

# 六本木未来会議

デザインとアートと人をつなぐ街に

森永邦彦 ANREALAGE デザイナー  
Kunihiko Morinaga / ANREALAGE Designer



## CREATOR INTERVIEW <sup>No</sup> 103

### 森永邦彦 Kunihiko Morinaga

1980年、東京都国立市生まれ。早稲田大学社会科学部卒業。大学在学中にバンタンデザイン研究所に通い服づくりをはじめ。2003年「アンリアルエイジ」として活動を開始。2005年、ニューヨークの新人デザイナーコンテスト「GEN ART 2005」でアバンギャルド大賞を受賞。同年、東京タワー大展望台にて06S/SコレクションをKeisuke Kandaと共に開催、以降東京コレクションに参加。2011年、第29回毎日ファッション大賞新人賞・資生堂奨励賞受賞。2014年秋、15S/Sよりパリコレクションデビュー。2015年、DEFI主催の「ANDAM fashion award」のファイナリストに選出。2016年、ANREALAGE AOYAMAをオープン。2017年、ANREALAGE FLAGSHIP SHOPをオープン。近年、パリ以降の作品の展覧会「A LIGHT UN LIGHT」を国内で開催し、LA及びサンパウロのJAPAN HOUSEにて巡回展を開催、また、仏ポンピドゥー・センター・メッスや仏ロスチャイルド館での展覧会へも参加している。18年、AMAZONと協業し、東京でA LIGHT UN LIGHT COLLECTIONを発表。国内外50店舗で販売されている。

No  
**103** 森永邦彦 ANREALAGE デザイナー  
KUNIHICO MORINAGA / ANREALAGE Designer

クリエイターインタビュー

『空間の形に応じて人の動きが変わる、街と服の新たな関係』



服を着ることで生活や人生が変化する、  
そういう人を少しでも増やし続ける存在でありたい。

published\_2019.4.17 / photo\_mariko tagashira / text\_akiko miyaura

「A REAL- 日常」「UN REAL- 非日常」「AGE- 時代」を意味する「ANREALAGE」。そのデザイナーをつとめる森永邦彦さんは、「神は細部に宿る」という揺るぎない信念のもと、細かいパッチワーク、人の形を超えた独創的なデザイン、テクノロジーを取り入れた洋服など、想定外のファッションを生み出してきた。日常と非日常を越境することは、ブランドが掲げるテーマでもあります。会期中の『六本木クロッシング 2019 展：つないでみる』ではジャンルを超え、さまざまなアーティストらと“つながり”を提示。15年を経たブランドの軌跡とともにモノづくりへの思い、いまと未来のファッションの考察など、たっぷり伺いました。

とどまることなく、移ろいゆくファッションを色と光で表す。

ANREALAGE は、「A REAL」（日常）と「UN REAL」（非日常）を行き来する、ということを服で表現しているんですけど、『六本木クロッシング 2019 展：つないでみる』では、それをもう少し個別のテーマで落とし込んだ展示をしています。

今回はふたつの視点があるんですが、ひとつが作品名でもある『A LIVE UN LIVE』。生を帯びているものと、そうでないものというテーマで考えるなか、東京大学の川原研究室と新山研究グループが「低沸点液体」を研究していることを知ったんです。

通常、液体って 100°C が沸点じゃないですか。でも、その液体は 34°C で沸騰するんです。人の体温に近いというも含め、すごくおもしろいなと感じて。これを生かせば、人の肌に触れたときに液体が気体になって体積変化を起こし、フラットなものが立ち上がる現象をつくれるんじゃないかと考えたんです。要はしょうゆパックみたいに液体を閉じ込めて、そのパックの中で体積変化が起こって膨らむ。それを利用して洋服に配した花が開いたり、閉じたりする仕組みになっているんです。

本来は人の体温で変化が起こるところ、展示はスタティックなマネキンで表現しなくちゃいけない。マネキンに温度変化をさせるために温冷を繰り返す「ペルチェ素子」というモジュールが搭載された装置をたくさんつけて、形状変化を繰り返させているんですけど、それで液体が本当に揮発するのか、また、どれくらいの分量ならしっかり布が動くのか。そのあたりは、東大のみなさんと6ヶ月程かけてかなり試行錯誤しました。

