

# TheSTYLE / Fashion



10月にはNo.5の100周年を記念したイベントで、エキスポシティにある大観覧車がライトアップされた(大阪府吹田市)

## No.5がひらいた世界



「第1」と聞くと、あの崇高な合唱が脳内に流れ、年が経るとの感慨が生まれる。9という抽象度の高い数字から心の奥に深い世界が広がるのだ。「No.5」もまた、そっけない数字からなるその名を聞くだけで、脳内に万華鏡のような世界が展開する。5の100年間の文化史を凝縮して抽象化したような数字にみえてくる。

100年前の1921年5月5日、シャルネがフランスのカンボン通りのブティックで公式発表した「No.5」は、新時代を到来させる意をこめて、ひとつの宣言の役割を果たしていた。シンプルな数字「5」に込められた意味を、延ばしたコード破綻的なネーミング。幾何学的なポトルはアルテコ風に研ぎ澄まされ、上から見たとバリの象徴ヴァンドーム広場の形だ。時代とパリを制したシャルネの勝利宣言にも映る。形ばかりではない。香りそのものも従来の前提を覆した。単一の花の香りではない。上質なジャスミン、ローズ、イライランなど多種類のエッセンスをふんだんに使った合成香料アルテコで統合する。人工的な香料を用いたのも画期的だった。結果、成分を特定しがたいミステリアスな女の香り「立ちのぼる。女性は単一の花に例えられるほど単純な生き物ではなく、世間に向き合う態度はむしろ馴びず遅めいていたほうが魅力的だ。ガリエル・シヤネル(通称ココ・シヤネル)が考案する新時代の「美」のビジョンの結晶である。

マーケティングも当時の常識の逆を行った。意図的に露出は抑え気味にし、

フランスでは40年代まで広告しなかった。ロコミで特約的に語られるほうがラグジュアリーとしての価値が高まった。だろ、戦略の転機は34年、米國で初めてNo.5単独の新聞広告を掲載したときだ。37年にガリエル本人が香水のモデルとしてファッション誌に登場する。彼女は自由と自立を手にしたパリの先進的な女性として米國でも有名だった。香水の小瓶は米軍の駐屯地の象徴として兵士に故國の妻や恋人への贈り物にと、行列をつくって買った。

50年代以降は時代を代表するセレブリティと共に関係を結ぶかのようにイメージを刷新させた。54年、マリリン・モンローは宣伝を頼まれたわけでもないのに、何となく着て服るのかと聞かれ「No.5」を告げた。結果としてこの問答がNo.5の神話化に貢献し、モンローはこのエピソードとともに語り継がれる伝説となった。

その後も、香水モデルとして起用された時代の顔(例えばカトリーヌドヌワ、キローン・トール、オドレイト・ワブ、アラッド・ピット、マリオン・コティエール)がNo.5に新たな意味を与え続け、彼らもその経緯で得た活をさらなる飛躍のバネとしている。

No.5はニューヨーク近代美術館にもそのユニークな価値を評価されて54年に収蔵され、アンティ・ウォールが作中品のモチーフにしたことでアートなアイコンにも昇華した。生誕100年の2021年、フランス郵政公社から記念切手が発売された。もはや文化遺産だ。

ひとつの香水が100年間、ラゲジユアリーな価値を維持しながらもトップセラーとしての地位を保つのは稀有なことだ。なぜそれが可能だったのか。シャルネの香水化粧品部門と時計宝飾部門グロバール・クリエイティブ・リソース・ディレクターであるトマ・マテュー・ブレドゥ・サンモ氏は「どの時代も存在感を放つために重要なことはオリジナルのクリエイションに忠実でありながら、そのストーリーを伝える方法が変わり続けている」と説明する。例えば今春人気マンガ「約束のネパールの原作者 白井カイウさんや作家 出水ぽすかさんと協業し、日本で開いた展覧会もそうだろう。No.5も登場する描き下ろしの新作が、豊



シヤネルのトマ・マテュー・ブレドゥ・サンモ氏



1937年、ガリエルシヤネル本人がファッション誌「ハーバース・バザール」に登場した広告



視劇に出かける前に仕上げの香りとしてNo.5をまとうマリリン・モンロー

富なシヤネルのアーカイブ資料とともに展示され、新なるファンを獲得した。時代に応じた柔軟な戦略でNo.5を守り抜くシヤネル社は、ファッションブランドとしての強さも突出する。1月、米宝飾大手ティファニーが仏高級ブランド最大手LVMHモエ・ヘネシー・ルイヴィトン傘下に入ったことも記憶に新しいが、ハイブランドが続々と巨大コングロマリットに統合されるなか、同社は非上場企業として独立を保ち、利益を上げていくとどのようにブランドをコントロールしているのか。

シャルネの最終財務責任者フィリップ・ブロンデオ氏は語る。ブランドのコアな価値は歴史的にもその卓越した創造性に基づいてきました。世界中のカルチャー・アート・クリエイティブ・職人技を奨励し、そういった人材、研究開発に多大な投資を行っています。事業の中心にあるのは、世界にフランスの影響を与える自由なクリエイションと人間の潜在能力の開発です。

改めて創始者のガリエルの潜在能力を開花させた原初的な感情に思いを馳せる彼女がデザイナーとして一貫して行ったのは、抵抗とリベンジだ。どんなに裕福になろうとも裕福育ちの自分を受け入れなかった階級社会。男性の庇護がなくては生きていくことが難しかった男性優位社会。ガリエルはそんな社会に抵抗し、女性を窮屈に閉じ込めていた価値観を「とことく打破し、優雅な復讐を果たした」のである。



左から1921年、24年、50年、70年、2012年のNo.5のポトル。時代の好みに応じて少しずつ姿を変えてきた

新しい時代を宣言したNo.5を含む数々のイイベーションは、結果として自身を奇む女性が生きやすい時代を後押しするようになったのだ。

役後50年、スイスで転るガリエルは今なお、尽きぬインスピレーションの源であり続けている。

服飾作家 中野香織

写真イラストはシヤネル提供。マリリン・モンローはGetty Images