六本木未来会議

デザインとアートと人をつなぐ街に

丸山敬太 ファッションデザイナー

Keita Maruyama / Fashion Designer

CREATOR INTERVIEW NO 89

丸山敬太 Keita Maruyama

東京生まれ、文化服装学園卒。1994年にコレクションデビュー。世界の舞台でコレクションを発表。『晴れの日に着る服・心を満たす服』をコンセプトに展開するブランド、KEITAMARUYAMA　デザイナー。その他、ミュージシャン、俳優、舞台の衣装制作を始め、ライセンスや各方面のブランドコラボレーション、イベントのディレクションなど、幅広い分野で活動。近年では日本航空(機内・地上・さくらラウンジ)の制服を手がける。2014年にはブランド20周年を迎え、『丸山景観』を出版。2016年9月、青山本店をコンセプトストア『丸山邸』としてリニューアルオープン。丸山の選択眼により新旧問わずセレクトされた商品群が並び 衣食住に纏わる時々のテーマにより随時イベントを催している。

No 89

丸山敬太 ファッションデザイナー

KEITA MARUYAMA / Fashion Designer

クリエイターインタビュー

『いつの時代も、大人が遊ばせてくれる街に』

幼稚化ではなく大人化へ。背伸びしたくなる街を大人がつくる。

photo_mariko tagashira / text_ikuko hyodo

ファッションデザイナーとして自身の名前を冠したブランドを立ち上げ、20 年以上第一線で活躍している丸山敬太さん。渋谷区出身の丸山さんにとってお隣にある六本木は、大人になる過程でさまざまなことを教えてくれた場所だったようです。そんな丸山さんの六本木にまつわるエピソードとともに、六本木がこれからの時代を担う若い世代にとって魅力的な街になっていくために必要なことをお聞きしました。

個性なんて話題にすること自体が窮屈。

個性云々ってよく言われますけど、僕としては当たり前のことなのになと思うんです。個性っていうのは要するに、パーソナルということですよね。ひとりひとり全部違う細胞でできているのだから、存在しているだけで個性なわけです。何かが突出しているから個性的ということではなく、社会というのは個の集合体でしかない。

たしかに着るものは衣食住のなかで、その人自身を一番表しやすいかもしれないし、「ファッションは個性的であれ」なんて言われるけれども、僕自身にそういう概念は全然なくて。人と違うファッションで自分らしくありたいと思うのも個性だし、人と同化したいと思うこともやっぱり個性なんですよね。制服が楽な人もいるだろうし、ファッションに重きを置かない人ももちろんいる。いろんな人がいる社会だからおもしろいんだろうなっていうふうに考えています。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

日本には、ある程度は人に合わせるべき、という美学がありますよね。そのこと自体、実はものすごい個性なんだけど、どこかで引け目を感じたり、それを武器にできない不器用さはもったいないなと思います。要するに日本人って、個性的というのはこういうことだから、こうしなきゃいけないっていうふうにステレオタイプに物事を考えがちじゃないですか。本当は個性を消すことも個性ではあるんだけど、そんなふうには考えられない。日本のオタクカルチャーが海外で高く評価されているのは、「オレらにこの発想はないよ！」と一目置かれて、非常に個性的だと思われているからなのに、なぜか日本だとネガティブに捉えられてしまうことがあるのが残念。ステレオタイプな理想像から外れているものは、よしとされないんですよね。

理想像から外れている人も外れていない人も集合しているのが社会だという考え方が根本にある国は、個性なんていちいち話題にすること自体が窮屈なはず。日本もそうなるといいなと僕は思っています。みんな違うのは当たり前なのだから、そこはいちいち追求する必要はない。基本的には、何でもありでいいんですよ。

思いっきり背伸びをして出かける街だった六本木。

僕は1965年生まれで、渋谷区神宮前出身なのですが、70年代の六本木カルチャー、いわゆる大人の街というイメージに憧れた世代。六本木に遊びに行き出すのが高校1年生くらいで、80 年代始めなんですけど、思いっきり背伸びをして出かける場所でした。それこそキャンティに集うような大人たちに憧れたし、そのあとはワンレンボディコン全盛期もありましたね（笑）。スクエアビルとか、若い人は知らないですよね？あの時代を経験していないのがかわいそうだと思ってしまうくらい、当時の六本木にはものすごいエネルギーが渦巻いていました。タクシーなんて乗りたくても止まってくれないし、男の子は車を持っていなかったら女の子に相手にされなかったからね。その後クラブカルチャーが西麻布に移ったり、原宿に移ったりしましたけど、入り口がそんな感じだったから、自分がだいぶ大人になってしまった今でも、六本木はいまだ僕にとって大人の街というイメージです。

