

原著論文

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

— クチュールメゾンの設計過程 —

鈴木 明*, 高寺 政行**, 大谷 毅**

* 杉野服飾大学, ** 信州大学

Some Little Bewilderment of “elegance” in the LA MAISON DIOR of Raf Simons

– Design Process of Fashion Clothing in Couture Maison –

Akira SUZUKI*, Masayuki TAKATERA** and Tsuyoshi OTANI**

* *Sugino Fashion College, 4-6-19 Kamiosaki, Shinagawa-Ku, Tokyo 141-8651, Japan*

** *Shinshu University, 3-15-1 Tokida, Ueda-shi, Nagano 386-8567, Japan*

Abstract : Ever since the couture maison Christian Dior (CD) joined the Chambre Syndicale De La Haute Couture, it has been presenting its biannual runway shows for approximately 70 years. “Aesthetic elegance” the essence of haute couture is what couturiers in Christian Dior have to portray in their garments. However, Raf Simons, who took over Dior after John Galliano, was unable to do this. This paper proves this fact by using the criteria set by Suzuki from his working experience with Guy Laroche in 1980s. Using this criteria, examined are Galliano’s 11 AW and Simons’ 14 AW as well as his 12 AW as appearing in the film “Dior and I,” which describes the designing and manufacturing process of the collection. The study confirms that while Galliano met the standard of haute couture, Simons did not in that he did not compromise with the brand in his minimalism even though he did in terms of color. Simons’ career cannot be termed as that of a true couturier. If his minimalism continues, haute couture, which necessitates gorgeousness, will disappear in CD. It was also revealed that the ateliers of couture maisons cannot do efficient work without well-trained couturiers. The paper confirms and concludes that couturiers affect the existence of couture maisons.

Keywords : *Haute couture, Élégant, Couturie, Design*

1. 解題

1.1 クチュールとの関係

Raf Simons (以下Raf)は2005年5月から2012年2月までJil Sanderで、2012年4月から2015年10月までLa Maison Dior (以下CD)の設計主務者であった。CD退任の理由は「本人の意思」かもしれないし、法人CDの都合かもしれない。いずれにせよCDオーナー(CDはLVMHの親会社で、かつ本人はLVMHの発行済株式の46.64%を所有、議決権の62.90%を確保)のBernard Arnault(以下会長と呼称)の決定で退任に至ったことだけは確かである。[注1]

そして、2012年5月就任8週間後に開催される展示会(2012年秋冬オートクチュールコレクション)への準備の過程が、ドキュメンタリーとして映画化され、2014年4月に『Dior & I』として公開された。

<http://www.diorandimovie.com/usa/>

この8週間という期間はクチュールに経験がなく、かつプレタポルテ育ちのRafにとっては、あまりにも短すぎるはずだ。[注2]

<http://rafsimons.com/about>

そのことを勘案すると、この映画は必ずしもRafに対して好意的に制作していない。会長は容易に上映を拒否できる立場にあったが、少なくとも拒否はしなかった。

この映画がどういう目的で制作・上映されたのは不明だ。プレタポルテしかやったことのないRafが、大看板のCDで設計主務者がつとまるのかどうか、筆者(鈴木)は問題を抱いていた。この映画にはそのことを裏付けるような箇所がいくつかある。

それは、パリのクチュールメゾンが共通して持つであろう「*élégance*」の視点から見たとき、ラブのやり方は必ずしも好意的に受け取れない部分があるからだ。

この映画はパリのメゾンに流れる*élégance*の意味合いを検討するための格好の材料にもなる。なお、エレガンスは日本語になじむ書き方だが、本稿の意味とは異なり解される可能性もあるので、あえて*élégance*と記載する。

1.2 無形資産の減損

一方、この映画は、解釈の仕様によっては、無形資産の減損テストと密接な関係がある。会長はブランドポートフォリオ構成するために、M&Aなどを繰り返し、現在、その索引で55社を確認できる。[注3]

そのために発生する「のれん」についてはLVMHの無形資産として計上している。その額はLVMHの全資産の40%を超える(2015年末決算で総資産576億EUR、Brand・Goodwillなど無形資産236億EUR、約41%、なお自己資本比率約45%)。[注4]

この無形資産は、国際会計基準により、決算期末毎に減損テスト(impairment test)を行うものとされ、実際、無形資産

に瑕疵がない旨の記載がある。[注5]

減損資産が、減損を免れるためには、それ以降のフリー・キャッシュ・フロー(FCF)が減損を招かないような結果でなければならない。筆者(大谷)の見解によれば、無形資産がCFを産むか否かは、買収後のリストラ(再構築)で画期的な効果を生み、その後これを維持することと密接な関係がある。

仮に、こうした期待に反するようなFCFを招く設計主務者を、会長自ら選任したとなれば、LVMHの全資産の40%を占める無形資産の価額に疑問が生じかねない。CDはLVMHの持ち株会社であるとしても、無形資産の減損に疑問が生まれれば、会長一族の資産は著しく評価減され、信用保持は難しくなる。

会長は技術系グランゼコール卒業生で、単に数的処理能力以上に、解析的・確率的思考に素養があると推定できる。無形資産の時価評価や減損テストの究極は確率的な発想に依存する。[注6]

彼なりの仮説を構築し、シミュレーションを繰り返し、むろんカネをかけて慎重に計算し、①Rafを解任し、次のコレクションを、②設計主務者を指定せず、デザインチーム(詳細は不詳だが、Studio部門のアシスタントとかatelier部門の幹部)に任せるといった判断をした。しかし②は成功したとは言いがたい。むしろ設計主務者なしにメゾンのアトリエもその真価を発揮しえないことを証明したようなものだ。

この会長がこの判断に際して構築したであろう仮説の探索に、筆者はさらに深い興味を抱くのである。(図1)

2. Rafの作業に対する評価視点の設定

2.1 1980年代クチュールメゾン設計・製造工程

筆者(鈴木)は1980年代に約9年間パリに在住し、典型的なクチュールメゾン(当時はオートクチュールを事業とするメゾンが約23社あった)のひとつであるGuy Laroche(法人)に約5年間勤務し、そのstudio(オートクチュールの設計)とatelier(オートクチュールの制作)両部門の実務に従事した。

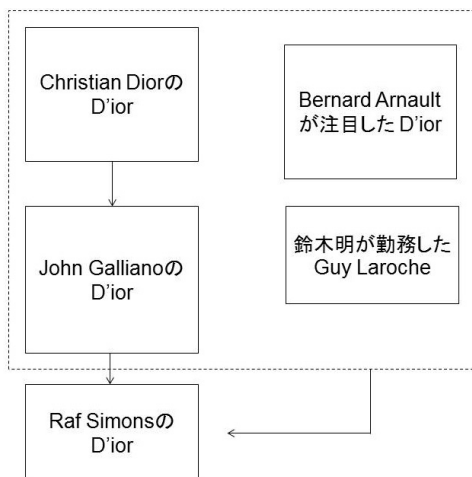


図1 本稿の視点の設定

直属上司のみならず、Guy Laroche(個人・設計主務者)から直接指示を受け設計のアシスタントとして作業したことも少なくない。また、オートクチュールコレクション(展示会)用の見本(ランウエイのマヌカンが着用)のみならず、商品(得意先に納品)の制作にも従事した。

この頃から盛んになったプレタポルテ事業というより、鈴木のおもな仕事はオートクチュールに係る作業であった。以下、これを「経験」と呼称する。

2.2 「経験」の含意

この「経験」にはパリメゾンの伝統が含まれる。メゾンにおける作業の判断基準は「*élégance*」である(後述)。この基準をオートクチュールの顧客(たとえばMireille Darc(女優)やGeorges Pompidou(仏国大統領)夫人やJacques René Chirac(パリ市長、後・大統領)夫人のような著名な上得意客が支持し、モードのジャーナリズムも好意的に受け止めた。オートクチュール事業は成立していたのである。

著者(鈴木)は、この「経験」を基準に、RafのCDにおける設計主務者としての仕事を評価してみる。むろん1980年代と2015年では顧客の好みも異なる。しかしながら、会長がCDに注目し買収を始めたのは1984年、完全に買収したのは1990年、その前年にGianfranco Ferréを設計主務者に採用する。著者(鈴木)は、会長のCD買収の動機にクチュールメゾン特有の*élégance*があったと推理する。[注7]

