

NEW CHAPTER OF DISCREET LUXURY

控えめなラグジュアリーと可視性という矛盾に挑む
ポッテガ・ヴェネタ新章の幕開け

クラウドス=ディートリッヒ・ラース ポッテガ・ヴェネタ最高経営責任者 (CEO)

クラフツマンシップを活かしたレザーグッズで名を馳せ、自立つブランドロゴに頼らない
ディスクリート(控えめな)ラグジュアリーを体現しているイタリアンブランド、ポッテガ・ヴェネタ。
新クリエイティブ・ディレクターを迎え、東京・銀座に新旗艦店をオープンするなど、
積極的なマーケティング戦略に込めた思いを語る。

photograph by YAMA | text by Kaori Wakano | edit by Hisako Akizawa
写真 © YAMA エキサイト編集 構成 © 山崎

伊のクラフツマンシップをモードに昇華

2018年12月8日、東京は銀座・晴海通りにポッテガ・ヴェネタの新フラッグシップがグランドオープンした。メタルパネルを900枚以上組み合わせて作られたというファサードは、ポッテガ・ヴェネタの特徴であるイントレチャート(レザーのリボンを組み合わせる技法)そのものに見える。メタリックな建物はクールな印象だが、一步、足を踏み入れると、インテリアには「NIPPON」が取り入れられている。

たとえば、折り紙から着想を得たという幾何学的な窓。「キョウトホホワイト」という名の漆喰で塗られた壁。そして日本の樹であるタモにインスピレーションを得たという、直線的な木目の天然オーク材のフローリングや、日本産の安山岩の一種である鉄平石の床……種々の和のエッセンスをとり入れながらも幾何学的でモダンな亮

り場のアクセントになっているのは、ポッテガ・ヴェネタのホームコレクションに加え、イタリアを代表するジオ・ボンティの椅子やジャンフランコ・アラッティニによるアームチェアだ。イタリアと日本、両国の伝統をモダンに融合させた空間には、新鮮なレモンの樹の香りが漂う。

このようにナチュラルで上質な印象を与える店内は、メンズ&レディースのレディ・トゥ・ウェア(既製服)、シューズ、バッグ、レザーグッズ、アクセサリー、アイウェア、さらにホー

ムコレクションが展開され、ポッテガ・ヴェネタのラグジュアリーな世界をすべて体験できる空間となっていた。

実は、昨年7月にクリエイティブ・ディレクターに就任したばかりのダニエル・リーによるファースト・コレクションが世界に先駆けて披露されたのは、東京である。旗艦店オープン、新クリエイティブ・ディレクターによる初の展示会と、一連のイベ

“新しい
銀座フラッグシップは
アジア最大規模の
店舗です”

ントに合わせて来日したCEO、クラウドス=ディートリッヒ・ラース氏に話を聞く機会を得た。ラース氏はカルティエ、ルイ・ヴィトン、クリスチャン・ディオールで上級職を歴任したあと、ヒューゴ・ボスの会長兼CEOとして実績を上げるなど、ラグジュアリービジネスの世界ではよく知られた一流の経営者である。


CLAUDIUS DIETRICH LAHRSS

1963年ドイツ、ビーレフェルト出身。ケルン大学で経営学の修士を修得後、90年にデュルン入社。関心をもっていたラグジュアリーブランドビジネスでキャリアを磨き、カネトイエ、スイ・ワトンの北京部門、クリスチャン・ディオールで上級職を歴任。16年ボッテガ・ヴェネタ副社長兼責任者に就任。

Forbes (以下F)：ラースさんはそもそも、なぜラグジュアリービジネスに興味を持ったのでしょうか？

ラース氏 (以下L)：グローバルに展開するビジネスだからです。美というものをブランドにおとしこみ、それを世界的に普及させていくということに興味をもちました。同時にどのような形でローカルに落とし込

んでいくのかも重要な課題となるのですが、**F**：そのローカライズの一側が、まさに銀座における新旗艦店というわけですね。銀座旗艦店を、従来の2丁目から5丁目の晴海通りに移転し、新しくオープンされたわけですが、その狙いはなんでしょうか？

L：お客様にとってビジビリティー(可視性)を広げるという形で、ボッテガ・ヴェネタ

の強い存在感を伝えたかったのです。ボッテガ・ヴェネタはグローバルなラグジュアリーブランドですが、ここ銀座店は、日本の需要に合うようにローカライズされた重要な店舗です。日本のお客様は洗練されているし、求めるレベルも高い。その期待を満たすように銀座店に投資しました。アジアでは最大規模の店舗となります。

F: ラースさんは、多くのラグジュアリーブランドの要職を経験されていらっしゃると思いますが、ポッテガ・ヴェネタがほかのブランドとの違うところはどこでしょう？

L: イタリアの伝統的遺産のひとつであるクラフツマンシップの価値を十分に理解し、

これをラグジュアリーブランドに昇華させた点です。伝統をフレッシュな視点で解釈し、職人技を現代のモードにふさわしい形に洗練させました。伝統に対してこれほど理解あるア

