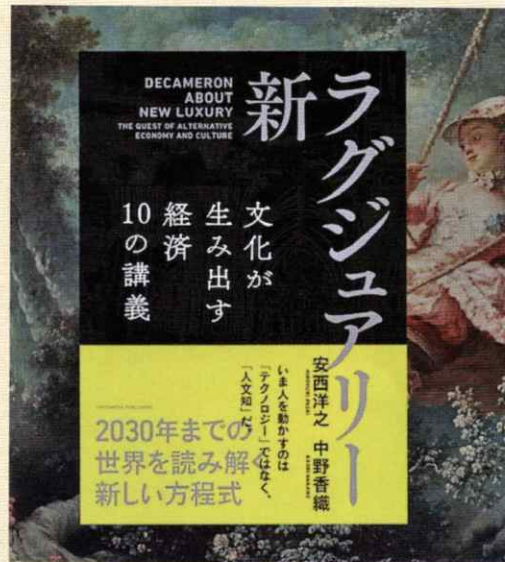


## 次世代の文化を創る 「新・ラグジュアリー」

ビジネスと文化のデザイナーであるミラノ在住の安西洋之氏との共著  
『新・ラグジュアリー 文化が生み出す経済10の講義』  
(クロスメディア・パブリッシング)



3月末に、共著で『新・ラグジュアリー 文化が生み出す経済10の講義』(クロスメディア・パブリッシング)を出版してから3カ月たちました。

自分が書いた本を語るのも厚かましいのですが、富山の方からの反応がみごとにゼロなので、もしかしたら「ラグジュアリー」という言葉に対する偏見が根強いのではないかと思ひ、この10年の社会を考えるためにぜひ知っておいていただきたいエッセンスだけお伝えします。

ちなみに、日本経済新聞、週刊東洋経済、日経ビジネスなどの経済誌で

書評が掲載され、NewsPicksでインタビューを受け、Presidentが作る教養番組で語らせていただくなど、主要経済メディアで注目を浴びてamazonランキング1位をしばしば獲得しています。1位獲得ジャンルは「経済思想・経済学説」その他の地域の世界経済」「文化人類学一般」です。

ここでいう「ラグジュアリー」は、お金持ち対象の高価格品ビジネスではありません。むしろ、世界的なコンテグロマトが戦略的に展開するここ30年のブランドビジネスを「旧型」と位置付けました。

光豊かさ・誘惑の要素を語源に持つ「ラグジュアリー」は人間の歴史とともにあり、常に新しい文化と経済活動を生んできましたが、時代の推移とともにあり方が変容してきました。現在は歴史的な転換期の真つただ中にあります。「旧型」に異議を唱える「新型」ラグジュアリーが世界各地で勃興しています。この変化の意味をいち早く知り、次の時代にふさわしい新しい文化を創造して、持続可能な経済サイクルを生み出すべく一歩を踏み出そう、というのが本の趣旨です。

グローバル資本主義社会の次に来るべき新しい世界像を提示しているわけですが、その世界の創造に向けて、最も大切にされるべきは、尊厳が守られた個人です。個人々が地域や歴史とながらコミュニケーションを形成しながら、「上下」関係のない自由のなかで創造性を発揮していくプロセスを積み重ねて生まれるのが、コンテグスト全体を幸福にする新型ラグジュアリーです。コンテグストとは、地域や歴史、原料の製造者、流通業者、販売者、購買者を取り巻く環境すべてを指します。

より安いものを安い労働力で効率よく大量に作ることを優先してきたここ30年の結果が現在の惨状です。ものにも、自分を取り巻くコンテグスト

にも、少しは「意味」を感じながら生活するほうがマシだと思いませんか？ その願いの方向へ社会と経済を導くための考え方が「新しいラグジュアリー」です。自然の資源と人財に恵まれた富山がリーダースhipをとれる分野でもあります。そういえば「シンニホン」の著者、富山市出身の安宅和人さんはSNSで絶賛してくださっています。「風の谷」構想とも通じるところがあるかもしれません。

そのような世界観におけるファッションも当然、変わります。マウンとをとろうとする誇示的ファッション、自分がキレイに見えれば作り手の不幸などどうでもいいエゴ優先ファッションは、「ダサイ」とされていくでしょう。「私たち全体」に光を当てることが「私」の幸福の大前提となると、考え方は、古着をセンスよく着まわすZ世代がすでに体現しています。



なかの かおり  
1962年生まれ、富山市出身。服飾史家として研究・執筆をおこなうほか、企業顧問を務める。株式会社Kaori Nakano代表取締役。

編著。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。著書に、「イノベーター」で読むアパレル全史(日本実業出版社)、ほか多数。最新刊は共著『新・ラグジュアリー 文化が生み出す経済10の講義』(クロスメディア・パブリッシング)。