

# REPORT

## IFFT/ Interior Lifestyle Living 2017



2017年11月20日 - 22日の期間、東京ビッグサイト西1・3・4ホール+アトリウムで開催した国内最大規模のインテリア・デザインの見本市「IFFT/ インテリア ライフスタイル リビング」。今年は、19の国と地域から472社（国内348社、海外124社）が出展。16,654名の来場がありました。家具やインテリア雑貨、テキスタイル、キッチンツールやフード、ジュエリーといったプロダクトから、建材や材料に至るまで実にさまざまなものが発信されました。数百年もの歴史を持つもの、最先端の技術を用いて作られたもの、普段から何気なく使用しているもの……、それらが生まれ「IFFT/ ILL」という発表の地にやってくるまでには、1社1社異なる思いやストーリー、挑戦があるのだとあらためて実感する熱のこもった広大な会場。今年の開催の様子をプレスリリースにまとめました。ぜひご一読下さい。

「IFFT/ ILL」はトレードショーですが、モノを売る・買うというだけではない、生活者にとって多くの発見がある場所です。今後も引き続きご注目をいただけますと幸いです。どうぞよろしくお願い致します。

# Best Buyer's Choice 2017

小売業、卸売業界で名バイヤーとして活躍する人物を招き審査を行い、出展者の中から1組が選定されます。今後のバイイングの指標ともなるアワードです。

審査員：田中 新也氏（株式会社カッシーナ・イクスシー 執行役員 商品本部長）

## 受賞者：As it is（THE HOTEL「Hello, NEW LOCAL」内出展）

受賞理由：

新しい技術へのチャレンジから生まれた製品。その完成度の高さや、丁寧で質の良いプレゼンテーションなど、総合的なレベルの高さに感銘を受けた。



受賞者とお話し：

「As is is」は、新潟県の燕三条にある金属表面処理の専門業者である中野科学が、自社が誇る高い技術をもっと多くの方に知ってもらうために立ち上げたオリジナルブランドで、今回のIFFT/ インテリア ライフスタイルリビングで初めてお披露目をしたニューブランドです。

「ステンレスの酸化発色技術を利用して、素材本来の特性を大切にしながら『虹色加工』という表面加工をカトラリーやプレートなどに施しています。ブランドを初めて披露した場で、アワードををいただけたことへ純粋に驚きを感じています。そして、構想から2年という長い開発期間を経たものが評価されたこともとても嬉しい。ブランドを作り上げたチームがしっかりマッチし機能したからこそいただけた評価」と中野さんは話します。

また、「自社の技術をどのようなアイテムに落とし込み、どのようなブランドにしていくか、チーム内でしっかり話し合い、製品づくりはもちろんことパッケージも含めイメージを作り上げてきました。」と言います。

ブースの白い壁面には、グラフィカルにパッケージも展示され、アイテムがずらりと並び、光の反射によって虹色に輝いていました。空間全体でブランドを表現したブースは、訪れる方々に新鮮な驚きや印象を与えていました。

# Young Designer Award

若手デザイナーを支援する特別ゾーン「NEXT」から選定されます。受賞者はドイツ・フランクフルトで翌年2月に開催される、世界最大級の国際消費財見本市『アンビエンテ』へご招待します。約14万人の来場者に対して自身の活動や作品をアピールするチャンスの方が広がります。

審査員：ニコレット・ナウマン（Messe Frankfurt GmbH アンビエンテ総責任者）

## 受賞者：YURI HIMURO

受賞理由：

使う人がハサミでカットをすることで、柄をアレンジすることができたり表と裏で柄が変わったりと、一枚の布に小さな仕掛けと工夫が詰まったユニークなテキスタイル・デザイン。その豊かな発想が、斬新で素晴らしい。



受賞者とのお話し：

昨年の6月のインテリアライフスタイルで、柄のデザイン提供の企画が始まっていた三陽製紙（株）が Best Buyer's Choice を受賞し、その受賞式を見ていた氷室さんにとって、今回の受賞は非常に嬉しく有難いものだと思います。「特に、ドイツで開催するアンビエンテへの招待は、今後海外に展開していきたくったのでとても貴重なチャンス。これを機に世界でどんどんアピールしていきたいです。」と強い意気込みが伝わってきました。

