



# エレガンスの社会学

## その着なしに理由アリ

文 中野香織

### 第13回

東京でも表参道の交差点で確認できる「エンポリオ アルマーニ」の広告ビジュアル。下着姿ではあるが、恥ずかしさやいやらしさよりも、ダヴィデ像のようなベッカムの肉体の美しさに、ため息が出そうになる

## 2

007年夏。スペインのレア・マドリッドからアメリカのロサンゼルス・ギャラクシーに移籍したデイヴィッド・ベッカムは、ビヴァリーヒルズに豪邸を購入し、妻ウィクトリアとともに「すべてがパブリシティで動いている」町の住民となった。

ロサンゼルス現代美術館で開かれた「ブライベートな」歓迎パーティーには、ステイブ・スビルバーグ、ジョージ・クルーニー、ウイ・スミス夫妻、そしてご近所さんとなったトム・クルーズ夫妻などショウビジネス界の有名人がずらり。そこに何の違和感もなく溶け込むベッカムの写真を眺めると、「ベッカムはL.A.行つて俳優にでもなるのだろう」というやつかみ半分の揶揄がリアリティを帯びるように見えてきたりもして。

ローラン・ムレの「ギャラクシードレス」(夫のチームを宣伝するため：ではないですよ、もちろん)をいち早く身につけて、ロンドン中のデパートでギャラクシードレスを完売させるほどの影響力を發揮したウィクトリアは、L.Aでもファッションイニスタとして活躍。しかし、人工的な胸以外は細すぎるボディを強調するミニドレスばかりを、不機嫌な顔で着られても「いつも同じに見える」ということで、2007年のワーストドレッサー第1位に選ばれた。まあ、よくても悪くても「第1位」は名声の証しである。

**妻** がそんな風にファッションニユースを騒がせる陰で、デイヴィッドは最盛期(すいません、サッカー選手としてではなく、ファッションアイコンとしてのピークです)ほど話題にのぼることは少ないなあと感じていたのだが、この冬「後半

ロスタイムに華麗なフリーキックを決め逆転勝利！」級の興奮を与えてくれた。

アルマーニのパンツである。「エンポリオ アルマーニ」のロゴが入った白いブリーフをはき、眉根をシブく寄せて横たわるベッカムの、艶やかなモノクロの広告ビジュアル。ジョルジオ・アルマーニは語る。私は古典的なアスリーートのボディを想像しながらデザインする。…デイヴィッドは美しいミケランジェロの彫像を思い出させるのだ。

実際、フイレンツェではミケランジェロのダヴィデ(David)像に相對するように、この広告写真がでかかと飾られたようだ。「インターナショナル・ヘラルド・トリビューン」紙の名物記者、スージー・メンケスは書く。「このダヴィデ対デイヴィッド(David vs. David)の互角勝負の光景は、男のアンダーウエアがファッションとなった瞬間として記録される。男のパンツは女性のバッグのようなものになったのである。大金を生む可能性のあるアクセサリーで必需品ですらあるものに。」

アルマーニ社は、ベッカム効果が2008年度のアンダーウエアビジネスに30%の利益増をもたらすと見込んでいるという。ビジネスの可能性はともかく、ベッカムの母国イングランドでは、この広告ビジュアルは多くの男の心をかき乱し、一大パンツ論争を引き起こすことになった。

**発** 端は、BBCのジャーナリスト・バクスマン、57歳である。「前代未聞のイングランド」英国内の風変わりな人々」というタイトルで日本語訳された著書もある。これを翻訳した小林章夫氏の表現を借りれば、

## デイヴィッド・ベッカム発…英国男子パンツ論争

バクスマンは「久米宏と田原総一朗を重ね合わせたような人物」なのだ。この辛口で人気のジャーナリストが、長年愛用してきたパンツに不満を感じ始めたのである。

バクスマンは、マークス&スペンサーの最高経営責任者、サー・スチュアート・ローズに直接、メールを送る。「この国の大多数の男と同じように、私はソックスとパンツはマークス&スペンサーで購入してきました。…しかるに、最近、困った問題が生じております。かつてのようなサポート力はなく、マチ部分の伸縮性も昔に比べると劣っているのです。」

ブライベートな問い合わせメールとして送られたはずだった。ところが、どこから漏れ、英国の新聞に内容が報じられてしまった。すると「よく言ってくれた」「オレもそう思っていた」という反響がバクスマンのもとに続々寄せられたのである。その勢いたるや「これまでの報道のなかでも、これほど反響があったことはなかった。男のパンツ問題、ここにはリアルな争点がある」と本人がコメントしたほど。

各紙はこれに乗じて、男のパンツを、ありとあらゆる角度からとりあげた。実際に記者がいくつものブランドを試し、はき心地と「妻の感想」をレポートする体当たり記事から、Yフロントブリーフ、ボクサーブリーフ、Gストリング、ボクサーショーツの違いを歴史的に解説し、それらをどういうタイプの男がはくかという分析をおこなうアカデミックな(?)記事にいたるまで、右も左もにぎやかしいパンツ論争で、英国男子のパンツ意識はいやおうなく高められたはずである。

バクスマンは、自分のパンツに疑問を抱いたきっかけは、ベッカムの

広告ビジュアルであった。…とは書いていない。が、「タイムズ」紙のオンライン版が、顔だけバクスマンにさしかえたベッカム・イン・アルマーニパンツ広告のパロディ写真を掲載していることから、この広告の衝撃が少なからず影響していたと考ええてよいと思われる。少なくとも、バクスマンの疑問に反応しておのれのパンツをかえりみた多くの英国男子の「脳内比較基準」となったのは、ベッカムである。

**男** のパンツに対する意識革命をもたらし、新たなビジネス領域の可能性をも夢見させるベッカムは、美形俳優ぞろいのL.A.にあるうと、やはりファッションアイコンとして最強なのであった。

あ、ちなみに、ローズ社長からの反論は「年をとると、少し強めのサポート力が必要になるものです。ひよっとすると問題はその点にあるのかもしれない」というものであったそうす。

### Kaori Nakano

服飾史家。人に会って、話を聞き、そして書くのがライフワーク。UOMOが提唱するエレガンスを、毎回人物を切り口にしてわかりやすくひもときます。著書に「モードの方程式」「着るものがない!」(ともに新潮社)などがある。