ただし、それを肯定したからといって、会長は買収後のCDに対して、1980年代の*élégance*をそのまま再現することを要求したわけではない。あきらかに現代(買収当時)のオートクチュールの顧客のニーズに対し、しかるべき提案が必要であると説いている。むろん、Rafの評価についても、CD買収時の*élégance*を、2015年という時代に適合するように変容している。

そこで、「経験」もまた1980年代のままでは不適合である。「経験」のある部分について、なにがしか変容させる必要がある。つまり筆者(鈴木)にも、「経験」について、以下のような意味での変容を要求されている。

すなわち、会長は、「伝統を守りながら新たな創造性を加えられないか」「ディオールが今でも生きていたら、ジョン・ガリアーノが我々のもとで発表した新作と同じものを創っていたに違いない」「そのディオールの特徴が、現在の天才デザイナー、ガリアーノによって蘇った」と指摘している。[注8]

「経験」を変容させるといっても、「伝統を守りながら新たな創造」「ディオールが今でも生きていたら…」「ディオールの特徴が…蘇った」とあるように、オートクチュールがもつコアの部分までが、全面的に変わることを意味しない。そうしたならばCDのオートクチュールの顧客が離れてしまうかもしれないし、会長はそのリスクを犯してまでクチュールメゾンという業態を変容させようとはしないであろう。

そこには、時価評価による、ないしは、事実上、会長の主観に依存した膨大な無形資産の重圧が掛かっており、慎重な扱いが必要である。

3. オートクチュール・*élégance*の背景

3.1 オートクチュールの制作過程

クチュール事業はC.F.Worthが定式化した。オートクチュールは完全受注というより規格品の受注生産である。クチュリエ(couturier)は自らの作業所(Maison)で、あらかじめ用意した見本(*élégance*基準を充足)をモデル(mannequin)に着せ、招待した顧客に供覧する。受注で衣料を製造販売するのだが、*élégance*という感性に加え、事前にこれらの準備を可能にする相当の資金(春秋年2回)を用意できるクチュリエのみを組合員として、クチュール事業を閉鎖的にした。[注9]

オートクチュールはクライアントの要求を聞いて設計主務者が絵を描く、ないしは設計主務者はクライアントの要求を「姿・形」に翻訳して、アシスタントに絵を描かせる。アトリエのトワリスト(パトリエ)がパターンを起こし、布地や刺繍を発注する(刺繍は基本的に外注する)。コットントワールで仮縫いして、本番に近い生地で仮縫いして、さらに本番の生地で仮縫いする。

クライアントがニューヨークに在住するならば、設計主務者がアトリエの職人を連れて飛行機に乗ってクライアントを訪ねて仮縫いをすることもある。たとえコレクションの準備の途中でも、オートクチュールのクライアントとなれば、設計主務者も自ら行動することもある。オートクチュールといえども売り上げがあって初めて成り立つので、クライアントの要求には極力応える必要がある。したがって、オートクチュールの場合、衣服の一着が1,000万円を超えることもある。

3.2 C.F.Worth以前にある *élégance*の根源

筆者(主に鈴木)の見解によれば、パリのクチュールメゾンに流れる *élégance*は、18世紀末のパリのルイ王朝にも見られるが、さらなる源はイタリアのルネサンスに求めるべきとする。ビジネススキームを超えてクチュールを理解するには、Worth登場以前にさらなる関心を払う必要がある。(図2)

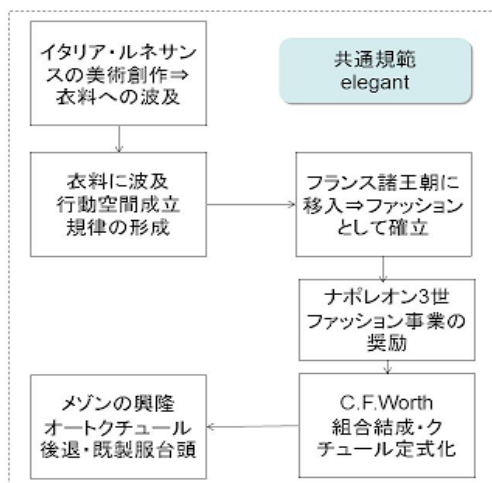


図2 オートクチュールの規範としての *élégance*



図3 Botticelli『春』部分

3.3 フィレンツェからパリ

ルネサンスは14-16世紀、イタリアからヨーロッパに広がる古古典(ギリシア・ローマ)文化の復興運動をいうが、典型的な出来事に、フィレンツェのMedici家(金融業・Toscana大公)の財力により、Sandro Botticelli, Leonardo da Vinci, Michelangelo di Lodovico Buonarrotiの開花がある。

筆者(鈴木)がクチュールの *élégance*の源流をルネサンスに求めるさい、Botticelli「春(ないし春の寓意)」を例示する。寓意(Allegoria)に象徴されるように、描かれたものが何を暗示するか不明で、難解な作品とされる。(図3)

しかしここに描かれた衣装は実在したとして、ごく単純に、その設計、材料の制作、裁断・縫製を問う必要がある。

スポンサーであるメディチ家が着用する衣装の設計・材料・製造・納品に関わる。シルクの生地を扱い、裁断縫製する作業、刺繍、皮革製品の製造、金工の細工などを担当する職人がフィレンツェで育っていたことを物語る。

Botticelliの頃のフランスはルイ12世の時代、紆余曲折を経て1491年にAnne de Bretagne(ブルターニュ女公)と結婚するが、その儀式的絵画に描かれた人々の衣服は、前掲「春」とはほど遠い。14世紀半のコタルディ(cotehardie)はフィレンツェあたりが発祥であろう。大国はポルトガルでありスペインであって、西欧は小国で戦争に明け暮れていた。ファッション関連用品の制作では、フィレンツェがパリを超えていたと推定する。

しかも、衣服の問題であり、ただの美ではない。Botticelliの「春」は眺めているだけでもよい。衣服の場合は着用する本人が設計者の提案を主体的に受容する必要がある。着用者の受容可能な設計が前提である。

4. *élégance*成立の要件

4.1 設計すべきはシニフィアン(signifiant)

以上のことから、オートクチュールの *élégance*に関して試論として言えることは、まず第一に、Botticelliの作品にあるようなを参考にしてイメージを膨らませて、現実の人間が喜んで着用するような姿形を提示する必要がある。

それはただの記号としての衣服（＝例えばハンガーに格納され展示されている状態の衣服）と解されてはならない。着用者がそれを買って求め着用して、自らの行動空間において行動した時の姿形が、同じ行動空間を共有する他者によって何らかの程度に受容されることが必要である。衣服の設計過程は、芸術活動以上にビジネスであることを示唆している。

売場で陳列の衣服はシニフィアン (signifiant) であり、着用者の行動に見る姿形がシニフィエ (signifier) である。éléganceを問うのはシニフィエ、着用者の姿形である。設計主務者(後述)は、シニフィアンを設計しているように見えるけれども、実はシニフィエを提案しているのである。[注10]

4.2 éléganceな材料

オートクチュールに要求されるéléganceの第二の問題は材料である。材料は、①生地、②刺繍、③装飾材料・付属品(アクセサリやリボンなど)に大別する。単に衣服のみならず、衣服に付随するアクセサリや、靴やバッグや身の回りのもの、ヘアスタイル、関連する小物など一切切を含めた「姿」「形」を意味する。設計主務者の設計とは、「姿」「形」の部分としての衣服を設計しているのである。

図4はオートクチュールのéléganceを物語るJacques Fath(1912-1954年)の刺繍である。フランス生まれ、大戦終了から没年、Christian Diorと並ぶパリのトップ・クチュリエでロマンチックな提案を得意とした。その店にはGuy Larocheも勤務したことがある。

画像のボールガウンは、アイボリーシルクサテン、白いミンク、および金の金属トリムの付いたブラックシルクのベルベットで、1952年頃制作された。[注11]

4.3 ゆたかな感性をもつ設計過程・製造工程

そして第3の課題は、設計図を見て製作する裁断と縫製の技術である。裁断・縫製要員(アトリエ所属)に設計主務者の描く設計図を読み込む能力を要求する。製品の中身を理解し材料を裁ち縫う。図面通り部品を機械的に組立てる作業ではない。アトリエには経験豊富な「お針子」と、さらに経験豊富な職長が監督する。

