

『シャネルのリテールヴィジョン』

シャネル株式会社 代表取締役社長 リシャール・コラス 氏



【プロフィール】

1953年、フランス生まれ。パリ大学東洋語学部卒業。在日フランス大使館勤務、ジバンシイ日本法人社長などを経て、1995年から現職。フランス商工会議所会頭、欧州ビジネス協会会长も務める。著書に小説『遙かなる航跡』『波一蒼佑、17歳のあの日の物語』他、作家シャン・サ氏との共著『午前4時、東京で会いますか?』などがある。日本政府より旭日重光章、仏政府より国家功労勲章シュバリエ、レジオン・ドヌール勲章、今年3月、国家功労勲章オフィシエ受章。

創業者、ココ・シャネルのスピリット

我々のスピリットは創業者ココ・シャネルから生まれ、大切に受け継がれてきました。シャネルというブランドを知つていただくために、まずココ・シャネルについてお話をさせていただきます。

・修道院で過ごした十代の日々

・斬新で革新的なスタイル

スを訪れた際、いくつかの発見をしました。シャネルのシンボルカラー「白」、「黒」、「ベージュ」は修道院の部屋の壁や床の色だったのです。廊下の敷石にはシャネルのシンボルマークの一つ、「星」の模様がありました。シャネルのロゴマークも修道院の教会にあるステンドグラスの模様から着想を得ています。

*ジャージー素材のドレス

性たちと一緒にスポーツもすれば、海水浴もする。今の女性とほとんど同じような生活を送る、とても活発な女性だったからです。20世紀のはじめ、女性たちが動きやすいように、ジャージーのドレスやパンツスタイルなどを考案。女性は自分の生き方で生きるべきだ、という考え方を持ち主でした。

彼女のファッショニズムはつねに機能性を重視するものでした。それまで男性の下着として使われていたジャージー

素材を取り入れたのは30代の時。イギリスのジャージー島が発祥という、この生地の良さに気づいたのは、当時の恋人、ボイ・カペルがイギリス人だったからです。ジャージーならば、身体に柔らかく、自由に動きまわることができます。常識を覆し、誰も考えないことをやってみる。それがココ・シャネルのスタイルです。

装飾が施された裾の長いドレスや身体を締めつけるコルセットは、彼女にとって我慢のならないものでした。男

11歳の時に母親を亡くしたガブリエルは、フランス中部、周りを山に囲まれたオーバジーの修道院に預けられました。「1年後に迎えに来るから」と去つていった父親が再び戻ることはなく、置き去りにされた彼女は18歳までこの修道院で孤独な日々を送っています。

私たちの資料館の館長がオーバジーの資料館の館長がオーバジー

性たちと一緒にスポーツもすれば、海水浴もする。今の女性とほとんど同じような生活を送る、とても活発な女性だったからです。20世紀のはじめ、女性たちが動きやすいように、ジャージーのドレスやパンツスタイルなどを考案。女性は自分の生き方で生きるべきだ、という考え方を持ち主でした。

*リトルブラックドレス

1926年、あのリトルブラックドレスを発表しました。黒のドレスといえば喪服しかない時代です。シンプルで機能的なこのドレスは、たちまちシャネルのアイコンの一つとなりました。100年近く経った今でも、我々の専属デザイナーのカール・ラガーフェルドは、新たな素材や生地を使ってコレクションやオートクチュールに必ず登場させています。

*ショルダーバッグの原点

シャネルはこれから女性はますます活発になっていくと確信していました。女性のバッグといえば手で持つタグしかありません。彼女は両手が自由になるショルダーバッグを考案しました。やはり、当時の恋人、ボイ・カペルの影響です。彼が乗馬をする時、肩から提げていたバッグからアイデア

を得たのです。新しいアイデアが浸透するには少し時間がかかるもの。手で持つ方がいいという女性のために、長いチエーンを短くできるように工夫しています。

当時の革はとても重く、肩にかけるならば出来るだけ軽くする必要がありました。薄い革といえば子羊の革でした。が、傷つきやすく、すぐに破れてしまます。そこで、強度を高めるためにキルティングを施しました。機能がデザインになつたということですね。「マトラッセ」はシャネルのシンボリックなアイテムの一つとなりました。我々はこのバッグを“in forever（永遠のもの）”と呼んでいます。

