

最上の伝統を最上の品質で —職人を愛したグッチー—

(株)日本設備工業新聞社
代表取締役社長 高倉克也

個人・企業・団体などの頭文字を組みあわせて図案化したモノグラムが世界中にあふれている。高級ブランドではグッチーが世界で最初にGG柄を商品に刻印し、ブランドの元祖といわれている。

知名度で群を抜いているダブルGのシンボルは創業者であるグッチー・グッチー (1881—1953) が考案した。彼はみずからのイニシャルを品質保証と個性的なデザインの証しにするほど希少価値の高い商品づくりに誇りを抱いていた。

とりわけ上質の皮革素材によるバッグづくりに情熱を注いで「子供にはミルクよりも革の匂いを嗅がせろ」という家訓まで残している。しかし第2次世界大戦による物資不足で牛革が使えなくなり、グッチーはかつてない試練のときを迎える。クオリティを下げることなく商品をつくることは可能か。安易な妥協は職人の魂が許さなかった。

サヴォイ・ホテルで審美眼を

グッチーはイタリア中部トスカーナ州の州都であるフィレンツェで生まれた。古代ローマ時代に花の女神の街と呼ばれたフィレンツェは革新的な文化が開花したルネッサンスの本拠地として繁栄した。美術・工芸面ではミケランジェロ、ボッティチェッリ、レオナルド・ダ・ヴィンチらを輩出し、グッチーにも少なからぬ影響を及ぼした。

父が経営する麦わら帽子の製造会社の業績が悪化し、17歳になったグッチーは独立して稼ごうと蒸気船の機関助手としてイギリスの首都ロンドン

に渡る。産業革命によって目覚ましい発展を遂げた大都会で近代的ホテルの先駆けとなった最高級のサヴォイ・ホテルはひときわ輝いていた。皿洗いとして働きはじめたグッチーはほどなくボーイに昇格し、低賃金を裕福な宿泊客のチップで賄った。

顧客にはハリウッド女優のマリリン・モンロー、歌手のフランク・シナトラ、喜劇王のチャーリー・チャップリン、作家のオスカー・ワイルド、画家のクロード・モネらが名を連ねていた。イギリス首相のウィンストン・チャーチルはランチを摂りにたびたび訪れていた。グッチーは有名人や富裕層の洗練された振る舞いや持ち物をつぶさに観察し、よいものを見極める審美眼を培った。とくに旅行鞆やハンドバッグをきめ細かくチェックし、一流の皮革職人として店を構えることを夢見る。

20歳になって故郷のフィレンツェに戻り、皮革職人としての本格的な修業を開始した。私生活では妻アイダとのあいだに6人の子供をもうけ、このうち3男のアルドが後継者となる。1914年、第1次世界大戦が勃発するとグッチーも徴兵され、戦後の1919年、ふたたびフィレンツェに戻り、



グッチー・グッチー

高級レザーグッズ店で高度な技能を習得した。

1921年、40歳で皮革製品を扱う会社を設立し、翌年フィレンツェのパリネオ通りに念願の自分の店を開設する。当初はイギリスから輸入した鞆の販売と修理に専念した。修理を通じて丈夫で使いやすいバッグをつくるための腕を磨いた。

起死回生のバンブーハンドル

乗馬をモチーフにした皮革製品が評判を呼び、グッチーは1923年にGUCCIの看板を掲げて2店目をオープンする。「価格は忘れるが、品質は生涯にわたって残る」という信条のもとにトスカーナ州の優秀な職人たちを雇い入れ、品質とデザインに秀でた商品づくりに精魂を傾けた。1933年、GGのモノグラムをバッグの留め金具に刻印し、卓越した高級ブランドとして海外からも認知される。

だがグッチーの快進撃は轟音と共に迫りくる巨大な戦火に阻まれた。ナチス・ドイツと軍事同盟を締結したファシストのムッソリーニ政権は1940年、第2次世界大戦に突入する。戦時下における閉鎖経済政策によって牛革は国家の統制品となり、自由に使えなくなった。上質の皮革素材を不可欠としていたグッチーは最大の危機に直面する。

起死回生の代替素材としてコーティングを施した綿のキャンバス生地を考案した。しなやかでありながら頑丈さも求められるバッグの持ち手には日本から輸入した竹を大胆に取り入れ、バンブーハンドル・バッグとして販売する。斬新で瀟洒でエキゾチックなデザインは女性たちに支持され、一気にヒット商品となった。その波及効果で財布やベルトなどの小物も売れ始める。

ヒトラーとムッソリーニは連合軍から徐々に追いつめられ、イタリア国内では北部のミラノを中心に反ファシズムを掲げる抵抗勢力パルチザンが攻勢に転じていた。パルチザンは1945年4月に一斉に武装蜂起し、ファシストの支配に終止符を打つ。スイスに逃亡したムッソリーニはコモ湖畔で捕えられ、戦争犯罪人として処刑された。

終戦後、グッチーは皮革製品の生産を再開し、新たな素材として猪の革を使ったピグスキンを導入する。ピグスキンは型崩れしにくく丈夫で肉厚な革質でありながら軽くて水や汚れにも強いという

特徴を備えていた。戦後のグッチーを象徴する素材として重宝される。デザイン面では馬具の腹帯をヒントにした緑と赤のウェブストライプが新たなトレードマークになった。勢いに乗ってロンドン、そしてパリにも進出する。

比類のない価値を所有する

皮革製品のブランドからワールド・ブランドへの飛躍は映画づくりの聖地ハリウッドで始まった。ハリウッドに渡ったグッチー家の5男ロドルフォは映画関係の仕事に携わり、小道具としてグッチーの製品が使われるようになった。ハリウッドのスター俳優たちはたちまち魅了され、イングリッド・バーグマン、オードリー・ヘップバーン、グレース・ケリー、エリザベス・テラーらが愛用し、ファースト・レディのジャクリーン・ケネディら世界中のセレブの御用達となった。

とても高価な商品がなぜこれほど愛されるのか。グッチーは「原価は何も意味を持たない。むしろ商品の値段が高ければ高いほどそれを所有することの価値も高くなる」と説明している。グッチーを所有することはたんなる高価な商品を所有することではなくグッチーという比類のない価値を所有することなのだ。価格は価値の証明というグッチーの箴言は「最上の伝統を最上の品質で、しかも過去のよいものを現代に反映させる商品づくり」というブランド・コンセプトに結実する。

ワールド・ブランドの礎を築き、72歳で他界したグッチーのプライドの高さを物語るエピソードが後世に語り継がれている。イギリスのエリザベス2世がイタリア訪問中に来店したとき、グッチーはバッグを贈呈した。付き添いの侍従から女王陛下に何かプレゼントをしてほしいと伝えられたからだ。女王一行が立ち去ったあと、グッチーは報道陣が残っているにもかかわらず「金も払わない乞食はもう来るな」と言い放ったという。

こんなエキセントリックな言動で物議を醸すグッチーも職人には気遣いを忘れなかった。高価なグッチー製品に手の届かない職人たちのために材料費さえ払えば妻や子や恋人にバッグをつくってもよい日を設けていた。みずからも職人として苦勞したグッチーは誰よりも職人を愛していた。