元々、プロダクトデザインへの興味と、素材に強くなりたいたいという思いからテキスタイルの勉強を始めた氷室さん。「布を単純に素敵な雰囲気で見せるというより、モノとしての見せ方を追求し、テキスタイルと人が関わったときに何か面白い変化を起こせないと考えてきました。その中で、ハサミを入れる、折りたたむ、くしゃくしゃにするなど、布と人の関わり方のアクションを挙げていき、それを発展させて作品に繋げていきます。ものをいじったり、観察したり、そこでの変化や面白いヒントを見つけては布に展開し作り上げます。」

絵本をめくったような楽しげなデザインの源は、自身が訪れて印象に残った場所や経験したことのある事柄。見る人、使う人に驚きや楽しさをもたらすアイデアが詰まったテキスタイルの背景には、豊かな想像力、織りの組織づくりから自ら行う緻密な設計力、そして織物工場の技術があり、どれひとつとっても欠かせません。



## 「IFFT/ インテリアライフスタイルリビング」 出展の目的

### 2017 出展者の声



IFFT/ インテリア ライフスタイル リビング (以下、IFFT/ILL) という場所の活用方法は、出展者によってさまざまです。新しいブランドや新製品をここで初めて発表する方、各分野の最新情報を入手したり、市場の動向を調べる、あるいは作り手や技術を探す、出展者同士の出会いから新たなアイデアやプロジェクトが生まれたり、さまざまな反応が活発に起こる場所です。19の国と地域から全472社が出展した2017年。国内は348社、海外からは124社でした。

初出展だったフィリピンは26社によるパビリオン出展。メーカーという立場で協働できる日本の企業やデザイナーを探しに「1年目＝知ってもらう」「2年目＝関係性構築」「3年目＝発展」というプランで3年連続出展を計画。島や地域の特色

が見える伝統的な手仕事や自然の素材使いを残しながら、国を超え現代の生活に受け入れやすいコンテンポラリーなデザインや発想の転換が取り入れられました。また、リサイクルやリユースへの積極的な取り組みや意識の高さが印象的でした。(写真上、左・中央)

「JAPAN STYLE」ゾーンは、IFFT/ILLの関連見本市である世界一の消費財見本市「アンビエンテ」(ドイツ・フランクフルト)をまたにかける企画。「JAPAN STYLE」出展者の大半がアンビエンテにも出展。日本でものづくりをし、かつ、伝統だけでなく新しいものも含めて日本の技術、デザイン、文化を伝えながら挑戦を続け、国を越えて人々の生活にアプローチしたいと考える熱のある企業やブランドがブースを連ねます。製造の自社工場化を

進め、オランダ出店なども話題のインテリアブランド「TIME & STYLE」はみんなを引っ張っていくような存在です。(写真中、中央)

「MOVEMENT」ゾーンに出展した「DRAW A LINE」はIFFT/ILLを市場調査に活用。つっぱり棒で国内No.1のシェアを誇る大阪の平安伸銅工業(株)(昭和27年創業)による現代の生活や価値観に合わせた新しい風合いの「つっぱり棒」ブランド。従来のもので十分かもしれない、求められるのか求められないのかと悩んだ同社は、市場の反応を探るため2017年6月のインテリアライフスタイル(ILL)に出展し、そこで発売を決めるに十分な反応を探れたといいます。ILLがなかったら、今、このブランドはなかったかもしれないとも。そして続けて今回のIFFT/ILLにも出展し、

# 「IFFT/ インテリアライフスタイルリビング」 出展の目的

## 2017 出展者の声



その反応を見ながらパーツの提案などを詰めていくそうです。(前ページ写真右、下)

