



Club Palette Vol.50

カラーの最前線を歩く vol.24

素材と真摯に向き合う 素材からインスピレーションをもらい 新しいデザインの地平を見つめる

CMFは、プロダクトデザインの過程においてとても重要な要素だが、色ありきで始まる素材へのアプローチだけでは十分満たされないケースもある。昨今では、サステナブル、SDG'sといったキーワードが社会通念となり、ものを創出する際にまずは「素材」そのものと真摯に向き合うことが以前より多く求められるようになってきた。素材を通じて見える新しい景色とは何か？まったく新しいデザインアプローチを求めたい。そんな多くの企業やクリエイターに素材提案を行い、諸々の問題解決に伴走し、さまざまな商品開発にユニークな手法でサポートを行っているのが、マテリアルコネクション東京だ。

ニューヨークを本拠地に世界展開しているこの会社の東京六本木にあるショールームをお訪ねして、その独自のアプローチとソリューションについて、代表取締役の吉川久美子さんと、カスタマーリレーションシップリーダーの濱田裕子さんに詳しく伺った。



マテリアルコネクション東京

代表取締役

吉川 久美子さん(左)

カスタマーリレーションシップリーダー

濱田 裕子さん(右)

Every Idea Has a Material Solution®

—素材をどうものづくりに繋げていくかのソリューション…

たいへんユニークなアプローチですね。詳しい内容をお聞かせいただけますか？

濱田 弊社では、Every Idea Has a Material Solution®というスローガンを掲げて、クリエイターやデザイナーの方々の頭の中にあるアイデアを、実際にプロダクトとして世に出すための、素材に関するさまざまなソリューションを行っています。

—デザイナーの方々は、まったくの無の状態から、何らかのマテリアル(素材)を使って形にしていかなければならないですね。どういう質感で、どんな色の商品にするか？ どんな形状にするのか？ それは素材次第とも言えると…。

濱田 はい。弊社では企業の商品開発を行っている方、クリエイターやデザイナーの方たちに対して、アイデアを実現するためのお手伝いを行っています。

ここを訪れる方たちの中には、まだアイデアにまで具現化されていない、もやもやした想いを抱えた人も多くいらっしゃいます。そういった人が、ここを訪れ、さまざまな素材に触れることによって、創作意欲がインスパイアされ、従来にはないアイデアが湧いてくるとおっしゃいます。

—世界に広く拠点を展開されているんですね。

濱田 1997年にニューヨークで活動を開始し、プロダクトや空間をつくりたいという方々に対して、このように素材の提案をずっと続けてきました。拠点はどんどん世界に広まり、東京は2013年にスタート、今年で7年目を迎えます。

—マテリアルコネクションの活動の内容を教えてください。

濱田 まず1つ目が、マテリアルライブラリーです。図書館のように素材がたくさん並べてあって、お客様ご自身が、ここでいろいろな素材と出会い、興味を持った素材を扱うメーカーとコンタクトを取っていただけるようになっています。

2つ目が、素材提案のコンサルティング。商品開発などのプロジェクトが発生したときに、マテリアルコネクションの中にストックされている素材や新たに調査したものからさまざまな提案を行い、ご相談に応じています。

3つ目は、ライブラリーに登録している素材メーカーに対するサービスで、顧客開拓の一助となるように、製品メーカーとの橋渡し役を行います。素材メーカーにとって今まで販路のなかった業界へのコンタクトを探し出し、素材の用途を新しく広げていくお手伝いをしています。

このように、素材を知りたい、それを使って製品をつくりたい製品メーカーと、自社でつくった素材をいろいろな方に使っていただきたいという素材メーカーが出会う場所として、ご活用いただいています。



