

インタビュー：人と服、そして環境

——ヨーガンレールの服作り

デザイナー ヨーガン レール

INTERVIEW: A MAN, CLOTHES, AND THE ENVIRONMENT: JURGEN LEHL'S CREATIONS

Jurgen LEHL, Designer

Jurgen Lehl came to Japan in 1971, and after working as textile design assistant, he started designing clothes. When he started creating clothing, he used rayon and other similar materials. However, since becoming aware of the harmful byproducts produced in both manufacturing and disposal processes, he has used natural materials as much as possible. Currently his “*Babaghuri*” brand especially uses natural materials, in addition to his main brand “*Jurgen Lehl*.”

His philosophy for creating clothes is very simple: clothes must be comfortable to wear, must be made of materials that avoid polluting the earth as much as possible, and the created clothes must be functional and must fit the human body properly. He does not engage in large-scale advertising of his works or publicize his fashion shows. He does not raise his voice to advocate his philosophy in creating apparel. This is because Jurgen Lehl considers that the message in clothes should be judged by clients, not imposed by their creators. He says that the base of business is to continue creating suitable products, and he believes that as long as he does so, his clients will never leave him.

KCI: 今号の『ドレスタディ』では、「現代における〈着る〉ことの意味」をテーマにしています。ヨーガン レール氏は1970年代に「ヨーガンレール」のブランドを立ち上げられて以来、めまぐるしく変わるファッションの世界にあって、短期的な流行に左右されることなく人々の心を長くとらえ続けています。天然素材を使い、着心地の良さを目指した「ヨーガンレール」の服は、昨今、非常に関心の高まっているエコロジーやサステナビリティ、作り手の良心というテーマを先取りしたもので、その一貫したモノづくりの姿勢と共に高く評価されています。そうした「ヨーガンレール」、さらには2006年より展開している「ババゲーリ」において、ヨーガン レール氏の考えている「着ること」、人と服との関係についてお聞きできればと思っております。

最初に、ヨーガンレールを立ち上げた頃について、お話を聞かせてください。

レール：1971年に日本に来ました。少しの間だけ滞在するつもりが、気が付いてみたらこ

んなに長い時間が経っていました。私は、結構流れに任せてしまう方で、自分でこうしたいと決めてから行動に移すほうではありません。いろいろな出会いがあって、今に至っています。

最初はグラフィック・デザインがしたくて雑誌の仕事を探していたのですが、うまく見つからず、生活費を稼ぐためにテキスタイル・デザインのアシスタントをするようになったのがそもそもの始まりです。テキスタイルのデザインも紙の上でものを考えるので、グラフィック・デザインとそれほど違わないと思っていました。最初はテキスタイルしか作っていなかったのですが、周りの勧めもあり、服を作り出したのが「ヨーガンルール」の出発点です。

KCI：そのころから既に天然の素材や染料に目を向けていたのでしょうか？

ルール：当初はレーヨンなども使っていました。落ち感がきれいだったので。ところがある日、専門雑誌の中に化学繊維の作り方の説明が載っているのを読んだのですが、製造工程や処分する時に有害なものが出てくることを知って驚きました。それではいけないと思い、使うことを止めました。それまでは知識もほとんどありませんでしたし、それほど考えてもいませんでした。ただ、ポリエステルやアクリルは素材の良さがわからなかったので元々あまり手を出していませんでした。おそらく、風合いなどに関係しているのでしょうが、一方で素材を長持ちさせることについてはあまり考えていなかったように思います。私にとって、長持ちしないものは日用のものではないと思っていますし、化学繊維が発明される前は、身の回りで入手できるもので作っていたことを考えると、そうした素材を使わなくてもやっていける、という気持ちになりました。

KCI：確かに、化学繊維や染料が出る以前の時代では、だれもが天然の素材と染料で非常に素晴らしいテキスタイルやドレスを作っていたわけですから、それが、「今の時代ではできない」というのも変な話です。

ルール：「進歩」とは何か、しっかり考える必要があります。「進歩」と言われているものが必ずしも進歩ではありません。もっと冷静な目を見たほうが良いと思います。

服について私が考えていることはとてもシンプルです。服は着るもので、肌に触れるものだから、着心地の良いものが選ばれる。それが、服作りのコンセプトでもあります。加えて、地球を汚すものは極力使わないようにすること、これだけはずっと守り続けているもので、それ以外は何も決めていません。世の中はどんどん変化していきますが、そうしたことは変えませんが、変わって欲しくないことです。服の形はどのようにも変えられますが、人の体は変わらないので、着やすいものや扱いやすいもの、つまり機能性を大切に考えています。

