも受け入れる開放感』の精神が、この街の核心だと思います」。

ハンネは、製品を使う人への温かく思慮深い意識を持っています。彼女はデザイン哲学を、製品とそれを伴う人との間に生まれる愛情と表現しました。「製品にとって最も重要なのは、人々が本当に心からその製品を愛することです」と彼女は言いました。「それは単なるトレンドで、今クールだから欲しいものであってはならない。永遠に愛し続けるものになるべきです」。

「そして、それが最も持続可能なことです」と付け加えました。「製品と深いレベルでつながれば、決して手放さないからです。その後、子供に譲るかもしれません。でも、トレンドが終わったからといって手放したいとは思わないでしょう」。

トレンドは、ミラノの会話でよく話題になります。「『トレンド』という言葉は好きじゃないけど、デザイナーならみんなそう言うでしょう!」とハンネは笑いながら言いました。「トレンドって…何千もの小さなトレンドがある。私はそれをトレンドと呼ぶのも嫌なんです。多くの動きがある。そして多くのものが繰り返される。2回や3回繰り返されれば、それは良いことだわ。つまり、物事に恋をするためには繰り返しが必要なんです」。

「時には、特定の製品や色と再会する必要があるのです」とハンネは言いました。「見る回数が増えるほど、愛着が深まります」。

インタビュー





上記は、NendoがCappelliniのためにデザインした新しいセラミック花瓶コレクション「TassTumu」です。TassTumuは簡単に積み重ねることができ、真のマイクロアーキテクチャを形成します。モジュール性と層構造の概念は、日本語の「Tass」（加える）と「Tumu」（積み重ねる）という用語で表現されており、創造的で多様な組み合わせを可能にしています。

記憶が鍵、感情が扉

多忙な一週間の中、Nendoの佐藤オオキ氏が素材、感情、記憶について考えを綴ってくれたことに感激しました。

あなたにとって、素材と感情はどのように結びついていますか？
感情と結びついた3つの重要な要素があると感じています：色、素材、形。この3つの要素を慎重にバランスを取り、優先順位を付けて、人々を感情的に動かすデザインを創造することを目指しています。

感情的なインパクトを最初にイメージし、それに合う素材を探すのか、それとも素材から始まり、感情的なインパクトを解釈の余地を残すのか？
間違いなく前者ですね。まず、感情的な価値を生み出すストーリーを構想し、そのストーリーに最も適した色、素材、形、技術を検討します。パズルピースを組み立てるような、非常に論理的なプロセスです。

Nendoのデザインにおいて、記憶と懐かしさはどのような役割を果たしていますか？
記憶は非常に重要な役割を果たしています。特定の記憶に焦点を当てるのではなく、多くの人々が共有する広範な経験に焦点を当てる方が好ましいと考えています。

このような記憶をデザインに取り入れることで、ユーザーに共鳴し、感情を揺さぶるものを創造することが可能になります。記憶を「鍵」とし、感情を「扉」と考えると、適切な鍵を使うことでドアを開けることができるのです。

過去の記憶—素材や職人技—が、未来の素材や職人技をどのように高めることができるでしょうか？
私は、過去の素材や技術を未来へ進化させ、継承していくためには、最先端のテクノロジーを活用することが不可欠だと考えています。同時に、このようなコラボレーションは、高度なテクノロジーを日常の生活にシームレスに統合する手助けにもなるでしょう。

素材の面では、Nendoが現在最も興味を持っているものは何ですか？近い将来に取り組みたい新しい素材はありますか？
まだ具体的な成果はありませんが、木や石などの自然素材の表現や価値を、金属や樹脂などの工業素材に翻訳できるかどうかを現在探求しています。このテーマに沿った実験を、過去数年間毎日続けています。今後の成果にご期待ください。

ポートレート：Daisuke Yoshinari; 商品画像：Cappellini

時計回りに左上から：Edraのアームチェア；FENDI CASAのサイドテーブル；パトリシア・ウルキオラがデザインしたガラスオブジェ；トクジン・ヨシオカのアクアチェア；イタリアのサイドテーブル；FENDI CASAのサイドボードとランプ







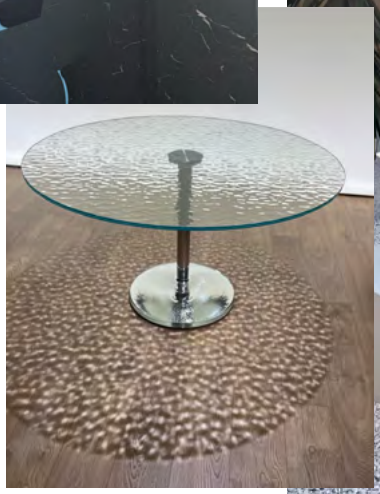
チル・ファクター

水は私たちを魅了します。『同じ川は二度と流れない』とヘラクレイトスは言いました—そのまさに捉えがたさが、私たちを捉えられないものを捉えようとする努力へと駆り立てるのかもしれません。しかし、絶えず流れる水の舞いは、氷の形で捉えられていないでしょうか？今年、水への考察は冷ややかになりました。氷のようなインスピレーションが至る所にありました。この概念は、トクジン・ヨシオカの美しいインスタレーションに完璧に表現されました。氷から彫刻されたアクアチェアのシリーズは、『光の彫刻（水を考えると、すぐに光を考える）』という別タイトルも付けられています。これらの椅子は1週間かけて溶け、氷が許すように、捉えがたいものを詩的に消去していきました。LASVITは『Soaked in Light』を発表。光と水の組み合わせで、水の流動性を探求しました。氷、水、蒸気—これらは時代を超えたテーマであり、尽きることのない源泉です。



