

漢方・薬膳バイブル／センスのいいインテリア

カラフル

Colorful

2005 8 定価500円
ぴあ

カラフルは毎月7日発行

ビギナーのための
漢方・薬膳バイブル

うまいお店は男たちに訊け！

グルメな男たちの
普段使いの名店

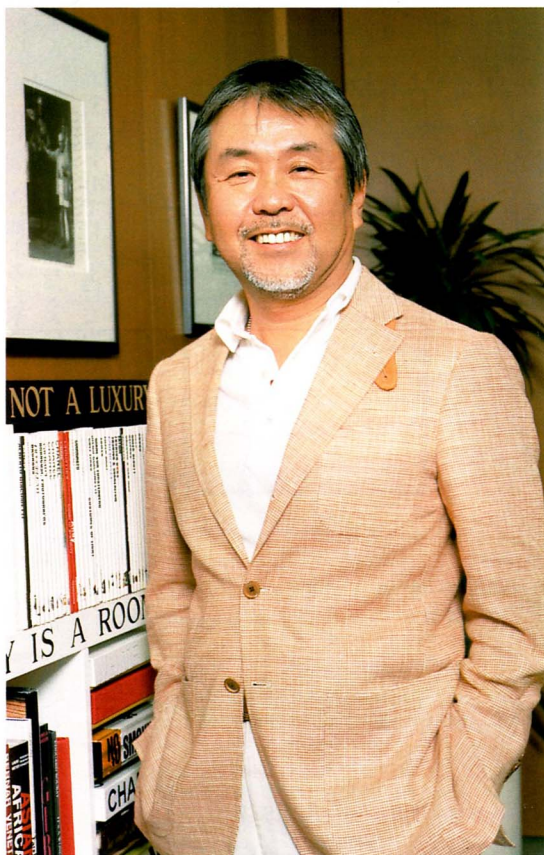
50

3つのルールを守れば、
インテリアセンス&居心地UP！

モニター募集！

東京宝塚劇場
雪組公演
5組10名様

差し色を加えてコーディネートを楽しむ。 設楽 洋 (BEAMS代表取締役社長)



1951年新生生まれ。1976年BEAMS設立に参加し、1990年代表取締役社長に就任。セレクトショップからカルチャーショップへと変化したBEAMSは、常に時代の最先端が感じられる場所。

Rules

- ベースの色を3色以内に抑える。
- ディスプレイは下のほうに重量感を持たせる。

「インテリアも洋服のコーディネートと同じです」

と言うのは、ビームスの代表取締役社長、設楽洋さん。

まずはベースの色を3色以内に抑えることが重要とのこと。

「ベージュや白など、自分の中でベーシックで、かつ長持ちをする色を選んで、それを基本色とします。そこに差し色を加えることによって変化をつけていく。気になる色や好きな色はさまざまあると思いますが、欲ばらずに差し色を3色以内に抑えれば、初心者でもセンスよい部屋に見せることができます」と

ファッションでは、ベルトやチーフなどに差し色を持つてくる場合が多いが、インテリアでいえば、それは花瓶や額などにあたる。部屋の印象を変えたい場合、大きな

家具を購入したり、動かして模様替えをするのは大変。そこで、差し色の効果を狙った小物類を変えてみると、ファッションと同様に、部屋全体のイメージはガラリと変わる。

さらに、ショップにも応用されているディスプレイの極意を尋ねてみた。

「濃い色や重量があるものは下のほうに持つてくると部屋の印象が安定します。壁面でも飾り棚でも、この法則を守ると落ち着いて見えるはずですよ」

生活を占める割合も、コストも高いインテリア。でもだからといって難しく考える必要はない。毎日の洋服を考えるように季節感やトレンドを感じさせる色を考えてコーディネートすればOK。ちょっと気が楽になった？

Rules

- 欲しいモノだけで揃えない。
- リゾートホテルや高級旅館に出かける。



1964年生まれ。1992年(有)サカイデザインアソシエーツ設立。家具からコンピュータ機器、安倍川餅まで、使う側の立場を考えた愛着の持てるデザインを多く生み出している。

リゾートホテルにもセブスアップのヒントがある。 酒井 俊彦 (サカイデザインアソシエーツ代表)

プロダクトをデザインするときも実際に人の家を訪ねて、リサーチをするという酒井俊彦さん。使うシーンを想像できなければ、形を作ることはできないと言う。

「そうやって実際に人の家に行く」と、日本人のインテリアセンスは以前よりも確実によくなっている気がします」

そのセンスをキープするコツは、「欲しいモノだけを買わない」ことだとも。

「気に入ったと思って即、買ってしまおうと、ロココ調の家具の横に和ダンスがある、なんてちぐはぐなことになってしまふ。プロダクトデザインをする場合と同じ。使いたい形や機能をすべて入れるとダメになってしまふんです。盛り上げるところは盛り上げ、あきらめるところはあきらめる。そんな

潔さがインテリアを構成するうえでも必要だと思います」

また、リゾートホテルや高級旅館に行くこともインテリアアセスメントアップするのに役立つのでは、と話す。

「僕も時々泊まりに行くことがあります。ホテルなどは、ゆっくりできる空間」があえて作られているので、それを見ることが考え方が理解できればあの空間のゆたかりした感覚を自分の中にも取り入れやすくなる。インテリアを学ばうとすると、つい置いてあるモノなどのディテールに目を向けてしまいがちです。でも、そうではなく実際にホテルなどの空間に身を置いて、あのくつろぎ感は何が違うのだろう、と考えることで、自然と身に付いていくこともあると思います」