この映画から、CDにおけるアトリエは、Christian Dior時代の技能をかなりの程度維持していると推定できる。仕事ぶりが「経験」と酷似しているからだ。CDのアトリエのお針



図4 Fathの刺繍

子は、自分たちの作業が製品の形にどのような影響を与えるかを考慮しながら、ある種の美的意識のもとで作業が続いている。オートクチュールに必要な技能は、メゾンのアトリエ部門において、伝統にかなり忠実な形で存続していると考えてよい。

4.4 「美と富」が一对であること

オートクチュールにおいての美が実現するには、納品される1枚の衣服に要する多数の職人達の人件費や、遠方から調達されるシルクなどの材料にかかわる費用、その他の費用も含め、こうした請求に対し円滑に支払うだけの「富」が存在しなければならない。

すなわち美と富是一对なのである。そして、その富のほうの機能は、かつては宮廷が、あるいはブルジョワジーが負担したが、いまは、多数の市場のもつ潜在・顕在する多数者の購入者が負担する。その負担を特定のメゾンに向けるのは、メゾンのマネジメント能力に依存している。

CDが今もってオートクチュール事業を維持できるのは、富という要件についていえば、会長の功績、以外の何物でもない。とりわけて減損資産となる無形資産に対する透徹した計算能力に負うところが大きい。

5. メゾンの設計主務者の職務

5.1 設計と経営ガバナンスの分離

1946年にMarcel Boussac(コットンファブリック大手事業者)の支援を得てCDを創業。自ら設計主務者に就任、数々のnew lookヒットさせた。没後1957年にYves Saint-Laurent(トラペーズライン)が就任するも1960年に徴兵により退任、1960年にMarc Bohan(スリムルック・サファリルック)が就任した。

しかしながら法人としてのCDのガバナンスは変遷を見る。1978年にスポンサー役のBoussacが倒産し、その後紆余曲折を経て、1984年べ会長(Bernard Arnault)がBoussacを買収しCDを支配するに至った。

1989年Gianfranco Ferréが就任、1996年契約期間満了退任、会長はJohn GallianoをGivenchyからCDに移籍するも、2011年Johnを解雇(人種差別発言)し、デザインチーム(実態は不詳、スタジオ部門のアシスタントと推定)が穴埋めした。2012年にRafが就任するも、2015年に退任後は再びデザインチームに委ねている。

CDはChristian Diorが創業し、みずから設計主務者であったが、彼はCDの設計(着用者に提案する内容)を支配していた(最終決定権者)のであって、法人としてのCDを完全に支配してはいなかった。彼はキャッシュフローを予測し所要の資金繰りをしたであろうか。クチュールメゾン(法人)の存続は、難しいことではあるが、「設計」と「ガバナンス」の分離が必要であり、ゆえに、ガバナンスが設計主務者を決定して事業を継続させ、法人をしてGoing concernとさせるのである。

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

5.2 メゾンの設計主務者の職務

Christian Dior (1946-1957) 以降, Yves Saint Laurent (1957-1960), Marc Bohan (1960-1989), Gianfranco Ferré (1989-1997), John Galiano (1997-2011), Bill Gaytten (2011-2012), Raf (2012-2015) と続く (ただし本研究ではBill Gayttenを割愛する). 後継の設計主務者 (≒ *styliste*) たちの職務は, 「姿」「形」に関する最終決定と再現である. その職務遂行に関する裁量を委譲され, ゆえに結果責任を負う. このことは1980年代中でもいまでも同じである.

この動画から容易に推察するように, Christian Dior 没後55年経過するにもかかわらず, オートクチュールの技能の伝統は, オートクチュールのアトリエにかなり濃厚に残存している. しかし残存している技能でもって, 従来と同じ製品を作っていたのでは支持者から飽きられてしまう. ここを見抜いて買収以降のCDの設計主務者を任免するのが会長の職務であり, 筆者 (大谷) に言わせれば, 膨大な無形資産の資産たるを証明する根源になる.

しからばRafはどうだったのか? JohnはともかくRafはその責任を負いきれなかった, つまりは, 設計主務者の地位を継続するために必要な売上・粗利を実現できなかったかもしれないと, 筆者は仮説を設定してみた. 従来の伝統を維持しつつも, それぞれの時代にマッチしたオートクチュールの, いわば新しい「姿」「形」を提案しなければならない. Rafはその要求に応えられなかったかもしれない.

この動画および該当する時期のランウエの静止画から, Rafの提案を理解し, 1980年代のクチュール理念を軸に評価を試みる. これが本稿の課題である.

5.3 Rafの職務・権限とクチュールメゾンの組織図

以下は典型的な伝統的組織観である. 設計主務者はメゾン (法人) と雇用関係にあるとは限らず, その裁量権は尊重されるが, 命令一元化のもとで無限ではない.

組織図で会社の職務・権限 (したがって責任) の実態を表現するのは便利だが限界はある. また, 映画「Dior & I」から推定されるCDの組織図は③の位置づけが, 二通りに推定できる.

ひとつは, ③を②のラインアシスタントとして, ③と④の位置づけをライン関係 (命令授受) である. この場合, 諸々意見が対立したとき, Rafは③の指示に従う. (図5)

もうひとつは, ③を②のスペシャリスト・スタッフと置き, ③と④はスタッフ関係 (助言勧告の関係) である. Rafは③から助言は受けるが, その受容の裁量はRafにある. ②の指示には強制力があるので④は②に決定には従う. また, ②は③の④に対する強制力を一定範囲で持たせる場合がある. (図6)

また, 同映画に登場した上記役職者は表1に示す (空欄は不詳).

図5, 図6のいずれの場合でも, ④Rafと⑥~⑨の関係は同じで, すべてライン関係にある. ⑥は③の部下ではあるが, ⑦~⑨に対しては, 特定事項について強制力を持つ, ③のスペシャリスト・スタッフの位置にあったと解することも可能である.

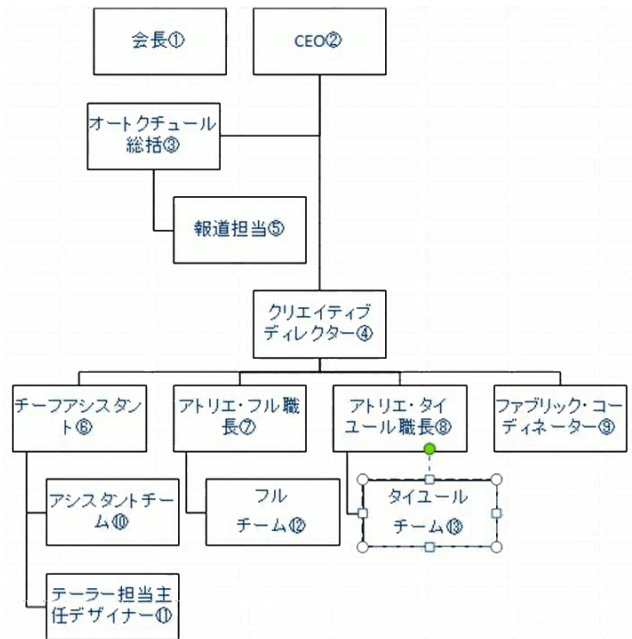


図5 総括をCEOのスペシャリスト・スタッフとしたCDの組織図

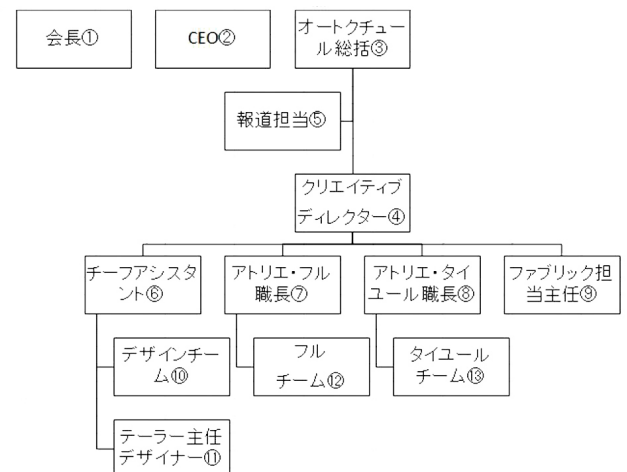


図6 総括をCEOのライン・アシスタントとしたCD組織図

表1 「Dior & I」の登場人物と職務

①	会長	Mr.ベルナール・アルノー
②	CEO	Mr.シドニー・トレダノ
③	オートクチュール統括	Mme. キャトリン・リヴェール
④	クリエイティブディレクタ	Mr.ラフ・シモンズ
⑤	報道担当	
⑥	チーフアシスタント	Mr.ピーター
⑦	アトリエ・フル職長	Mme.フロランス・シュエ
⑧	アトリエ・タイユール職長	Mme.モニック・バイイ
⑨	ファブリックコーディネータ	Mme.ナイデール・プロ
⑩	アシスタントチーム	7名
⑪	テーラー主任デザイナー	Mr.フルヴィオ・リゴーニ
⑫	フルチーム	
⑬	タイユールチーム	

(注) 原語 (仏語) 表記すべきだが, 便宜上, 日本のオフィス用語を充てた. なお④が本稿の「設計主務者」に該当する.

