

「普通」の感覚が新しい

「普通」の良し悪し

須賀 「普通」という言葉は、肯定的にも否定的にも使われますよね。デザインでいうと、プレゼンのときに「もっと普通にしたら」というのが肯定的な使われ方。「普通すぎてつまらない」というのが、否定的な使われ方。デザイナーとしては、どちらもあまり言われたくないですが(笑)。

廣川 ありますね(笑)。私は「普通」というのは、多くの人々が共通して持っている認識だと思っているんですけど…たとえば普通のスカートを用意浮かべると、…絵で描くような台形の



スカートとか。

須賀 小さな子どもが描くような、長方形の自動車とか。

廣川 そうそう(笑)。

須賀 それって肯定的な意味では、普遍性ということだと思うんです。たとえば車なら、生活の道具であることが大前提。移動手段であり、荷物を運ぶものです。でもそういう前提を忘れてファッション性にとらわれると「もっと普通にしたら」と言われてしまう。実際、過去に「もっと普通に」と没になったスケッチを見ると、自我の表現欲みたいなものが出過ぎていたとか、表現手法に走り過ぎていたんですよ。それこそ、もっと普通でいいところを

わざと奇抜にしているような、自己満足的なところが鼻につく。

廣川 自分の過去のデザインを時々振り返ってみると見えてくるものがありますよね。ファッションブランドは半期ごとにコレクションがあるので、常に走りつづけている感覚なんですけど、積み重ねていだけじゃ今を超えていけないのかなと最近思うようになりました。

須賀 僕もそんなこと考えるようになったのは、デザインをはじめ15年くらい経ってからです。昔は「もっと普通にしたら」なんて言われたらムッとすることもありました(笑)。でも客観的に物事を見ている人って、判断に迷いがいいんですよ。だから、人の作品や、過去の作品の良し悪しがすぐわかる。今でも図面を書き続けていると集中し過ぎてしまうから、自分を客観的に見れるよう、良い意味での「普通」を逸脱しないよう、訓練しなければと思っているんです。

廣川 ただ、「普通」の基準値って、人によって違いますよね。一口に台形のスカートといっても、色やマテリアル、縫製のイメージは、思い浮かべる人によってそれぞれ違う。その微妙なディテールの部分でまったく意外性がないと、否定的な意味での「普通」になってしまう。

須賀 子どもが描くようなクルマや台形のスクートをそのままつくっても、見る人の心には何も響かないということですよ。自動車も、今はパッと見て「なんか違う」「いいね!」と見ていただかないと購入していただけない。何らかのメッセージ…メッセージと言ったらおこがましいですけど、この車をつくる意義のようなものを表現しつつ、自己満足に陥らないようなバランスを考えていくことが重要なのではないですか。それに自動車の場合は、



Yamazaki Nao-Cola

Suga Koichi

Hirokawa Tamae

デザインしてから実際に完成し販売されるまでに長い時間がかかるので、一過性のかたちの良さにとらわれると大変なことになってしまうんですよ。

山崎 完成までにどのくらいの時間がかかるんですか？

須賀 パッケージが決まっているもので早いものは、2年から2年半くらいです。

山崎 そんなにかかるんですか。

須賀 関わる人間の数や工程の規模が大きいと、必然的に慎重になりますね。

日常の「普通」と非日常の「普通」

廣川 私は、基本的には自分がいいなと思うもの、自分がほしいものをつくっているんですが、よく「ファッションショーの洋服は(奇抜すぎて)ふだんには着られない」と言われます。私は、洋服というものはお客様に着てい

ただいで完成すると思っているので「普通ですよ、着られますよ」と言いたいんですけど。
須賀 その「普通」は日常という意味に近い？
廣川 ええ、そうですね。

山崎 「着てほしい」と思っているのに「着られないわ」と言われたとき、自分の感覚を調整するんですか？

廣川 そこは変えないです。Tシャツでもワンピースでも、こういうふうに着たら素敵になれるよ、というのを提案したくてデザインしているの…。

須賀 Tシャツでもドレスでも、込める思いやこだわりは変わらないということですね。

廣川 そうですね。「普通」の感覚を忘れないことは重要なんですけど、デザイナーがこだわりをなくしたら存在意義がなくなってしまいます。それに、そういうデザインが人の共感を呼ぶかどうかは未知数なので、自分が

考えていることはなるべくふれさせたくない。例えば先ほどお話ししたショーの服も、「日常では着られないわね」って言う方もいらっしゃるので、「着たい」と思ってくれる方の割合を多くしていきたいという思いもテーマに込めながら、活動しています。

山崎 スペシャルな感じの洋服って、デザイナーが表現したいことを出しているアイコン的なものであって、一般向けのショップで売れる服とは別に考えているのかなって思っていました。

廣川 「見せるもの」と「商品」とを別に考えているところもあるでしょうね。ブランドを始めて間も無いので、そこまで余裕が無いのと、まずはブランドが認知されるまでは集約していると思っています。どちらがいいとかではないですよ。

山崎 「見せるもの」って、本の話だと小説に