

A REFLExION

新しいラグジュアリーが次の社会を創る
「その職人は、これを作ったとき
幸福であったか？」

ファッションを楽しむうえで知っておきたい。
クラフツマンシップとラグジュアリーの関係。
特集の終わりに、服飾史家の中野香織さんが
「新しいラグジュアリー」について考察する。

ラグジュアリーを語ろうとすると、「ああ、ヨーロッパのコングロマリットが展開している高級ブランドビジネスのことね」と受けとめられることが少なくありません。

たしかに1984年にベルナール・アルノー氏が世界屈指のラグジュアリー企業を育てるグローバル戦略を開始して以来、ここ40年近くで、ヨーロッパの企業を主要プレイヤーとするラグジュアリー産業が発達しました。粗利潤率の高いビジネスは、機能を超えた文化的価値や感情的価値を高付加価値として訴求することで成功しています。市場の規模はコロナ禍でも衰えず、むしろ拡大の傾向を示し、世界最大のブランドコンソーシアムとなったLVMHグループの会長であるアルノー氏は、イーロン・マスク氏を抜き、世界一の長者になりました。

この産業は富や文化の格差を背景として成り立つという性格をもっています。ラグジュアリーの構成要素として指摘されてきた「(主に西洋文化への) 憧れ」「スタイル」「特権」は上下格差を前提としています。しかし、今はや西洋は憧れの対象ではなく、むしろ西洋中心主義からの脱却が進んでいます。そもそも格差拡大の先に待つものは社会危機であり、格差をいかに解消していくかが切迫した課題として突き付けられています。ラグジュアリー産業の動向に明るいコンサルタント会社「ペイン・アンド・カンパニー」は、昨年秋の年次会議の報告で、経営者たちが抱く不安としてこんな比喩を紹介しました。「航海中のルートに氷山があるにもかかわらず、我々はそれを知らないがごとく、タイタニック号の船内で豪華なパーティーを繰り広げているのではないか?」。かねてからの課題に地政学的リスクも加わり、氷山は無視できないほど大きく迫っています。

氷山衝突を避けるべく、ラグジュアリー産業は方向を変え始めています。実際、この業界はもっとも敏感に時代の変化に反応し、2016年前後から業界の年次会議などで「コンシャス・ラグジュアリー」というテーマを調うようになりました。何に対して「コンシャス」(意識を向ける)かといえば、地球環境の保護をはじめ、人種・ジェンダー・年齢・性的指向



OF THE PAST

を問わないすべての人の人権、生産過程の透明性、多様性と包摶といった、これから地球の存続に不可欠な社会課題です。他の業界に先駆けてこの方向に舵を切ったのがラグジュアリー業界でしたが、「排他性を数百万人に売る」(米投資会社バーンスタインのルカ・ソルカ氏が、アルノー氏が「発明」したこのビジネスを表した言葉)という矛盾を内包するビジネスである以上、何らかの格差を前提とする排他性・特権性は依然としてつきまといます。

それはそれとして一つの産業の形として存続すると思われますが、いっぽう、富のヒエラルキーを前提とするグローバルラグジュアリーの圏外から、ローカルに基盤を置き、新しいラグジュアリーを追求する「新型」が世界各地で登場しています。イタリアのウンブリア州ソロメオ村に基盤を置くブルネロ・クチネリが成功例の筆頭に挙がりますが、日本の愛知・有松に工場を持ち、ドイツのデュッセルドルフに本社を置く有松鳴海絞りのsuzusan、長野に創作の礎を置くマメクロゴウチも、新型カテゴリーのなかで今後の展開が期待される例です。ペイン・アンド・カンパニーが「文化と創造性に秀でた商品が入り乱れる」と表現した世界が広がっています。

新型ラグジュアリーに共通するもっとも重要な要素は、職人の尊厳を大切にすること。クチネリはイタリアの職人の平均賃金よりも20%高い賃金を職人に支払い、労働環境も整えていますが、結果、職人が責任を感じ、創造力を十全に發揮して美しい製品を作り、それがラグジュアリーとして高く売れるという好循環を生んでいます。クラフツマンシップなら「旧型」でも語られていますが、クチネリの場合、最優先するのが伝統技術云々よりも人の尊厳という「人間主義」を諷っているのが画期的です。

suzusanも人間の手仕事が尊重されています。絞り染めなので完璧に同一の製品ができるわけではない。しかしそんな誤差も含んで職人の手仕事として売るのであります。この人間的誤差の受容は、ゴシック建築を評価した19世紀の美術評論家ジョン・ラスキン

を連想させます。ゴシック建築の細部は規格化された均質なものではありません。個々の職人が楽しみながら作った形跡があります。だから全体として荒々しいのですが、ラスキンは職人が労働に喜びを見出していた建築のほうに高い評価を与えます。そうすることで、労働者の自由と喜びが担保された社会のあり方まで提唱するのです。

そんなラスキンを師と仰ぎ、アーツ・アンド・クラフト運動を起こしたのがウィリアム・モ里斯でした。大量生産された工業製品に抵抗し、労働で生活を晴れやかにすること、労働を民衆の芸術にすることを目指したのです。

「その職人は、これを作ったとき幸福であったか」というラスキンの問いは、人間が部品として疎外されることも少なくない今だからこそ意味をもちます。新しいラグジュアリーにおけるクラフツマンシップというのはまさにこの部分、すべての人の尊厳を大切にするフェアな社会創造につながっているという意味で、重要なことです。

ラグジュアリーは人類の歴史とともにあります。語源の層から大きく3つのイメージを抽出すると、「豊かさ、誘惑、光」のニュアンスを見出すことができます。時代の各転換期にはその意味やあり方を変えながら、人間に豊かさと誘惑力をもたらし、社会を光り輝かせきました。

いま、何度も大転換期の渦中にあります。私たちがどのようなラグジュアリーを選択していくのかは、次にどのような社会を創っていきたいのかという意志に直結します。上下格差なく横方向のフェアな差異が無数にあり、タイタニック号での豪華なパーティではなくローカルでの日々の豊かな営みがあり、排他的な特権階級はおらずすべての人が尊厳を認められているコミュニティがある。ラグジュアリーは限られた階級のものではなく、すべての人に開かれているのです。現在、若い世代を中心に支持されている新しいラグジュアリーが、願望も込められたこのような世界観にフィットすることに、希望を感じます。

中野番穂

服飾史家

イギリス文化を起点としてスープ史、タンディスム史、ファンション史、ラグジュアリー領域へと研究対象を広げてきた独立研究者。著書「イノベーター」で読むアーレル全史」、「ロイヤルスタイル 王室ファンション史」ほか多数。共著に「英國王室とエリザベス女王の100年」、「新ラグジュアリー 文化が生み出す経済10の議論」。英國ケンブリッジ大学客員研究員。明治大学特任教授などを務めた。