そして、もうひとつは、光と光でないものを越境しようというテーマ「A LIGHT UN LIGHT」。これは反射の際にプリズムで光の色が変わる、特殊な反射材を洋服に使うことで表現しました。フラッシュ撮影をしたり、自分の目の近くに光源が来たりすると色が変わって、白い服がまったく違う色のデザインになるんです。

ファッションは移ろい、変わっていくもの。デザインの変化はもちろん、春夏秋冬というシーズンをずっと回っているという意味でも、とにかく流れているものがファッションだと思うんです。それを色と形で表現したいと思ったのが、今回の作品の始まりでした。花が咲いて閉じ、光によって色を変えることで、とどまることのないファッションを表現したかった。さらに、『A LIVE UN LIVE』では低沸点液体という水を使っていますが、生命の根源である水をモチーフにすることで、自然界の現象・変化を用いた洋服をつくるという、新たなチャレンジができたんじゃないかなと思っています。



#### 森美術館 15周年記念展『六本木クロッシング 2019 展：つないでみる』

「六本木クロッシング」は森美術館が3年に一度、日本の現代アートシーンを総覧する定点観測的な展覧会として、2004年以来開催してきたシリーズ展。今回は1970～80年代生まれを中心とした日本のアーティスト25組が、対極のものを接続すること、異質なものを融合すること、本来備わっている繋がりを可視化することなどを通じて、「つながり」を提示する。2019年2月9日(土)～5月26日(日)まで開催。



#### 『A LIVE UN LIVE』

『六本木クロッシング2019 展：つないでみる』で、森永氏が発表しているインスタレーション。東京大学の川原研究室と新山研究グループが開発したパウチモーターにより、春夏秋冬それぞれの季節を表す4体の洋服に配された花が咲いたり、しぼんだりを繰り返す。また、形状変化に伴って花びらの反射角が変わり、色もどんどんと移ろい変わる。フラッシュ撮影をすると、本来白いワンピースが色鮮やかに浮かび上がるのも本作の特徴。

アンリアレイジ《A LIVE UN LIVE》2019年  
ミクスト・メディア・インスタレーション サイズ可変  
展示風景：「六本木クロッシング 2019 展：つないでみる」森美術館(東京)

## 5年ごとに大きなテーマを完結させた ANREALAGE の軌跡。

『六本木クロッシング 2019 展：つないでみる』の展示でも根底になった、ANREALAGE の " 日常と非日常 " というテーマは、15 周年を迎えたいまも変わっていないですね。ただ、15 年のなかで、5 年おきくらいに大きなタームが訪れていて。

3 人の仲間が集まり、インディペンデントとして始まったのが 2003 年。最初はとにかく 1 着に時間をかけるモノづくりをしていました。初期のハンドクラフトは、とにかく細かいパッチワークや装飾をほどこして、大手のアパレル企業にはできない執念深い作り方をしていたと思います ( 笑 )。そうやって手を動かして足し算をしていけば、すごく強い洋服にはなるんですけど、どうしても 3 人でつくれる量は限られる。すると、ビジネスにならないよねっていう臨界点を迎えることになるんです。かといって、生産数を多くするために工場に出しても自分たちがつくっているような味は出せない。結果、5 年ほど続けていた手を動かしてつくという道を、一度バサッと断つ決断をしたんです。

そこからは、一切手を動かさず、とにかく考える方向へと転換しました。ひとつのシャツの形、ひとつのジャケットの形を考えて、考えて、人とは違う視点で洋服づくりをする。そのときに考えたのが、極端に人の体から離れるということ。普通は人の体を原型に洋服をつくるんですけど、人の殻ではないもの——そのときで言うと、『○△□』(2009S/SCOLLECTION) というテーマで、球体や三角錐や立方体を原型にした服をつくったんです。球体の人間なんていないわけで ( 笑 )、考え方としては、誰にも似合わない服をつくろうということ。誰にも似合わないからこそ、誰しもが着れる可能性を持つ服を生み出そうとしました。洋服における絶対的な定規である原型を変えることで、新しい基準を持った洋服を生み出すことに繋がっていったのだと思います。それ以降は、独自の造形にアプローチするタームが 5 年ほど続きましたね。