*フайн ジュエリー

世界恐慌の影響が残る1932年、初めてのジュエリーコレクション「bijoux de Diamands」を発表。先ほど、少女時代に過ごした修道院の床に星が刻まれていたと申し上げましたが、ジュエリーにもその「星」がデザインされていました。フォーブル・サントノーレの自宅で20フランの入場料をとり、売上げの一部を寄付するという展示方法も大きな話題となりました。今、ジュエリーのアトリエは、世界のファインジュエリーの中心地、ヴァンドーム広場18番地にあり、職人の技を活かし続けています。

***新しい時代に生きる女性のために**
1920年代、ココ・シャネルはフランス南西部、大西洋に面したビアリッツに店と住居を持っていました。波が高く、サーフィンでも有名なリゾート地です。当時の女性は水際で足をつける程度で、男性のように泳ぐことはできません。自分だって泳ぎたいと考えた彼女は、女性用の水着を考案しては、世界で初めてのサンケアを提供しました。

携帯用のリップスティックを作ったのも彼女が最初です。それまでは、家の化粧台に置いた入れ物から筆でつけて外に出るようになる。一日に何回も化粧直しをするようになるだろう。そう思つた彼女は、バッグに入れて持ち歩くことができるリップスティックを考案しました。いかに彼女のつくり出すものが現代的だったか、おわかりいただけると思います。

*初めての香水「N°5」 ・美しいものを見極める確かな力

1921年、ココ・シャネルは初めての香水を発表しました。ロシア革命から逃れてフランスに渡ってきた素晴らしい調香師に出会ったことがきっかけです。薬瓶に入った試作品の中から彼女が選び出したのは、これまでにない複雑な香りでした。

当時の香水は情緒的な名前と装飾的な容器ばかりだったので、試作品に付けられた番号「N°5」というネーミングも、シンプルなデザインのボトルも非常に斬新なものでした。

N°5のボトルは、50年代、マリリン・モンローが活躍した頃はやや丸く、60年代にイタリアの渋い感じが流行った頃にはやや細くなっています。時代とともにボトルのデザインは変化していく、その根幹が変わることはあります。このデザインは20世紀を代表する美術品としてMOMA（ニューヨーク近代美術館）のパーマネントコレクションになりました。アンディ・ウォーホルも作品のモチーフとして使っていました。

30年前からシャネルの専属デザイナーをしているカール・ラガーフェルドは、ゲーテの言葉を引用して「過去を生かしてより良い未来をつくるのだ」と言いました。「どのようにコレクションを作っているのか」という質問に対しては、「ココ・シャネルが考えたすべてのエレメントを吸収し、新たに取り出している」と答えています。ココ・シャネルのスピリットをそのまま活かし続けること。それが我々のデザイナーやクリエイターの仕事です。

シナから生まれるフランス特有の美意識がシャネルのスタイルを創り上げていったのです。

・伝統の継承とモダニティ

シナエルの三つのポリシー
一貫性・継続性・統合性
・職人の技を守る

最高のクラフトマンシップと最高のクオリティを目指す。それがココ・シャネルのモットーでした。オートクチュールだけではなく、その精神は既製服にも表れています。たとえばジャケット。ラインが美しくおちるよう、裾のラインニングにはすべて繊細なチエーンが縫い込まれています。女性の身体を美しく見せるための工夫です。

30年前からシャネルの専属デザイナーとしているカール・ラガーフェルドは、ゲーテの言葉を引用して「過去を生かしてより良い未来をつくるのだ」と言いました。「どのようにコレクションを作っているのか」という質問に対しては、「ココ・シャネルが考えたすべてのエレメントを吸収し、新たに取り出している」と答えています。ココ・シャネルのスピリットをそのまま活かし続けること。それが我々のデザイナーやクリエイターの仕事です。

シナから生まれるフランス特有の美意識がシャネルのスタイルを創り上げていったのです。

シナから生まれるフランス特有の美意識がシャネルのスタイルを創り上げていったのです。

伝統と職人の技を尊重することがコ・シャネルの根本的な考え方でした。20世紀はじめ、彼女はパリに帽子店を開いています。その頃は小さなアトリエがいくつもあって、高度な技術を持つ職人が素晴らしい仕事をしてしまった時代とともに彼らのノウハウが消えてしまふのではないかと心配した我々は、2002年、七つのアトリエを買収しました。資金を提供して素晴らしい技術を存続してもらうことが目的です。シャネルを支える工房のグループ会社は「Paraffection company」(Par Affection : フランス語で「愛を込めて」という意味)という名前です。



