

2017年5月6-7日付

# LE FIGARO (FR)

<新聞見出し部分>

スタイル

30頁 PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE の影響を受けたプリーツが時流に

写真：1994年春夏 ISSEY MIYAKE コレクションより、フィナーレを飾った  
PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE

<紙面上半分記事>

## 誰のおかげ？ ありがとう、PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE！

文：Hélène Guillaume

解説：1980年代末に三宅一生によって生み出されたプリーツは目下、他のデザイナーらによって次々と再解釈されて第二の青春を迎えている。

プリーツは必ずしも三宅一生の発明品ではない。彼が自身独自のプリーツを発表する遙か以前に、古代エジプトのチュニック、古代ギリシャのキトン、宗教戦争時代のフリーズ（ひだ襟）、20世紀初頭のフォルチュニーのプリーツ、そしてマダム・グレのプリーツが衣服・服飾史に刻まれている。しかし三宅はプリーツをプロダクトデザインとして解釈し、簡便で洗濯可能な普遍的な服というコンセプトを用いて変容させた最初の人物である。

PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE（以下、PLEATS PLEASE）誕生の経緯はこれまでも幾度となく語られてきたので既にご存知の方も多いかも。1990年代の始め、開発したての最初のプリーツをフランスの友人に見せたところ、その友人が“これはダンス

に最適の服にちがいない」と助言してくれたのです」と、三宅は数ヶ月前にフィガロ紙に語っている。「それで私は、当時ウィリアム・フォーサイスが率いていたフランクフルトバレエ団のダンサーらに着用をお願いしました。するとダンサーたちは体型も千差万別なのに皆が皆、生き生きと自由に身体を動かし始めました。そのような喜びに溢れた彼らの踊る姿を見ているうちに、彼らが今こうして味わっている感覚を彼らダンサーだけでなく一般の人々にも分かち合ってもらいたいという強い思いが私の心の中に湧き上がってきました」。今や“デザイン”は巷にあふれている。歯ブラシや家電といった<モノ>にも見られるし、流行のカフェやスーパーマーケットといった<場所>にも見られる。昨今、一般大衆のデザインへの関心が高まりを見せるなか、裁断縫製後にプリーツ加工を施すという「製品プリーツ」の技術で作られる三宅の斬新なプリーツに注目が集まっている。

## 流行やトレンドを超越

身体の上を滑るように動き、身体の動きに応じて様々に表情を変え、スーツケースの中に丸めてしまえ、なおかつシワになる心配が全くない三宅のプリーツはとりわけ、流行のサイクルに囚われない女性たちに愛されている。フランスでは三宅は、PLEATS PLEASEと1992年に発売された香水 L'EAU D'ISSEYの仕事で良く知られており、人気クリエイターの一群（ラクロワ、ゴルティエ、ケンゾーら）のひとりに数えられる。「私は地方のモード文化の中で育ちました」と語るのは Wanda Nylon の創業者で35歳の Johanna Senykだ。「私の育ったトゥールまで名声が轟くのは、よほど世に知られた仕事を為したデザイナーだけです。そうでなければ、たとえば La Redoute（\*フランスのファストファッション系小売企業）のシーズン招聘デザイナーにでもならないとダメです！しかし La

Redoute はステレオタイプな女性服が中心で、クリエイターの服は小さな扱いでした。当時の私にとって PLEATS PLEASE はいわば、“名士の妻が着る服”といった存在でした。ですが二年前、フィアンセが私に、ロサンジェルスオブティック The Way We Wore で見つけた三宅のビンテージプリーツのドレスをプレゼントしてくれたのです。それはほとんど道化師のようなシルエットとボリュームの素晴らしい服で、以来しょっちゅう着ていますが、毎回異なる方法で着こなすことが可能なのです」。彼女自身にどれだけの自覚があるのか分からないが、この三宅のドレスが彼女の最新春夏コレクションのテーマのひとつであるプリーツに影響を与えていることは間違いない。なるほど、職人的であると同時に実験的な彼女のプリーツ技術は三宅のプロダクト生産方式による（そして同様に実験的な）プリーツ技術とは何の関連性もない。彼女が提案するのは、レーザーカットによるすっきりとしたカッティングと柔軟かつ豊かなバイアス性が特徴の、ところどころモスリンで二重（ダブル）になった、踝で結ばれ締まったパンツ、アシメトリックなトップ、そしてチューブドレスだ。しかし Wanda Nylon のその美学、そのスタンスの中には、何か大変三宅的なものが認められる。しかもそれは同様に Jil Sander、Marni、Paul Smith のコレクションの中にも認められるのだ…