同時に、この時期に 3D や、フォトクロミックという光の照射によって色が変化する技術だったり、別のフィールドの技術に出会ったんです。それが、次の洋服づくりへと繋がっていて。テクノロジーを洋服に落とし込むことで、日常化した技術を洋服づくりに利用していきました。ちょうどブランドとしても、10 年を迎えたころ。" 道具を変える " ことで、いままでの作り方を 1 回フラットにしたんです。思い返すと、ここが本当の意味で " 他の人とは違うもの " が生まれた段階なのかなって。「パリコレクション」に進出したのも、この時期でした。

10 年を経てから 4 年半ほどかけて手がけた " 光のシリーズ " は、連鎖的につくっていった感覚ですね。最初に影 (= 『SHADOW』) をテーマにして、次はその影のなかに照らす光 (= 『LIGHT』) へ、そして、光が今度は反射 (= 『REFLECT』) して、分光 (= 『PRISM』) して、他の色に変わるといところへつながり、最後に光は透明 (= 『CLEAR』) という現象であり、透明な光を真っ黒の中に吸収することで完結する。やっぱり大きなテーマって、簡単には消化できないんです。だから、いろんな角度からアプローチして、5 年くらいかけて完結していくんですけど、最初にゴールが見えているわけではなくて。テーマと向きあうなかで、そのときどきに出会ったもの、生まれたものを形にしていっていった結果、つながったという感じです。



#### 初期のハンドクラフト

「神は細部に宿る」というブランド設立当時の信条に沿い、末端にまで意志が通った洋服をつくり出してきた。特に最初の5年には、手仕事でしかできない繊細なディテールが多くみられる。多くの人に衝撃を与えた「信じられないくらい細かいパッチワーク」や、「1着に10,000個のボタンを縫いつけたジャケット」など、マニアックなクラフトワークを探求。その精神やデザイン性は、いまに受け継がれている。



#### 『○△□』

『○△□』は、2009S/S COLLECTIONのテーマ。その名の通り、球体や正四面体、立方体に合わせてつくられたシャツ、トレンチコート、カットソーなどを制作。展示では、同時に通常の人型のボディに着せて、日常で普通に着用できることを提示。手仕事のタームを終えたANREALAGEの創作に勢いをつけたコレクションでもある。



published\_2019.4.17 / photo\_mariko tagashira / text\_akiko miyaura

### 新しいものをつくりだす姿勢の底辺は破壊ではなく、圧倒的な敬意。

つくってきたものはアグレッシブなんですけど、僕自身はいたってニュートラルな人間なんです。日常と非日常というテーマも、A と Z を重ねたブランドロゴもそうですが、どちらか片方を表現したいということではなくて。両方の価値があって、それが混ざり合ったり、逆転したりという表現が好きなんですよね。主張がないと言えば、主張がないのかな。きっとつくってきたものも上辺だけを見ると、いろんなテーマで洋服を壊しているように感じると思うんですけど、僕の中ではテーマや洋服に対しての " 圧倒的な敬意 " のほうが大きいんです。

それから、服づくりではテクノロジーに関わっていますが、僕自体は文系なんです。そもそも、ファッションって伝えることが難しいもの。世の中には感覚的なデザイナーのほうが多くて、スタイルとセンスと感覚がないとファッションはできないと思われている。でも、ないものは他の人と組んで補えばいいと思うんです。結局、ファッションって、多くの人と協業しないとできないものなんですよね。そう考えたとき、確実に言語化が大切で。自分のなかで、こういう洋服をつくりたい、こういうコレクションがしたいと、イメージができあがっているものを人に伝えるには、言葉が重要だと思うんです。僕の場合は毎回デザインよりも、つくりたいものを言語化してスタッフと共有することが先。逆に共有できなければ、そのテーマ自体に無理があるのかなという判断をします。

