

Kaori Nakano

中野香織
ファッション歳時記
89

お金持ちの役割

ZOZOの社長、前澤友作さんによる1億円お年玉が話題になりました。ツイッターでリツイートしてくれた人のなかから100人に100万円をプレゼントするというもの。結果としてリツイート数は世界最高を記録し、拔群の宣伝効果を発揮しました。

当然、批判も起きます。札束をばらまくような下品な行為だとか売名行為だとか。しかし、前澤さんはただやみくもに100万円をばらまいたわけではなく、挑戦したい企画、社会貢献できる企画を宣言した人を選んで贈呈したようです。ツイッターでは「自分一人の力で稼いだわけじゃないんだから、お金はケチらず貯金せずどんどん使って社会に回す方がいい。買い物でも寄付でもお年玉でも税金でも。お金持ちの役割」とコメントしています。

前澤さんは、今回のお年玉企画をはじめ、月旅行計画や高額アートの購入など、「お金持ちの役割」をかなり目立つやり方でアピールします。日本では、富裕層はできるだけ反感を買わないよう、また泥棒に入られないよう、ひっそりと潜伏するのがよとされてきましたので、一部の批判を受けるのも無理はないのかもしれない。しかし、海外の富裕層のなかには公にどんどん顔を出し、慈善活動もパーティー形式で派手におこなったりして有名になる人も多く、前澤さんのアピールはむしろその感覚に近いという印象です。

海外と日本の富裕層の行動の違いは、たとえばジュエリーの扱いにも表れます。宝飾会社各社が口をそろえて嘆くのは、日本における億単位の宝飾品の扱われ方です。数億円の宝飾品を購入されるお客様は日本にも大勢いらっしゃるけれど、購入された品は金庫に保管され、どんな美しい製品でも、それはほぼ二度と人目にふれることはないそうです。一方、海外の富裕層がお求めになったものは、舞踏会や晩餐会で女性たちが美しい肌の上につけて披露してくれるので、多くの方が、芸術品のよう

なジュエリーを愛でることができません。匠の技を見てほしい宝飾品の作り手としては、後者のほうが嬉しいそうです。

ノーブレス・オブリージということばがありますね。地位や力がある者は、相応の社会的サービスを率先しておこなう義務があるという考え方です。高価なジュエリーを購入できる力のある人は、一種の社会的サービストとしてそれを身につけ、人々にそのすばらしさを伝える、そんな義務もあるのでしょうか。「金持ちの見せびらかし」ととらえるひがみ根性で見ているのは、こちらの精神が貧しくなるだけ。貴重なジュエリーを見せてくれてありがとう、くらいの鷹揚さで芸術品として眺めれば、目も心も豊かになれます。宝飾職人にとっても励みとなり、ますます彼らの技術は磨かれていくでしょう。

富をたまたま多く持った人が、よい循環を作るべく社会に還元しようとする行動には、実に多様な形があります。副産物として出てくる派手な交友関係の誇示が鼻につくという場合は、じつくりと人間観察ができる格好の学びのネタを提供してくれていると思えば、なかなか楽しいではありませんか。

なかのかおり

1962年生まれ、富山市出身。株式会社Kaori Nakano代表取締役。服飾史家・エッセイストとして研究・講演・執筆をおこなうほか企業の顧問教授を務める。東京大学大学院修了。英国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。著書『紳士の名品50』（小学館）、『モードとエロスと資本』（集英社新書）ほか。監修した新刊『服を味方にすれば仕事はうまくいく』（ディスカヴァー・トゥエンティワン）が発売。

