

ラグジュアリー・ルネサンス

中野 香織

成熟した社会において、ブランド表示や物質的豪華さに代わるラグジュアリーとは何だろうか？ 象徴的な例として、長野県軽井沢町にたたずむブティックホテル、「しいわハウス」のあり方から考えてみたい。

グローバル金融界で成功を収めた創設者フェイ・ホワン氏が手掛けるこの施設では、情報過多のデジタル社会にあって「素の対話」と「静寂」こそが最上の贅沢（ぜいたく）として位置づけられる。ヒューマンスケールの3棟、33室で設計されている。建築は坂茂氏や西沢立衛氏が手が



自然に沿う曲線の建築の「しいわハウス」（長野県軽井沢町）

け、自然と対話するように地形に沿う。アートがいたるところにあり、客室と同面積の公共空間の中で、人

「人間に立ち返る」贅沢

軽井沢「しいわハウス」

と人との会話が促される。

ここで大切にされるのは、計算された華美や型どおりのおもてなしではなく、「発見される美」である。晴天も嵐も、美も醜も包み込む「カオス」という全体性から感動を発見する体験を味わってほしいという創設者の哲学は、過剰な演出に疲れたポストSNS世代の感性に響く。

単純な利益最大化より、地域との共創による「関係資本」構築を重視する。地元の生産者や職人との協働、アーティスト支援をはじめとする文化的価値を創出する取り組みが、多

くの人々を共感とともに巻き込み、高単価・高リピート率をもたらす。

人間に見合った規模、混沌に浸る知的刺激と静寂の共存、地域との共創。このホスピタリティは現代日本でこそ発展しうる可能性を秘める。個の尊重という西洋的価値観と、共同体意識という日本の美徳が融合する土壤が、豊かな自然とともにあるからだ。無駄をそぎ本質に向き合う「引き算の豊穡（ほうじょう）」も日本の美意識と親和性が高い。

不確かで混沌とした中に能動的に意味を見いだす視点を獲得することが「人間に立ち返る」ラグジュアリーとして静かに浮上し、新しい経済圏を生む。成熟社会における価値観の転換の兆しを見ることができる。