



カトリーヌ10世
Catherine X

Profile グローバル化が進む
社交界事情にも通じる。
密かな趣味は人間観察とコスプレ。
好きな飲み物はモンラッシュエ。
日本ではほとんど
知られていない、ある小国の
女王とのウワサも!?

Theme

ファッションは 自己消去の ために

05 Lifestyle

男たちよ
目覚めなさい

イラスト/ユリコフ・カワヒロ

ど

んなクルマだつて買えてしまつ」ほどの大きな成功をおさめた40代の経営者が、人生初のクルマを購入しました。クルマ好きな彼が、悩みに悩んだあげく選んだのは、高性能だけれど地味で目立たない、中ランクの日本車でした。色はありふれたグレー。

理由を聞くと、このような答え。「絶対にひとの印象に残らないクルマを探したら、これに行きついたらだよね。そりゃあFやしみたいなイタリアのクルマで会社の玄関に乗りつきたいよ。でもそれをやると、一時は気持ちが良いけど、誰かの嫉妬をかう。そうなれば、いつか自分が攻撃を受けることになる。だから、自分を守るために、できるだけ注目されないクルマを選んだ」。彼は羨しいに聞しても同じ考えをもっています。ブランドがわからないものを注意深く選んでいます。高品質で着

心地最高ゆえに高価だけど、他者にはまったくそうとは見えない服。

帝王学ですね。人の心は無駄に刺激しないことが、最大の防御になることを知っている。成功したというだけでも誰かのやっかみをかいかねないのご時世、それをアピールすれば脅威と受け取る人がいる。それを理解して賢く自分を透明化しているのです。

資産や地位を守らなければならない立場にある人は、ファッションやクルマを自分のアイデンティティと結びつけて考えることはしません。守りの必要性が高くなるほど、自分の印象消去のために選ぶことも増えるようです。世にいう「ファッションは自己表現」説は、彼らには無意味です。自分の存在が見えないくらいが安心なのです。

そんな顧客層をもつあるブランドは、一着30万円超のニットを売ります。デザイナーが留意しているのは、

「自社のものであることをひと目ではわからないようにつくる」ことだ

そうです。ロゴや特徴的なデザインの詳細は、顧客には嫌われる。ゆえに、上質を極めたものを、特徴のわかりづらいデザインでつくるのだそうです。格差が目に見えやすいこの

ご時世は特に、ファッションやクルマで自分のなにかを表現しようとする発想そのものにズレが生じてきていることに「目覚めなさい」。誰の感情も刺激せず、ステルス機のように心地よさを享受する、その道を究めるほうがラグジュアリーへの近道です。とはいえ、前述の経営者のクルマは、その徹底した地味さゆえにかえって周囲に記憶され、「そんなことなら本当は乗りたかったFを買えばよかった……」と彼はちよつぱり後悔したそうです。