そして、今や歴史的名作（クラシック）となった三宅のプリーツを昨今他のデザイナーらが再解釈していることに驚きを禁じ得ないのはなぜか？ なぜなら 1990 年代に黄金時代を迎えた PLEATS PLEASE は以来、当初からの顧客の“ユニフォーム”であり続けてきたからだ。今や彼女たちは年配の域に達している。そして彼女たちの後続世代は必然的に PLEATS PLEASE を前世代の服、あるいは Johanna Senyk の経験が物語っているように名家の女性が着る服もしくは建築家をはじめ各界の第一線で活躍する女性が着る服としばしば見なした。しかし 30~35 歳以下の世代はそのような偏見を持つ

ていない。それを実証しているのは、数ヶ月前から大手ファストファッションがこぞって提案し人気を博している、PLEATS PLEASE に大変“インスパイアされた”とおぼしき短めの丈のプリーツパンツだ。パリのメトロで出会ったトレンド通の若い女性に話を聞いてみると、彼女は三宅のプリーツにそっくりのものを H&M で見つけて購入したという。「私はずっと PLEATS PLEASE に憧れてきましたが本物を買うだけの余裕がありませんでした。H&M で買ったものはもちろん本物とは同じ品質ではありません。もうすでにプリーツがとれ始めましたから！」と苦笑しながら彼女は言った。

## PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE のベーシックアイテムを求めて

本物の PLEATS PLEASE は中心価格帯が 190~230 ユーロで、その形状記憶されたプリーツは 30 度での洗濯機洗いに何度でも耐え得る。そしてこの PLEATS PLEASE は近年のファッションウィークにおいて再び、スタイル・ステートメントのひとつの指標となっている。パリに 2 つある（直営）店舗は、今なお長年の固定客を保持し続けている一方で、最近では PLEATS PLEASE の黒あるいは白の最もベーシックなアイテムを求める若い女性客—フランス人以上に外国人の若い女性たち—も詰めかけるようになっている。同じ現象は matches-fashion.com（\*イギリスを中心に展開されているセレクトショップのオンライン通販サイト）でも起きている。「我々は 2 年前から PLEATS PLEASE を取り扱っていますが、その販売量はシーズン毎に増加の一途を辿っています」と、matches-fashion 創業者で共同社長の Ruth Chapman は証言する。「PLEATS PLEASE は大変教養豊かな、アートやモードに高い関心をお持ちのお客様に人気があります」。そしてまたパリのオスマン通りにある老舗百貨店ギャルリー・ラファイエットでは「昨今の PLEATS PLEASE コレクショ

ンは新しいフォルムと美しいプリントが特徴で、当店では先月から、長年の常連客に加え主にアジアや中東からお越しの三十歳前後の新たなお客様が増えており、売上が素晴らしい伸びを見せています」と、ギャルリー・ラファイエット婦人服バイヤー・ディレクターの Pascale Camart が語る。「同僚たちの中でも特に最先端に行く若い女性たちが PLEATS PLEASE に関心を持つようになっていきます。とりわけ黒の象徴的なチュニックドレスに魅せられているようです」。かくして PLEATS PLEASE はオリジナリティ豊かな服を求める人々を魅了し、今やバスケットシューズやランニングシューズ、あるいはパンプス、はたまた Birkenstock のフットウェアと合わせて着こなすべき、クールなデザインプロダクトのマストアイテムのひとつとなっている。

「人々を自由かつ幸せにする服を創りたいと思い、テクノロジーとエンジニアリングに基づいて開発したのが PLEATS PLEASE です」と今日、三宅一生は語る。そして昨今ファッションウィークのステージにプリーツが数多く登場することについてどう思うか尋ねると、誠実さに溢れる答えが返ってきた。「PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE は万人のための服です。私から皆さんへ贈ったプレゼントです。他のデザイナーの方々が私のプリーツに着想を得ているとしたら実に光栄なことで、大変嬉しく思います。多大な賛辞をいただいた思いです」。 (了)