顧客と長くお付き合いしていくためには、新しい提案も常にしていかなければなりません。それが流行と関係があるか分かりません。ファッションについても、私はそれが何が分かりません。ただ、現在、ファッションと呼ばれているものは、この服をいつ、どのように着るか、そういった現実感が無視されて、抽象的なものが非常に多くなっているように感じます。メディアの中で取り上げているものと現実の私たちの生活との差が大きい。

実際のところ、ファッションはひとつの商業のかたちです。そこには、色々な商品の売り方があって、誇りを持ってモノ作りや販売をしている人たちもいれば、そのようなことをあまり考えずに商売をしている人たちもいる。ファッションは芸術だと考えている人たちもいるでしょう。私自身は、素晴らしいことをしていると思っと思っています。仕事をしながら地球を汚したくない、ぐらいしか考えていません。

KCI：では、服作りにおいて伝えたいイメージはあるのでしょうか。例えば、顧客にどのように着てもらいたい、服を通じて何を考えてもらいたい、などは……。

レール：特別なメッセージはありません。できる限り使いやすいきれいなものを作るだけです。お客様がどのように考えるか、何が好きかはその方自身の判断です。特別な売り方はしていません。説明もあまりしません。する必要はないと思っています。気に入るか気に入らないか、しかありません。私たちは提案するだけで、顧客に対してあまり強いポジションにはいたくありません。

KCI：「これは天然染料を使っています」「天然素材を使っています」と、ことさら前面に出さないということですね。

レール：素材は見たら分かります。書いても読まないことが多いのではないのでしょうか。「草木染め」と書いても、それで買う人たちはほとんどいないと思います。

ただ普通に、この色はいいとか、この形は面白いとか……。私は色彩の印象が最初に来るものだと考えています。服に触る前に目に入ってきた色合いによってお客様の行動が決まってきます。

KCI：では、服のデザインを考える時も、色合いの決定から出発するのでしょうか。

レール：実際には色合いは後から決めることができるので、私たちの場合、主に素材作りから始まります。使いたい素材は、こちらから提案したり、記事の開発部門から提案を受けて、素材をイメージ通りに仕上げます。また社内から服のデザインについ提案があることもあります。色々なケースがあります。

KCI：メーカーや工房は、日本のものが多いのでしょうか。

レール：日本は作り手がどんどん減っていて、できる場所は限られています。日本の素材と同じくらい海外のものを使っています。私は手作りのものが好きなのですが、日本で

そういったものを生産しているところとなると、少なくて探すのが非常に難しいので、ほとんどが海外、それも中国ではなくて、インド、パキスタン、ラオス、インドネシアなどで生産しています。残念なことにそ、そういった場所でも携わる人たちがどんどん減っています。技術はすぐになくなります。次から次へなくなってしまいます。

ただ、私は、そういった失われていく技術を守ろうとはあまり思っていません。現場の人たちに存続させていこうという意識がないのであれば、それでいいのではないのでしょうか。どうしても続けて欲しいと周りからお願いする必要はないと思います。私たちのようにデザインに携わる者にとって、歴史を守ることが仕事ではなく、ある方法でできなければ頭を使って別の方法を探していくことが仕事であり、面白さでもあります。

KCI：2006年から始められた「ババゲーリ」では、天然素材を使った服や雑貨、インテリアなどを展開しています。取扱いの幅の広さ以外に、「ヨーガンルール」との違いはどういうところにあるのでしょうか。

ルール：妥協しないところです。天然素材や手仕事を大切にしている点はどちらも同じですけれども、ヨーガンルールの場合、約40軒の店舗があり、そこに並べるものを毎回欠かさず作り続けるので、どうしても多少の妥協をしなければいけません。手仕事のものもババゲーリほどには多く取り入れられません。どうしてもある程度の数を作る必要があるものはヨーガンルールで、100パーセント妥協しないものはババゲーリで作っていく。それだけの差です。

KCI：「ヨーガンルール」を始めて40年間、非常に長い期間活動をされ、しかも常に一定の評価を得ています。設立以来、顧客がヨーガンルールに求めているものに何か変化を感じたことはありますか。

ルール：それは顧客の方々に直接聞いた方がいいかもしれません。私は自分の友人くらいしか知りませんし、展示会や店舗に出た時しかお客様と接する機会はありません。ただ、初めの頃から足を運び続けてくれている顧客の方もいますし、昔の商品をまだ持っていますとか、お母さんの影響でファンになったとか、言っていただくことはあります。

KCI：変わらずファンでいる顧客が多いのは珍しいことと思います。

ルール：ヨーロッパではそれが普通です。広告はあまり意味がないと思っています。良いものを作って、それを人々が気に入って着てくれれば、周りが着ている人に「これはどこのものか」と聞いてくる。それが一番いい宣伝だと思います。着ている人も満足できていれば、それも一番いい宣伝になります。だから、中途半端なものを作らず、できる限りきちんとしたものを作って、それをお客様に喜んでもらって、私たちの仕事のよさに気付いて、再び買いに来てもらう。それが私のねらいです。