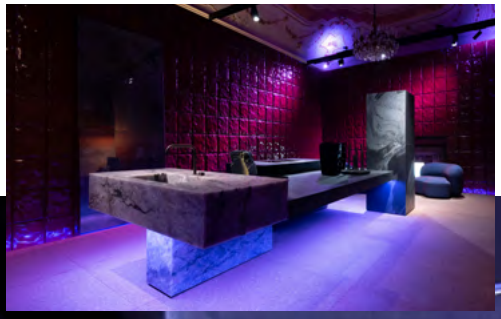


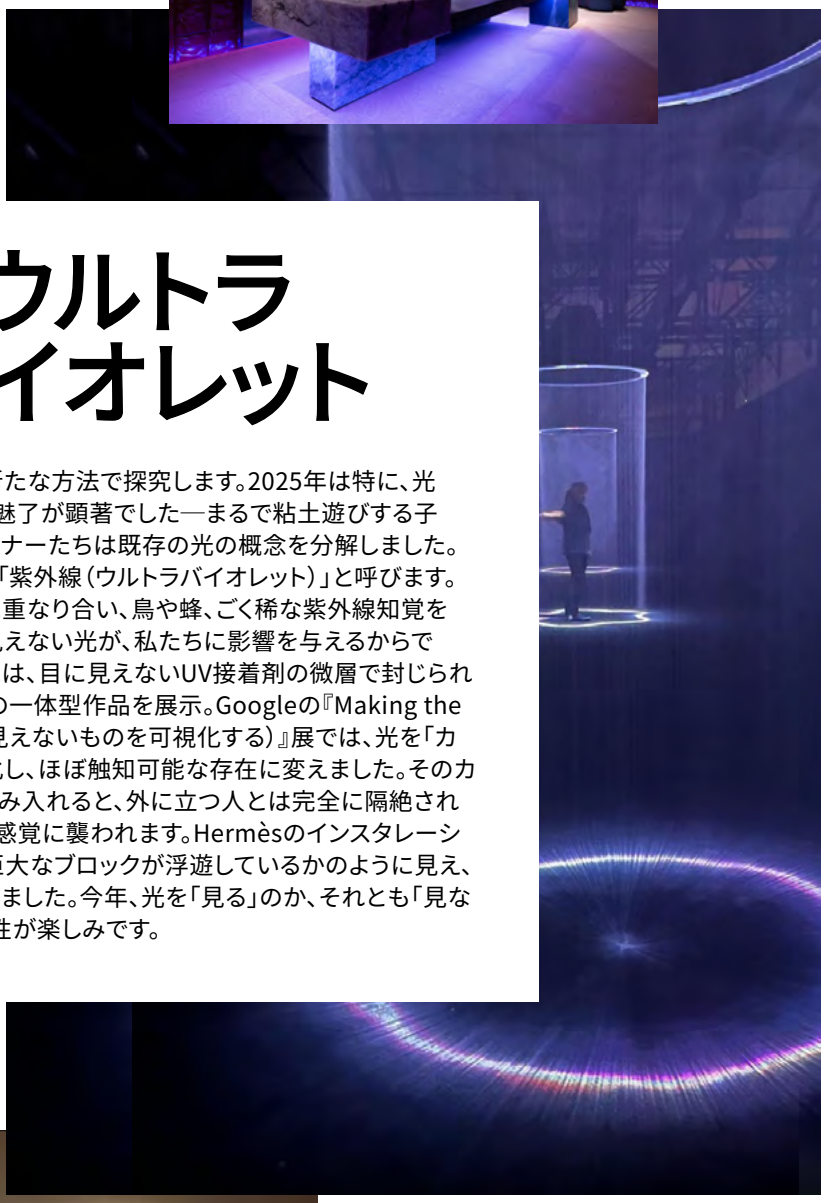




時計回りに左上から：Flosのランプ；ALECHEMICA展のルームインスタレーション；Googleの『Making the invisible visible』展；Edraのソファ；Flosのランプ；FormafantasmaがFlosのためにデザインしたランプ；Hermèsの展覧会デザイン

