

2014年2月1日付カバーストーリー

FINANCIAL TIMES “how to spend it” マガジン

文章：Mark C O'Flaherty [英文和訳：三宅デザイン事務所]

Meeting Mr Miyake

A rare interview with a truly modern design icon

三宅一生と会う

真にモダンな、デザイン界の象徴への稀少なインタビュー

ISSEY DOES IT

イッセイは進み続ける

三宅一生はユニークでハイコンセプトなデザインアプローチによって多面的な独立帝国を築き上げてきた。

このたび筆者 Mark C O'Flaherty は、このデザイン界を象徴する真にモダンなデザイナーにインタビューするという滅多にない機会を得た。

ある者は彼のことをアーティストと呼び、またある者は彼をスタイルの予見者と見なす。しかし何より、三宅一生はデザイナーのためのデザイナーだ。40年以上にわたって彼は、現代視覚文化に関わる、しかし少なくとも“ファッション”という概念を少々馬鹿げていると思っている人々のために、テキスタイルを、服を、アクセサリを創ってきた。つまり、彼のような人々のために。彼は渋谷にある代々木公園を見下ろす自身のデザイン事務所のガラス張りの角部屋で、彼の友人でありコラボレーターでもあった倉俣史朗のピュアでポストモダンなビンテージ家具に囲まれながら、己の信念を語ってくれた。「自分の仕事を言い表す言葉としては、私は“ものづくり”という言葉の方が好きですね。私は発想を形にしてゆきたいのです。ですから我々は、ノーファッションという概念を目指して仕事をしています」。

現在三宅は、“ものづくり”でかつてないほど忙しい日々を送っている。ここ2年、彼は新しい服、香水、アクセサリ、インテリアのラインを次々と立ち上げ、また日本初の主要なデザインミュージアム設立運動を起こし活動している。そして彼のデザイン事務所はといえばデザイン界で信頼を得ており、その得ている信頼度はまさに三宅ブランドの服を着ている著名建築家たち並みだ。彼の事務所は10年ごとに新たな技術革新へ並々ならぬ意欲を燃やして、しばしばジェンダーを超越する、そして伸縮性と構造によってどんな体型の人にも似合う服を作り出している。1972年来の知り合いで、パブリックギャラリーであり“リサーチの場”でもある東京の三宅の21_21 DESIGN SIGHTを設計した建築家安藤忠雄は三宅をこう評す。「彼は一枚の布の可能性をたゆまず探求し続けてきました」。それだけではない。三宅は、美しいだけではなく人々が着て楽しい服を創ってきた。彼の仕事は構築的で巧みであるが、同時に快適で、着る者に力を与えてくれる。「彼は素晴らしい人」と語るのはザハ・ハディドだ。彼女は定期的に三宅のメインコレクションの服を買い求めている。「彼の服はオールマイティーで、どんな旅行にも持って行くことができます。ショップに陳列されているときは物だけど、でも、ひとたび身にまともえば何か他のものになるのです。生を得たように生き生きしてくるのです」。

多くの同業者が春夏も秋冬も代わる代わる陰鬱なコレクションを発表しているのに対し、三宅のコレクションは途方もないエネルギーに満ちた太陽光線である。彼のプレゼンテーションはいつも、笑い声とダンスと生きる喜びに満ちている。たとえばこの服。PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKEの今シーズンのダイナミックで鮮やかな色彩のRay Stripe Dress (365ポンド)は、カリブのビーチでも、ギャラリーのオープニングでもお似合いだろう。三宅は相当な審美眼の持ち主かもしれないが、同時に遊び心と好奇心も旺盛で、ダイアナ・ヴリーランドとStudio 54に踊りに行ったり、21_21 DESIGN SIGHTのオープニング展覧会のテーマにチョコレートを選んだりする。彼が己の最高傑作とみなしている作品について語るとき、彼が愛情をこめて好んで使う言葉は“楽しい”だ。彼は言う。「私の願いはただ一つ、人々が私の服を着て楽しいと感じてくれることです」。