アマンド六本木店はビルを建て直してリニューアルしましたけど、僕が六本木で遊んでいた時代の象徴的な場所なんです。「アマンド前に集合」っていうのは当時の合い言葉みたいなもので、週末の夜になるとものすごい数の人がこの辺で待ち合わせをしていました。当時はパリブレストという名前だったシュークリーム（現在はリングシュー クラシック）ひとつとっても、子どもの頃からのいろんな思い出があります。

六本木だけでなく東京という街は、進化して大きく変わってしまった部分と、昔ながらの下町っぽい部分の両方が今もかろうじて共存している。それが魅力だと僕は思っています。六本木も表通りからちょっと外れれば、まだまだ住宅街があるし、アマンドみたいな老舗の洋菓子店も少なくはなってしまったけれどもいくつか残っている。欧米文化発祥の地みたいなところがあったりして、そういう意味でもコスモポリタンな場所だと思うんです。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

キャンティ
1960年に麻布台三丁目にオープンしたイタリアンレストラン。当時の日本にはないヨーロッパのサロンのような自由で洗練された雰囲気で、数多くの知識人や芸術家、芸能人などが集った。バブル期にはキャンティ族という言葉も流行り、華やかさの象徴に。

スクエアビル
地下2階、地上10階建てのフロアのほとんどがディスコだった、バブル期の六本木を象徴するビル。ネペンタ、ギゼ、キサナドゥ、キャステルなどのディスコが入り、ガラス張りのエレベーターが名物だった。2007年に取り壊され、跡地は駐車場になっている。

アマンド六本木店
1964年に六本木交差点に開店した喫茶・洋菓子販売店。ビルの建て替えにより一時閉店し、2010年12月に同地にリニューアルオープン。

夜の六本木にかつての雰囲気が戻ってきている!?

夜中にひとりで街を歩くのが好きで、深夜まで仕事をしているときなどにちょっと外に出て、青山から六本木のほうへ散歩しながら街を眺めたりするんです。そんなときに感じるのは、東京は雑多でスピード感がある半面、どこかほっとするような静けさや落ち着きもあるということ。僕が生まれも育ちも東京だからそう感じるのかもしれないけれど、世界のいろんな都市を見てもそれって東京だけの感覚のような気がするんです。六本木もまさにそうで、昼と夜で様子が全然違うのもおもしろい。昼間は勤め人がすごく多いけど、夜になるとどっと人が遊びに来たりして、二面性があっていいですよね。

六本木って原宿とか浅草みたいに、街の名前自体が海外でも認知されているじゃないですか。ひと昔前のイメージかもしれないけど、東京のナイトライフといえば六本木、みたいにね。でも最近、それが少し戻ってきている気がするんです。こないだ深夜にかき氷の専門店で食べていたら、クラブをはしごしているんだろうなって感じの15人くらいのグループが入ってきたんです。そのうち半分は外国人で、女の子の半分は帰国子女かなっていうくらいのテンションで、日本語と英語のちゃんぽんで盛り上がっている。ワンショルダーの服も、最近の日本の女の子らしからぬ健康的な雰囲気で、男の子たちもいかにもイケイケ。みんなで楽しそうにかき氷を食べて、「次行こう!」って出ていったのを見たとき、うわー、懐かしい! って思ったんです(笑)。こういう空気がまた六本木に戻ってきてるんだなって、なんだか嬉しくなりました。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

街はいろんなものと出会わせてくれる場所。

六本木はやっぱり今来ても、なんとなくドキドキしますよ。街自体にエネルギーがちゃんとあるのがいい。六本木に限らない話だけど、あえて言うなら、チェーン店が多いのはいただけない点。チェーン店が多くなるほど、世界中の街が似てきてつまんなくなってしまうから。とはいえチェーン店をなくすのは難しいだろうから、多少雰囲気を変えたりして店が街に合わせるようなことをしてほしい。その街ならではの、そこにしかないものがフォーカスされると、みんなすぐに足を運ぶじゃないですか。西麻布にホブソンズがオープンしたとき、アイスクリームを食べるために「なんでこんなに？」っていうくらい行列ができたんだけど、当時に比べたら今はもっと簡単に情報を手に入れられる時代だから。

今はインスタグラムみたいなツールがあるから、インスタジェニックな場所に出かけることが増えているわけですよね。興味のきっかけはなんでもいいと思うのだけど、ただそこで写真を撮ってアップして終わるのではなく、経験することが大事なんですよね。情報がなかったら行かないような街や店に実際に足を踏み入れて、そこでいろんなものに出会って経験してみることがとても大事。やっぱり街っていうのは、いろんなものと出会わせてくれる場所だから、そういうふうにアンテナを立てていると楽しいんですよね。

