

Designtexの社長が語る：2017年の4つの素材トレンド

🕒 所要時間 10分

働く「場」における2017年の素材のトレンドに関して、テキスタイルブランド、Designtex社のSusan Lyons社長が語っている。

Aテキスタイル、ウォールカバリング、表面材などの開発をリードするDesigntex社の社長であるSusan Lyons氏は5年にも渡り、いかに環境負荷の少ない製品を開発するかの研究開発に力を入れ、そのイノベーションに向けてチームを率いてきた。Steelcaseのグループ会社でもあるDesigntexは、建築や空間のための張り地、仕上げ素材のデザイン、開発、製造のリーディングカンパニーで、時代のトレンドを網羅したカタログは常に進化しつづけている。

同社の製品開発チームは、いかに製品やサービスに時代のファッション、アート、カルチャーを反映させるかに注力している。Steelcaseの360編集部は2017年のオフィスにおける彼らのトレンド予測を聞いた。

1.

働く「場」のホスピタリティ

今、オフィス環境には大きな変動が起こっているという。人々は働く「場」によりリラックスした住宅のような環境を求めているのだ。同社は以前からオフィス空間でよりホスピタリティのある雰囲気を出出創出することを目指していたが、ようやく、大企業がこのホスピタリティという概念に前向きになり始めている。例えば、柔らかな仕上げや張り地を使用するなどホテルのような雰囲気をオフィス空間に取り入れ、人々がより快適に仕事ができるようにしようというものだ。

「これは今、大きな関心事です。まさにテクノロジーに対する癒しであり、1970年代に起こった自然回帰を思い起こさせます。」とSusan氏は語っている。

しかし、その企業文化が最適にフィットするかは人によってさまざまである。ホスピタリティとは、空間に輝きをもたらすもので、それがすべての人にとって合うとは限らない。ある人はほっこりした(Hyggeヒュッゲ)雰囲気を求めている。Hyggeとはデンマーク語で居心地のよい空間や時間を意味する。人生を楽しもうというデンマークならではの言葉だ。ハンドメイド素材、蝋燭の柔らかな炎や触り心地の良さはこのHyggeの雰囲気を演出する要素である。

2.

ストーリーを表現する手法

仕事ができるようになった今、人々は働く「場」にさまざまな空間や仕上げの選択肢ができるような環境を求め始めている。企業のストーリーを伝えるのに空間の中の素材を活用するという手法がある。それは企業ブランドに向けてのストーリーづくりであり、働く人々の会社への帰属意識やつながりを強固なものにするためのアプローチだ。

「空間を通して会社精神や会社としての存在意義とは何かをストーリーとして伝えようとしている企業もあります。視覚的手法でストーリーを表現しようという試みです。」とSusanは語る。

最近、同社はある大企業とパートナーを組み、彼らのハワイにあるオフィススペースで、地元の自然な風景とつながる空間づくりを試みた。結果、地域固有の植物の写真と伝統的なハワイのカパ布を絡めたウォールカバリングが空間に広がった。空間を通して、地域文化を職場環境に組み入れ、ハワイの起源を示す神話を伝えることで、働く人と企業文化をつなぎ、そこを訪れる来客との間に積極的なコミュニケーションが生まれた。

3.

バイオフィリア

ハワイのウォールカバリングは、素材やバイオフィリア（生物や自然への愛）の両方をストーリーとして表現している。人間は本能的に自然や他の生物とのつながりを求める生き物で、職場に自然を取り入れようという傾向も理解できる。このバイオフィリアという概念は、既に医療現場でも積極的に活用されているが、他の分野にも生かされ始めている。

人間と他の生命システムとの間に強いつながりがあるという考え方は、決して新しいものではないが、働く「場」にその概念を持ち込もうという動きは最近のデザイントレンドともいえよう。植物のような自然要素が人間の気持ちや思考を高めるのに役立つという研究もある。ロンドンに本社を置く国際的な不動産・インフラストラクチャーの企業グループであるLand Lease社は、4000以上もの観葉植物をオフィスに設置した。これは一人あたり6つの植物ということになる。植物は体内の毒素を排出したり、湿度のバランスを維持したりするのに加え、働く人々のウェルビーイングを向上させることにも貢献するのだ。現代において、このバイオフィリアというアプローチは決して植物の活用だけに限らない。自然の画像をプリントして、職場の壁や床、家具などに取り入れることも行われている。

4.

カスタマイズ

DesigntexのBespoke Surfacesは、幅広い表面材に印刷できる画像コレクションで、Clint Fulkersonの作品を含む24人ものアーティストによるオリジナルアートワークを含む。

今日、多くの人々が企業然とした画一的な雰囲気拒絶反応を示し、職場でのパーソナル化やカスタマイズを強く要求しはじめている。人間は何か自分の足跡を残したいのだろうか。同社は真に機能する働く「場」の創造に向けてあらゆる可能性を模索している。

例えば、Made to Measure プログラムという、世界的に名のあるアーティスト、イラストレーター、フォトグラファー、デザイナーたちの作品を抱える画期的なコレクションもある。これはウォールカバリングで何か表現力のある空間をつくるには最適である。Designtex Bespoke は他にないユニークなものを欲している場合に、カスタマイズという効果を最大限に発揮する。それは企業としてのアイデアやビジュアルコンセプトを、デザイン開発、イメージソーシング、カラーマネージメントや印刷の専門技術と融合させることで、働く「場」をより魅力的で刺激的なスペースに変えていく。

Rebecca Charbauski
Senior Communications Specialist

Rebecca, an Emmy-winning journalist, reports on global research impacting the places where people work, learn and heal. Over her career, Rebecca spent 17 years covering local and national news events on television and a variety of digital platforms. She directed a digital news group in Kansas City for three years before becoming news director in Grand Rapids, Michigan for more than five years. Prior to Steelcase, Rebecca worked with one of the four largest media groups in the United States to coordinate news coverage among 48 newsrooms from the east to west coast.