

# 足は語りかける —靴をブランドにしたフェラガモ—

(株)日本設備工業新聞社  
代表取締役社長 高倉克也

20世紀初頭のイタリアで靴職人は不当に蔑まれていた。父親から「靴屋にだけはなるな」ときつく命じられていたサルヴァトーレ・フェラガモ(1898-1960)はそれでも靴づくりの衝動を抑えきれず幼くして自分の店をもつ。渡米後はハリウッド映画の靴の製作を請け負い「スターの靴職人」として栄光への階段を駆け上がる。

靴の履きやすさと美しさの調和を徹底的に追究したフェラガモは芸術的といえるほどに職人技を極め、靴に対する固定観念を根底から覆し、とりわけ女性のライフスタイルに劇的な変化をもたらした。「靴さえ作らせてくれれば私は幸せだった」と語るフェラガモが靴という素朴な日用品を世界のトップブランド商品に進化させた情熱の軌跡をたどってみよう。

## 解剖学を学び快適さを追究

ナポリ南部の小さな村ボニートの貧しい農家で生まれたフェラガモは14人兄弟姉妹の11番目という大家族のなかで育った。教会の洗礼式で履く白い靴を買えない妹のために近所の靴屋で布地を分けてもらい、9歳で最初の靴をつくった。靴に魅せられた早熟な子供は11歳のときに父の反対を押し切って自宅の一角で靴屋を開業し、手際と品質のよさで評判になる。

1914年、15歳になったフェラガモは兄たちを



サルヴァトーレ・フェラガモと  
オードリー・ヘップバーン

追って渡米し、ボストンの靴製造工場で働きはじめた。だが機械で大量生産される粗悪な靴に幻滅し、カリフォルニアのサンタバーバラに移り住んで靴の修理店を開く。

やがて映画制作会社アメリカン・フィルムカンパニーで雑用係をしていた兄を介して作品用の靴の修理を請け負う。フェラガモの卓越した技量に気づいた衣装監督はデザインから製造まですべてまかせるようになった。

1923年、24歳で兄たちから独立したフェラガモはハリウッド・ブーツショップを開業。西部劇「幌馬車」のカウボーイブーツや歴史大作「十戒」のサンダルなどを手がけて信用を築いた。スター俳優からプライベート用の靴も依頼されるようになり、マレーネ・ディートリッヒ、イングリッド・バーグマン、グreta・ガルボ、ルドルフ・ヴァレンティノ、ゲーリー・クーパーらが顧客になった。

フェラガモの靴が熱烈に支持されたのは偶然ではない。仕事のかたわら南カリフォルニア大学で

解剖学を学び、人間が直立すると体重はまっすぐ土踏まずにかかることを発見して足を痛めない靴づくりに活かした。「新しい靴は履いて10秒後も10週間たっても10カ月すぎても快適であるべきだ」という妥協のない姿勢で店は繁盛し、新たに事業を拡張する決断のときを迎えた。

## 創作力で倒産から再生へ

1927年、成功者フェラガモは13年ぶりに帰国し、フィレンツェのマリネ通りに新工房サルヴァトーレ・フェラガモをオープンする。すでに母国イタリアでも機械による大量生産が行われていたものの、手づくりにこだわるフェラガモは熟練した職人たちによる流れ作業方式で理想の靴づくりをめざした。

ところが1929年の大恐慌で最大の輸出先であるアメリカ市場が閉塞し、同社も急激に売上げが落ちて1933年ついに倒産する。苦境に立たされたフェラガモはあらためて原点に戻り、斬新な創作力を発揮してどん底から這い上がる。

ムッソリーニ政権のエチオピア侵攻に伴う統制経済で物資が不足する中、靴底の芯に使うスチールの代替品としてコルクを使った名品ウェッジ・ヒールもこのとき誕生した。まるでクッションの上を歩いているような履き心地と絶賛され、世界中で模造品が出回った。

王侯や貴族など新たな顧客も獲得したフェラガモは1938年、中世に建てられたスピーニ・フェローニ宮殿を購入し、再生のシンボルとして本社を構える。私生活では1940年、42歳でワンダ・ミレットティと結婚し、3男3女に恵まれた。

1945年、第2次世界大戦が終了し、フェラガモの靴はイタリア復興の牽引車となった。人気絶頂のハリウッド女優マリリン・モンローによって細いスティレット・ヒールがブームになり、戦後の革新的素材であるナイロンを使った「見えない靴」が1947年、ファッション界のオスカーといわれるニーマン・マークス賞に輝いた。

フィレンツェの本店はオードリー・ヘップバーンやソフィア・ローレンなどのスーパースターが靴を注文するためにわざわざ訪れるほどの名所と

なっていた。

## 自由な精神を解放する

生涯に約2万モデルの靴を制作し、350に及ぶ特許を取得して時代の寵児となったフェラガモは円熟期を迎えようとしていた。しかし肝臓がんを患い、62歳の若さで急逝する。

経営は妻のワンダや子供たちに引き継がれた。1967年から次女ジョバンナを中心にメンズ・レディースのアパレル分野に進出し、いまではバッグ、財布、香水などを含めた世界有数のトータルファッションブランドに成長した。とはいえ生産ライセンスをこれまで一度も供与したことがないようにコアビジネスはあくまでも創業以来の靴づくりにほかならない。

誰よりも靴を愛したフェラガモは靴を履いて歩くことに精神的な意味を込めた。「自由に歩けるということは人生を自信をもって歩いていけるということなのだ」、「足に合った靴を履いている足は年をとらない。足は若さと美しさを保つ」、「よい靴を履きなさい。よい靴は履き主をよい場所に連れていってくれるから」と。

彼がもっとも情熱を注いだのは足の自然な曲線に沿って履き手に最大限の自由を与えるサンダルだった。アメリカに住んでいた1920年代、女性たちは素足を見せることを嫌がってブーツや紐靴を履いていた。フェラガモが考案したヒールつきサンダルは粗雑なイメージのサンダルをファッションナブルな存在に転化し、社会的慣習に囚われない自由な精神を解放した。いまでもブランドの定番がサンダルとパンプスなのはフェラガモの遺志を時代を超えて受け継いでいるからだろう。

足はたんなる身体のパーツではなく生きた人間そのものだとフェラガモは語っている。真の靴職人は足との無言の対話を通じて最上の靴をつくりだす。

「何百、何千という数の足が私の手の中を通り過ぎ、私に語りかけた。足はその人の性格を伝えるのだ」。

フェラガモは足に触れるだけで相手の体調がわかったという逸話がいまでも語り継がれている。