アパレル界になんとか自分の位置を確保しようと企ててきた多くのコンセプトデザイナーとは違い、三宅のウェアラブルなデザインは創造性と商業性を兼ね備えたビジネスに発展し、大資本の傘下に入らない独立したオーナー

企業であり続けている。2012年、PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE フレグランス（50ml サイズ 46 ポンド、次頁写真参照）を発表し、すでに世界的成功を収めている5つの三宅香水に新顔が加わった（L'EAU D'ISSEYは世界のどこかで5分に1本、L'EAU D'ISSEY POUR HOMMEは7分に1本の割合で売れている）。一方、すっきりとした折り畳める SF 的幾何学のバッグ BAOBAO ISSEY MIYAKE（一例は最終頁写真、295 ポンド）は多種多様な色彩と仕上げのバリエーションでベストセラーになっている。そして昨年末には東京に、彼の事務所のチームである REALITY LAB.の名にちなんで名付けられ、彼の革新的な 132 5. ISSEY MIYAKE コレクションのウィメンズおよびメンズや、誕生まもない新メンズライン HOMME PLISSÉ ISSEY MIYAKE を取り扱う新しいフラッグシップストア REALITY LAB. ISSEY MIYAKE（次頁写真参照）をオープンさせている。三宅曰く、HOMME PLISSÉ ISSEY MIYAKE は要望に応じて立ち上げたのだという。「PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE 製品の購入者の約10%が男性だと知ったからです」。こうして誕生を見たこの新プリーツメンズラインは本質的に、最先端技術を駆使したスポーツウエアだ。

HOMME PLISSÉ ISSEY MIYAKE が最初にお披露目されたのは昨年7月、素晴らしい演出の下で行われた青森大学新体操部の公演においてだった（2011年に東日本大震災に見舞われた東北地方にあるこの青森大学新体操部を三宅は熱心にサポートした）。しかしベーシックな黒バージョンのアイテムなら、長距離出張の多い、何か快適でシックで持ちの良い服を探しているビジネスマンにも似合うだろう。「この服はゆったりとしていて、締めつけることはありません。本当に重要なことは、スポーツ用としてだけでなく広く着られることです。オフィス環境にも最適ですよ」と三宅は説明する。まさに名実共にメディアのプロであったスティーブ・ジョブスも、20年以上にわたって三宅の黒のタートルネックセーターを愛用していた。実際、常に未来主義的イマジネーションの展開が認められるとはいえ、ISSEY MIYAKE MEN はきめ細かな配慮がなされた、ゆったりとしたテーラーリングの服（たとえば今シーズンの Barathea ジャケット、1320 ポンド）や、スタイリッシュで控えめなサイドゴアジョギングシューズ（425 ポンド、最終頁写真参照）などを提案する、親しみやすいブランドである。一方、より実験的な 132 5. ISSEY MIYAKE は、使用済みペットボトルをリサイクルした再生 PET（ポリエチレンテレフタレート）素材を用いて、ボリュームのある実用的なレインコート（735 ポンド）などを提案する。

三宅帝国の本拠は、三宅デザイン事務所内の REALITY LAB.だ。この三宅の小さなチームメンバーにはテキスタイルエンジニアの菊池学、パターンエンジニアの山本幸子、そして1971年のブランド創業以前から三宅と仕事をしてきたスタッフらが含まれる。が、132 5. ISSEY MIYAKE コレクションのデザインを担っており、その基本的な考え方はしばしば、筑波大学大学院システム情報工学研究科准教授三谷純が開発した複雑なCG三次元フォルムに依っている。132 5. ISSEY MIYAKE のデザインの特徴は、1に折り紙、2に高等数学である。その結果誕生した服の一例が、グレー、ブルー、グリーンの三角形パネルから構成された新シリーズ Grid のカーディガン（645ポンド）とスカート（425ポンド）だ（上の写真参照）。また132 5. ISSEY MIYAKE 2014年春コレクションでは、元々は地球の周りを旋回するソーラーパネル用に科学者たちによって開発されたダイナミックな螺旋構造が、フラットに折り畳まれたパターンに組み込まれた服となっている。132 5. ISSEY MIYAKE のデザインプロセスは大きな困難と同時に並外れた斬新さを伴うものであるが、まさにそうした性質の仕事こそが三宅の血を騒がせる。というのも、彼にとってクリエイションの旅（ものづくりの過程）は、最終結果（完成物）と同じくらい刺激的なものであるからだ。