Rafは、その直属上司(②または③)に対し、⑥～⑨の職務遂行の結果について、ランウエイで提示した商品見本の売上・粗利予算にかんして、責任を負うことになる。おそらくは、まず第一は、CDの顧客名簿にある顕在顧客の反応、すなわち彼らがどの程度買ったかが問われ、ついで第二に、Johnに代わってRafが就任し、どの程度、新客が付き、その売上・粗利は増えたかを問うであろう。

メゾンはクリエイティブ系の自由(studio部門ならびに設計主務者が支配するatelier部門の活動)を保証する一方で、マネジメント部門が数値を追跡し、設計主務者のクリエイションの効果を「測定」する。

マネジメント部門と設計主務者は内部統制(Internal control)しあう関係にある。パリ・ミラノのメゾンではむしろ常套の手法であり、設計主務者が創業者であっても、この仕組みは導入する。したがって珍しくはない。これは別の原稿を参照いただきたい。[注12]

6. “Dior & I” からみた Raf Simons

6.1 動画からの抽出

以下、以上に触れた枠組みから、本動画“Dior & I”から筆者らが参考とした内容を列挙する。

なお、本動画は映画の著作物(日本の著作権法10条1項7号)であるので、引用(日本の著作権法32条)の趣旨をふまえ、主に前半部分のシナリオを対象として該当箇所の要旨を述べ、画像は極力最小限の提示に止め、論旨を説明する。

- 1 : Raf自身がアントワープの出身であること、フランス語が苦手であること、アシスタントとして通訳を兼ねて、10年以上も「右腕」を務めたピーター・ムニエが付き添っている。
Rafはファッションに関して高等教育を受けているわけではないが、Linda Loppa(アントワープ王立芸術アカデミーのファッション学科ディレクター)に出会い、その影響でファッションビジネスを目指すようになる。つまりアバンギャルドな背景があり、筆者の見解では、これは必ずしもオートクチュールの持つ*élégance*になじむとは限らない。どのようにして融合させていくのだろうか。
- 2 : Cathy Horyn(ニューヨークタイムスファッション担当)の解説に拠れば、Rafはミニマリスト、Jil Sanderを辞めない、知名度が低い(知られているとしてもメンズであり1995-1998年のショーで提案した細身のブラックスーツでリバイバルを訴求した程度だが、エネルギーとモダンな息吹を感じたも、一方、CDには伝統があり大切な顧客があり、フェミニン、美しいシルエット、節度ある装飾性、豪華さ、ロマンチックな味わいが必要で、どういう仕事をするのか期待されるも、意外な人選だったという。
- 3 : Atelier部門はスーツとドレスがあり、それぞれ職長がいる。本動画に映し出された作業は、1980年代央の著者(鈴木)の経験の内容に酷似するものがある。

したがって、Atelier部門はジルをどう受け止めたのか、またそれがどう変化したのか、さらに本動画の制作者がこれらの現象をいかに解釈したのか、興味深い。

(実態とそのなかのある部分を捉えた映像とに、いくばくかの差異があるとしても、本動画の当該部分に資料的な価値があることは否定する必要はない。)

- 4 : 動画制作者は冒頭でChristian Diorを、「私の感性でイメージしたものが時代の感性に合っていた」旨の整理をして、「ニュールック」が、モードとして広く世界の市場に受け入れられたと語っている。
- 5 : 「オートクチュールはメゾンの心臓、心臓に人材がいる、だからそこには(CDの)魂がある」という。往年のクチュールメゾンの大半は、いまや“プレタポルテ”事業が主力であるが、それでもなお「心臓」「魂」という解釈して、クチュールメゾンの特徴を記述することは、著者からみて重要である。
- 6 : Rafはプレタポルテしか経験がない。オートクチュールははじめてという、プレタポルテのときは時間にゆとりがあったが、オートクチュールではどうかと心配しているという。
- 7 : Sydney Toledano(法人CD・CEO)は、創業者(Christian Dior)は、「永続する規範を作ったので、後継のデザイナーは各自の持ち味を加える」仕事があり、そこに期待があるのだと語る。
(しかし後述するようにRafは新しい規範をつくると語るシーンがでてくる。動画の製作者があえてこのシーンを残しているのは、そこにconflictがあることを、あらかじめ、示唆する意図があるのだろうか。)
- 8 : Rafは、「Christian Diorは10年しか仕事をしていないが、彼のコレクションは後継者に重圧を与える」「CDの伝統に興味があるので挑戦したい」、CDには伝統があるので「自由に創作できるわけではない」として、伝統のなかに自己の役割や位置づけの模索が続く。
- 9 : Christian Diorコレクションからの一例を「意外にコテンポラリー」「パットが入っている、クッションかな」と述べ、「ラディカルなアプローチ」を試みる旨の言辭を繰り返す。
(図7はこのシーンの一部。このようなパットの使い方は、オートクチュールでもごく普通の「技」のひとつである。)



図7 パットを触るシーン(部分)

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

- 10: Rafは、「いまの時代のアイデアを並べモダンな試みをする」ことが肝要といい、「衣服で大事なのは動きやすさ」としながら、ドレスとパンツの組合せが女性を若く見せると、シミュレーションを試みる。
- 11: Raf側近のムニエはRafの手法を抄述する。「Rafは視覚を重視するのだが、スケッチは描かず、ファイルを用意する、とても合理的だ」「12の衣服のコンセプトがあれば、それをアシスタントに渡し、150-200枚の絵を描かせ、Rafが2-3枚選択する」「それからスタッフと十分に話し合う…」という。
(要は、参加型の設計過程でアシスタントやatelier部門の幹部たちを小集団化し、plan段階で各自の意見を反映させる手法をとる。マネジメントの手法として理解はできるが、メゾンのstudio部門での導入は、いささか意外であった。)
- 12: Rafは、「自分にとって大事なものは規範を作ること」とし、「Christian Diorは10年しか仕事をしなかったが、スタイル言語の規範を作ったから…」という。
(つまりは、自分もそうするのだという意味なのであろう。この意味はよく理解はできないが、前掲7と矛盾しなければよいがと考える。うまくいくものだろうか。)
- 13: 参加型で、plan段階でチームの意見を聞き、整理してムードに反映させ、それを眺めて創造に耽るシーンが続く。(図8)
それでオートクチュールの設計ができるのかどうかは、いささかならず疑問がわく。合理的というよりは、理論的というべきかもしれない。つまりそれほどきれいに整理できるのだろうか。孤独と戦い、悩み苦しまなくてもできるものなのだろうか。
この辺は著者(鈴木)がみたクチュールメゾンの設計主務者(Guy Laroche)の姿と大分異なる。
要は売れば手法は問わないが、Rafが3年半しか続かなかった真因は、この辺にあるのではなからうか。
- 14: オートクチュールらしい生地を模索する過程で、Sterling Ruby(現代芸術家)の作品を「模倣」しようとする。Rubyの絵の一部を、生地の上に転写する。糸染めして織り込もうとしたが、時間的な制約で、当初の提案は叶わず、結果的にインクジェットで印刷した。しかもRafは「これこそニュークチュール」という。

