

既にロンドンをはじめヨーロッパ各地で開催され評判となったポール・スミス展「Hello JAPAN」が、昨年8月に東京で開催された。会場では、デザインを検討するデザインスタジオやポールの部屋も再現され、「ポール・スミス」ブランドの創作の源泉を垣間みる事ができた。

気さくで陽気な英国人ファッションデザイナーは、1970年、24歳の時にイギリスのノッティンガムに最初の店を構えた。そこは3メートル四方しかない、窓もない店だった。しかし「ポール・スミス」は、80年代には世界的なファッションブランドに成長し、ポールは70歳の現在もなお、ブランドの看板デザイナーとしてファッション界の第一線で活躍している。

数多あるファッションブランドの中にあって存在感を維持し続けるには、卓越した魅力を提供し続けなければならない。「ポール・スミス」ブランドの魅力は何であろうか。トニー・ブレア元英国首相の公務スーツを10年間の任期中担当したことで知られるように、「ポール・スミス」の服はメンズのスーツやシャツに代表される。

最大の特徴は、一見特徴のないオーソドックスなスーツであっても、その中に遊び心が隠されている点だ。20年くらい前に筆者が最初買った「ポール・スミス」の服は、シンプルなグレーのピンストライプのスーツだった。他のブランドにもありそうなデザインのスーツでありながら購入を決めたのは、ジャケットのシンプルな外観とは対照的な鮮やかな色の裏地に惹かれたからだ。もちろん着用している時に裏地は見えないが、上着の袖に腕を通すとき、またハンガーに掛かっている上着を

見たときに、鮮やかな色が目に入り、度々ハッとしたことを今でも覚えている。そこには特別な愛着が芽生えた。この展覧会を通してポールの人柄に触れ、陽気で茶目っ気のある彼自身の人柄が、服を通してそのまま表れていることに気づかされた。服を通して触れることのできる遊び心は、今も変わることなくブランド全体に貫かれている。

遊び心表現するための仕掛けは、新鮮でなくてはならない。この点、新たな技術革新が、新たな創作に多大な貢献をもたらす事も忘れてはいけない。未だ生地に印刷するという発想がない頃に、ポールはバスの車体にプリントされた広告を見て、生地への印刷を思いついたという。「ポール・スミス」のユニークな色や柄のシャツ類がこうして誕生した。

好奇心が新たな手法による多彩な創作を生み出した。そして、日常着を品良くかつ遊び心のある個性的なデザインに仕上げるためには、フォーマルなデザインの中に、絶妙なバランスで個性を取り入れるセンスが必要だ。そこにこのブランドのエッセンスがある。

移り変わりの早いファッション産業界において長期間ブランドを維持していくには、時代の変化に対応する機動力と共に、時代の変化に左右されない確固たるブランドの核を確立することが重要だ。「ポール・スミス」ブランドにはポール自身が持つ魅力が潜んでいる。デザイナーの魅力とその創作の原点を見ることができた本展は、多くの者を惹きつけた。そこには新たなものを追い求める類稀なエネルギーとブレない信念がある。そして創り手から受け手へ発信されるメッセージがある。

## デザインで伝える メッセージ3 ～ポール・スミス～

渡邊知子国際特許事務所 代表  
弁理士 渡邊知子



上/本展に展示されたメンズコレクション  
下/再現されたデザインスタジオの机上 (筆者撮影)