三宅の仕事は、利用可能な最先端技術の使用と共に手仕事の部分も採用することで業界全体に広く知られている（132 5. ISSEY MIYAKE はロンドンのデザインミュージアムの第5回デザイン・オブ・ザ・イヤー2012をファッション部門で受賞）。彼は非常に繊細なテキスタイル製作のために東北の和紙工房を長年最員にしている。また、彼ら和紙職人の伝統的な手仕事の要素は、工業生産によるペットボトルの再生繊維にも活かされており、この素材は現在、イタリアのアルテミデ社と共同開発した照明器具、陰翳 IN-EI ISSEY MIYAKE（冒頭写真の Mendori ライト 635ポンド、また次頁写真の Minomushi Terra フロアライト 1380ポンド）に用いられている。つまり、手仕事が先端技術に着想を与えているのだ。「我々はそのどちらも必要としています」と三宅は語る。「もしも手仕事が減びてしまったら、最終的に我々が見るのは、新しい技術もまた何一つ生まれてこない未来でしょう」。

デザイナーのロン・アラッドは1980年代から三宅の仕事のファンで、2006年には Ripple Chair プロジェクトで三宅や三宅の当時のデザインパートナー藤原大とコラボレートしている。アラッド曰く、三宅の大きな魅力は、技術の用

い方だという。「コンピューターはハサミと同様なツールです」とアラッドは言う。「たとえば、このシンセサイザーがどれほど素晴らしいかなんてことはどうでもいいことで、すべてはそれを使うミュージシャンがどれだけ良いかにかかっているのです。つまり肝心なのは、技術を受け入れ、その受け入れた技術を十二分に使い尽くす術を知っているということです」。

三宅の仕事は、東京にある最も完全で確実な彼のプライベートアーカイブに収蔵されているだけではなく、ロンドンのヴィクトリア&アルバート博物館 (V&A) やニューヨーク近代美術館 (MoMA) をはじめ、世界の主要美術館のパーマネントコレクションにもなっている。ちなみに京都服飾文化研究財団収蔵のアイテム 11728 は、三宅の 1982 年の作品、Samurai ラタンボディである。彼は“ファッション”というレッテル同様、“日本人デザイナー”という定義づけも繰り返し一蹴してきた。とはいえ、彼の 1970 年代および 1980 年代初頭の仕事の中には、伝統的な着物の構造を誇張したり変形させたものも認められる。京都服飾文化研究財団に収められた 192 点の三宅作品のいくつかは、他よりもいくらか“日本的”である。同財団のディレクター兼チーフキュレーターの深井晃子曰く、三宅の服で大変重要な点はその二次元性だという。「これは大変抽象的な美学です」と彼女は言う。「日本人は服を作り始めるとき、常に平面で考えます。人体に着せつけながら作ることはしません。三宅はコスモポリタンな服づくりを常に目指してきました。しかしその服づくりは今なお平面からスタートしています」。