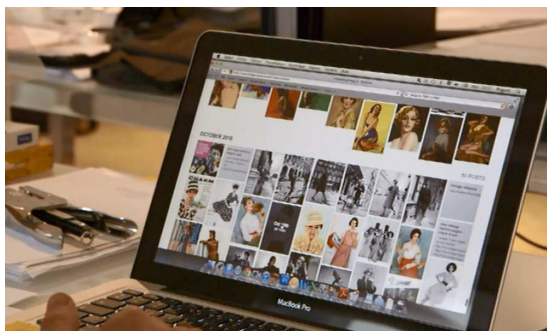


図8 アシスタントがRafの案に自己の意見を付すシーン

しかし、筆者(鈴木)はこういう考え方は、オートクチュールではありえないと考える。

- 15: Rafの裁量でショーの会場の門や壁面を生花(カトレアなどの洋蘭)で飾る。壁面と同じサイズの板に成果を敷き詰め、あらかじめ生花を敷き詰め、肝心のショーの時間に、もっとも生き生きとした状況になるように保管する。たかだか生花ではあるが、その量は膨大で、「50人で48時間かかった」とある。この「花代と人件費」の処理でRafの周辺は心配するが、会長とCEOは気に入れば問題ないだろうという旨のシーンが2分近く続く。

6.2 模倣と参加型…とりあえずの視点

オートクチュールの設計主務者は苦吟を重ねて苦闘し創造の帰結に至るものであって、安易に、他人の作品に依存するものではない。Rafの考え方は、いかにも、オートクチュール設計の本道から外れている。芸術は模倣(mimēsis, PlatonやAristotelēsの持論)であるとしても、模倣の対象から「本質的な」何かを掴み出す過程を経るのであって、それは命がけの模倣でなければならない。

ただし本稿は芸術を論ずるつもりはない(ただしPierre Cardinは仏国芸術学院会員、オートクチュールに芸術的要素はあろうが、本稿では触れない)。そのうえで、Rafは模倣の仕方が稚拙で、しかも参加型である。たとえば、Pablo Picassoがチームを組んで、数々の制作をしたとしたら、どう評価されるであろうか。

顧客は顧客の論理で、あるいは無意識のうちに設計主務者に作家性を求めるかもしれないが、本稿の本旨からいえば設計主務者に芸術家たることを必須としない。ただそうであっても、Rafの手法や考え方は、オートクチュールの顧客を納得させるものではない…と、筆者(鈴木)の「経験」は指摘する。

7. コレクションに見るJohn GallianoとRaf Simonsとの比較

7.1 実験の手順

Johnとしては結果的に最後のランウエイになった2011年秋冬、および7回に及ぶRafのランウエイの最初の2012年秋冬、最後の15年秋冬の、各オートクチュールのコレクションで、Vogueに掲載された静止画をA4版に印刷し、JG11=2011AW(32枚)、RS12=12AW(54枚)、RS15=15AW(57枚)の静止画を、出場順に連番を付しA0の用紙に貼り付ける(カッコ内は画像数)。[注13]

これまで触れた*élégance*論を軸に、次節の評価基準により、筆者(鈴木)が視認し評点を付し数表を得たのち統計処理する。本稿は主に単純集計・分散分析の結果に留め、多変量解析の詳細は別の論文で触れる。これによりRafの設計の特徴、ひいてはJohnとの差異を説明する。

7.2 評価の基準と態度

CDにおけるJohnとRafの、設計主務者としての職務遂行を、筆者(鈴木)がその「経験」を基準に評価する。オートクチュールのランウェイなので、おもな招待客は顧客(顕在顧客+ α)であり、彼女たちが買う気にならなければ、催事としては失敗となる。ついでメディアが褒めれば、買いたい顧客が増えると期待する。したがって広報担当はメディア(取材者)にブリーフィングを行い、媒体に載せて欲しい内容をアピールする。その情報は末端にいくほどバイアスがかかり、仮にテキストマイニングすると、形容詞・副詞の不定見な相互連関になって表示されがちであるが、枝葉末節なので、本評価ではその類の資料は参考としない。

評価のコアは、「パリ・モードのオートクチュール」が要求する(見込み客が理解する)美的「*élégance*」であり、それが各静止画に外示されているかにある。

評価は2回に分ける。1次評価の4項目(A設計の美的造形, B裁断(立体裁断), C縫製仕立, D装飾加工), 2次評価の3項目(1次のAを細分化したA-1色彩, A-2かたち, A-3素材)である。

各次とも1回目を実施した後, 1週間開けて, 2回目を行う。各次各回とも4段階評価である。

7.3 1次評価

ランウェイショーで外示された「姿」「形」は, A~D各項の能力が発揮された総合的産物であり, すべからく設計主務者の裁量によるから, 設計主務者が結果責任を負う。BとCの作業はメゾンのアトリエ部門, Dは外注先, Aが設計主務者直轄のスタジオ部門で実施する。責任は委譲できないので, 「姿」「形」の結果は設計主務者が責任を負う。

7.3.1 A設計の美的造形

設計主務者が設計過程で最終的に選択したもの, つまり, 設計主務者が見込客に対して提示した提案内容である。その提案内容を総合的評価する。

最も優先すべき課題は, CD(法人)がリストアップする見込客が買うかどうかにある。よって評価者鈴木(以下S)は, あるところまで, Raf(以下R)の思考過程を追跡する必要がある。

- i : Sは, Sの「経験」に沿って, CDの見込客①を想定する
- ii : Rが認識している見込客②を少しく抽象化した場合, その内容は見込客①とほぼ類似するものと, Sはみなす。
(つまり, RもSも類似の市場を認識しているという過程が成立しないと, この評価は意味がない)
- iii : Rは見込客②がどのような行動空間をもつかおよそ推定できる。Rがオートクチュールにおいて提案する場合, 推定した見込客②の行動空間の一部を前提にする。見込客②の一例を G_2 とする。この空間には G_2 とその仲間 C_2 が存在する。
- iv : このことをSはある程度推定できる。
- v : Sはその「経験」に沿って, Rが提案した内容の通りに, 見込客①(その一例を G_1 とする)を着せ替えて, G_1 の

「姿」「形」(以下 fG_1)を想定し, それを G_1 の行動空間に投影する。この空間には G_1 の仲間 C_1 が存在する。

vi : Sは, fG_1 に対し C_1 が下すであろう評価を推定し, それをもって「A:設計の美的造形」の評価とする。

この一連の評価過程は, ほぼ一瞬に行う。あえていえば認知過程的な意味で「熟達」の域にある。[注14]

7.3.2 B立体裁断

設計主務者が狙った立体造形を実現するべく, スタジオ部門から, おもに紙媒体(不足部分を音声媒体で補う)で指示された内容を, 布媒体に固定するべく「翻訳作業」を行う。立体裁断の作業を経て製図・図面として出力される。主な内容は, 着用者(前項の①とか②に該当)に合わせ, 構造・形状・寸法などである。メゾンにはオートクチュールの顧客模型が並び, 前項①②を物的な形として示す。

立体裁断は, 設計主務者が狙った形が出るように, 立体から平面に図化する作業である。アトリエ部門がオートクチュールにふさわしい作業をしたか, 静止画像で推定する。CDほどのメゾンでは評点3が当然で, 設計主務者のアトリエ部門に対し困難な要求をして, それに応えれば評点4がつく。ただし, Aが3, Bが4ということはない。アトリエ部門が設計主務者を超えて高い評価を得ることはない。

7.3.3 C裁断・縫製・仕上

プレスアイロン, 縫製各作業の内容を問う。工程的には, 仮縫いと本縫いが繰り返され, 組立の工程設計, 布の特性についての判断(バイヤス・フレア・ギャザーに関する処理およびドレープ・フリル・タックなどの応用)がどう行われたかを見る。図に従い生地を裁断し縫製・仕上する。作業がオートクチュールに相応しいか, 静止画から推定する。評点の考え方は前項・立体裁断に準ずる。

7.3.4 D装飾(刺繍その他の加工)

特段に問われるのが刺繍やスパンコール・ビーズ・ラインストーンの扱いである。豪華さは不可欠である。コサージュ・羽細工・ブリーツ加工をどう巧みに扱ったかも含む。ただし装飾を付すか否かは設計主務者の裁量である。装飾は外注加工なので普通以下の評価は, ショーに採用されない。一方, 素晴らしい装飾は, A:設計の美的造形としても評価されるべきものと考えた。