3000点もの新しい素材が並ぶ 素材のアーカイブが魅力的な マテリアルライブラリー

—ライブラリーについて詳しく教えてください。

濱田 マテリアルライブラリーは世界共通のサービスになっています。会員になっていただくと、いつでもいらして、自由にご覧になれます。使っている業界は、建築関係、インテリア、自動車、家電、スポーツ用品、パッケージ関連、ファッションと、幅広く、職種としてもさまざまです。一番多いのは、デザイナー、そして商品開発や企画に携わる方、材料メーカーの技術の方、新しい製品を探している方など多岐にわたります。

入会後は世界中の素材ライブラリーが自由に閲覧できるオンラインデータベースへログインすることができ、情報収集を行っていただけるシステムが利用できます。

月30点ほど、新しい素材を、会員の皆様に発信します。東京のライブラリーでは現在3000点ぐらい展示されています。

—どんな素材がここにはありますか？

濱田 ポリマー（石油素材）が45%を占めていて、あとは自然素材が25%、そのほかに、金属、ガラス、カーボンベース、セメントベース、セラミックなどです。

それをサンプルの形でアーカイブし、ストックしています。具体的には、スポーツ業界でよく使われている汗を吸収する素材だったり、シューズの底に使われる緩衝材、自動車の内装に使われる木目のパネルやレザーなどさまざまです。

また、ライブラリーでは、サンプル取り寄せの代行を行ったり、貸し切りにもでき、素材に関する会合や勉強会にも利用されています。



多くの素材が並ぶライブラリー

新しい素材の提案から 異業種の素材を新鮮な使い方で 蘇らせるなど ソリューションは多岐にわたる

—素材提案についてはどういったアプローチをされていますか。

吉川 ライブラリーの中にある素材だけでなく、日本で調達できるあらゆる素材を、各プロジェクトに沿った形で、ご提案します。

例えば、異業種で使われている素材を提案したり。

弊社には、デザイン経験者だけでなく、技術者もコンサルタントとして活動していますので、マテリアルサイエンスの知識を踏まえた提案も行っています。

また、提案した素材を希望の形に加工できる会社の存在を把握しているところも重要なポイントです。そういったエンジニアリングのサポートも必要な場合はさせていただきます。

依頼内容は大きく2つのパターンに分けられます。

1つは、デザイン部門から依頼されるケース。新商品のためのインスピレーションを得たいので、どんな素材がこの世の中に生まれているのか、他業種では今、どんな素材が活用されているのかをお伝えします。

もう1つは、技術部門からの依頼で、現状出回っているものより強い素材、耐久性のある素材、軽い素材を探してほしいという内容です。

—具体的には、今までどのような提案をされたのでしょうか？

吉川 こちらUltimate earsのポータブルスピーカーは、ニューヨークのマテリアルコネクションが提案した事例で、弊社HPにも掲載されています、従来のラジカセなどのスピーカーだと金網のメッシュに塗装を施しているものが多かったのですが、これは、ファブリックを用い、染色しているので、発色も美しく色の堅牢度も高い。特殊コーティングすることで撥水性を付与することもできています。このスピーカーに使われているファブリック自体は、もともとオフィスチェアに使われていた素材です。10年20年と、何人もの人たちが立ったり座ったりしても大丈夫のように耐久性に優れていますので、スピーカーの素材としてマッチしました。

エアージョーダン(NIKE)の靴はメッシュの部分に建材を提案しています。これもニューヨークのコンサルティングが関わったもので、水道管を凍結から防ぐために巻くものを素材にメッシュにしてあります。それをシューズに使うことで、締め付け感が少なく、屈曲に強くなります。

また、BMWのコンセプトカーで、デザイナーが、布で覆った車をつくりたい、有機的な車をつくりたいというコンセプトで、外装を硬い金属ではなく、布で覆いました。中に骨があって、テントみたいに張って、車の光沢や質感、耐久性を保つためにはどんな素材がよいのか、多くの提案を行って完成しました。