「写真提供：CHANEL」

アトリエがいくつもあって、高度な技術を持つ職人が素晴らしい仕事をしてしまった時代とともに彼らのノウハウが消えてしまふのではないかと心配した我々は、2002年、七つのアトリエを買収しました。資金を提供して素晴らしい技術を存続してもらうことが目的です。シャネルを支える工房のグループ会社は「Paraffection company」(Par Affection : フランス語で「愛を込めて」という意味)という名前です。

時代とともに彼らのノウハウが消えてしまふのではないかと心配した我々は、2002年、七つのアトリエを買収しました。資金を提供して素晴らしい技術を存続してもらうことが目的です。シャネルを支える工房のグループ会社は「Paraffection company」(Par Affection : フランス語で「愛を込めて」という意味)という名前です。

時代とともに彼らのノウハウが消えてしまふのではないかと心配した我々は、2002年、七つのアトリエを買収しました。資金を提供して素晴らしい技術を存続してもらうことが目的です。シャネルを支える工房のグループ会社は「Paraffection company」(Par Affection : フランス語で「愛を込めて」という意味)という名前です。

・「5月のバラ」

南仏、コートダジュールのグラースは世界の香料の中心地です。この一帯は「Rose de Mai (5月のバラ)」といふ希少なバラの産地として知られています。朝5時から8時の間に蕾をとらないと香りが無くなるので、とても手間がかかる作業です。

中近東やロシアの富豪が別荘地として土地を買ったことによって、この貴重なバラ畑は次第に減っていきました。

「N°5」には5月のバラのエキスが使われています。一度トルコ産のバラを使つてN°5を作つてみたのですが、全く違う香りになつてしましました。やはり5月のバラでないとダメなんです。

残っていた畑を所有していたのがミユル氏です。畑を我々が買収するかわりに、あなたにバラを育ててほしい、そのノウハウを伝えていくてほしいとお願いしました。

ミユル氏です。畑を我々が買収するかわりに、あなたにバラを育ててほしい、そのノウハウを伝えていくてほしいとお願いしました。

香水や化粧品はシャネルの無形資産

「サービス」は専門学校も運営していて、日本人の生徒もたくさん学んでいます。80年前のイブニングドレスと今のもとのを比べると、素材や刺繡などほとんど変わりはありません。我々が職人たちの技を応援しているからこそ、実現できていることではないかと自負しています。

シャネルのリテール哲學

全て自分たちで考えて自分たちで消費者に販売するという、非常に簡単なPrinciple（原理、原則）でやっています。第三者に任せると伝えたいことがぶれてしまうので、消費者にはダイレクトに伝えたいのです。シャネルが上場していないのは、自分で自分の命を決めたいから。我々には我々の考え方があり、目的がぶれることはありません。とてもパワフルな企業だと思っています。

現在、日本には、ファッショングループが34店舗、ファインジュエリーが13店舗、香水化粧品が百貨店の中に154店舗、新しい事業を11店舗展開しています。他のラグジュアリーブランドと比べてかなり限られた店舗数だと思いますが、これ以上多くなると、店にいらっしゃるお客様にきめ細かいサービスができないくなってしまいます。

セントラルバイオングではなく、お客様のプロファイリングによって、一店铺、一店铺、マネージャーがバイイングしていません。

ブランドは数少なく、ほとんどの化粧品会社が香料会社に委託している状況です。シャネルには36年前から香りの全てを作っている調香師、ジャック・ポルジュがいます。彼は「シャネルの鼻(nez)」と呼ばれています。

***店舗環境へのこだわり**
表参道の店舗をちょうど改装したばかりです。内装は白と黒、非常にモダンでシックな感じにしました。お化粧をする場所も周りから見えるようになつていて、表参道という地域性に合せた店づくりです。同じことを三越本店ではできません。

