

# 商環況 INTERVIEW



デザイナー

## Michael Anastassiades

マイケル・アナスタシアデスは、今春のミラノサローネ期間中に複数の会場において印象に残る作品を発表した。その一つがFLOS(フロス)から発売された照明「String Light」のインスタレーションで、細いケーブルが行き交いながら境界線が描かれた空間に、シンプルなフォルムのランプシェードがバランス良く吊り下げられていた。このようなプロジェクトとは別に、自身の名を冠したオリジナルブランドにおいても照明や家具などの製品を展開している彼のデザインとそのフィロソフィーについてミラノで話を聞いた。

取材・文・写真／米津誠太郎 ポートレート撮影／太田拓実

クリエイションのプロセスが重要

— あなたのオリジナルブランドはどのような経緯でスタートしたのですか？

デザイナーとして、企業からサポートを受けながらロイヤリティーベースでの仕事を開始することは容易ではないものです。特に若いデザイナーにとってはそうですよね。20年前に私が学校を卒業した頃の頃も、そんな状況でした。ただ、私は大多数の人々が望んでいたように、デザイン業界のシステムの一部にはなりたくありませんでしたし、このシステムそのものに違和感を感じていました。私のデザインを発表するためには独自のプラットフォームが必要だと考えて、自分のブランドを立ち上げたのです。私はアイデアに打ち込むための方法を見つけようとしていたのです。そのために特に大切なことは、既にあるシステムの中で追い求めるのではなく、ものをつくるための自分のサークルを完全なものにして、別の違う次元へと移っていくことでした。ブランドのオフィシャルなスタートは2007年ですが、そのかなり前から準備を進めていましたね。当時、私はこう言っていました。「もっと多くの人々に私のデザインを販売できるよう、自分のコントロールの下で規模を大きくする。メーカーである新しい会社をスタートさせるんだ」と。実際のところ、これはとても素晴らしい転機となりました。その後、急激にこれまで以上の評価を受けるようになったのです。自分のブランドでは、自身のアイデアをできる限り良い方法で具現化し、最も純粋なデザイン表現を行うことを心掛けてきました。ブランドをスタートして、私はあることを悟りました。プロダクトの生産数が少量であろうが1000個単位であろうが、それは重要ではないということです。いずれの場合も、私の満足感と同じであると実感したのです。何かを“生産すること”、そしてクリエイションのプロセスそのものに常に私は興味をそそられるのです。自分にとってデザイナーの本分とは、デザインがいくつ生産されるのかではなく、デザインがどのように生み出されるのかということです。もしもそれがきちんとしたプロダクトであるならば、生産数が1台でも100台でも、それが2万台のうちの1台であろうとも、製品に宿る精神において大きな差はないはずです。しかしながら、特にマスコプロダクションの中で、少量生産の時と同じようなスピリッツを有し

クリエイションのプロセスそのものに  
常に興味をそそられる



「ミラノサローネ2014」期間中、FLOSのショップで行われたマイケル氏によるペンダントライト「STRING LIGHTS」のインスタレーション。空間に細いワイヤーが張り巡らされ、円錐形ライトの光が陰影を生む

たクオリティーの高いデザインを生み出すことは、極めて難しいことだと思います。

— あなたは少量生産品と大量生産品を手掛けているのですが、そこにかけるエネルギーやデザインの質に違いはないということですね。世界に数個しかないものを所有することを何か特権的な行為のように感じて、人はこの考えに取り付かれてしまう傾向にあります。しかし、私は少量生産の限定的な物に何ら特別な価値を見い出したりはしません。デザインの平等性を信じていますし、独占的な概念は嫌いです。誰かがそれを買いたいという需要に基づいているものがデザインでしょう。私にとっては、限定された何かをつくるということは、単に生産の規模を意味します。いくつ生産し、いくつ売れるかなどは、すべて財政面から決まった基本原則でしかありません。稀少性によって製品に更なる価値を与えられ

るべきではありませんし、稀少性には関係はなく製品としての正しい評価が下されるべきです。良いデザインとは、どんな時も常に良いデザインですから。

— フロスとのコラボレーションについて聞かせてください。

これまで私は自分のブランドを中心に活動を行ってきましたから、これが私にとって初めてとなる高いレベルでのコラボレーションと言っているでしょう。フロスからの依頼を受けて私が提案した最初のアイデアに、すぐさまOKと返事がきました。その後は、彼らの全面的なサポートを受けながら、良い環境の中でデザインを進めた結果、私のビジョンに忠実に製品化することができました。フロスはテクノロジーの面でも大変優れた企業だとわかりました。フロスの製品をデザインすることは、自分のブランドのためにデザインするのと気持ちの上

