

○スタイル

・イケアが成功したのは価格が安いことのほかに北欧の家具インテリアの世界的人気をよくふまえていたからである。北欧スタイルというものは、自然で明るく、シンプルで実用的である。優雅さを競ったり奇をてらうようなことはしない。北欧のデザインは大地に根を下ろした理にかなったものであり、しっかり自分を見つめる、強いられることのない生活感覚を代弁している。1973年～1974年にかけスイスとドイツに進出するや、イケアはたちまち若者や若い感覚を持つ人々の心を魅了した。そしてイケアは流行の仕掛け人としてドイツの家具インテリア文化に大きな影響を及ぼすようになった。

・イケアは家具インテリアに対する人々の意識を変えようと粘り強く努力してきた。それは一つの家具に執着することはやめにして家具も生活スタイルもどんどん変えましょうという考えである。

・自分のスタイルを全世界に浸透させるのがイケアの信条である。中国でさえもイケアは地元の好みに合わせたものは箸、中華鍋、包丁の三品目しか採用していない。今のイケアは大衆の好みを左右するほど大きな影響力を持ちただの家具店がいつの間にかグローバルスタイルを創造するワールドカンパニーへと成長し、文化的不均衡を均等化するのに貢献している。

・北欧のデザインが世界中で人気を博するのはなぜなのか？まず北欧の国々の自然はきびしく荒涼としている。長くて暗い冬が人々を家や部屋の中に縛り付けてきた。そのためにスウェーデンでも他の近隣諸国でも住まいが快適であることが重要だった。スウェーデンは住まいが人間生活の中心だった。住まいは人間の必要に応えるもので人に見せびらかして自慢するものではなかった。そのためスウェーデンの人は明るく優しい感じの材質を好みシンプルで直線的なデザインを求めた。

・1913年、スウェーデンの人口減少の原因となっていた海外への移住をストップさせるためにストックホルムの委員会はこの国を住民にとって生活しがいのある国にする運動をはじめた。人々が我が家で快適に暮らすには手ごろな値段で手に入る美しい家具調度類を提供するのがいいということになり、芸術家たちの協力のもとで手ごろで美しい家具を大量生産することになった。

・「民主的デザイン」を打ち出したイケアを見ると今述べたような伝統につながっているのかが分かる。

・「イケアは想像力豊かな会社だと思う。だってシンプルでエコロジカルで手ごろな値段のものがそろっているから。とにかくイケアに行くとすぐ幸せな気分になれる。あそこに行くと新鮮なアイディアがたくさん見つかる」イケアを訪れるほとんどの客はこのような気分になる。

・「オリエントのバザールにいるような気持ちにさせてくれるショッピングの雰囲気があり、家具やアクセサリーの鮮やかな色彩に接すると自分は若くてエキサイティングな人生を過ごしているような気分になる。さらに他の家具店とはあきらかにウィットに富んだ宣伝メッセージが伝わってくる。つまりそこにあるものだけが刺激的なのではなく、そこにただよう生活感覚が魅力的なのだ。イケアでショッピングをしていると、わたしはここにいる、わたしは人生のど真ん中にいるような気がするのである。

・イケアは古きを訪ねて新しきを知るというやり方をとった。イケアのデザイナーたちはスウェーデンの美術史をひもといて、グスタフ王朝時代の生活スタイルを再発見し、そこで得たインスピレーションによって一連のシリーズ物家具を作り、市場に送り出した。グスタフ三世が支配した1771年～1792年の時代、スウェーデンでは素朴な優美さを備えたインテリアが生み出されたが、これはそれまでのロココ様式のゴールドに代わって、やわらかなグレー、ブルー、イエローの色調を前面に出したものだだった。イケアはこのスタイルを現代に移し替えた。

・これまでイケアの家具でとりわけ成功おさめたのは、田舎の家スタイルの家具である。そのほかにイケアには三つの基本的なスタイルがあり一つは古典的北欧スタイルでイケアはこれで大きくなった。二つ目は無駄のない現代スタイル。そして三つ目は青春路線ともいうべき、手ごろな値段で手にはいるシンプルな家具群である。