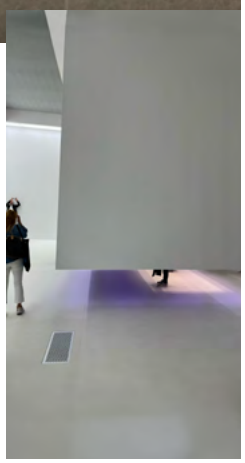


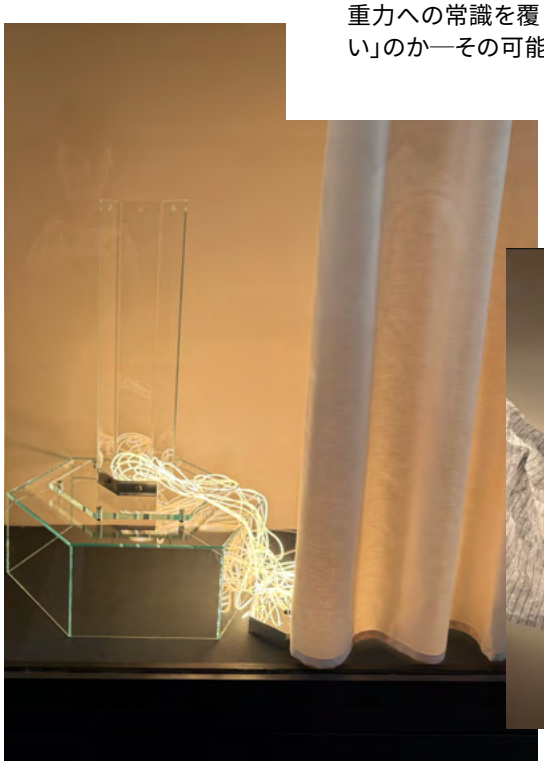


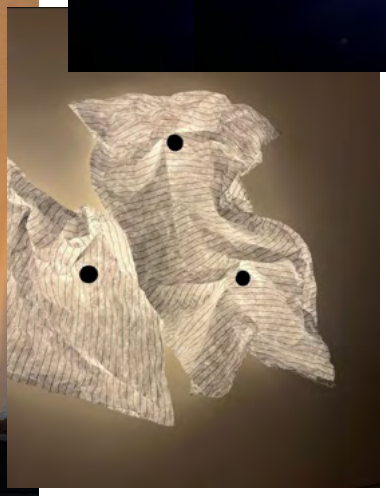


ウルトラバイオレット

ミラノは毎年、光を新たな方法で探究します。2025年は特に、光を解体することへの魅了が顕著でした—まるで粘土遊びする子どものように、デザイナーたちは既存の光の概念を分解しました。私たちはこの潮流を「紫外線（ウルトラバイオレット）」と呼びます。存在と不在が奇妙に重なり合い、鳥や蜂、ごく稀な紫外線知覚を持つ人間以外には見えない光が、私たちに影響を与えるからです。Formafantasmaは、目に見えないUV接着剤の微層で封じられたテーブルとランプの一体型作品を展示。Googleの『Making the Invisible Visible（見えないものを可視化する）』展では、光を「カーテン」として仮想化し、ほぼ触知可能な存在に変えました。そのカーテンの中に足を踏み入れると、外に立つ人とは完全に隔絶された空間にいるような感覚に襲われます。Hermèsのインスタレーションでは、光の力で巨大なブロックが浮遊しているかのように見え、重力への常識を覆しました。今年、光を「見る」のか、それとも「見ない」のか—その可能性が楽しみです。









インタビュー



変化の中での聖域への渇望

「私たちは常に物事をより良くする努力をしています。デザインでは機能を改善しようと努め、アートやデザインでは美しさを追求します」

Zanottaの美しいショールームのふかふかのソファで、ヘイワースのドイツ支社マネージングディレクター、ラリッサ・サージェント氏と対談しました。ファッション業界で15年の経験を持つラリッサは、トレンド、クラフト、生地への鋭い感性を持ちます。

まず、記憶がクラフトをどう高めるか尋ねました。「過去の記憶は、基本的にすべての基盤です」とラリッサは言いました。「人間は、獲得した知識の上に築き上げていきます。だから私たちは物事を記憶し、そこから学びます。なぜなら、私たちは常により良いものを目指しているからです」。

ファッションの背景を持つラリッサの視点から、ノスタルジーについて聞きました。「今、ある種のノスタルジーが漂っていると思います」と彼女は言いました。「それは、人工知能による技術革命や、私たちを取り巻く情報消費の仕方など、大きな変化が起こっているからかもしれません。変化は常に人間にとって怖いものなので、私たちは知っているものや安心できるものを求めているのです」。

ラリッサはいくつかのテーマが再浮上していると指摘します。「過去を想起させる色、特に温かい色が戻ってきていると思います。形に関しては興味深い点があります。一方では、バウハウスが再び注目されています。多くのデザイナーがそれにインスパイアされています。もう一方では、すべてが非常にオーガニックです—私たちは今、丸みを帯びた、非常に快適なソファに座っています」。

この丸みを帯びた、居心地の良い快適さへの傾向は、ラリッサが触れたテーマの一つです。「快適で、居心地がよく、安全を感じたいのです」と彼女は言いました。「人間として、常に保護されていると感じたいものです。素材や音響、機能性—空間でリラックスでき、快適であれば、創造性が高まるのです」。

ラリッサは、よく作られたアイテムが人々最高の仕事を可能にする方法を説明する適切なメタファーを見つけました。「何かがうまく機能すれば、摩擦はありません」とラリッサは言います。「すべてが機能するよく設計されたキッチンは、料理人が素晴らしい料理を創作するのを助けます—オフィス空間も同じです」。

インタビュー





GenslerがHWS-Haworthカスタマーエクスペリエンスセンター（中国・上海）は、人と自然、空間、テクノロジー、家具をつなぐ人間中心のデザインによって、ブランドショールームの在り方を再定義しています。生産性を高め、イノベーションを促すために設計されたコラボレーティブな空間であり、健康、ウェルビーイング、そして社会的つながりの促進にも貢献しています。

デザインの再発明

「この街は本当に刺激的で、創造的で、多くのことが起こっています。アートと製品の組み合わせが大好きです」

Cassinaのショールームの素敵なコーナーで、Genslerミュンヘンのデザインディレクター、ピーター・シェーファー氏を招き、デザインにおけるAIについて対談しました。

「私たちはデザインプロセスの初期段階でAIを主に活用しています」とピーターは述べました。「場所の特性を深く理解するため、歴史や建物の特徴、街並み、地域の重要な要素を学ぶのに役立ちます」。

ピーターとチームにとって、AIツールはアイデア出しの補助ツールとして機能します。「プロトタイピングの初期段階で、多くのイテレーションを迅速に試すのに非常に役立ちます。何が可能かを理解する段階です」とピーターは付け加えました。「AIに突飛なアイデアをどんどん出してもらいましょう。もしかしたら、そこから何かが生まれるかもしれません。誰にも分かりませんからね」。

私たちは、AIの普及が手作りの要素への愛着を高めるかどうか尋ねました。「手作りの価値は確実に高まっています。すでに、自然素材や手作りの要素を求める傾向が見られます」。

しかし、人間のデザイナーとAIツールの対比よりも、ピーターは両者の調和した関係に興味を持っています。「両者の融合がどうなるか本当に興味があります」と彼は言います。「アートやクラフト、プロダクトデザインに融合し、両者の利点やポジティブな側面が融合して、これまで考えられなかった新しいものが生まれるかもしれません…デザインを見る方法を根本から再発明するかもしれませんね」。