ホブソンズ

サンタバーバラ発祥のアイスクリーム店で、1985年に西麻布に日本第 1 号店を開店。バブル期は深夜にも行列ができて話題となった。現在は東京を中心に全国に店舗がある。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

photo_mariko tagashira / text_ikuko hyodo

頭の固いオジサンにならないために。

一時期は渋谷も新宿も池袋も、東京の街が同じように見えたのですが、景気が悪くなっていろんなものが淘汰されて、その街らしさが戻ってきましたよね。家賃の高い表通りなんかは、いまだにチェーン店が並んでいるけれども、ちょっとした路地に小さいステキなビストロができていたりして、外国の方たちがそんなところにも結構来ているんですよね。一体どうやって調べるんだろうって思うんですけど、聞いてみるとやっぱりトリップアドバイザーや口コミとかで来られるみたいで。しかも最近は、東京が通過点になってしまって、地方のおもしろいところにどんどん外国人が行くようになっているじゃないですか。外国人にとって魅力的な地方が増えていることは頼もしくもあるんだけど、東京にしかない魅力の PR が足りていないんじゃないかなとも思うんです。

たとえば僕らは、こうやって当たり前にアマンドのケーキなんかを食べていますけど、フランス人とかがこれを食べたら、たぶん新しい食感なんですよ。日本的にアレンジされている繊細なケーキは、本場にはむしろない。コンビニのお菓子の優秀さだって相当なものですよ。そういうことをもう一回見つめ直すと、意外な発見がありますよね。当たり前に見えるけど、当たり前じゃないことっていうのはやっぱりフレッシュだし、フレッシュなことこそがその街の個性だったりするから、もっと大事にしてほしい。そういった視点は、物事の決定権はあるけれども街に出ようとしないオジサンには、ないものですから。その点、オバサンはいつまでたってもミーハーだから、いろんなところに出かけていく。これからは脱オジサンの時代ですよ（笑）。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

僕が言いたいオジサンっていうのは、年齢じゃないし性別でもないんです。若いオジサン予備軍もいっぱいいるし、女性でもオジサン化してる人っているじゃないですか。そういう人たちが引っ張ってきた社会が幅をきかせている限り、日本は何をやっても変わらない。自分の保身をやめて未来のことを考えていかないと、本当の意味で魅力的な都市にはならないですよね。

オジサンにならないためには、頭を柔らかくしておくことがとても大事。新しいものをすべて受け入れなくてもいいし、古いものをすべて拒絶する必要もないけれども、食わず嫌いが増えてしまうと、どうしても頭は固まっていくものだから。食べてみて好きじゃなかったっていうのは、その人の嗜好だからいいんですよ。だけど食わず嫌いで物事を判断するのは、オジサン化の始まりだから気をつけないと。

リアルな経験のすばらしさを大人が見せてあげる。

僕が 10 代の頃の六本木は、大人が遊ばせてくれる街だったから、いろんなものを見せてもらったし、食べさせてもらったし、経験させてもらえて、すごく楽しかったし、勉強にもなりました。背伸びをすればするだけ、かわいがってくれたり、引き上げてくれたりする大人がそこにはいたからね。僕らの世代がそういった大人たちのあとを継いでいないことが問題ではあるのだけど、社会っていうのは本来そうじゃなきゃいけないですよね。今みたいに何かと幼稚化するのではなく、大人として扱われたいと背伸びしたくなるような環境を大人たちがつくってあげないと、未来は変わらない気がして。

だけどなんとなく、そういう空気を最近の 10代後半とか 20代前半の子たちに感じることがあるんですよね。もしかしたらそれは、バブル期の親が育てた子どもだからなのかなっていう気がしていて、彼らの DNA が受け継がれているのかもしれない（笑）。今の若い世代の子たちは、海外がどうとか、日本がどうっていう変な垣根もなくて、「つながってるよねー」みたいな感覚があるから、しゃべっていると結構おもしろいんですよね。一方でつながっていると思っているからこそ、「別に行かなくてもいいじゃん」ってリアルな経験を否定してしまうところもあるから、そのすばらしさを見せてあげるのがこれからの大人の役目なのかなって思います。そうなったら、今の子たちのほうが自分のものにしていくのが断然早いから、羨ましいですよ。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

photo_mariko tagashira / text_ikuko hyodo

若い世代が元気な上海から学べること。

最近上海に行って、よくも悪くも衝撃を受けたんです。こういう言い方をすると誤解を生むかもしれないけれども、弱者を切り捨てていく感じがすごいというか。日本はどうしても、そんなことをしたらお年寄りはわからなくなってしまうみたいな考えが先に働くけれども、上海の場合は直轄市であることも関係しているのか、国をあげて最先端を行こうとしている印象を受けました。たとえば上海ディズニーランドに行ったんですけど、アプリをダウンロードできないと、ファストパスの予約すらできないし、街で買い物をするときも、Alipay や WeChat Pay がないと何もできない。現金だったら買ってもらわなくてもいいですよ、くらいの勢いなんです。なんでもかんでも QR コードが必要で、電気がなくなったらどうするんだろうって思ってしまうし、その仕組みから振り落とされてしまう人たちも当然出てくるんだけど、がんばってついてこられる人だけが便利に暮らせるような社会になっているんです。