7.4 2次評価

ここでは, A:設計の美的創造を, さらに3つに分解した。A-1色彩, A-2かたち, A-3素材である。この3条件をすべて充足する必要がある。

7.4.1 色彩

色彩は配色や模様を含む。色彩の美しさは設計主務者の個性を意味する。その配色は人格そのものといってもよい。設計主務者の個性がバリエーションメゾンのオートクチュールの要求からみて, 合致しているかどうかの問題でもある。たとえば「黒」を多用すれば, オートクチュールの伝統に照らし(売上・粗利が付いてくれば別だが…), 高い評価は望めない。

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

7.4.2 かたち

モデルが着用したときの「姿」「形」である。その立体に、立体裁断による造形美が現れたかどうか。立体裁断の技巧が活かされ、商品のプロモーションに寄与しているかどうか。単なる作業としての造形はアトリエの腕に帰着する。ここでの評価は、設計主務者がアトリエの腕を高度に引き出し、提案に反映させたかどうかである。[注15]

7.4.3 素材

テキスタイルのみならずレースも含まれる。1次評価はアトリエがオートクチュールの水準で仕事をしたかどうかであるが、2次評価では、設計主務者がアトリエの潜在能力を引き出し、素材を見事に扱って、顧客を納得させるような「姿」「形」を提案したかどうかにかかる。その意味で、素材の特徴が引き出され「美」の要素になっているのかどうかを問う。オートクチュールに従事している関係者に「なるほど」といわせるかどうかのレベルである。

7.5 その他覚書

7.5.1 前掲の評価軸

評価軸は評価者（鈴木）が「経験」により、オートクチュールのあり方から、いわば演繹的に示した。すべての項目が有効であるとは限らない。

7.5.2 シンプルにおける“プレタポルテ”との差異

機能としての美しさがある。シンプルさは機能の評価として重要な基準になるが、オートクチュール本来の意味を失い、あたかも“プレタポルテ”と同じは、オートクチュールの機能美（品性・知性・気品・優雅・華美…の総体すなわち *élégance*）にはならない。

これは着用者の行動空間が要求する着用者の「姿」「形」=機能（すなわち要求でもある）を、設計主務者が着用者にかわって定式化し、それを衣服という媒体を用いて提案する。提案はその要求を充足するものゆえに、この行動空間の他者から所定の評価（美しいということを含む）を獲得できてはじめて目的を達する。[注16]

7.5.3 オートクチュールの製造原価

1次評価のBとCの作業はメゾンアトリエ部門による。平時から保持しているテクニックであるから、そのために負担する人件費や作業スペース・什器備品にかかる費用は、通常の変動費の他に、固定費となり、その減価償却費は製造原価を構成する。

着用者がニューヨークにいる場合で、アトリエ部門の職長らが仮縫いのために、パリからニューヨークに出張すれば、その費用は人件費とともに、変動費として製品上代に加算される。

Dは外注先である（刺繍やその他の装飾なら Lesage Paris が典型例になる）。外注先も同様に、受注した仕事のために、平素からノウハウを維持しているので、そのための固定費も、この仕事の外注加工費に加算される。

7.5.4 評価の傾向

このようにしてオートクチュールの製品の製造原価が多額になるが、さらに、着用者の着用回数は1回かもしれない。

それでも着用者はオートクチュールの製品を着用する意味がある「行動空間」を保持している。つまり着用者もこれで「採算」にあっている。このことを、設計主務者はむろんのこと、メゾンのマネジメント（前掲組織図の①・②、実務的にはその下位者である③）も、営業担当もよく知っている。本稿のファッション衣料はこうした趣旨で製造された製品を、著者（鈴木）「経験」の水準で実施した。

このランウェイショーの展開内容を、ファストファッションも世界のアパレルメーカー、イタリアのテキスタイル産地や日本の百貨店アパレルも注目し、有料で情報を収集する（提供事業者も存在する）。しかしながら、なぜそうしているのかは、自明ではない。

8. 静止画評価実験の結果

8.1 単純集計

8.1.1 1次評価

評価者（鈴木）は3つのショーの静止画（図9）を、2016年6月9日に第一回目の評価を、16日にその修正評価を行い、表2（部分）を得た。

A: デザイン技術 B: パターン技術 C: 縫製技術 D: 加工技術 ※: 刺繍を予め施していない

No.	Christian Dior FALL 2011 COUTURE designer: John Galiano					Christian Dior FALL 2012 COUTURE (Dior&I) designer: Raf Simons					Christian Dior FALL 2015 COUTURE designer: Raf Simons							
	collection	A	B	C	D	※	collection	A	B	C	D	※	collection	A	B	C	D	※
1		○	○	○	○	※		△	○	○	○	※		△	○	○	○	※
2		○	○	○	○	※		△	○	○	○	※		△	○	○	○	※

図9 1次評価作業の原票（部分）

朱書きは1週間後に実施した修正作業を反映した部分である。

表2 1次評価の結果

A: デザイン技術 B: パターン技術 C: 縫製技術 D: 加工技術 ※: 刺繍を予め施していない

No.	Christian Dior FALL 2011 COUTURE designer: John Galiano					Christian Dior FALL 2012 COUTURE (Dior&I)					Christian Dior FALL 2015 COUTURE designer: Raf Simons				
	A	B	C	D	※	A	B	C	D	※	A	B	C	D	※
1	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
2	◎	◎	◎	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
3	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
4	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
5	◎	◎	◎	○	※	△	○	○	○	※	○	○	○	○	※
6	○	○	○	○	※	○	○	○	○	※	○	○	○	○	※
7	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
8	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
9	○	○	○	○	※	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※
10	○	○	○	○	※	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※
11	○	○	○	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※
12	◎	◎	◎	○	※	△	○	○	○	※	△	○	○	○	※

(注) 最左列No. は各ショーのモデルの登場順。A~Dは評価項目。※は装飾なし。朱書きは2回目の評価で訂正した分。

表3 3種のショー別全出場画像の1次評価の評点

			デザイン	パターン	縫製等	装飾	標本
			平均	JG11 3.38	3.31	3.34	3.26
標準偏差	RS12 2.13	3.02	3.02	2.67	54		
	RS15 2.25	3.02	3.02	2.73	57		
	JG11 0.48	0.46	0.47	0.44	32		
標準偏差	RS12 0.58	0.13	0.13	0.60	54		
	RS15 0.54	0.13	0.13	0.51	57		

表4 3種のショー別・装飾有無別の1次評価の評点

			デザイン	パターン	縫製等	装飾	標本
			平均	JG11 3.40	3.40	3.40	なし
標準偏差	RS12 2.17	3.00	3.00	なし	40		
	RS15 2.09	3.00	3.00	なし	24		
	JG11 0.49	0.49	0.49	なし	5		
標準偏差	RS12 0.39	0.00	0.00	なし	40		
	RS15 0.29	0.00	0.00	なし	24		
	平均	JG11 3.07	3.30	3.33	3.26	27	
標準偏差	RS12 2.43	3.07	3.07	2.71	14		
	RS15 2.42	3.03	3.03	2.73	33		
	JG11 0.26	0.46	0.47	0.44	28		
標準偏差	RS12 0.62	0.26	0.26	0.59	14		
	RS15 0.69	0.63	0.63	0.69	33		

表3は装飾の有無に関係なく集計した。各項目とも評点は、John > Rafである。パターン・縫製等で偏差が低いのは、これらはアトリエの仕事であり、だれが設計主務者でも出力の質は同じという事情を反映している。ただ、設計主務者がアトリエの能力を高度に引出し、それがデザインに好影響を与えると加点した。よって、パターンと縫製等では、Raf < Johnになっている。

全標本のうち、装飾があるものとないものがある。各ショーの無装飾率は、JG11が15.6%、RS12・RS15各74.0%、42.8%である。15年間CDの設計主務者にあったJohnと、後任のRafでは、装飾に対する考え方がだいぶ異なる。(表4)

こうなることは会長も十分予測していたとすれば、なぜ、Rafを選んだのであろうか。相当思い切ったプロジェクトがあるはずで、直観だが、それはオートクチュール事業の大改革の一端を、Rafに期待したのか。そうであるならば、会長はRafになにを期待したのか。