ピーターはAIツールの大きな可能性を認識しつつも、現実的な課題も指摘しています。「ソフトウェアの所有権にも注意が必要です」とピーターは言います。「誰もがアクセスできるのか？ どのようなデータから学習しているのか？」と問いかけ、さらに「良いデザインとは何かを定義するのは誰なのか？」と付け加えました。

サステナビリティに関する懸念も深刻です。「それがAIに関する最も興味深い質問です」と彼は述べました。「AIは私たちに大きな恩恵をもたらしますが、莫大なエネルギーを消費します…そして冷却にも多くのエネルギーが必要です。残念ながら、そのエネルギー源は最も持続可能なものではありません。テクノロジー企業はエネルギー使用についてより透明性を高めるべきです。共有すべき情報がたくさんあると思います」。

しかしピーターは楽観的です。「まだ初期段階ですから」と付け加えました。「だから、希望はあります」。

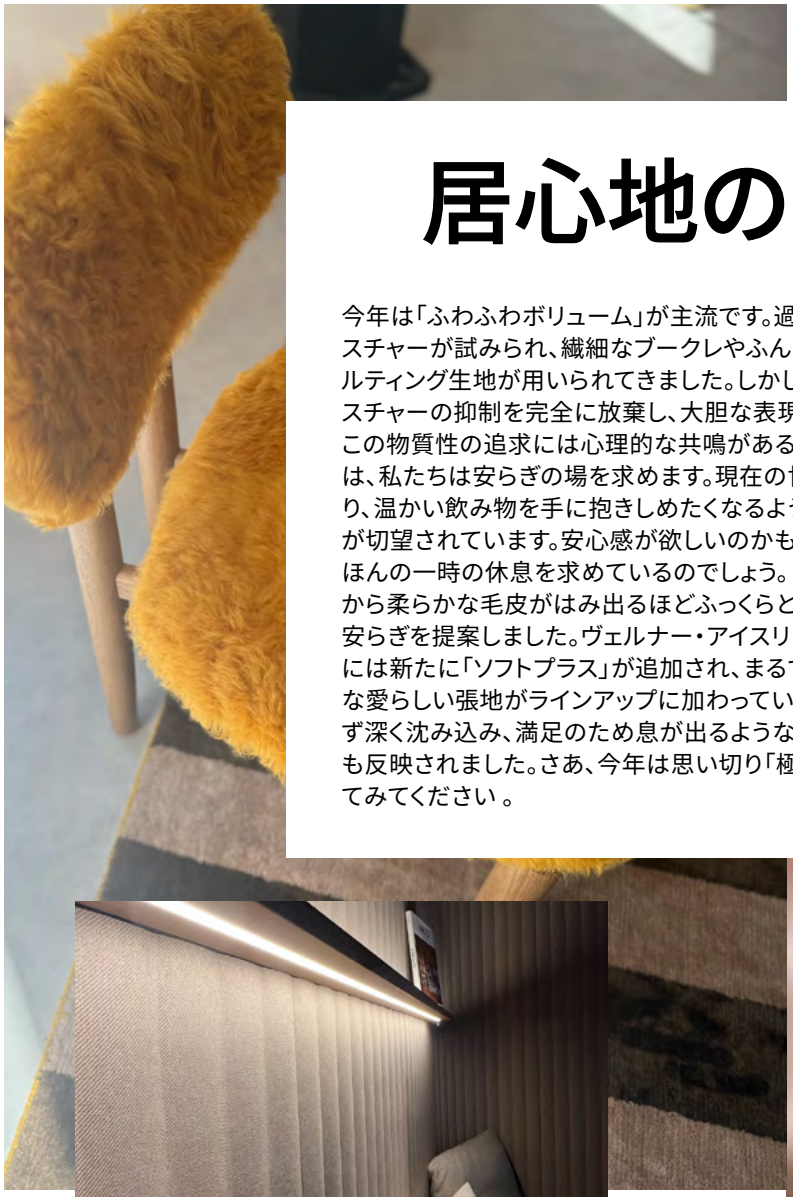
ポートレート：Peter Schäfer



時計回りに左上から：Cappelliniのソファ; Cappelliniのアームチェア; FENDI CASAのソファ; Zanottaのラグ; FENDI CASAのアームチェア; Kettalのウォールカバーリング; FENDI CASAのダイニングチェア