—従来、人気がなかった素材も、逆転の発想みたいに価値観が

アップしたのものもあるんですか？

吉川 塩化ビニールという素材はあまり人気がないのですが、有害物質が出ないタイプが今、主流になってきています。ですから耐久性が必要な場合の素材として提案させていただくこともあります。例えば、熱い飲み物の入ったコップを置いても大丈夫だったり、コーヒーなどこぼしても、色が繊維にしみ込まないので、さっと拭くだけでいい。コースターやランチヨンマットとして適しています。



スピーカー(卓上ブルーのもの)に用いられた素材の説明をしてくださる吉川さん

—今までにもあった素材でも、成型や加工によって
新しい切り口も生まれるんですね。

吉川 スポーツ業界でよく使われている素材をオフィスチェアなどのインテリアに応用できないかを提案したり、ファブリックだけでなく、レザーなども加工次第で面白い材質感が生まれたり、木や金属も加工次第でキラキラ感が出ますので、素材としての可能性は大です。さまざまな加工技術と素材を組み合わせることで、また新しい展開が生まれてくるところが面白いですね。

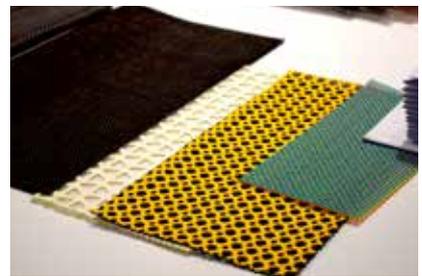
トレンドでもあるサステナブルは 素材選びの最新のキーワードに

—最近サステナブルがキーワードになっていますね。

吉川 非常に関心の高い言葉で、素材の選択という面でのサステナブルについては、デザイナーの果たす役割がとても大きいのではないかと考えています。サーキュラーで、ものを循環させる社会をつくっていかうとすると、どんな素材を選ぶのがカギになってきます。そして選択の際に考えなくてはならないのが、エンドオブライフです。最終的にどのように廃棄されるのか、一般消費者が自分の家でそれをゴミに出すのか、あるいは回収してリサイクルされるのか？そういったことまで考えて、最適な素材は何かを検討する。リサイクルできるほうがいいのか、捨ててしまったほうがよいのか。捨てないという選択。捨てずに長く使える耐久性のあるものがあるのか。選択肢がある中で、どれを選ぶのかは、デザイナー次第なのです。

素材自体がサーキュラーであるとか、人に有害なものを含まない、循環エネルギーだけを使って製造されているとか、人にとってヘルシーだという材料について関心が集まっています。

これは、インテリア、ソファの張地とかに使われるものなのですが、ウールやナイロンなどの糸で織り、強度を出していく。たとえば機能上げるために経糸がナイロンで緯糸がウールといった複雑な組成にしようとする、リサイクルが難しくなる。このファブリックはドイツでつくられているのですが、種類の糸を抜くと、残りの2本の糸がスルッと外れるという仕組みで織られています。ですから合成繊維と天然繊維を分けることができるので、循環させることも可能になっていて、コストはかかるとしても、意味のある素材は常に注目されます。



開発が進むさまざまなファブリック

—すごいですね。

吉川 樹脂素材の強度を出そうとして、グラスファイバーやカーボンファイバーなどを混ぜ込んでいくと、もうリサイクルできにくくなってしまいますから、そこで折り合いをつけている点はすごいことです。

ですから、できるだけ単素材でできているもので、強度はそんなに強くない程度妥協できるものを用いて、サステナブルという価値観を表現する。そういったものづくりの姿勢も、今後はクリエイターとして大事になってくるのかもしれませんが。デザイナーさんも、製品の基準を今までの価値だけで捉えるのではなくて、自らが何か新しい価値観をつくっていくというアプローチで考えていく必要があるのではないかと感じています。

サステナブルな素材提案というのは、なかなか難しいんです。製品にとって何がベストなのか、どうリサイクルにすればよいのか、自治体で回収してもらうのがよいのか。そういうことまで踏まえての素材提案ですから。デザイナーさんの仕事は、人の暮らしにとってどれだけよい提案をできるような製品を生み出すのか。自由な発想で未来志向の提案をどれだけできるかにかかっていると思います。