プローチをしてきたのはポッテガ・ヴェネタのみです。

ポッテガ・ヴェネタのビジネスは、職人技がブランドの基軸であるという信念に基づいている。その伝統を次世代に継承していくために、モンテベッロ・ヴィンチエンティノのアトリエに、職人養成・支援のための学校も併設している。またこの養成学校は過去にヴェネツィア建築大学と提携し、バッグのデザインや商品開発に関する大学院レベルの上級コースを設けたこともあった。

静謐で時代を超越したラグジュアリー

F: このたびポッテガ・ヴェネタのクリエイティブ・ディレクターとして、32歳の英国人、ダニエル・リーを起用されました。長年、ディレクターを務めたトーマス・マイヤーに代わり、彼を起用した理由を教えてください。

L: 次の世代、つまり彼の同世代に訴える力をもち、ラグジュアリーに新しいニュアンスを加えてくれるクリエイティブ・ディ

レクターとして彼に期待しました。今の若い世代は、ブランドに対してエモーショナルな結びつきを重視します。彼はそうした世代に訴求できる。また、レディ・トゥ・ウエアに強みを発揮することができるので、性別を問わずすべての人にアピールする

力を創る力があります。またレディ・トゥ・ウエアに対する解釈をレザーグッズへも適用することで、ポッテガ・ヴェネタに新しい変革を起こしてくれるはずです。

“控えめなラグジュアリーを嵐舟に象徴する。それが我々のアイデンティティ”

実際、リーは、イントレチャートをマキシサイズにしたバッグを創ったり、クラシックな靴にイントレチャートを応用したりして、新しいポッテガ・ヴェネタの世界を見せてくれた。ご参考までに、リーはこの世代のデザイナーとしては珍しくインスタグラムをやらず、華やかなファッション業界の交友関係も少ない。白いTシャツとジーンズに身を包んだ美男であること、セントラル・セント・マーチンズ（英国）の卒業生であること以外、彼に関する情報はほとんど見つからない。その控えめで寡黙なパーソナリティがまた、「多くを語らない自信」に裏付けられたエレガンスを標榜するブランド価値と合致しているようにも見える。

F: ポッテガ・ヴェネタは、ほかのブランドのように目立つブランドロゴを使わず、セレブリティを使った派手な宣伝もしません。そのようにディスクリート（控えめ）であることこそがポッテガ・ヴェネタを比類ないブランドに高めているわけですが、大衆にアピールすることと、控えめであることは、相反するものではありませんか？



フェットゥーチェと呼ばれるダブルフェイスのレザーで作られたリボンも、すべて手作りまで編み上げるというイタリアのクラフツマンシップが息づくイントレチャートはブランドの象徴。17年3月に新クリエイティブ・ディレクターに就任したダニエル・リーが手掛ける最新作「MAU CABAT (マウシ カバト)」は40種のフェットゥーチェを使うことでイントレチャートのイメージを大きく刷新。伝統的で代表的な職人技に革新をもたらした。

MILESTONE OF BOTTEGA VENETA

1985 イタリア、フィレンツェにてレザーグッズブランドとして創業

2001 ケンダックグループ（旧ダックグループ）の傘下に入り、同社トーマス・マイヤーがクリエイティブ・ディレクターとして専任

2018 17年ぶりに新クリエイティブ・ディレクターにダニエル・リーを任命。同年3月、東京・銀座に新旗艦ショップをオープン。



ボッテガ・ヴェネタの世界観を伝える 新・旗艦フラッグシップ

売場面積約8000㎡でアジア最大級の旗艦店。6階分のスペースを贅沢に使用し、メンズおよびレディースの最新型をはじめ、ハンドバッグ、レザーグッズ、アイウェア、シューズなど豊富なコレクションを取り揃える。さらにフレグランス、ジェエリー、裘類・インテリアを中心としたホーム&フエニチャーまでも展開し、幅広いラインナップでボッテガ・ヴェネタの世界観を発信する。



ボッテガ・ヴェネタ
旗艦フラッグシップ
住所/東京都中央区銀座
5-5-1
tel/03-6281-6612
営業時間/11:00~20:00
不定休



© 2018 P-CCF Commerce & Partners Inc.



L: 製品をご覧いただければ、製品自体がブランドを語っていることがわかります。イントレチャートやノットをはじめとする意匠、ディテールがほかのブランドにはまわのできないものであり、それこそが他社との差別化要因になっているのです。私たちは、声高にブランドを主張せずとも成功できることを世界に示したリビングブルーフ（生きた証明）なのです。ミレニアルズが関心をもっているのはまさにその点です。

現在、私たちの身の周りを多くのノイズが取り巻いている。ボッテガ・ヴェネタはノイズとは逆の方向へ行き、ノイズだらけのなかで沈黙を守ろうとすることで、ある種の、静謐で時代を超越したラグジュアリーな世界を生み出している。

新しい旗艦店のイントレチャート様様のファサードは、晴海通りを歩くとおのずと目に留まる。ラース氏が目指したビジビリ

ティーは確実に広がった。「見えない豊かさ」を表現する”こともそうだが、「控えめな価値”の可視性を広げる」ということも、実は極めて矛盾をはらんだ難度の高い発信である。この矛盾のはざまで絶妙なバランスをとりながら高感性を保ち続けるというアクロバティックな姿勢こそが、矛盾に満ちた時代に生きる私たちがボッテガ・ヴェネタに魅了される最大の理由なのではないだろうか。①