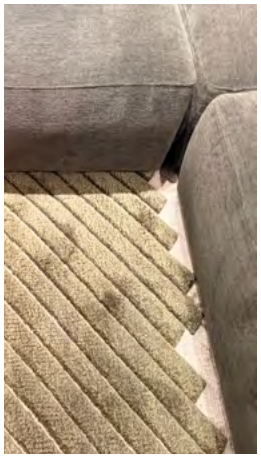






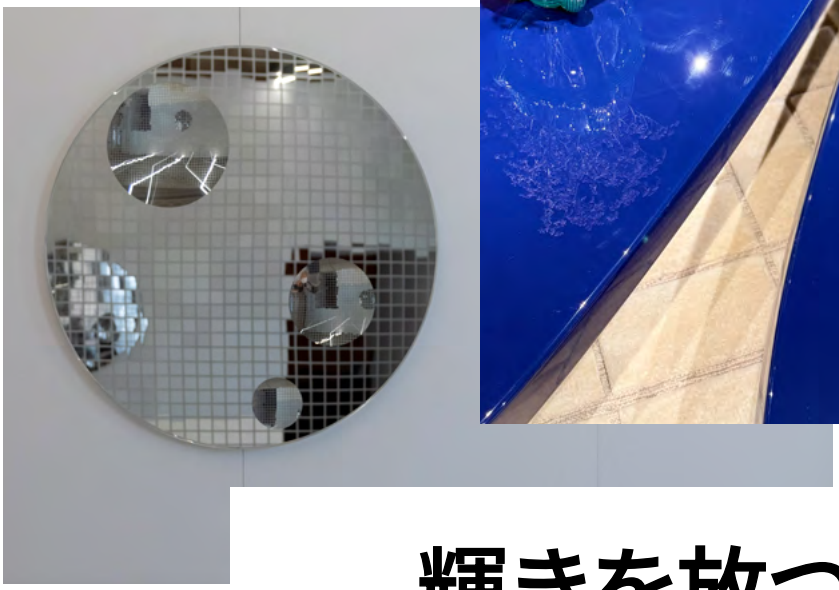
居心地の良さ

今年は「ふわふわボリューム」が主流です。過去数年は控えめなテクスチャーが試みられ、繊細なブークレやふんわりしたセーターやキルティング生地が用いられてきました。しかし今年は、ブランドがテクスチャーの抑制を完全に放棄し、大胆な表現へと踏み切っています。この物質性の追求には心理的な共鳴があるようです。混乱の時代には、私たちは安らぎの場を求めます。現在の世界情勢は激動しており、温かい飲み物を手に抱きしめたくなるような居心地の良い空間が切望されています。安心感が欲しいのかもしれません。あるいは、ほんの一時の休息を求めているのでしょう。FENDI CASAは、縫い目から柔らかな毛皮がはみ出るほどふっくらとしたソファなど、極上の安らぎを提案しました。ヴェルナー・アイスリンガー氏の「Juli Chair」には新たに「ソフトプラス」が追加され、まるで子猫の毛並みのような愛らしい張地がラインアップに加わっています。この渇望は、思わず深く沈み込み、満足のため息が出るような丸みを帯びたソファにも反映されました。さあ、今年は思い切り「極上の居心地」を追求してみてください 。





左上と中央の画像：Cappellini



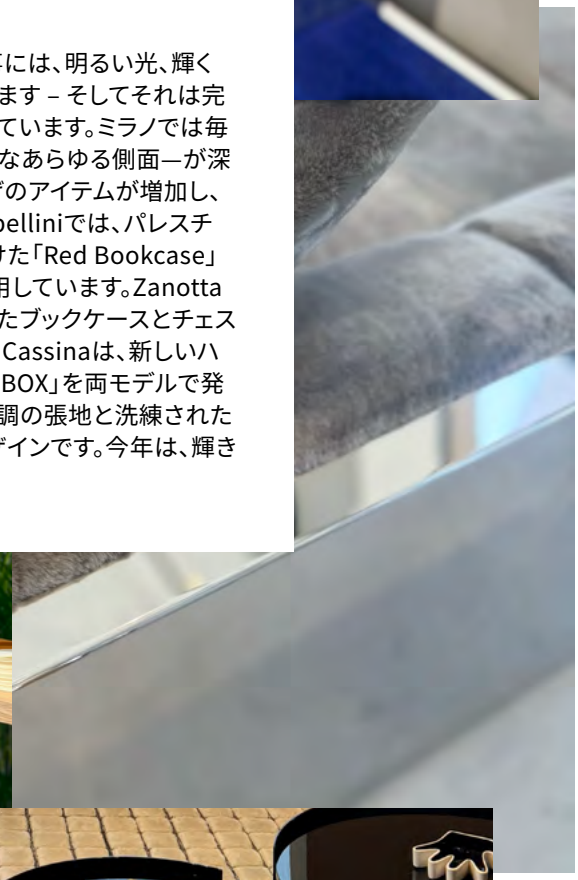


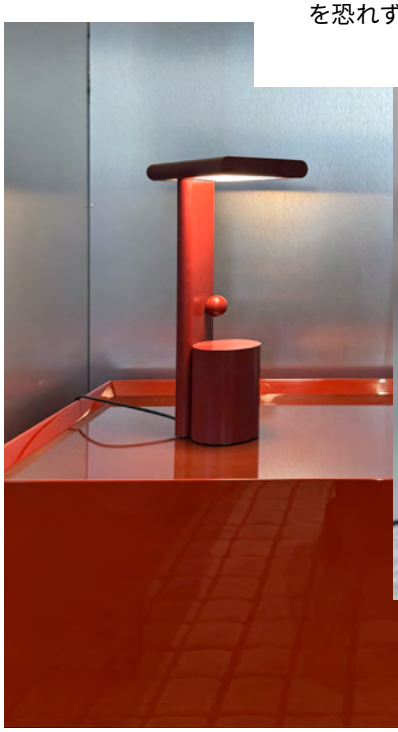
時計回りに左上から パトリシア・ウルキオラ設計のミラー；Cassinaのコーヒーテーブル；Cassinaのシェルビングユニット；FENDI CASAのソファ；Cassinaのコーヒーテーブル；Zanottaのブックケース；Cassinaのチェスト；Cappellini のブックケース