一度走り出せば早いんですけど、そのテーマをつくるまでが大変で。もちろん始めたころはつくりたいものだらけでしたけど、15 年 30 シーズンの間に何千着とつくっていると、つくるという行為自体が、ごはんを食べるのと同じくらい当たり前になってしまっ。いまは、自分のなかにある " これつくりたかったな " という記憶をたどっている部分もあるんです。

正直、次はつくれないんじゃないかと、悩んだ時期もありました。でも、最近はまだ変化して、つくるのが楽しくて仕方ないという、原点にあった感覚が戻ってきています。つくりたいもの、けっこうあるんですよ。なかでも、いま気になっているのは古着。古着加工ではなく、古着自体をつくりたい。どうせなら " 古着 " や " ヴィンテージ " という言葉の概念を揺さぶるようなものをやりたいですね。そうやって、みんなのなかでイメージがついている言葉を変えることが、僕は好きなんだと思います。

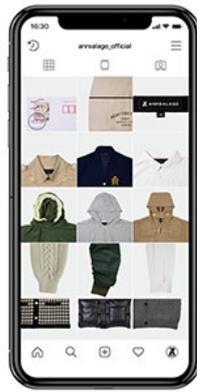
### スクリーンに収まったファッションが見過ごしているもの。

ここ数年は、身の回りのものからテーマを見つけることが多かったのですが、この半年は " 洋服 " から見つけようという方向に向かっていたんです。だから、何か気になったものを入れる「実験ボックス」も、洋服のディテールばかりになっていました ( 笑 )。

" 細部を着る " というのが、まさに最新コレクションで発表した今期のテーマ。これは毎回のことなのですが、僕はテーマの真逆をやるということをしていて。例えば『SHADOW』というコレクションなら、真っ黒な影じゃなく真っ白な影をつくったり、『CLEAR』のときは透明なものを真っ黒にしてみたり。テーマの対極をいかに表現するかを大事にしてきました。今期『DETAIL』というテーマを掲げるなかでも、みんなが " これがディテールだ " と思っているものを、いかに裏切るかを考えました。細部は小さいもの、という概念があるのであれば、その概念自体を裏切ろうと。結果、洋服のディテールをそのままスケールアップして着るという発想にたどり着いて。たとえば、トレンチコートやシャツの襟だけを着る、モッズコートやスウェットパーカのフードだけを着る、MA-1 の袖だけを着るというアプローチをしているんです。

いまって洋服を見る場所、伝える場所が明らかに " スクリーン上 " になっているじゃないですか。すべてがパソコンやスマホの画面サイズに収まっていて、わかったつもりでモノを買ったり、伝えたりしている。そこで見失われているもの、見過ごされているものは何かと考えたとき、スケール感というのが出てきて。最新コレクションを発表する前に、インスタグラムで全部の洋服のディテールを発表したんですよ。スクリーン上で見ると、何の変哲もない袖や裾。最初は「ANREALAGE がすごく普通の洋服を発表してきた？」と湧いたんです。でも、ふたを開けたら、そのディテール自体が洋服そのもので、とんでもないスケールだったという。これは警鐘を鳴らすとかではなく、いまの時代における洋服の在り方に対して、その隙間を埋めたいということ。この魅せ方によって、いまの ANREALAGE を見てくれている人たちと、いいコミュニケーションがとれたんじゃないかなと思っています。

昨年行った 15 周年のショー『A LIGHT UN LIGHT』は、自分の精神も肉体もすべて注ぐようにしてつくった集大成的なものでした。約 40 分かけて 100 体を見せるっていう、すごく濃密な、かなり修行じみたコレクションでした。そこから、次はどうするんだろうとみんなが思っているなか、大きく道を変えたのが今回の『DETAIL』。つくっているものとしてはクスツと笑ってしまうような、ちょっと気楽な方向なんですよ。そうやって新しいことに向け、また変化しようとしているブランド像を、最新コレクションでは伝えられたんじゃないかなと思います。



