

# 春のミラノはサローネの季節



①

4月のミラノと言えば世界最大規模で開催されるデザイン祭典「サローネ」の季節です。今年で57回目となる歴史あるイベントで、当初は見本市会場内のみで行われていたインテリアの国際見本市でしたが、徐々にデザイナーやメーカー、バイヤー、メディアの出会いの場として、またインテリアメーカーのデザイン哲学をプレゼンする場として、さらには世界に発信する企業のブランディングの舞台として、もはや見本市会場の外に飛び出してミラノの街中を巻き込んだ一大イベントに発展していきました。

## 見

本市会場での展示会は人々が集まって語らう場であるサロンを意味するミラノサローネの名で長く親しまれてきましたが、街中にも展開されるようになった展示はサローネの外を意味するフォオリサローネと呼び分けられ、今ではミラノデザインウィークとも呼ばれています。

## そ

の規模は、ファッションの街として知られるミラノでも年2回のファッションウィークは限られた業界人のみ招待されるのと違い、デザイナーから学生や観光客まで誰でも参加して楽しめるイベントとして大きく発展し、今年には実に1週間、188カ国より史上最高の43万人の出入を記録して前年比26%増を記録しました。出展者

文／西村清佳(イタリア在住)

写真／プレス提供(①③⑥⑧⑪⑫⑭⑮)、西村清佳(②④⑤⑦⑨⑩⑬⑯⑰)

数も33カ国から1800を超える展示を展開し、まるで街中がデザイナーのギャラリーになったかのようです。夜になればそこかしこでパーティーが開催され、シャンパングラスを片手に招待客がデザイン談義を夜更けまで楽しむ姿が見られます。サローネ期間中は、華やかに街を彩る人々を観察するのもまた楽しみの一つです。

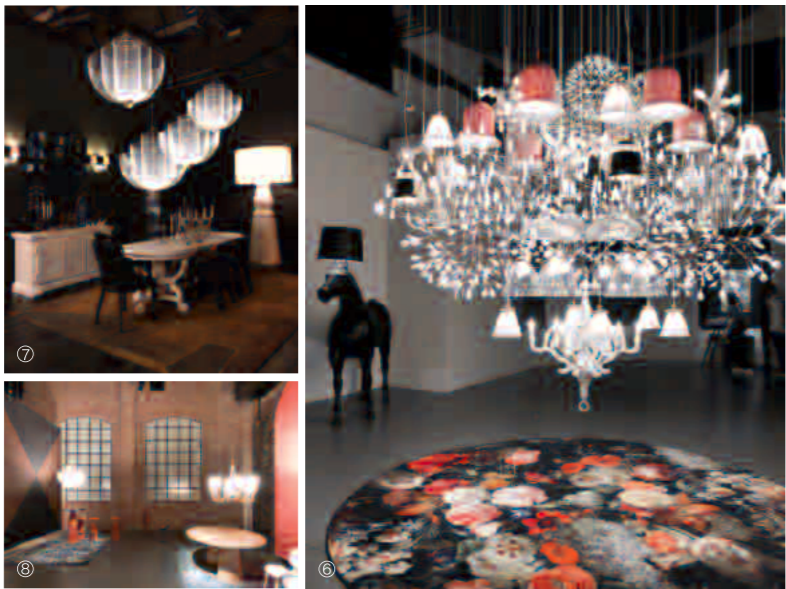


④⑤スーパースタジオで最も人気の展示だったnendo

②夜遅くまで人通りの絶えないブレラ地区。  
③街中で最も人出の多いスーパースタジオ。

## 毎

回前衛的な展示で人気なのがオランダ発のインテリアブランド、mooiの展示です。デザイナーのマルセル・ワンダースが立ち上げた、大人の遊び心あふれるレトロとモダンの混じり合う独創的なデザイン路線で知られています。



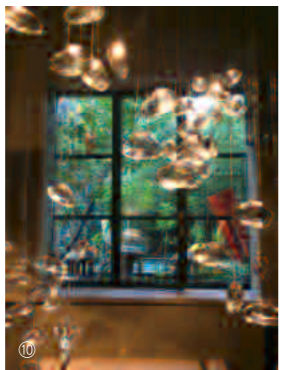
⑥⑦⑧

⑥⑦⑧オランダ発ブランド、mooi(モーイ)の展示。

花が咲き誇る中庭にはデザイナーたちが集い、都会の喧騒から離れたオアシスのような空間が魅力です。



まるで都会の喧騒を離れた別世界の中庭。



若手デザイナーの登竜門、ロッサーナ・オルランディのギャラリー。

## パ

オラ・レンティは1994年に設立された比較的新しいイタリアのブランドです。グラフィック・デザイナーだったパオ・レンティが自動車の工業資材からインスピレーションを得て、自身の名前を冠したブランドを立ち上げました。昨年よりアートやカルチャーの発信基地として再開発の進む工場跡地エリアに会場を移

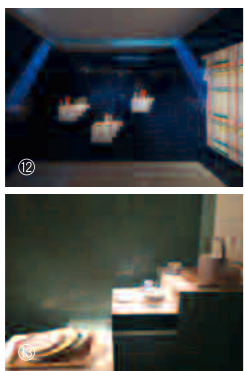
し、「ELEMENTI ELEMENTO」をテーマとした色彩に富んだ展示を展開しました。



⑪⑩まだ新しいイタリア発ブランド、パオ・レンティの展示。

## フ

アクションの街ミラノにふさわしく、世界的なファッションメゾンもこのサローネにブランドカラーを発信することを忘れません。ブルガリやフェンディ、ルイ・ヴィトンなど数多くのメゾンが出展している中で注目的となるのはエ



⑬⑭老舗メゾン、エルメスのホームコレクション。



⑫⑬⑭老舗メゾン、エルメスのホームコレクション。

ルメスの展示です。今年も街中のベルマネンテ美術館を独占してテブルウエアやラグなど新作のホームコレクションを発表しました。

## イ

ンテリア業界のみならず企業のブランディングの舞台でもあるサローネでは、ソニーやパナソニック、レクサスなど日本の企業も存在感をアピールしています。中でもデザインの殿堂とも言えるトリエンナーレ美術館に今年初出展したグランドセイコーは、「THE FLOW OF TIME」をテーマに、思わず時を忘れてしまう美しいインスタレーションで注目を浴びました。



⑮



⑮⑯今年が初出展のグランドセイコーによるインスタレーション