では何ら変わりませんが、規模が異なります。このような規模の仕事が実現したことをとても嬉しく思っています。

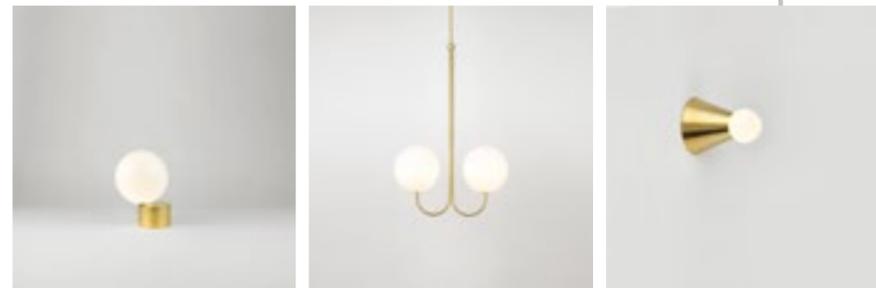
### 照明から空間を考える

— 2013年のユーロルーチェであなたのブースを訪れ、その独特な空間構成に驚かされました。また、「String Light」にも空間的な観点が多分に感じられました。あなたは空間と照明について、どんな考えを持っていますか。当然のことですが、建築と照明は直接的な関係を持っています。だから照明を配する空間を考えるということが大切になります。今回の「String Light」のインスタレーションは空間を分ける、スペースをつくる、境界を示すなど、さまざまな要素を盛り込んでいます。これもまた修練を重ねた上に完成されたも



「STRING LIGHTS」は、球形と円錐形の2種類がある。電車の窓から見える電線にインスパイアされて生まれたもので、ワイヤーの張り方やライトの組み合わせで自由な位置に照明をアレンジできる (提供 / FLOS)

左 / オリジナルブランド「マイケルアナスタシアデス」の卓上照明「Tip of the tongue」。真鍮の台座と乳白色の球形の組み合わせ 中 / ペンダント照明「Angle Collection」。球の数が1〜3個の三つのバージョンがある 右 / ブラケットとペンダントの2種類がある「CONE LIGHT」(提供 / Michael Anastassiades)



のです。空間の中で、ある一つのポジションへと一直線にケーブルが向かっていく。これもこの作品の魅力の一つだと思っています。

— サローネ期間中、イタリアの服飾ブランド・ブリーオーニのミラノのショップでも、あなたがデザインしたライトを見ました。

モンテナボレオーネ通り近くのショーウィンドーですね。これは短期間で完成させたプロジェクトです。わずか3週間前に、彼らからインスタレーションのデザイン依頼があったのですが、ミラノデザインウィークまでの残された時間を考えるとこんなスケジュールはクレージーだと彼らに伝えました。そして、インスタレーションは6月以降に行う予定として、「まず今回は、ある興味深いやり方でショーウィンドーをつくりましょう」と彼らに提案したのです。そして私はショーウィンドーの室内側にダークグレーの背景をつくるように指示し、壁面や天井面とロゴに刺繍し、照明を添えました。すべてはダークグレーで覆われていて、光を反射しない。ショーウィンドーを見るとマネキンの存在は分かるのですが、中の様子が分かるようで分からない、見えるようでよく

く見えない。神秘的なものを覗き見るような状態をつくったのです。

デザインに新しいものはない

— ところで、あなたのデザインには、パウハウスや1920〜30年代の製品とどこか似た味わいを感じるのですが、これらから特別な影響を受けていますか？

探求とその方法において自分自身ではモダニストだと思っています。概念としてのモダニズムを信じています。さまざまな状況の中で、常に普遍性を持ち合わせているのがモダニズムでしょう。それは単なるスタイルのことではなく、物の考え方や、創造のプロセスにおける概念のことです。それに、私はデザインというものには、全く新しいものなどはないと考えています。多くのデザインに関する出来事の中に、新規性はありません。多くの人が「こいつは全く新しいよ」なんて言いますが、ナンセンスです。歴史の中の異なる時空のある日どこかに、かつて新しい何かも存在していたかも知れませんが、500年前

の日本に、それとも1000年前に他のどこかで。名声を求めるデザイナーたちが作品のオリジナリティーを叫ぶなんて、意味のないことです。私は目に映る構造的な形態をつくろうとしているわけではありません。その見た目や表層的な部分は重要ではない。私が興味をそられるのは、人が惹きつけられたり、魅せられていく現象です。形やデザインが放った精神のようなものが絶対の真理です。あなたがそれを使って何を行うのか、あなたがどんな経過をたどって、そこから何を引き出すのかということが最も大切なことです。

### INTERVIEWER'S NOTES

インタビューの前日、彼は「オリジナルなものの価値」をテーマにレクチャーを行っていた。私がこれに参加できなかったと告げると、インタビュー中にすぐそのレジュメをメールしてくれた。この中にインドでのエピソードがあった。ここには自分の記憶にある象徴的なデザイン製品のコピーがあることに彼は気付いたという。それはオリジナルに何度も手が加えられながら変容を重ねた結果、独自性はもはや跡形を残していないものだった。彼がインドの友人にそれを尋ねると、ここではオリジナルをコピーの方がより簡単で経済的だからだ、と答えたそう。そして、「独自性が色あせていったデザインとは、デザイナーにとって最終的な成功になるのだろうか？」と問題提起をして、このレクチャーを締めくくっていた。



照明見本市「ユーロルーチェ2013」における自身のオリジナルブランド「マイケル・アナスタシアデス」の展示ブース。木で仕上げられた空間に照明が点在する

Micheal Anastassiades  
(マイケル・アナスタシアデス)

1967年キプロス生まれ。イギリス・ロンドンのロイヤルカレッジオブアート卒業後、1994年にスタジオを設立。2007年に自身の会社を立ち上げる。作品はNYのMoMAやロンドンのヴィクトリア&アルバート美術館に常設展示されている。