

CARTIER

宝飾王の終わらない旅

サントス、タンク、パシャ、トリニティ、ラブ……数々の時計、ジュエリーの名品を生み出すカルティエは、若いときから身近なブランドであり、同時に憧れのハイジュエリーにも魅了されます。どれも歴史に裏打ちされた逸品揃い。今回は、カルティエの世界観を堪能できる新ブティックを訪ねてみました。

撮影/WOO(人物)、宇戸浩二(静物) スタイリスト/橋本早苗 ヘア・メイク/野田智子 取材・構成/柳武麻実 デザイン/Fab

ゴージャスの象徴

中野香織

人生の節目や記念日を彩る贈り物を探したいときに頼れるブランドの一つ、それがカルティエである。

時間を超越した静かな本物感、中秋の名月級の満ち足りた完成感を放つ時計やジュエリーは、何十年経とうが「古く」ならないからである。トレンドにはさほど動かない、別格のスタンス。絶妙な地位の理由はブランドの歴史にも見出せる。時代の流れには安易に迎合しない、骨太で斬新な挑戦のエピソードが盛りだくさんなのである。

たとえば20世紀初頭の、男性用腕時計第1号。打ち続く戦争で兵士用の腕時計に対する需要が高まっていたにもかかわらず、カルティエが作ったのは戦争とは無関係な飛行家アルベルト・サントス・デュモンとの「友情の証し」時計だった。また、プラチナの展延性に目をつけてガランドスタイルで世を驚かせたと思っただけなら、パンテールやタイガーなどの「ぎよつ」すれすれのモチーフで宝石通をうならせる。

色褪せぬサントス

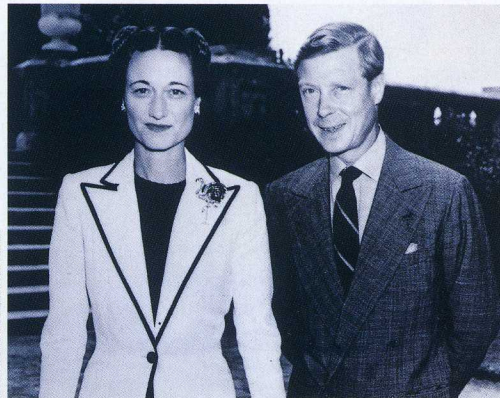
懐中時計が主流だった1904年、カルティエが初の男性用腕時計を若き飛行家のアルベルト・サントス・デュモンのため製作したのが「サントス」の始まり。以降、「デュモン」「ドゥモゼル」「ガルベ」「100」とバリエーションを広げ、進化し続けている定番コレクションです。(写真上)優しいピンクのアリゲーターストラップ。「サントス 100 MM」(SS) ¥556,500 (写真下)ラバーストラップがスポーティな雰囲気。「サントス 100 MM」(SS) ¥588,000(ともにカルティエ)



中野香織
服飾作家、コラムニスト。東京大学卒。ケンブリッジ大学客員研究員を経て執筆活動に。著書に「スーツの神話」「モードの方程式」が。

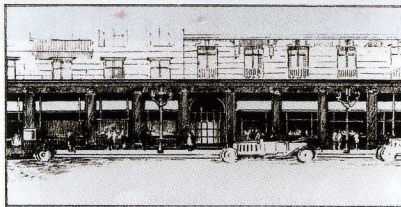
極めつけは1970年代に、お手頃価格の時計コレクション「レ・マスト・ドゥ・カルティエ」を導入したことかもしれない。「宝石商の王であるがゆえに、王の宝石商(英国王エドワード7世)とまで讃えられた世界の王室御用達ブランドが、なぜ大衆化の道を？」と宝石業界から反発を買うが、結局、このコレクションが顧客層を拡大する(超富裕層ではない市民が「記念日にカルティエ」を楽しめるのも、この戦略のおかげか)。

品質に対する絶対の自信と誇りあつてこそできたことだが、だからこそ、顧客の信頼にこたえるために断固とした行動をとる。82年、法廷にブランドの知的所有権を持ちこんで勝訴、同じころには大量のニセモノ時計をロードローラーで破壊するパフォーマンスも行う。



カルティエは、ルイ・フランソワ・カルティエが1847年に師匠からパリのアトリエを譲り受けたことに始まる。ナポレオン1世の姪のマチルド公爵夫人の保護下で成長し1859年にイタリアン大通りに進出。1899年には、現在の本店があるラ・ベ通りに移転。

し、より広い層へと顧客を広げていった。受注製作の宝飾品のほか、トノー、サントス、パンテール、タンク、トリニティなど周知の時計やジュエリーのデザインが最初に発表されたもの。頃。ジャン・コクトーなどの芸術家とも深い関わりを持つ。74年に東京店がオープン。ライターやポルドルカラーの皮革製品など、今や定番となっているアクセサリー類を発表する一方で、アートやチャリティといった活動にも力を入れていく。今年で160周年を迎える。



〈右上〉ウィンザー公爵夫人が愛用した、ルビー、サファイア、エメラルドなどで彩られたフランミンゴのプローチ。1940年にウィンザー公爵が発注。〈右下〉19世紀末ごろの、ラベ通りに面したパリ本店のイラスト。古きよき時代を今に伝えてくれる。〈右〉「カルティエ 心斎橋ブティック」が9月1日にリニューアルオープン。売場面積が広がり、2階に設けられたテラスは、御堂筋の並木が借景になり、寛げる空間。●大阪市中央区南船場3-12-21 心斎橋プラザビル新館 11時半～20時 無休 ☎03-4335-1765 (カルティエインフォメーションデスク)