### 『DETAIL』

2019-2020 A/W COLLECTION のテーマ。画面の上では伝わらない服、画面の上ではわからない服をという思いをもとに、超スケール大にした服のディテールをひとつの洋服として着ると斬新な提案。リアルとアンリアル、バーチャルと現実という対比をつくってみせた。また、15周年を経たタイミングで、「神は細部に宿る」というブランドの原点に戻る意味合いもある。



### 『A LIGHT UN LIGHT』

「アマゾンファッションウィーク東京 (AMAZON FASHION WEEK TOKYO)」のスペシャルプログラム「アットトウキョウ (AT TOKYO)」のなかで行われたショー。約4年ぶりとなった東京でのショーで、2003年の初 COLLECTION ~ 2019S/S COLLECTION 『CLEAR』に発表したものから100体のルックを披露。4年半ほどを費やし、テクノロジーを積極的に取り入れながら、「光」を洋服で表現してきたシリーズの完結でもあった。

## パリにあったのは、街のムードといいものを見てきた審美眼。

『A LIGHT UN LIGHT』『東京コレクション』と、東京でのショーは久しぶりでもありました。都市にはそれぞれ色があると思うのですが、パリは明らかにエレガントというのが軸にあって、それが評価の基準になっているんです。東京はそれとは全然違って、いろんな価値が混在している印象がありますね。お客さんを見ても、パリは限られたファッションの達人みたいな人が多いですが、東京はもっとオープンで、ANREALAGEのショーに来てくれる人もファッションとは違う表現をしているクリエイターなんかもいて。そういうフラットな場所にファッションとして入って、刺激を与えられるのはすごくおもしろいなと感じます。

逆にパリの魅力的なところはコレクションの期間中、街全体がファッションに溢れて、街がすごく湧いていること。タクシーに乗れば「どこの会場に行くんだい？」って、当たり前会話話が繰り広げられるんです。それから、やっぱりパリのファッションウィークには本物をその目で見てきた人がたくさん集まるので、審美眼だらけです。東京はブランドやショップ、そして、人もすごく独特で強くて、ファッションとしてズバ抜けている都市。また、異業種には東京から世界に飛び出し、日本が誇るクリエイターやアーティスト、表現者がたくさんいますよね。そういう異業種の人とファッションが交わることで、他の都市にはない東京独自のファッションウィークが形成できると思います。



森永邦彦 ANREALAGE デザイナー

KUNIHICO MORINAGA / ANREALAGE Designer

published\_2019.4.17 / photo\_mariko tagashira / text\_akiko miyaura

### 空間の形に合わせて人が動く服を着て、街で壮大なかくれんぼ。

もし六本木でやってみたいことを考えるなら ..... 昨年、ライゾマティクスの真鍋大度さんと石橋素さん、ダイアログ・イン・ザ・ダークの檜山晃さんとともに、これまでの知覚方法をアップデートする「新しい知覚」を探るプロジェクト『echo』を日本科学未来館で実施しました。それを使って新しい感覚を探るプロジェクトをしてみたいですね。

ファッションの世界では、視覚が何よりも重要視される分野ですが、視覚に頼らない人にとってもファッションが果たせる役割があるのではないかと、ファッションが持つ " 着飾る " こと以外の機能を拡張して、ファッションの壁を超えたいと思ったことが、このプロジェクトのきっかけです。そこから、盲目の方が生きている特別な感覚世界を、服に落とし込むプロジェクト『echo』が始まりました。

プロジェクトでは、視覚障がいを持つ方たちの知覚を補助する " 白杖 " という道具をヒントに、服を介して空間を知覚できる皮膚のような器官を人に備えさせるウェアの開発を行いました。例えば、コウモリは超音波を出して自分と周囲との距離を測りますよね。これを人間にも応用できないかと考えたんです。視覚に頼って生きていると、聴覚、触覚、嗅覚をあまり使わなくなりますが、目の見えない人たちは、私たち以上に自分の発した音の反響を感じ取り、自身と周囲の建物や障害物との距離が知覚できる。その感覚を取り入れて、視覚障がいを持つ方にとっての服の感じ方、空間の感じ方を追体験できるウェアをつくったんですね。