「ACCENT」ゾーンに出展した「LOOP CARE」(広島)は、“捨てられない思い出の詰まった洋服を新しいプロダクトに生まれ変わらせ使い続けてもらう”をコンセプトにしたサービスをIFFT/ILLで初発表。様々な国内展示会の中から、トレードショーとしての総合的なクオリティの高さでIFFT/ILLを選び出展。プロダクトだけでなく、什器、サービスや仕組みも含めた今までにない提案として会場で話題になっていた「LOOP CARE」。感度の高い来場者の反応、什器を生かしたポップアップショップや海外での取引の問合せなどの成果があったそうです。(写真上、右)

空間づくりのための建材や素材に特化し

たスペース「CREATIVE RESOURCE」ゾーンに出展した「(有)モメンタムファクトリー・Orii」。富山県高岡で伝統的に行われてきた高岡銅器の着色の技法を進化させ生み出した、様々なカラーと表情を持つ薄さ0.4mmの銅のタイルなどを提案し、空間や建築関係の企業の方からの反応を多く得られたと言います。ただ、実際の着色の場面を見てもらうことが、素材や技術の良さを理解してもらう最適な方法で、それをどうするかという課題も見えたと言います。(写真上、左)

「HOME」ゾーンに北海道・旭川から参加した家具メーカー「(株)カンディハウス」は、深澤直人がデザインする新リビングシリーズ「YUKAR(ユカラ)」を発表。IFFT/ILLをプロダクトを市場に広く投入する前のB to Bへのプレゼンテーション

として位置づけ。特に近年、市場開拓に注力している「ASEAN」諸国の有力ディーラーを呼び込める有効な機会と考えているそうです。新規ディーラーの開拓だけでなく、既存の契約ディーラー達との重要な商談、コミュニケーションの場として、また、産地のパワーをアピールできる場として活用していて、特に今年は他産地も力を入れていたため、お互いに刺激を受け合う状況となったのも良かったと言います。(写真中、左・中央)

今後ますます、商材やサービス、提案のスタイルも多種多様、幅広い分野のものになっていきます。商品を作る・卸す人と、それを買い付けにくる人、という関係だけでなく生活者であれば誰でも楽しみ、情報を入手できるプラットフォームとして、IFFT/ILLも進化し続けます。

## 次回開催 インテリア ライフスタイル



会期 2018年5月30日(水)-6月1日(金)  
会場 東京ビッグサイト 西1・2・3・4ホール+アトリウム  
時間 10:00 - 18:00 (最終日は16:30まで)  
主催 メッセフランクフルト ジャパン (株)

### アトリウム特別企画 "For Here or To Go?"

来年のインテリアライフスタイルのアトリウムのテーマは、海外のファストフード店や、コーヒースタンドでお馴染みのフレーズである「For Here or To Go?»。

会場ではもちろん (For Here)、会社へと持帰っても (To Go)、出展者の商品 導入を検討しやすい環境づくりを実現します。これこそが、今後の合同展示会のあるべき理想形。

デザイン市場で経験豊かなバイヤーである山田氏と新しい商談の場を作る試みです。



### アトリウム・ディレクター 山田 遊 氏

南青山のIDEE SHOPのバイヤーを経て、2007年、method(メソッド)を立ち上げ、フリーランスのバイヤーとして活動を始める。現在、株式会社メソッド代表取締役。2014年「デザインとセンスで売れるショップ成功のメソッド」誠文堂新光社より発売。

[wearemethod.com](http://wearemethod.com)

## 次回開催 IFFT/ インテリア ライフスタイル リビング

会期 2018年11月14日(水)-16日(金)  
会場 東京ビッグサイト 西1・2・4ホール+アトリウム  
時間 10:00 - 18:00 (最終日は16:30まで)  
主催 メッセフランクフルト ジャパン (株)、一般社団法人 日本家具産業振興会

---

**PRESS CONTACT** ご質問、取材や掲載用画像などのご希望がございましたら下記担当までお問い合わせ下さい

デイリープレス

担当：竹形尚子(たけがたなおこ) / 川村美帆(かわむらみほ)

東京都目黒区青葉台 3-5-33 1F

tel. 03-6416-3201 / fax. 03-6416-3202

[info@dailypress.org](mailto:info@dailypress.org)