輝きを放つ

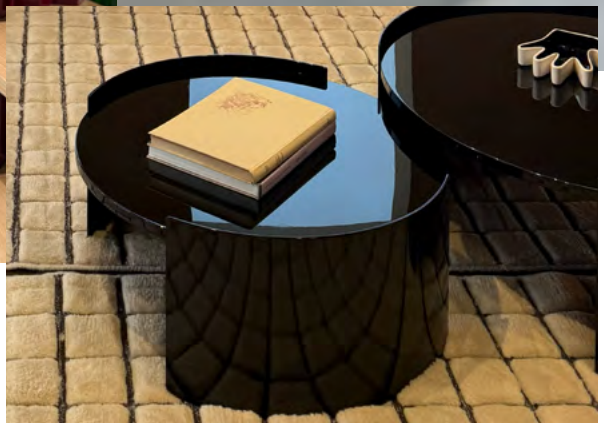
ミラノデザインウィークに関するあらゆる記事には、明るい光、輝く星、輝かしい照明に関する言及が必ず含まれます – そしてそれは完全に正確です！私たちは光と反射に魅了されています。ミラノでは毎年、光の本質—物理的、反射的、詩的、瞑想的なあらゆる側面—が深く探求されます。製品面では、鏡や鏡面仕上げのアイテムが増加し、特に光沢感が前年比で向上しています。Cappelliniでは、パレスチナの女性建築家デュオREJO studioが手がけた「Red Bookcase」が、大胆なオープンポアラッカー仕上げを採用しています。Zanottaは、ムラー・ヴァン・セヴェレン氏がデザインしたブックケースとチェスト「Z24」を展示。深い赤の光沢が特徴的です。Cassinaは、新しいハイグロス仕上げのコンテナシリーズ「GHOST BOX」を両モデルで発表。FENDI CASAのソファは、ふかふかの毛皮調の張地と洗練された反射するクローム仕上げを組み合わせたデザインです。今年は、輝きを恐れずに。











左中央の画像：Cappellini

インタビュー



過去を振り返り、未来を見つめる

「私たちは、しっかりとした根を張りながら、空に向かって大きな葉を広げる美しい木のような存在だとよく言います」

Poltrona FrauのCEO、ニコラ・コロプリス氏と会った朝、ミラノは最も美しい姿を見せていました。ショールームの上の明るいテラスで、イタリアの最も歴史あるブランドの一つにとって、クラフト、記憶、遺産が何を意味するかを話しました。

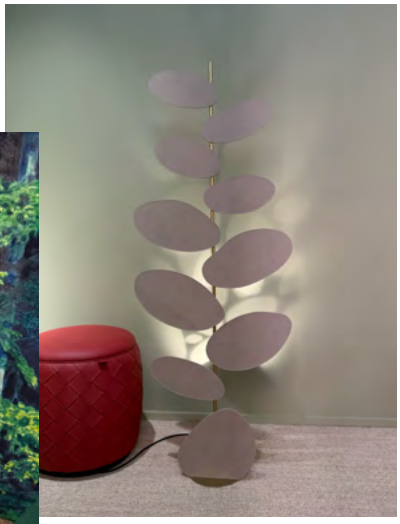
「まず第一に、この遺産を代表することは大きな誇りであり、大きな栄誉です」とニコラは言いました。「これは実際、私たちのブランドの創設の根源です。しかし、この遺産を保存し、生かし続けることは大きな責任でもあります」。

「そして、それを実際に生かし続ける唯一の方法は…」とニコラは付け加えます。「それはまさにイノベーションと継続的な研究開発を通じてです…私は、私たちは非常に堅固な根を持つ美しい木のようなものだとよく言います。しかし、空に向かって伸びる大きな葉も持っています。これは、私たちの遺産が基盤であり、その上に築き上げていることを示すメタファーです」。

豊富なアーカイブを持つにもかかわらず、Poltrona Frauは時代を超越しています。「私の友人であり、尊敬する著名な建築家であるミケーレ・デ・ルッキ氏が、Poltrona Frauについてこう言いました。2025年に開発された製品が、100年以上前にデザインされた製品と問題なく並べられる唯一の会社だと。それらには同じ家族のような絆があり、職人技、品質、イタリアのエレガンスという同じ価値観に根ざしているからです」。

Poltrona Frauは、その品質の伝統を継承するために努力しています。「私たちの目標は、実は自分たちの職人学校を創ることです」とニコラは言いました。「昨年、アトリエ・デイ・サペリ（職人アトリエ）という実験を行いました。Poltrona Frauの退職した職人たちが、若い人たちに革の切り方、縫い方、製品の張り方を教えたのです。そのコースに参加した女性の一部は、現在すでに当社で働いています」。

Poltrona Frauは豊富な記憶の宝庫を持っていますが、ブランドは過去の成功に甘んじていません。「私たちは決して懐古的ではありません」とニコラは言います。「過去は学ぶべき良い記憶です。現在は私たちが生きるものです…過去を振り返りますが、常に未来を見つめるという考えの元に」。



時計回りに左上から：Cassinaのアーチチェア；Poltrona Frauのランプ；Saint Laurentのアーチチェア；Vico Magistrettiのアーチチェア（Kettal）；Poltrona Frauのアーチチェア；Cassinaのアーチチェア

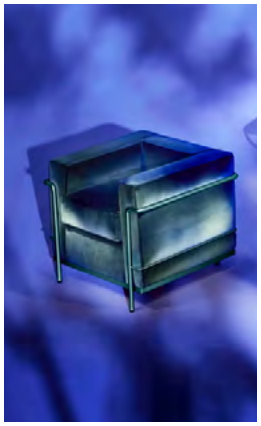






過去完了

過去、現在、未来：ミラノデザインウィークは、必然的に振り返りをするひと時です。アイコンの記念日を祝う一方で、クラシックなビジョンを未来―前例のない変化を遂げる世界―にどう持ち込むか格闘する時期です。記憶をどう生かし続けるか？忘れ去られたものをどう蘇らせ、過去の天才たちに正当な評価を与えるか？デザイン愛好家なら、シャルロット・ペリアンが年々存在感を増していることに深く感動するでしょう。Saint Laurentは彼女のアーカイブから未公開のデザインを展示し、その中には美しい「Le Fauteuil Visiteur Indochine」も含まれていました。Cassinaは「Staging Modernity」展で、ル・コルビュジエ、ピエール・ジャンネレ、シャルロット・ペリアンのコレクションの60周年を祝いました。また、Poltrona Frauは、ジオ・ポンティの「Dezza」を、ポンティのイラストレーションで特別に展示し、60周年を記念しました。常に先見の明のあるミラノでは、過去は良い手に委ねられています。

