

特集のはじめに

ロマンティズム3.0

ロマンティズムとはなにか？それは「もっと自由な人間」をつかみとろうとする精神のはたらきだ。いま、ファッションを通して「ロマンティズム3.0」を掲げよう、とアジテーションする。

Words 中野香織 Kaori Nakano

「エレガンスとは抵抗である」。ココ・シャネルもイヴ・サンローランもダイアナ・ヴリーランドもそう語った。「常識」や形式や慣習の押し付けに対する抵抗。個性の否定に対する抵抗。自由の制限に対する抵抗。あらゆる不条理に対する抵抗。そうした抵抗の姿勢を見せてこそエレガンスが成り立つのだ、と。

ファッションを通して抵抗の美しさを表してみせる彼らは、ロマン主義者である。

ロマン主義とは、情熱や感情を大切に扱うこと。自由な想像力に心身をゆだねること。人間らしさを肯定すること。個人には無限の可能性があると信じて行動すること。何よりも人間の善性を信じること。

コロナ禍が生んださまざまな不条理は、多くの人々の命や健康や幸福を奪ったばかりではなく、活動の自由や創造の可能性を奪った。人間性まで否定されたと感じた芸術家や料理人もいた。

「不要不急」への賛歌

まだ予断を許さない状況ではあるが、世界ではワクチン接種も進み、少しだが希望の前途が見え始めている。そのようなタイミングにある2021年から22年にかけての秋冬シーズンに、時代の先を読み取ることに長けたクリエイティブディレクターたちが、続々とロマン主義的な作品を提案しているのは、理由のないことではない。強いられてきた不自由への反動、耐えてきた不条理への抵抗として、いまこそロマン主義をフルに発動させたいという衝動が、多くの人々のなかに、とりわけクリエイターたちのなかに、潜んでいるのだろう。

華麗な装飾に重厚な重ね着、ドラマティックで手間暇のかかるロマンティックスタイルは、「不要不急」の塊であり、ゆえに「不要不急」への賛歌とも見えてくる。映画、演劇、音楽、あらゆる芸術活動に社交イベント、とりわけ贅沢なファッション。「不要不急」とされたすべての人間の活動に、今こそ祝福あれ。そんな思いを、絢爛豪華な生地や装飾過多ぎみの「無駄な」細部から読み取りたく

なる。実用・機能はもちろん生存にとって大切だが、実用・機能オンリーが続けば心が枯れてしまう。そんな叫びを聞き取りたい。

思えば18世紀末から19世紀にかけて延々と続いたロマン主義1.0は、産業革命がもたらした合理主義や理性偏重に対する抵抗であった。ブレイク、ゴヤ、ドラクロワ、ショパン、リスト、ワーグナー。そして19世紀中期の「昔の韻までロマン主義者」ことラファエル前派によるロマン主義1.5。彼らはお仕着せの権威をぶち壊し、自由奔放に想像力を働かせて、芸術を通して情熱や官能を肯定するみずみずしい人間賛歌をおこなった。

1970年代後半のニューロマンティクスは、1.0に比べて規模は小さいかもしれないが、ロマン主義2.0と位置づけられるか。バンクが商業主義に墮して停滞してしまったことに抵抗したロンドンを中心とするミュージシャンたちが、中世風の華麗な衣裳を身に付け、両性具有的な化粧をほどこし、あらゆる停滞やステレオタイプや商業主義偏重に抵抗する華麗なロマン主義的表現を試みた。

とするならば、この秋冬に起きるのはロマン主義3.0。自由の制限や「不要不急」圧力に対する反動にして抵抗の表現。機能とは無縁な装飾主義の肯定によって人間らしさを回復させたい、創造力を自由奔放に解放したい、美しく装う官能的な喜びに耽溺したい、そんな衝動が起きているのかもしれない。

人生は三幕あれば十分である

ロマン主義的な兆候は、ファッションデザインばかりでなく、ファッションビジネスにおいても見られる。今年3月に発刊となったブルネロ・クチネリの「人間主義的経営」というビジネス本がベストセラーになっている痛快さときたら。

この本は経営者がビジネスを語る本としての前例をあっさりと蹴散らした。クチネリは、幼年時代を過ごした農村の環境や家族のことや夢を語る。哲学の学びを語る。倫理観を語る。ビジネスを通して見た各国の文化や奇跡的な出会い

のエピソードを語る。どこからどう読んでも、ばりばりのロマン主義の発露である。

人を幸福にするための資本主義の使い方を説き、哲学書か宗教書のような読書感を与えるこの本は、人文主義的ビジネス書というユニークなジャンルの先駆けとなっている。

自らをソロメオ村の「管理人、番人」とみなすクチネリの在り方そのものも、中世の荘園の領主のようだ。職人が尊厳を守られてこそよいクリエイションが生まれると信じる彼は、職人はじめ従業員の経済的・倫理的な尊厳を守り、本社をおくソロメオ村全体の環境向上に投資している。結果、幸せな環境で働く職人は、責任感を持ち、創造性を自由に発揮することで、とんでもなく美しいニットを創り上げる。30時間以上かけて手作業で作られたオペラニットは、服の機能や価格といった現実的な問題を無意味にしてしまう。メイド・イン・イタリアの文化的価値まで引き上げる。

作品もロマンティックだが、それを生む経営そのものがロマン主義に発しているのである。ロマン主義の理想を実現し、資本主義の正しい使い方の模範例を示してみせたクチネリは、いまやビジネス界のスターである。

クチネリは本書のなかで、マルクス・アウレリウスの言葉を引用する。「人生は三幕あれば十分である」と。クチネリはこの言葉から次のように考える。「自分に与えられた時間も、自分の行いも、自分だけの所有物ではない。」

広大な世界のなかに擁される小さな自分。悠久の地球時間のなかに一瞬だけ生を与えられた自分。究極のロマン主義発想でもあるそのような視点をもてば、自然に反する我欲とも無縁でいられるし、人に与えることの喜びや意味も感じられてくる。そのように考え、行動することで、ごく自然にサステナビリティやSDGsの実現に向かっていけることが想像できるであろう。

だから今こそ私たちは、照れることなく堂々と、ロマン主義を掲げて生きていきたい。



Amazon, Twitter, Salesforceなど、世界最先端の経営者が注目するブルネロ・クチネリの「人間主義的経営」について話した1冊。



左、中：ブランド創設100周年を迎えたグッチの「ARIA」は豪華機織なショーを繰り広げた。右：マルネの着やしいダークロマンスの世界観は今季のトレンドのひとつ。

中野香織

服飾史家、昭和女子大学客員教授。ラグジュアリー事情に関する研究・執筆・講演を行うほか、企業のアドバイザーを務める。著書に『イノベーター』で読むアパレル全史(日本実業出版社)、『ロイヤルスタイル 英国王室ファッション史』(吉川弘文館)、『紳士の名品50』(小学館)、『ダンディズムの系譜 男が離れた男たち』(新潮社)などがある。<http://www.kaori-nakano.com>