また、Rafは7回目(結果的には最後のショー)では、彼のコンセプトとしては特異なことだが、装飾率を58%とし、就任直後の26%の倍以上に増やしている。

これはRafの方針にたいして、組織図の③オートクチュール総括を始めとするマネジメントサイドから、なんらかのクレームがあったからではなからうか。その場合のクレームとは、CDの顧客リストからの否定的反応(積極的に買わない)であり、その分、新規顧客が増加したかどうか。売上・粗利の変化は、たとえば彼の身上であるミニマリズムに対する不寛容に起因するとすれば、Rafもメゾンの設計主務者としては、内容を改定せざるを得ない。

筆者の解釈では、設計主務者は売上・粗利予算に対し相応の達成義務(つまり結果責任)があるからだ。Rafとしては

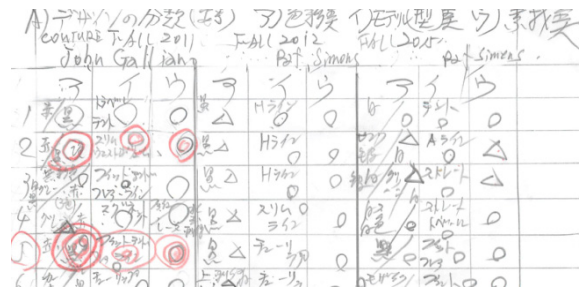


図10 2次評価作業の原票(部分)

表5 2次評価の結果(部分)

	JG11			RS12			RS15		
	色彩	型	素材	色彩	型	素材	色彩	型	素材
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2
2	3	3	3	1	2	2	1	2	1
3	2	2	2	1	2	2	1	2	1
4	1	2	2	1	2	2	2	2	2
5	4	4	4	1	2	2	2	2	2
6	2	2	2	1	2	2	2	2	2
7	2	2	2	1	2	2	2	2	2
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2

「自分の方針が理解され徐々に客が付いてくるはず」と主張し、営業サイドは「数字になって表れない」と指摘する。Rafとオートクチュール総括とは相当の確執があったに違いない。[注17]

8.1.2 2次評価

同様にして6月16日に第一回目の2次評価、23日に見直しの評価(図10の朱書き)を行い、2次評価の結果(部分)(表5)を得た。

単純集計による評点比較では、平均はRaf < Johnである。RS12とRS15では微妙な変化がみられる。色彩で増加、型で減少である。色彩は、Rafが良く使っていた黒以外の色を、RS15は採用した。しかし、型は、ストレートやマグネットなど、Rafは好んでボックスタイプのラインを採用した、つまりはRafのかたちを固執した。(表6、表7) [注18]

表6 3種のショーごとの全画像の2次評価の評点

			色彩	型	素材
			平均	JG11 2.75	2.78
標準偏差	RS12 1.37	1.98	1.78		
	RS15 1.65	1.82	1.77		
	JG11 0.94	0.86	0.86		
標準偏差	RS12 0.59	0.36	0.63		
	RS15 0.51	0.46	0.73		

表7 JohnとRafの型(スタイル・ライン)の差異

ライン	スリム	ストレート	フィット & フレア	チュール	マグネット	トラベーズ	テント
John	○		○	○			○
Raf		○			○	○	
スタイル							

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

表8 3種のショー別, 装飾有無別の2次評価の評点

			色彩	型	素材
装飾なし	平均	JG11	2.00	2.17	2.17
		RS12	1.40	1.98	1.80
		RS15	1.63	1.88	1.71
	標準偏差	JG11	0.58	0.37	0.37
		RS12	0.62	0.42	0.60
		RS15	0.48	0.33	0.61
装飾有	平均	JG11	2.92	2.92	2.92
		RS12	1.29	2.00	1.71
		RS15	1.67	1.79	1.82
	標準偏差	JG11	0.92	0.87	0.87
		RS12	0.45	0.00	0.70
		RS15	0.53	0.54	0.80

装飾の有無に分けて単純集計しても、RS12とRS15の得点は、色彩で増加、型で減少している。Rafは、結局、装飾で妥協し、型では妥協しないという方針を採ったと推定する。(表8)

8.2 若干の統計処理

8.2.1 分散分析

1次評価を分散分析すると、JG11とRS12、JG11とRS15には、デザイン・パターン・縫製に関して有意な差が出た(5%)。また、JG11とRS12、RS12とRS15には装飾に関して有意な差が出ている(5%)。

8.2.2 主成分の抽出

2次評価の全143標本を装飾の有無別に主成分を抽出した。ただし単純集計の知見から、Raf15・Raf12・John11の順に1~3とした。

装飾有の標本について、第1で84.8%、第2で10.6%(累積寄与率95.4%)となる。あえて軸に名前を付ければ、主成分1は「Johnのオートクチュール」、右に行くほど強く、Johnらしい。主成分2は「Rafのオートクチュール」、うえに行くほど、Rafらしさがでる。(表9)

標本中にJohn∩Rafはほとんど存在しない。鈴木「経験」による評価は、相対的にはconsistentであったこと(tautologyではなかった)を意味する。(図11)

表9 主成分負荷量

変数	主成分1	主成分2	主成分3
色彩	0.9489	0.1447	-0.2803
型	0.8846	-0.4626	0.0586
素材	0.9278	0.2930	0.2309

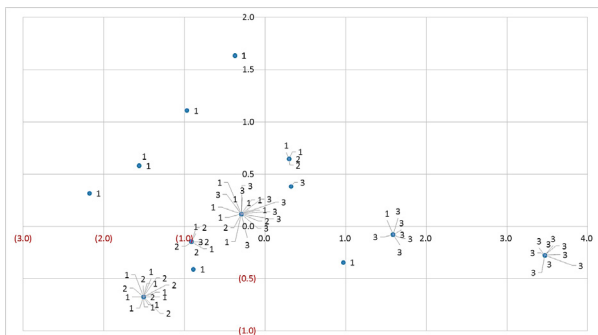


図11 装飾ありの場合の標本の散布図

(注) 3がJohn, 2および1がRaf12およびRaf15である。

9. 結論

映画「Dior & I」で記録されたRaf Simonsの設計過程、アトリエの製造工程、および、関連するランウェイショーの動画・静止画を資料に、既述した「経験」を基準として設定し、評価実験を行った。著者はその結果をもとに、「違和感」を担保に、以下のような推定を行った。

- i : 1980年代のオートクチュールの基準を2010年代に適応させたとしても、コレクションにみるJohnとその後任のRafでは、ことに*élégance*において大きな差があった。Rafは装飾(色彩)では妥協したが、型では逆に自分の考えを強調したために、Rafはオートクチュールの伝統とは異質な要素に向かっていた。
- ii : 人事権者の会長はこの程度のことは熟知し、この帰結もリスク(tail riskというほどは低くない)として認識していた。その動機のひとつはオートクチュール事業の大改革にある。映画「Dior & I」は、単なるRaf批判というより、この「大改革」のキャンペーンも含まれた。そこには、並々ならぬ情熱と用意周到な広報体制があった。
- iii : 会長は、8回のショーの売上・粗利の実績を見て、Rafは、オートクチュール事業を継続するのに必要なCash-flowを産まないと判断し、事実上Rafを解任した。
- iv : 会長からすれば、これは試行錯誤の一端ではあるが、会長みずから設定した大胆な仮説を実行し、その帰結は自身の仮説を自ら否定することになった。これが続けば、LVMH(CDの子会社)に存在する3兆円規模の膨大な無形資産(2015年決算で総資産576億EURのうち236億EUR)のimpairment assetに関して大きな疑問が生じる。少なくともその契機になりかねない。

10. 付記・・・2016年7月初旬での若干の現地ヒアリング

このような推論には検証が望まれるが、真実はCD売上伝票に秘められており、事実上不可能である。その上で、多少とも客観的にするには、この推論に反対の見解を収集することである。2016年7月に現地に赴く機会があったので、若干ながら、その作業したところ、①CDがRafに要求したスケジュールはあまりに過密で、Rafが音をあげて辞任に至ったという見解、②RafはJohnよりも多く売上を実現していたであろうという見解である。