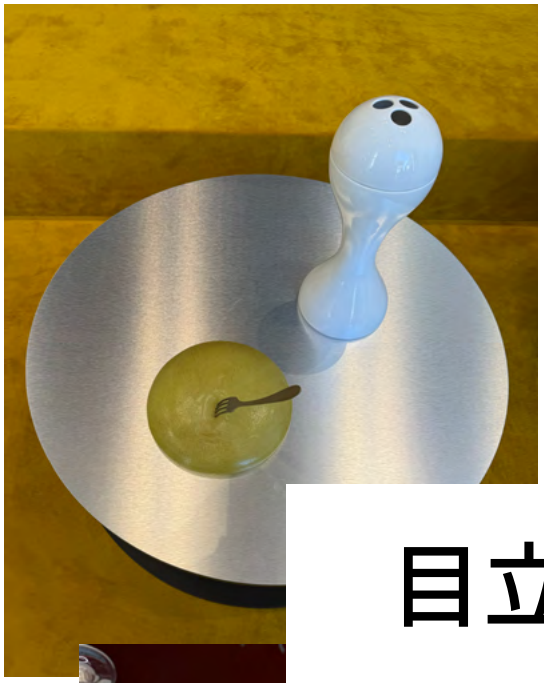




左上の画像：Saint Laurent；« Staging Modernity » 画像：Cassina

トレンド

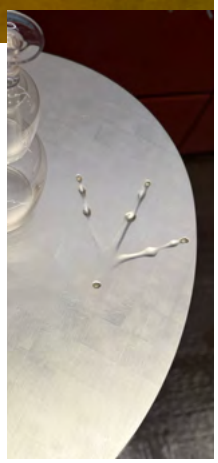
時計回りに左上から：Cappelliniのコーヒーテーブル；Louis Vuittonのフットサルテーブル；Dolce & Gabbana Casaのアームチェア；Poltrona Frau×Fornasettiのアームチェア；Zanottaのビーンバッグ；Dolce & Gabbana Casaのアウトドアサンラウンジャー；Cassinaのミラー；Cassinaのテーブル





目立つスタイル

流行りや廃れ、その中間に関わらず、常に他と一線を画すピースが存在します。これはミラノで毎年最も興奮するテーマの一つです – どのピースがアイデアを極限まで追求しているのか？Louis Vuittonの「オブジェ・ノマド・コレクション」には、バイオモルフィズムから着想を得たフットサルテーブルがラインナップされました。レオパード柄は目立つための悪い選択肢ではありません。Dolce & Gabbanaのホームコレクションでは、猫をモチーフにしたチェアがそれを証明しました。Poltrona Frauは、Fornasettiの蝶とテキストのプリントを施した、レンツォ・フラウのクラシックな1919年製アームチェアを展示しました。Cassinaはイタリアのアーティスト、ピエトロ・テルツィニとコラボレーションし、「ME FROM OUTSIDE」を制作しました。文字通りの反射と比喩的な反射を融合させた感動的なインスタレーションには、「WE SEE WHAT WE WANT TO SEE」と書かれた鏡が組み込まれていました。そして、革新的なデザインで知られるZanottaは、アイコン的な Saccoを多様な形で再解釈しました。











左上と下中央の画像：Dolce & Gabbana Casa；右中央の画像：Poltrona Frau

インタビュー



美しい空間、豊かな人生

「ミラノデザインウィークに来るたびに、これらのライフスタイルブランドがデザインの進化を推進しているのを見ることができます」

ヴィア・ドゥリーニの喧騒の中、Cassinaのアウトドアラウンジは静けさの泡を創り出し—Euro Creationsの魅力的な副社長、アナンド・アモルナッタナヴェイと座談するのに完璧な場所でした。

バンコクを拠点とするEuro Creationsは、Cassina、Poltrona Frau、ヘイワースをタイをはじめ世界中のクライアントに提供しています。「私たちは『美しい空間で人生はより良くなる』と信じています」とアナンドは述べました。「人々はより多くの美とデザインを求めています…空間が適切であれば、人はより良い気分になるのです」。

アナンドは「ブランドの裏にある人生」を探求しています—優れたブランドと平凡なブランドを区別するそのエネルギーです。家族経営の企業として、彼はヘイワースとEuro Creationsに共通する精神を見出しています。「家族経営のブランドは、起業家の精神と細部への配慮の精神を製品に反映させます」とアナンドは言います。「これらの全てが製品に、ブランドに反映されるのです」。

アナンドはタイのデザインにおける細部と職人技について語りました。「北へ、東北へ行くほど、私たちの独自のスタイルの職人技が見られます。それは美しいものです。多くのタイ製品がヨーロッパのブランドに影響を与えたり、インスパイアしたりしています…文化の融合がデザインをより興味深いものにしています」。

アナンドはミラノデザインウィークについて、デザインのダボス会議と呼ぶほど驚かされるイベントだと述べました。「毎回訪れるたびに、ライフスタイルブランドがデザインの進化を牽引しているのを見ることができます」と彼は語りました。しかし、これらのブランドが進化する中でも、アナンドはCassinaとPoltrona Frauが独自のDNAを一貫して維持している点を指摘しま す。「最も重要なのは、ブランドのルーツを忘れないことです」と彼は述べました。

私たちは、時間と記憶についての議論で会話を締めくくりました。「過去を無視することはできません。なぜなら、過去は現在に起こっていることであり、何らかの形で未来に影響を与えるからです」とアナンドは言いました。彼は、Cassinaのル・コルビュジエ、ピエール・ジャンネレ、シャルロット・ペリアンコレクションについて、ほぼ100年経っているにもかかわらず、完全に新鮮な印象を与えると絶賛しました。このようなデザインは「時代を超えた」ものだとアナンドは言いました。「正しくデザインすれば、それは単にその時代の時空に存在し、永遠に続くでしょう 」。