歪みが生じて、そのうちどこかでポキッと折れてしまうこともあり得るだろうし、こういうやり方に共感できるかって言われると考えてしまうところはあるけれど、時と場合によっては効果的なやり方なのかもしれない、とは思いました。なぜかというと、若い子たちにチャンスが与えられて、夢を見ることができる社会なんです。20 代の起業家は日本にももちろんたくさんいますけど、上海は日本以上に若い子が元気で、自分たちでバリバリやっていける環境がある。しかも IT 的な進化は若い世代のほうが早いから、彼らのほうが圧倒的にグローバルに仕事を展開できるんですよね。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

上海ディズニーランド
2016年 6月16日に上海市浦東新区に開園。アジアでは3番目となるディズニーランドで、約 400ha の敷地面積は米国外では最大の規模。高さ約60mのメインキャッスル「Enchanted Storybook Castle（魔法にかかったおとぎの城）」は、すべてのディズニープリンセスの象徴となっている。

Alipay / WeChat Pay
アリババグループが提供する、中国国内での普及率が高いオンライン決済サービス「支付宝（アリペイ）」。日本では 2017 年1 月にローソンでサービスを開始している。「微信支付（ウィーチャットペイメント）」は、中国版 LINE といわれる WeChat 内で提供されているオンライン決済サービス。中国国内で 40%ほどの市場シェアを占める。

世代間の融合が街を活性化させる。

僕なんかは、ディズニーランドでもおぼつかないくらいだから、そんなやり方は無理だと思ってしまうけど、若い子を取り込んじゃえばいいんですよね。彼らに媚びるのではなく、自分たちもおもしろがれるものを教えてもらえばいい。僕らは反対にアナログのいい時代を知っているから、若い子にアナログのすばらしさを見せてあげると尊敬してくれるんですよ。「すっげー、こんなことも手でできるんだ！」みたいにね（笑）。こんなふうに世代間の融合がこの先うまくできるようになるといいですよね。デジタルであることが新しい時代はすでに終わって、デジタルは単なるツールやスキルでしかなくなってしまった今、結局問われてくるのはセンスだったり感性だったりするんですよね。これからは人間力の戦いになることは、間違いないですよ。

人間力を磨くには、自分の頭で考えることに尽きると思っています。今は考えようとしない人が、本当に増えてしまっているじゃないですか。たとえば単純なことなんだけど、テレビのクイズ番組を漫然と見て答えを聞くのと、自分も一緒に考えてから答えを知るのとでは、記憶への刻まれ方が違うと思うんです。間違えて恥ずかしい思いをしたことは知識になるけれど、受け身で見ているだけだと全部流れていってしまうから。

同じようにオタクの人たちがすばらしいのは、好きだという思いから生まれる探究心。だからほかとは代えがたい、唯一無二のすばらしいものを生んだりするわけじゃないですか。これからはオタクの時代だと思いますよ。いろんなことを多角的にマネージメントできる人と、探究心に優れているオタクの人が一緒に何かをやっていくと、この国も街も活性化していく気がします。

安定の時代はもう終わったのだから、受験や就職の仕組みも変わらないと。だって、普段着ないような変なスーツ着て、変なパンプスはいて、変なカバン持って、就職活動をすることのまやかしは、誰もがわかっているわけじゃないですか。それなのに、企業側は個性的な人間がほしいとか言っちゃうわけで ……。その歪みを早くどうにかして、若い子たちが呪縛から逃れられるようにしてあげないと。

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.

取材を終えて ……

街は人生の教室。六本木に憧れて、背伸びをして通った日々の話を聞き、そんな言葉が思い浮かびました。多感な時期の経験は、その後の人生に多大な影響を与えているはずです。「ミーハーであることは、自分の性みたいなもの」という丸山さん。ファッションデザイナーという職業でなくても、ミーハーな心を持ち続け、世の中の流れに敏感であることの大切さを感じるとともに、六本木という街が常にそれに応えていくためには、ということを考えさせられるインタビューでした。　（text_ikuko hyodo）

©Tokyo Midtown Management Co., Ltd. All Rights Reserved.