彼女は要点が分かるよう例を見せて説明してくれた。それはワードローブ一式が搭載された一枚のニットチューブで、各アイテムのアウトラインがミシン目で描かれていて、あとは着る人本人が自分でカットすればよいようになっている。これは、三宅が藤原と共同で 2000 年に立ち上げた A-POC ブランドの一環として開発された仕事のサンプルで (2000 年のコレクションの一例写真は次頁参照)、そしてその A-POC のエレメンツは今や A-POC Inside に進化している。PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE や 132.5 ISSEY MIYAKE の仕事の多くがそうであるように、A-POC Inside のファブリックも水平に広げると魅力的なグラフィックを見せる。まさにこの美しいグラフィック性こそ、写真家アーヴィング・ペンが三宅の仕事を捉えた象徴的な写真—モデルたちの脚や腕が、ドラマティックで波打つファブリックの中からさっと突き出すように現れる—の中で讃えたものなのだ。

「A-POCはインダストリアルデザイン界で起きた最もエキサイティングな仕事でした」とロン・アラッドは言う。「マシンが高性能になればなるほど、そのプロダクトは機械らしさを感じさせなくなる。これが私のA-POC論です」。A-POCのコンセプトは独創的で魅力的だ。服を“仕上げる”のは、着る人本人なのだ。最終的な丈は布に印されたラインに沿ってカットすることで決められる。「このファブリックはハサミを入れてもほつれません」とアラッドが説明してくれる。「凄いでしょ。こうしたものをつくれるのは、三宅と彼のコラボレーターたちしかいませんよ」。現在、A-POC Insideは三宅のプレタポルテの服に用いられているが、その多くには今なお、当初のA-POC技術、すなわち着る人本人が自らカットしたり丈を詰めるための分離線が組み込まれている。ところで三宅の強みは、自社の垂直統合型構造に加えて、彼のコラボレーションに対する熱意にある。彼のキャリアは1960年代に始まり、パリのギラロッシュとジバンシー、そしてニューヨークのジェフリー・ビーンでしばらくの期間仕事をした。「私は外国人で、自分自身を表現しようとしていました」と三宅は当時を振り返る。「私がパリで見たデザイナーたちは大変洗練されていて、実に高い技術を持っていました。どうしたら私は彼らに太刀打ちできるのだろうかと思いました。それで東京に戻り、テキスタイルデザイナー、パタンナー、そして素晴らしい技術を使いこなすことができる人々を探しました」。三宅にとって、三宅デザイン事務所は一つの共同体だ。

現在、三宅ブランドのメインライン ISSEY MIYAKE と ISSEY MIYAKE MEN のデザインを手掛けるのは、それぞれ、宮前義之と高橋悠介である。高橋の方は現在もなお REALITY LAB. チームのメンバーでもある。宮前は自らが三宅のDNAと信じる ISSEY MIYAKE の「知性、快活さ、内面の美しさ」のさらなる展開に重点的に取り組んでいる。一方、高橋は今春夏コレクションで伝統的な染め技術に着目した。「私はポップで楽しい面を表現しようと試みています」と高橋は言う。「同時に私は、三宅が長年協働してきた工場たちとも仕事をしています。そして常に私は自問しています。『あのデザインはテキスタイルのポテンシャルを見せるのに最も効果的な方法だろうか？』あるいは、『このアイデアは男性的な力や質を備えているのに加え、新しくて面白いだろうか？』と」。ISSEY MIYAKE MEN の今春夏コレクションの中で、リンクルシャツ（395 ポンド、前頁写真参照）は、さながらスーラのキャンバスを鮮やかに画素化したかのよう。一方、バティックのコート（1425 ポンド）、シャツ（750

ポンド)、デニムパンツ (530 ポンド、以上 3 点は上の写真参照) は、ジャクソン・ポロックのエネルギーを彷彿とさせる。

新作コレクションは全てパリでの発表前に、三宅の“総見”を受ける。総見の後に変更がなされることも時々あるが、三宅の指導は優しくて寛大だ。「私は常々彼らに言っています。『君たちに私はもう必要ないよ』と。とはいえ、コレクションのコンセプトが普遍的魅力をしっかりと持ち得ているかどうか確かめなければなりません。服づくりの仕事は着られて初めて完成するものなのですから。また総見を私は、自分自身のための研究と学習の一過程と考えています。ともあれ、彼らデザイナーがそれぞれに自分の考えを確立していくことが極めて重要です」。

