

花と星が告げる伝説 —ルイ・ヴィトン ブランドの証—

(株)日本設備工業新聞社
代表取締役社長 高倉克也

14歳で家出したルイ・ヴィトン（1821-1892）は各地を転々としながらパリにたどりついた。金も伝手もなく衣装収納用木箱づくりの職人に弟子入りして腕を磨いていく。やがて貴族たちに重用されるようになり、一本立ちして世界初の旅行鞆専門店を開業する。

創意工夫を凝らした斬新な商品は評判になり、売り上げが高まるに連れて模造品が出回るようになった。まねされないように改良しても贋作は後を絶たない。唯一無二の完成度をめざす試みは子から孫へと引き継がれていった。

ルイ・ヴィトンというブランドはいわば偽物との戦いによって誕生したといっていだらう。

旅と木に魅せられて

ルイはスイスと国境を接するフランス東部のジュラ山脈アンシェイ村で生まれた。10歳で母を亡くし、製材所を営む父が再婚した義母とは折り合いがわるかった。

14歳で家出し、働きながら旅をして憧れのパリへ向かう。幼い頃から家業の手伝いをして木材に興味があり、森林の間伐の仕事があれば遠まわりでも足を運んで木の種類や利用法を憶えた。

ようやくパリに着くと荷造り用木箱製造職人の見習いとして働きはじめる。貴族たちが旅行や舞踏会で着用する高価な衣裳を収納して持ち運ぶ木箱は必要不可欠なものだった。ルイは地道に修

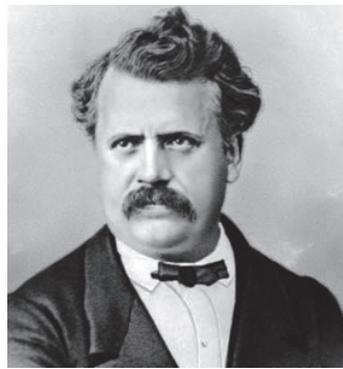
業を積んで自家製の木箱を設計するようになり、着実に上流階級の顧客を獲得していく。とりわけ国王に就任したナポレオン3世の妻ユージェニーに気に入られ、エリゼ宮に出入りする一流の職人になった。

1854年、34歳になったルイは結婚を機に独立することを決心する。パリのキャプシーヌ通りに時代に先駆けた史上初の旅行鞆専門店を構えるとセレブたちの注目の的になった。

旅行する際の利便性を徹底して追求したルイは従来の丸い形の木箱と訣別し、積み上げやすい角形の平らなトランクを考案する。素材も革より軽い防水加工のグレーの布地グリ・トリアノン・キャンバスを使って歓迎された。

店が順調に繁盛するなかで1857年、後継者となる息子のジョルジュが生まれる。注文はさらに増えて2年後、パリ近郊のアニエールに新工場を建設した。

大西洋を横断する船旅が全盛になると軽くて頑丈なワードローブ・トランクをすかさず発売する。1867年に開かれたパリ万国博覧会に出展して



ルイ・ヴィトン

高く評価され、ルイ・ヴィトンの卓越した技術は海外でも広く知られていく。

ジャポニズムによる着想

破竹の快進撃と比例するように市場にはコピー商品が流出していった。1872年、ルイは偽物を阻止するためにレイエ・キャンバスという縞模様の新布地を採用する。ふたたび模造品が出没したものの、事業はさらに拡大していった。1885年、イギリスのロンドンに新店舗を開設し、初の海外進出を果たす。

1888年、成長したジョルジュが新たな模造品対策としてページュと茶褐色の市松模様に登録商標ルイ・ヴィトンの文字を入れたダミエ・ラインを発売する。ダミエ・ラインを施したトランクは翌年のパリ万博で金賞を獲得する人気商品となった。それでも偽物は執拗に市場を徘徊していく。

1892年、ハンドバッグの販売開始に伴ってそれまでの全商品を網羅した初のカタログを作成する。生涯にわたる自分の仕事を見届けたルイは同年、71歳でこの世を去った。

父の遺志を受け継いだジョルジュは1896年、ルイ・ヴィトンのLとVのイニシャルに花と星の幾何学模様をあしらったモノグラム・ラインを発表する。究極のデザインを通じてコピー商品との攻防に終止符を打とうとしたのだ。

現在に至るルイ・ヴィトンのトレードマークとなるモノグラム・ラインはジャポニズムの影響を受けて創作された。ジャポニズムは19世紀半ばからフランスを中心にヨーロッパ各地で巻き起こった日本ブームの総称だ。明治維新による文明開化で日本の美術品や工芸品がパリ万博などに出品され、日本文化に対する関心が急速に高まった。なかでも葛飾北斎や喜多川歌麿の浮世絵は、ゴッホ、ドガ、ルノワール、ロートレックら錚々たる画家たちを魅了した。

造形美に敏感なルイ・ヴィトンも例外ではない。ダミエ・ラインの市松模様はジャポニズムを源流としている。モノグラム・ラインはジョルジュが日本の家紋から着想したといわれている。

発売当時のモノグラム・モチーフは現在のようなプリントではなく熟練した職人によってひとつ

ずつ手描きされていた。執念による職人芸で稚拙な模造品は急速に激減したという。

海に沈まなかったトランク

20世紀を迎えるとジョルジュは渡米し、ニューヨーク、シカゴ、フィラデルフィアなどの主要な都市で新市場の開拓に奔走する。精力的な活動が功を奏し、1904年に開かれたセントルイス万博では議長を務めるほど信用を獲得した。

鉄道、自動車、飛行機と移動手段が多様化してくると、それぞれの特性に応じた新作をリリースしていく。アメリカなど7カ国に代理店を開設し、万博や国際見本市に意欲的に出展するなど海外のネットワークづくりを着々と進めていった。

1914年、パリのシャンゼリゼ通りにトラベル・グッズ専門の路面店をオープンする。店舗面積は500㎡で当時の最大規模を誇った。ジョルジュの後継者となる息子のガストンは路面店の特徴を活かし、ただ商品を並べるだけでなくアートな空間を演出した。いわゆるウインドウ・ディスプレイの先駆けとして評判を呼ぶ。

のちにガストンはエジプト綿に塩化ビニルの樹脂加工を施したモノグラム・キャンバスを開発する。これによってソフトバッグの製造が可能になり、現在の人気商品が続々と誕生していった。旅行鞆の専門店として出発したルイ・ヴィトンは街かどにおけるモードの発信拠点として華麗なる変貌を遂げていく。

コピー商品と対抗することによって進化したデザインはあくまでも優秀な職人による品質本位の仕事に支えられていた。木箱からキャンバスへと世代を超えて鍛えられたブランドの真髄を示す伝説がいまも語り継がれている。

1912年4月14日の深夜、イギリスの豪華客船タイタニックが北大西洋上で氷山に接触し、翌日の未明にかけて沈没した。海に放り出された乗客のひとり水面に浮かんでいるルイ・ヴィトンのトランクにつかまって命からがら救助された。

1500人以上の犠牲者を出した世界最悪の海難事故から数十年後、ルイ・ヴィトンのトランクが客室から引き揚げられた。開けてみると、水に濡れていない衣類が当時のまま納められていた。