簡単に言うと、空間を知覚するセンサーがついていて、視覚が機能しない暗闇でも周囲の環境との距離を測れるウェアです。障害物が迫るとそのセンサーが反応し、振動することではじめて空間を認識できる仕組みになっていて。目隠しをしながら、振動を頼りに空間を歩くことができるんです。今回は周囲の環境に対するセンシングでしたが、この精度を変えることでより遠くのもの、例えば、夜空に浮かぶ星を知覚することも、目に見えないダニやノミのような小さなものも知覚することが可能にもなる。その服をいろんな人に着てもらって、かくれんぼや鬼ごっこなんかができたら。空間の形に応じて人が動くモビリティー感覚が生まれたとき、人の移動はどうなるのか、街のサインはどう変わるのかはすごく興味があります。



#### 『echo』

衣服が新しい身体器官になるという、新しい可能性を開拓するプロジェクト。視覚障がい者とともに、ダイアログ・イン・ザ・ダークとライゾマティクスリサーチ、アンリアレイジが感覚に関する対話を通して、空間と呼応する服『echo wear』を製作した。服自体が信号を発生して、距離をはかることで空間を認知し、その反応が振動として返ってくる。視覚とは違う感覚で空間を感じる世界初のイノベーション。

### 人と違うことがファッションであり、普及されることもファッション。

そういったプロジェクトもそうですが、この先、ファッションを通じてできることはいろいろとあると思うんです。ファッションはカルチャーとしての側面も大きく、アートだったり、音楽だったり、いろんなジャンルと交わるもの。だから、ファッションの領域を超えてフラットにいろんな人やモノと交わる媒介として存在して欲しいという願いはあります。

ただ、そうなればなるほど、ファッションの芯からは距離が出てしまう面もあって。ファッションって、すごく両極の軸をもっている現象だと感じます。"人と違うことがファッションである"という言葉のもとに、ある特権を得られる部分もある。でも、それだけだと成り立たなくて、多くの人に混ざり合い、普及されてこそ、ファッションだとも言えます。しかし、今度は普及されすぎると消費されてしまって、ファッションとは言えなくなってしまう危惧もある。難しいけれど、その両極が必要なんでしょうね。

そして、最近は日本のファッションが、おもしろくないという声を聞くこともあります。ひとつは、人の熱量が多方面に向いているのもあるんじゃないかなって。ファッションのなかの話だけでなく、選択肢が広がっていて、いろんなコンテンツを買える世の中になっているので。そもそも、おもしろいファッションって少数だと思うんですよ。いまま確かに存在はしているし、その数もあまり変わってないはず。ただ、二次流通やファストファッション含め、相対的に服がすごく増えたことで、埋もれて見えていないのかなとは思います。

日常的な洋服というのは、すごく大事だと思うんです。それをつくれるデザイナーは絶対必要だし、そこは日本にはたくさんいるので安心な部分。だからこそ、僕らは日常的に見えるけれど、日常じゃないようなものを服としてつくっていきたい。それこそが、クリエイションだと思っているので。誰か1人でもそれに気づいてくれたり、ANREALAGEの洋服を着ることで生活や人生が少し変化したり、そういう人を少しでも増やせるブランドでありたいと思います。

取材を終えて .....

森永さんもご自身を " ニュートラル " と表現されていましたが、インタビュー中もとても穏やかでフラットで、何かを押しつけてくる空気をもたない魅力的な方。何より驚かされたのは思考力です。不思議な力を持つ洋服たちは、本当に考え抜いた人からしか生まれない究極のファッションなのだとは再確認させられました。新たな道を踏み出した今期の『DETAIL』は、大胆なのに心を揺さぶるチャーミングさ。ここからの ANREALAGE がますます楽しみです。  
(text\_akiko miyaura)