まず①の件、オートクチュールの他にプレタポルテがあり、その合間のクルーズや世界主要都市での巡業は予め周知のところである。会長がRafを必要とするなら、他のメゾンでも実施してきたように、分業を導入し、Rafの体制を維持しようとしたはずだが、それに要する追加的費用に対しさほどの収益が見込めなかったであろう。

これにはRaf独特の精神的な側面も考慮されるかもしれない。動画にもあったように、Gay特有の繊細があり、ジャーナリズムに弱い一面があるのは事実のようだ。きっかけは自主的な「辞任」なのかもしれない。

ついで②に関し、シヨールで展開された点数はJohnに比べRafの方がはるかに多いので、ありうるかもしれない。しかし提案内容からみて、Johnに比べてRafの方が、単価も点数も上とはとても推量しがたい。仮にそうならば、「1980年代の経験を現代に変換する」筆者らの作業が甘く、オートクチュール事業が想像を超える変質を遂げていることになる。

また、Raf12において生花を使ったデコレーションにかかる費用を勘案するならば、売上原価（または販売促進費用）が高くついたことも推定され、オートクチュール事業に限って言えば、結果として、粗利益ないし営業利益は減少したとも推定される。

したがって我々の推論を否定する論拠としては、提起された①②ともに弱い。

そして繰り返しになるが、「経験」によれば、アントワープのアカデミー(Koninklijke Academie voor Schone Kunsten van Antwerpen)のコンセプトは、パリオートクチュール組合立の学校(Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne)とはとても相いれない。アントワープの折り紙つきのRafゆえに無理がたたったであろうという推察は捨てきれない。

たまたま7月8日、Rafの後任にMaria Grazia Chiuriが就任し、17SSから担当する。2007年以来、ValentinoにPier Paolo Piccioliと共同設計主務者を務めた。会長はMariaが信奉する「reciprocal recognition」を仮説に取り入れたことになる。「経験」が期待するオートクチュールになるのか、「経験」とは別世界のオートクチュール事業に変質していくのか、CDのAtelier部門はどう反応していくのか、現場が映画化されれば、つぎのテーマになる。

謝 辞

本研究は日本学術振興会(JSPS)の科研費2012-2016年度(基盤研究S)24220012「国際市場を前提とする服飾造形とテキスタイルの設計提案に関する技術的経営的研究」および2011-2013年度科研(基盤研究A)23240100「国際市場を前提としたファッションのマーケティング・設計・製造過程と工学的体系化」の助成を受けたものである。

分散分析や主成分分析に伴う計算は吉岡佐磨氏の協力を得た。

注

- [注1] Breakdown Of Share Capital And Voting Rights, [1] Shareholders, p.47参照。
 [注2] 映画『Dior & I』については、たとえば、
<http://www.diorandimovie.com/usa/>
 Rufの経歴は下記を参照。
<http://rafsimons.com/about>
 [注3] A Few Words About Our History, [1] Maisons, pp.38-41.
 [注4] [2] p.2および, p.4.
 [注5] “5. Impairment Testing of Intangible Assets with Indefinite Useful Lives” [2] pp.20-21.

- [注6] Arnaultの確率的な処理能力の片鱗は[3]にも寸描される。
 [注7] CD(法人), Christian Dior(個人)の業務経歴等は、たとえば、
https://www.youtube.com/watch?v=fAB8YOx_KnU
 などを参照。
 [注8] [3]ことにJohn Gallianoについては高く評価している。
 [注9] オートクチュール草創期の事情等は、たとえば[10] pp.53-54, pp.63-64が明快である。ただし、文献等から推察するオートクチュールと、現場から見たオートクチュールには差異もあることは留意する必要がある。
 [注10] [11]
 [注11] [4]に所収。なお、Jacques_Fathについてはつぎを参照。
https://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Fath
 [注12] [9]ではGuy Laroche (Maison)の組織図を検討。設計・試作部門とマネジメント部門の牽制関係は[5]に詳しい。また、集権・分権などは[7][8]でも触れた。
 [注13] 画像の出典：<http://www.vogue.com>
 [注14] こうした考え方は[7][8]でも検討した。なお、熟達は認知科学的な知見に拠る。[6]参照。大浦はピアノの熟達を論じている。
 [注15] アトリエは設計主務者の指示に忠実である。しかしながら、設計主務者抜きで制作可能かという問題がある。CDはJohn退任直後のコレクションと、Raf退任後のコレクションはアトリエ部門が担当した。この評価は別途議論の対象になる。
 [注16] 極端に言えば、オートクチュールは規格品受注生産であるが、実態は完全受注生産に近い。着用者の行動空間(それが1時間一回限りのことであっても)に対して、衣服という媒体を通じて提案する作業である。ここが“プレタポルテ”と異なる。
 [注17] 営業上の機密でもあるから立ち入り難いが、2016年7月初旬にパリの業界関係者からRafとCDについての「評判」を聴取する予定である。
 [注18] 表7のライン・スタイルは[12]による。

参 考 文 献

- [1] Annual Report Group 2015, LVMH., 2015.
 [2] Consolidated Financial Statements, 2015.
 [3] Bernard Arnault and Yves Messarovitch: La passion creative, Plon, 2000, 杉美香 訳, ブランド帝国LVMHを創った男 ベルナール・アルノー, 語る, 日経BP, 2003.
 [4] Martin, Richard, and Harold Koda: Haute Couture – The metropolitan Museum of Art –, 1995.
 [5] Stefania Saviolo=Salvo Testa (Università Bocconi): Strategic Management in the Fashion Companies, ETAS, 2002.
 [6] 大浦容子: 熟達者と初心者のちがいが、熟達化の社会・文化的基盤, 以下に所収: 稲垣佳世子, 鈴木大宏 『認知過程研究—知識の獲得とその利用 新訂』, 放送大学大学院教材, pp.45-66, 2007.

Raf SimonsのLA MAISON DIORにみる *élégance*の違和感

- [7] 大谷毅, KIM KyoungOk, 高橋正人, 乾滋, 森川英明, 高寺政行: 日本のファッション事業と国際プレゼンスーファッション工学を標榜する-, 日本感性工学会論文誌, 13(5), pp.629-668, 2014.
<http://doi.org/10.5057/jjske.13.629>. なお, 査読部分は下記.
http://gtmbgtmb.sakura.ne.jp/?action=common_download_main&upload_id=494
- [8] 大谷毅: 国際市場を前提としたファッションのマーケティング・設計・製造過程と工学的体系化, 2011-2013年度科研(基盤研究A) 23240100. <https://kaken.nii.ac.jp/ja/grant/KAKENHI-PROJECT-23240100/>
 なお, 研究報告は下記.
<https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-23240100/23240100seika.pdf>
- [9] 鈴木明, 大谷毅: パリ・メゾン P の設計製造過程(2) –*élégance*という情報の服飾造形による表現–, 繊維トレンド, 2010年9-10月号, pp.33-39, 2010.
- [10] 塚田萌子: 20世紀初頭におけるポール・ポワレとシャネルというブランドのマーケティングに関する一考察, 経営論集(東洋大学), 65, pp.53-54, pp.63-64, 2005.
- [11] 丸山圭三郎: ソシユールを読む, 岩波セミナーブックス2, 岩波書店, 1893.
- [12] 田中千代: 新・田中千代服飾辞典, 1999年版(第1版新訂2刷), 同文書院, p.1083, 1999.

**鈴木 明** (正会員)

大学卒業後, 1980年渡仏, 1982年Ecol de la Chambre Syndicale la Couture Parisienne Supérieur科卒. パリ・オートクチュールメゾン Guy Laroche Paris atelier cabinet勤務. 1990年~1992年 秋篠宮妃の衣装デザイン担当.

**高寺 政行** (正会員)

1981年 信州大学繊維学部卒, 現在信州大学先鋭領域融合研究群国際ファイバー工学研究所長, 教授, 博士(工学), 感性を考慮したテキスタイル, 衣服, 製品の設計・評価に関する教育研究に従事, 2013年9月より, 日本感性工学会会長.

**大谷 毅** (正会員)

1975年 明治大学大学院経営学研究科博士課程単位取得退学. 信州大学経済学部・繊維学部, 宮城大学事業構想学部各教授. 2009年 信州大学名誉教授・研究特任教授. 博士(学術), ファッション事業研究に従事.