—大きな企業であればあるほど、サステナブルについて先駆的という印象があります。

吉川 H&Mやスターバックスとか、今まで世界中で量産してきた企業が、従来の大量生産・大量消費のあり方を真剣に見直しつつあります。

Appleでは、アルミは全部リサイクルにするとか、地球上から材料を取ることはもうしないと。返却されたiPhoneを全部分解して、各材料でリサイクルして、新しいiPhoneをつくっています。一つひとつの製品がどういう環境基準でつくられていて、どれだけリサイクル率があるかも公開していますね。

ですからそういった観点からもデザイナーさんが素材開発の段階からもっと関わってくだされば、プロダクトの世界観は変わるのではないのでしょうか。

—ちなみに見た目からサステナブルな素材とわかるものだけではないですよ。

吉川 両方です。木くずと天然由来の樹脂でつくられていたりするいかにも見た目がそうであるものと、高級ブランドで、見た目はあまりサステナブルを主張していないけれども、実は環境を配慮して、ちゃんとした素材でつくられているものもあります。



ライブラリーで素材を説明して下さる吉川さん

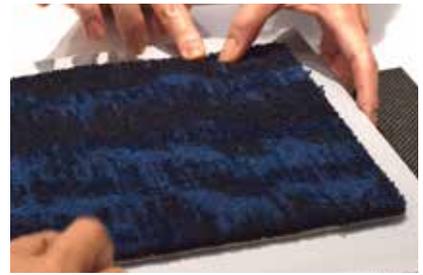
—サステナブルな素材の中で、何か面白いものはありますか？

吉川 漁師さんたちが使っている網を材料につくった素材もユニークです。天然繊維で作られた時代は、海に捨てて、そのまま分解されていたと思いますが、今はナイロンなので廃棄されて、海で分解されないまま、海洋ゴミとして問題になっています。その網を再度集めて、もう一度ナイロンの糸に戻し、その糸でカーペットをつくりました。

有名なデザイナーがいろいろなパターンをデザインしてプリントし、サステナブルということで売り出して、商品としての価値も認められているものです。見た目もよいもので、多くの人がよいものだと思います。かつサステナブル。そのためには多少高くても、買っていく消費者がいるのです。これも価値観の一つで、デザイナーの頑張りどころだと思うのです。—見プリントとは思えない、織ってあるのかと思うほどよくできています。

しかも耐久性が高いのが魅力です。

私たちはサステナブルな素材だけを扱っているわけではないのですが、デザイナーの要望の高まりに応じて、もっと知ってもらえればいいと思ってご紹介しています。



漁網から再生したナイロンを使用したカーペット

—サステナブルに限らず、最近、感動した素材や加工法は何ですか？

濱田 超臨界染色という手法です。水を使わないで、二酸化炭素を気体でも液体でもない超臨界状態にして、そこに染料を入れ、染めたいテキスタイルを入れる。超臨界状態から常態に戻すと、二酸化炭素と染料に戻ってくれます。ですから廃液が出ない染色ができる。

こういった新しい素材、加工法をどれだけデザイナーさんにご提案できるのか、もっともっとアンテナを高くしていかなければ、と日々感じています。

—従来はデザインありきで、このデザインでこの色を出したいから、どの素材にしようか？というアプローチでしたが、今は確実に変わってきているんですね。

濱田 先ほど吉川がお話したように、パソコンの形とはこういうもの、スマートフォンはこういう形、という製品の形がある程度共通概念としてあったころは、よかったのですが、今は形が決まっていない。いろいろな素材を使って、いろいろな形で、やりたいことを実現するといった動きに変わっています。素材の情報についても、常に新しい情報を仕入れて、活用していただき、新しいデザインに挑戦していただきたいですね。

吉川 デザインという概念も素材のイノベーションによってだんだん進化しています。新しいデザインの可能性を素材を通じて皆様と共有していきたいですね。