<下半分記事>

## 日本人デザイナー三宅一生の精神的息子たち

文: Frédéric Martin-Bernard

「まだまだ」。宮前義之と高橋悠介は数年前から、協働ではなくそれ

ぞれ別々に異なるデザインチームを率いて、また各人がそれぞれ創業者の三宅一生と直接コミュニケーションを取りながら、前者がISSEY MIYAKE ウィメンズの、そして後者がメンズのコレクションデザインを担当している。実際、二人が共同でインタビューを受けるのは今回が初めてで、しかも彼らふたりが今回発見した互いの共通点こそ、冒頭の「まだまだ」という、彼らそれぞれのパリ・コレクションを見た後に三宅一生が彼らに発した言葉である。この日本語の言葉の意味は言い換えると「悪くはないが、もっとできるはずだ」。宮前からは「父」のように、高橋からは「師」として慕われる三宅は、現代のインターネットシステムを介して彼らのパリ・コレクションを東京から確認する。1999年、三宅は、愛弟子たちに道を譲るため、また自身の名を冠したメインコレクションに新たな血を注入するために表舞台から身を引く決断をしたが、1970年に設立した自身のデザイン事務所のすべての面における監督を今なお怠らない。彼のメインコレクションのデザインはこれまで何人かのデザイナーによって継承されてきたが、いずれも三宅の手腕に匹敵するほどの魅惑的なコレクションをつくりあげることが叶わなかった—宮前と高橋が登場するまでは。2011年にISSEY MIYAKEのデザイナーに任命された宮前と、2013年にISSEY MIYAKE MENのデザイナーに任命された高橋は、以来三宅ブランドに第二の青春とも言うべき新たな息吹と成功とをもたらしている。

文化服装学院卒の宮前義之は三宅のショーを初めて見る機会を得て以来、三宅の傍らで仕事をするのを夢見てきた。ちなみに宮前が初めて見た三宅のショーというのはあの記念すべき、ウィリアム・フォーサイス率いるフランクフルトバレエ団とのコラボレーションによる1991年秋冬コレクションだった。そしてこのコレクションの二年後にPLEATS PLEASE ISSEY MIYAKEが誕生することになる。「それは単なる服のショーではありませんでした」と宮前は当

時を回想する。「ステージの上には、幸せ、喜び、そして生が溢れていました。以来私は服を、豊かな感情を湧き起こす素晴らしい源泉（ソース）と考えるようになりました」。

## イースト・ミーツ・ウエスト、すなわち東洋と西洋の出会い

一方、高橋悠介のほうは、アートもしくは建築の評論家志望だった。実を言うと当初は、三宅の親友で東京の 21\_21 DESIGN SIGHT の建築を手掛けた安藤忠雄の仕事にも関心があった。「私は三宅ブランドで職を得ながら安藤氏と会えるきっかけが生まれれば、と思っていました。それがいつしか三宅と仕事をするようになっていました。三宅は素晴らしい師で、コレクションの創造の仕方を一から私に授けてくれました。しかしそれだけではありません。私は三宅と芸術、文化、民俗学への情熱を分かち合っています。彼が長年にわたって創りあげてきた素晴らしい服の数々は、東洋と西洋の越境的出会いの賜物です。そのような彼の服づくりの精神を受け継ぎながら、今日我々は現実世界に適したワードローブを考案してゆく責務があります」。

一方の宮前義之も自らの師について礼節をわきまえながら率直に語る。「いつの日か三宅から “お見事！” と褒めてもらえる日が来るとは思えません。いずれにせよ、褒め言葉なんか掛けられないほうが良いのです。なぜなら、それをきっかけに自己満足や自己閉塞に陥りかねないからです。三宅が我々に託したのは、未来を確かなものにし、三宅ブランドのものづくりを継承しながら常に現代性を追求し、そして三宅本人を驚かすほどの新たな方向性を追求してほしいというミッションです。その最も良い例が 20 年以上にわたって三宅ブランドの象徴であり続けている PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE です。我々若い世代のデザイナーにとってはこのプリーツ

の革新に取り組むよりも何か他の新しいことに向かうほうが仕事としてはしやすいとは思いますが、しかし ISSEY MIYAKE を引き継ぐ者としてそういうわけにはいきません。私は何シーズンにもわたってプリーツの服のフォルムと色彩の再考および革新を目指しながら、コレクションづくりに励みました。しかし 2014 年春夏シーズンから、蒸気を用いたプロセスでもって別の方向に舵を切る決意をしました。それがスチームストレッチという名のプロセスで、蒸気で特定の糸を収縮させることによってプリーツとはまたひと味異なるひだを生み出します。こうして私は素材に立ち戻り、新たな方向性を展開しました。これこそが、三宅から受け継いだものづくり精神です」。

まさにこの三宅ブランドのスタイル、中でもとりわけプリーツが今シーズン、夥しい数の他の国際デザイナーたちのインスピレーション源となっている。「光栄なことですね」と答えた後、宮前義之は次のように付け加えた。「ですがきっとお客さまたちは、じきにオリジナル、すなわち元祖である本物の三宅のプリーツを欲しいと思われるようになりますよ。他ブランドのプリーツに関して我々は分かりかねますが、我々三宅ブランドのプリーツなら、たとえ 10 年着ても品質は元のままです」。インタビューにおいて常に軽妙洒落な語り口の三宅一生を彷彿とさせるこの言葉からも、宮前が三宅の精神をしっかりと受け継いでいることが感じられた。

<写真キャプション>

ISSEY MIYAKE MEN のデザイナー高橋悠介（写真上）と、ISSEY MIYAKE のデザイナー宮前義之（写真下）。