

## 『EUROSHOP 2008 report 3』



## 『オーガニック』—keyword

自然であるという事は、人の体にやさしい事。  
 ひいては、地球環境そのものにやさしいという事になる。  
 なぜなら、人も自然そのものであるから。  
 だから、その自然の美しさの中こそ、共感できる  
 美しさがあるともいえる。  
 また、人が自然の一部であることを、忘れかけている  
 事への警鐘にもなりうる。  
 いわば、オーガニックデザインは、やさしさの共感と  
 自然が置かれている厳しさとが同時に、発信される。

この自由曲線のつながりによる洞窟的環境は、  
 ほとんど手放しに、人を吸引してやまない。  
 が、人々は外から眺めたり写真を撮ったりするだけで、  
 踏み出せない一歩が、歯がゆいである。  
 やさしく抱かれるようにソファに座りたいのだが、  
 ここがビジネスの場である以上、そうはいかない。  
 地球環境保護に対し、今ひとつ足並みが揃わない  
 現状と照らし合わせる私の妄想には、無理がある？



ストレッチ素材による有機的な黄色い物体。  
 手前のとげとげしい針状物体を呑み込もう  
 としているのか、追いやられているのか。  
 『自然VS人間』の様相を呈してる？



人や動物の進化論的メッセージのブース表現。  
 原子記号の中身は、モニターを通して訴求されている。  
 人や動物の進化は、まぎれもなく自然とのつながり、  
 共生が生み出したもの。  
 そして、自然と共にデザインも進化していく。



光を内蔵したストレッチ素材のブース。  
 まるでイソギンチャクか、かぼちゃの馬車のような近未来的  
 な造形をみせている。

かたちを自在に変えることができる  
 この布の伸縮性は、衣服となって  
 ファッションを創造するのと同様に、  
 展示ブースをもファッション化して  
 いる。  
 しかも軽くて、移動可能で、色々な  
 グラフィックが印刷でき、張替えが  
 できて、かたちの割には施工が早い。  
 変幻自在な表現手法として、大きな  
 ポテンシャルを感じる。


 reporter  
IWA I