インタビュー





ミラノのフォーラム・プロジェッティにあるヘイワースのショールーム

人と空間の交差点

「必ずしも商業空間である必要はありません。レストラン、ホテル、住宅―現在では『Interiors in Motion』を通じて、車両、ボート、ヨット、飛行機など、あらゆる空間にヘイワースの提案が可能です」

ブライアン・ケリー氏は、部屋を明るく照らす存在です。ヘイワースの中東・アフリカ地域マネージングディレクターを務めるほか、最近、欧州・中東・アフリカ地域の不動産とA&D部門の責任者に就任しました。ミラノの新規ディーラーショールームで、ブライアンにヘイワースの変革について尋ねました。

「ヘイワースは過去10~15年間で大きなブランド変革を遂げました」とブライアンは述べましました。この変革の「触媒」となったのは、ヘイワースのライフスタイルブランドです。「ライフスタイルブランドの追加、特にイタリアでの展開により、市場への製品ラインナップを多様化できただけでなく、A&Dコミュニティにおけるブランド価値を向上させることができました」。

「私たちは組織として『We Lead with Design』をコアバリューの一つとして追加しました」とブライアンは続けます。「それ以来、商業インテリア部門がパトリシア・ウルキオラ氏のようなデザイナーとのコラボレーションを展開するようになりました。これにより、商業インテリアブランドとライフスタイルデザインブランドの間で橋渡しをしているのです。その点で、今年はミラノでPantoneとのコラボレーションを発表できたことは大変嬉しく思っています。Pantoneは、ミラノでローンチするにあたり、私たちにとって非常に興奮するプロジェクトです」。とブライアンは述べました 。「Dualitiesは光と闇の橋渡しであり、デザインが常に進化し続けることを象徴しています」。

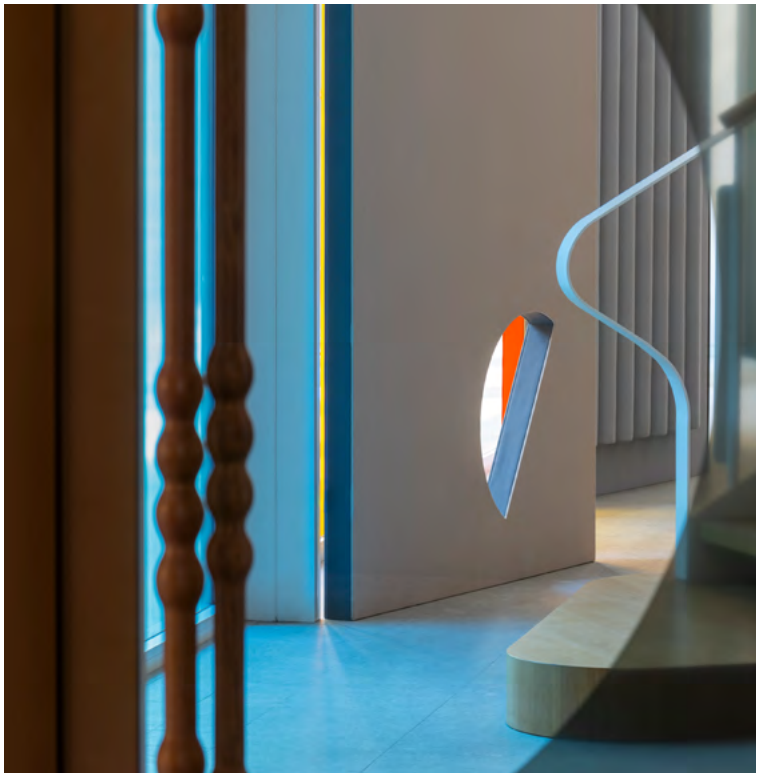
PantoneのDualitiesコレクションは、パトリシア・ウルキオラのウロボロスのインスタレーションで披露されただけでなく、特別限定版のHaworth Cardigan Loungeチェアにも採用されました。「Haworth Cardiganは美しく、快適で、そのカテゴリーで最も持続可能な製品の一つです。これまで大成功を収めています」。

ヘイワースがデザイン主導のブランドとして地位を確立することは、デザインコミュニティにおける新たな可能性を開くでしょう。「私たちはオフィス家具会社から、人々と空間の交差点となる企業へと進化しました」と彼は言います。「必ずしも商業空間に限る必要はありません。レストラン、ホテル、住宅―現在では『Interiors in Motion』を通じて、車両、ボート、ヨット、飛行機まで手がけています。これらのすべての環境において、ヘイワースの提案が可能です」。

「あとは何が残っているでしょうか？」と尋ねたところ、ブライアンは笑いながら「空間です」と答えました。「月面に家具が必要なら、私たちはそこに駆けつけます！」

ショールームの画像：Giulia Maretti

最後に



旅を続けよう

ミラノデザインウィーク2025は、デザインを祝う祭典でした 。驚嘆すべき、意外な、そして壮観な作品が並びました。時代を超えたデザインが新たな視点から再考され、クラシックな素材が再解釈され、喜びに満ちた色が限界を突破しました。

Spark – 私たちのブログ
オフィススペースやその先の知見をテーマにした厳選コンテンツをご覧ください。

Instagram
Instagramでフォローして、最新のイベント、トレンド、インサイトをチェックしてください。

毎日のダイジェスト
毎日、現地から届ける驚異的な、驚くべき、そして壮観な体験：ミラノデザインウィーク 2025を再体験してください。

クリエイティブなマインド – デザイナーインタビュー
ミラノをはじめ、世界中のデザイナー、イノベーター、ビジョナリー（先見の明を持つ人々）たちの声を直接お届けします。

画像：Kvadrat/Matteo Girola