つまり、きちんとしたものを作り続けていくことが商売の基本だと思います。ただ面白いだけで、作りはどうでもよくて、見た目がパツとしているものは、物足りなく感じます。服には色々な機能性があるのだから、それがきちんとしてさえいれば、やはりお客様は喜んで、続けて買ってくれます。

KCI：ある人が自分の気に入ったものを他の人に紹介して、それが口コミの形で広がりながら、さらにファンを増やしていく。確かに、うまくいけば企業や商品の広告を大きく打つよりも効果的な宣伝方法です。

レール：多分、目新しい宣伝に走ってしまう人はいいお客様ではないでしょうね。別の広告を見たらすぐそちらに行きますから。以前、広告を出していた時期がありましたが、あまり意味がないと思い止めました。ファッション・ショーも一緒です。日本では、ただ仕事が増えるだけで、内容が薄くなってしまいます。ショーできれいに見えるようなものを無理に作ったとしても、実際の売り上げにはあまりつながりません。ショーをすると、どうしても芸術的な世界になってしまいます。私はもっと職人的な世界がいいと思っています。

私たちは一般の方々に得ることを考えています。服は服、それだけです。価格と機能性が合っていれば、それで十分です。

KCI：今後、ヨーガンレールやババグーリをどのようにしていきたいか、ヨーガン レール氏ご本人はどのようなことをしていきたいか、何か考えている方向性はあるのでしょうか。

レール：私たちの基本は変わりません。それでも新しいものは作り続けていくので、これから何が頭の中から出てくるか分かりません。私たちの仕事は、世の中の変化に対して多少なりとも応えていくことが必要です。寒くなれば暖かみのある服を作っていくし、暑くなれば涼しい服を作ろうと考える。明日、何かが起これば、考えも変わってしまいます。

私は実現したい夢を持っているわけではありません。ライフワークと言えるものもありませんし、有名になりたいとも思わない。静かに服を作り、売って、一緒に働いている人たちに還元する。それ以外には何の夢もありません。

KCI：最後に、ご自身にとって「着る」こととは何でしょうか。

レール：外を見て、天気を見て、それに合わせて服を着る。周りの迷惑にならないよう、目に優しい印象になるように服を選ぶ。身内に不幸があれば黒を着て、旅するならその国の気候に合わせて目立たない服を用意する。さまざまなシチュエーションに合わせて服を選んで身に着ける。これが、私にとっての「着る」ことです。

これについては皆さんそれぞれの意見があるでしょうからまとめることはできません。服作りに関しても、自分の判断しかできません。それが他の人の感覚と重なっていればい

いのですが、重なっていない場合もあるかもしれません。だから、「こうやって着て欲しい」という要望はありませんし、それを言う権利はないと思っています。できるのは、提案だけです。それが伝わるか。伝わらないか、その提案が好きか、嫌いか……。そこに一番関係してくるのが機能性だと考えています。体に合っているか、体を楽に動かせるか、着心地は良いか、それをうまく伝えることが必要です。

それから、好みは人によって違いますし、同じ人でも時間と共に変わっていきます。私でも変わります。好きな色や服、好きな食べもの、何に対しても好みの変化がありますし、そうでなければつまらないのではないのでしょうか。ですから、楽しさを服の中に入れ込むことも大切なことです。

KCI：ありがとうございました。

(聞き手：石関亮)

〈図版〉

Figs. 1 綴れ織を織る若者と出来上がった綴れ織 インド ヨーガン レール撮影

A Yong weaver in India and his weave work. Photo by Jurgen Lehl.

Figs. 2 バティックの工程（チャンティンによる蠟引き） インドネシア ヨーガン レール撮影

Indonesian *Batik* dyeing (wax design with a copper pen called *canting*). Photo by Jurgen Lehl.

Figs. 3 藍染めの工程と天日に干した藍染めの布 上海の藍染め工場 ヨーガン レール撮影

Indigo dyeing at a factory in Shanghai and bands of Indigo-dyed cloth dried in the sun. Photo by Jurgen Lehl.

ヨーガン レール (Jurgen Lehl)

1971 年来日、ヨーガン レール社を設立。2006 年に立ち上げた「ババグーリ Babaghuri」で環境に配慮し、手仕事のものづくりを大事にしたプロダクツのデザインを手掛ける。出版物に『ころも・ヨーガン レールの布』『ZOMO』（2002 年）『DACHI』『Babaghuri』（2005 年）、『ヨーガン レールとババグーリを探しに行く』（2009 年）等。

(※肩書きは掲載時のものです)