

欧州市場をデザインで開く試作を発表



イタリア人デザイナー、ステファノ・ジョバンノーニ氏がデザインしたウォシュレットの試作。不自然さがなく、有機的で高級感を感じさせるフォルム

タイルメーカーBISAZZAのタイルをちりばめたトイレ空間の中に試作を展示した



TOTOは、例年ほどの規模ではないが、今年もミラノサローネに参加した。この3月に独フランクフルトで開催された水周り機器の専門見本市「ISH」で発表し、デザイン性を評価されたウォシュレットの試作を展示した。

試作のデザインを担当したのは、伊ミラノを拠点とするプロダクトデザイナーのステファノ・ジョバンノーニ氏。見る角度によって表情を変える有機的なデザ

インが特徴で、シンプルながら高級感を漂わせている。また、ペーパーホルダーと一体になったポータブルリモコン用の台座にも斬新さが光った。

展示会場となったのは、市内トルトーナ地区にあるジョバンノーニ氏のアトリエの一画。ジョバンノーニ氏は、TOTOが欧州市場への本格進出を目前に控えた2007年にミラノサローネに出展する際、新素材を使ったインスタレーションを担

当した人物。2008年に、TOTOが欧州市場進出を本格化させるなかで、ジョバンノーニ氏と試作開発などを進め、市場開拓の準備を進めてきた。

長期的な視点に立った継続的な事業活動とジョバンノーニ氏とのパートナーシップの延長線上に、今回の出展があったことは間違いない。不況下で予算を確保しにくいときほど、こうした関係が生きてくる。