

モード Mode Mode は語る

中野 香織

7月6日、テスラのイーロン・マスク最高経営責任者（CEO）が、同社のサイトでショートパンツを販売した。赤いサテン地のパンツの後ろ側には、テスラの車種名「S3XY」が金色で書かれている。商品はその日のうちに完売した。

このショートパンツは、マスクが同社の株式のショートセラー（空売りする人）たちを皮肉る目的で発売した。商品の説明文の最後は、「クロージングベル（株式の取引終了ベル）の心地よさを楽しもう」と結ばれる。価格は69,420ドル。69は性的ニュアンスを帯び、420は大麻を意味する。同時にマスクが、2018年にテスラの非上場化を示唆するツイートで記し

テスラのショートパンツ

皮肉こそ「かっこよさ」

た株価でもある。これによってCEOは証券詐欺容疑で告発されていた。ブラックジョークそのものである。

テスラショーツは価格も含めCEOからショートセラーへの痛烈なメッセージであり、購入したのはおそらく、面白がったショートセラーである。これも一種の企業と株主のコミュニケーションだ。

連想したのは、デザイナーのデムナ・ヴァザリアである。ラグジュアリーの意味に挑み続けるデザイナーで、たとえばDHL（国際宅配便）の赤文字が入った黄色いTシャツを330ドル（約3万5000円）のヴェトモンのブランド品として売る。はたまたイケアの0.95ドル（約100円）シ



テスラが発売したショートパンツ（テスラのサイトより）

ョッピングバッグとそっくりな青いバッグを、バレンシアガの高級レザー製品として2145ドル（約23万円）で売る。

凡庸な日用品からヒントを得たものを高級品として売ること、ブランドに大枚をはたく消費者そのものが皮肉られているようにも見える。賛否両論を百出させたが、少なくとも、ヴァザリアを支持するファッションistaは、従来の美の基準をゆさぶるデザイナーの態度をこそ高く評価している。ヴァザリア後は、退屈ではないもの、皮肉が効いた表現こそが「かっこよさ」の基準となった。

テスラの悪ふざけを喜ぶショートセラー、ヴァザリアの皮肉をめぐるファッションista。自分に向けられた皮肉をおうように笑い、消費することで心の奥底にひそむ罪悪感や不安と折り合いをつけているようにも見える。（服飾史家）