三宅デザイン事務所の現在進行中の協働プロジェクトの中でとりわけ成功を収めているもののひとつが、ウォッチである。2001年に山中俊治デザインの時計でスタートしたこのウォッチラインは、現在ではデザイナーのロス・ラブグローブやアーティスト吉岡徳仁らによってデザインされたものも含め、13シリーズから成るパーマネントコレクションとなっている。デザイナーの選択は重要だ。「三宅と考え方が一致し、同じく未来を見つめている方々ばかりです」とウォッチプロジェクトを説明してくれたのは三宅デザイン事務所社長の北村みどりだ。「我々と協働してくださるのはすでに名声を確立されている方々ばかりなので、我々のサポートを必要としていません。彼らは我々と一緒に仕事をするのが楽しみなのです」。ウォッチラインの最新シリーズは、昨年発売されたジャスパー・モリソン デザインの PLEASE (199 ポンド、前頁写真参照) だ。モリソンは、アーヴィング・ペンが撮影した三宅の服の写真の一つにインスピレーションを得て、プリーツをイメージした時計のデザインを考案した。「ペンの、三宅のデザインスピリットの捉え方に大変感銘を受け、私も私なりに三宅のデザインスピリットを捉えてみたいと思いました」とモリソンは PLEASE のコンセプトを説明する。そして彼曰く「三宅美学は、ラインとボリュームへの深い眼識にあります」。

三宅がインスピレーションについて語るとき、彼はしばしばインスタレーションアーティストのクリストや、陶芸家ルーシー・リーについて言及する。かつて彼は「基本に戻るために、あるいは日本語で言えば“目を洗う”ために」毎シーズン、パリコレクションが終わると彼女の元を訪れていたという。しかし自らに影響を与えた全人物の中で彼が最も崇拝しているのは、デザイナーで

彫刻家のイサムノグチだ。

ノグチの代表的作品であるあかりと三宅の陰翳 IN-EI ISSEY MIYAKE の照明器具には見かけ上は似ているところがあるが、しかし三宅の照明の場合は 132 5. ISSEY MIYAKE コレクションで採用されているのと同じ 3D デザイン数理を応用して創造されているので、その構造はノグチのあかりとは大きく異なっている。

ペットボトル再生繊維を用いたこの三宅の照明のシェードは、最初は平面に折り畳まれているが、開くと、構造体を持たないにもかかわらず自立する。実は三宅の仕事を何十年にもわたって方向づけてきたのは、自らが持っているフォルムへの関心や光と影の魅力以上に、ノグチのクリエイティブアプローチとアイデンティティの考え方だった。ノグチのデザインした橋を毎日通学で通りながら魅せられていた広島幼年時代から、ノグチと友人として共に過ごした後年に至るまで、ノグチはずっと三宅に影響を与え続けてきた。三宅は語る。「今でも覚えています、1960 年代にパリに住んでいたとき、私は鏡の中にどこかおかしな風采の男が映っているのを見ながらこう思ったのです。『どうすればここで生きていけるだろうか、フランス在住の数少ない日本人男性の一人として？』」。同じ日、三宅は、やはり今ではノグチの代表作のひとつとなっている円形ペンダントライトにサンジェルマンの店で偶然出くわし、デザインとアイデンティティの国際性の啓示を受けた。「私はノグチのすべてを知りました」と彼は回想する。「彼はアメリカ合衆国で生まれ、日本人としてアイデンティティを確立しようとしていた。一方、私はその反対でした。日本人で、そしてグローバルに生きようともがいていた。ですが、あのライトに巡り会ったとき、私は悟ったのです。“日本人”であるという考えを超越する必要があるのだ、と。ノグチのクリエイションに形容詞は一切要りませんでした。今日思うに、私はある種の日本の美学や美を表現してはいますが、しかしノグチの仕事を超えたことは一度もありません。彼は澄み切った光です。そしてたぶん私は、影です」。