The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

| | |
|---|---|
| Title | デンマーク家具デザインの現状について ： 家具メーカーの動向を中心に |
| Author(s) | 多田羅, 景太 |
| Citation | デザイン理論. 2015, 65, p. 102-104 |
| Version Type | VoR |
| URL | https://doi.org/10.18910/56414 |
| rights | |
| Note | |

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

# デンマーク家具デザインの現状について
## ── 家具メーカーの動向を中心に ──

多田羅景太／京都工芸繊維大学

### はじめに

1940年代から1960年代にかけて（本発表では以下黄金期と呼ぶ），デンマークの家具デザイナーや建築家たちは数多くの優れた家具をデザインした。これらの作品は，アメリカを中心に海外でも高い評価を受け，デニッシュモダンデザインの名を世界中に知らしめることになった。

これまで黄金期に活躍した家具デザイナーや建築家の活動やその背景に着目した論考は数多く発表されているが，彼らのデザイン活動を支えた家具メーカーに主眼を置いた論考は管見の限り見当たらない。そこで本発表では，家具メーカーについての詳細な分析を行うことで，これまでとは異なる角度でデンマーク家具デザインの流れを俯瞰する。

### 家具メーカーの特徴とデザイナーとの関係

デンマークを代表する家具メーカーとして以下の６社を取り上げる。いずれも黄金期に活躍した家具デザイナーや建築家と現在においても強い関係を持つメーカーである。

① カール・ハンセン＆サン（ハンス・ウェグナー）
② PP ムブラー（ハンス・ウェグナー）
③ ワンコレクション（フィン・ユール）
④ フリッツ・ハンセン（アルネ・ヤコブセン，ポール・ケアホルム）
⑤ フレデリシア（ボーエ・モーエンセン）
⑥ ゲタマ（ハンス・ウェグナー）

※括弧内はそれぞれのメーカーと関係の強い家具デザイナーや建築家

まずカール・ハンセン＆サンについてであるが，クラフトマンシップを大切にしながらも，機械化可能な部分は積極的に機械化し，効率的に木製の椅子などを中心に製造する家具メーカーである。

現在，71モデルを製造しているが，その内の約70％を占める50モデルをハンス・ウェグナーがデザインしており，両者間の非常に強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期に全体の約60％を占める43モデルがデザインされている一方，2000年以降にデザインされた製品は３モデルのみであり，その差は歴然といえよう。

次に PP ムブラーについてであるが，黄金期に養ったクラフトマンシップを非常に大切にしているメーカーである。CNC ルーターなどの近代的設備を取り入れながらも職人による丁寧な加工を長年守り続けている。

現在50モデルを製造しているが，その内の88％を占める44モデルをハンス・ウェグナーがデザインしており，カール・ハンセン＆サン同様に両者間の非常に強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期に全体の約62％を占める31モデルがデザインされている一方，2000年以降にデザインされた製品は４モデルのみであり，こちらもカール・ハンセン＆サンと同様の傾向が見られる。

次にワンコレクションについてであるが，ハンセン＆ソーレセンを前身として2007年に創立された新しいメーカーである。ワンコレクション最大の特徴は，自社工場を持たず，ファブレスで製造している点であろう。

現在42モデルを製造しているが，その内の約66％を占める28モデルをフィン・ユールが

デザインしていることから，両者間の強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期に全体の約71％を占める30モデルがデザインされている一方，2000年以降にデザインされた製品は全体の約24％の10モデルである。

次に，フリッツ・ハンセンについてであるが，非常に近代的な設備を持ったメーカーで，世界で最も累積製造量の多い椅子ともいわれるセブンチェアが大量生産される様は，PP ムブラーとは対極的な存在といえよう。

現在69モデルを製造しているが，その内の約33％を占める23モデルをアルネ・ヤコブセンが，そして約22％を占める15モデルをポール・ケアホルムがデザインしていることから，両デザイナーとメーカー間の強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期に全体の約57％を占める39モデルがデザインされている一方，2000年以降にデザインされた製品も全体の約28％を占める19モデルあり，今後も増加することが予想される。

次にフレデリシアについてであるが，現在製造している61モデル中，約38％を占める23モデルをボーエ・モーエンセンがデザインしていることから，両者間の強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期に全体の約41％を占める25モデルがデザインされている一方，2000年以降にデザインされた製品も全体の約44％を占める27モデルあり，黄金期のものより多いことが分かる。これはこれまで見てきた上記４メーカーと比べ注目すべき点であろう。

最後にゲタマについてであるが，ソファー等の張り物を得意とするメーカーで劇場用のシートなども製造している。現在76モデルを製造しているが，その内の約54％を占める41モデルをハンス・ウェグナーがデザインしていることから，両者間の強いパートナーシップを読み取ることができる。また，黄金期にデザインされた製品は全体の25％の19モデルのみで，これまで見てきたメーカーと比較してその割合は低いことがいえる。一方で2000年以降にデザインされた製品は全体の約43％を占める。

以上で述べてきたように，いずれのメーカーも黄金期に活躍した家具デザイナーや建築家と強い関係を持つが，特にカール・ハンセン＆サン，PP ムブラー，ワンコレクション，フリッツ・ハンセンの４メーカーは黄金期にデザインされたモデルの割合が50％を超えており，経営に与える影響は非常に大きい。また，これらの４メーカーは2000年以降にデザインされたモデルの割合が低く，中でもカール・ハンセン＆サンと PP ムブラーは10％を下回っており，新製品の開発に消極的であるといえよう。

一方で，フレデリシアとゲタマはそれぞれボーエ・モーエンセンやハンス・ウェグナーといった黄金期に活躍したデザイナーと強い関係を持ちつつも，若手デザイナーや海外のデザイナーを起用して，積極的に新製品を開発する姿が窺える。

## おわりに

以上をまとめると，黄金期にデザインされたモデルは各メーカーにとって大きな財産であり，ブランドの象徴的存在だといえよう。これらのモデルは家具デザイナーや建築家のネームバリューによって，高額な価格帯であっても商品として成立しており，リセールバリューも期待できる。一方で，若手デザイナーは低価格帯の製品を担当することが多く，作品が短期間で廃盤になってしまう傾向も持ち合わせている。引き続き今後の動向に注目していきたい。