銀座店の3階はある有名なフランス人アーティストに依頼して、ココ・シャネルが好きだったパールをシンボルにしたデザインで統一しました。ご希望のお客様には10階のレストランからおもてなしすることができます。

お客様に優しく、温かいものにしたかったので、ファッティングルームにはかなり力を入れました。鏡の前に椅子をつけて、着替えている間は姿が映らないようにしています。誰だって自分の裸は見たくないですね(笑)。ボタン一つで好きな音楽が選べますし、エアコンや照明も調節できるようになっています。

＊クライアント・サービス・バリュー

銀座の10階にアラン・デュカスと一緒にレストランを作りました。三つ星の店で働くトップレベルのウェイターは、お客様が入つていらつしると、1、



シャネル銀座ビルディング
〔写真提供:CHANEL〕

20年くらい前、そういう事を忘れていた時期があり、我々は大きく方向転換しました。お客様は夢を求めて私た

新入社員には、まず自分の頭の中にいるシャネルに対するイメージを無くしてください、と

言います。その後は我々が教えていきま

すから、一から学んでください、シャネルのフレームを学んでいくください、

ということです。

ココ・シャネルのスタイル、ブランドが社会で求められている立場など、細

お客様をパッと見た瞬間、あ、この方にはこういうサービスをしてあげようとして対応すること。そうすれば永遠にお客様は通ってくださいます。あくまでも中心はお客様、我々ではありません。

20年くらい前、そういう事を忘れていた時期があり、我々は大きく方向転換しました。お客様は夢を求めて私た

お客様がテーブルに着く前にナイフとフォークを反対に置く。しかも気づかれないように…。感激しますよね。永遠にこの店に通ってくるでしょう。おもてなしというのは、言葉ではなく態度なんです。サービスについて、私はレストラン業からたくさんのお話を教わりました。今も日々学んでいるところです。

2分でその方が左利きか右利きか気がつくそうです。ちょっとした仕草からわかると聞きました。左利きとわかつたら、お客様がテーブルに着く前にナイフとフォークを反対に置く。しかも気づかれないように…。感激しますよね。永遠にこの店に通ってくるでしょう。おもてなしというのは、言葉ではなく態度なんです。サービスについて、私はレストラン業からたくさんのお話を教わりました。今も日々学んでいるところです。

*「イマジンシャネル」

20年ほど前、弊社のオーナーに、シヤネルに合う人とはどういう人ですかと尋ねたことがあります。彼は「優しい人」と答えたんです。びっくりしましたね。彼が言うには、優しい人は相手のことを考えるし、相手にとても優しくアプローチできる。「心」ある人であれば成功するとのことでした。

外から見ると本当に強烈なブランドです。私も入る前はそう思っていました。たぶん何か特別なバイブルがあるのではないかと…。しかし、違いました。一人ひとりが仕事の中で学んでいくものだとわかったのです。

・シャネルのスピリットとは

9年前、銀座にシャネルのビルが建ちました。工事は建築家や建設会社の仕事ですが、私はうるさい人間なので任せっぱなしは嫌なんですね。自分の目で見たかったので、建設中はほとんど毎日、ヘルメットを被つて現場に足を運びました。それまで世の中のビルは機械が建てているような気がしていましたが、実際は機械を使って人間

が作っていることを実感しました。

ある日、真夜中にクレーンで大きな鉄骨を持ちあげて取り付ける作業に立ち会いました。働いていたのは20代前半くらいの「とび職」と呼ばれる若い

ちのお店にいらっしゃいます。その夢をしつかり受け止めて、決してぶれずにご紹介していくことが大切なのです。

かく伝えていくことが我々の役割です。人間だからデコボコがあるのは当たり前。どれだけ吸収できるかは自分次第です。

ラグジュアリーが成功するには長期的な考え方を持たないといけません。

それから、同じ価値観を持つ人が集まることが必要です。時代とともにブランドは変わっていきます。片方だけではなく、両手両足を使って部屋の壁や天井をぐーっと押して押して大きくするイメージです。

ブランドは「守る」ものではありません。守りに入れば成長は望めないからです。ブランドは「活かす」ものだ

と思うのです。

この子たちは自分の仕事に強い誇りを持っています。だから、一生懸命やつていました。18歳の時にハンドバッグを仕上げる時間がかけてハンドバッグを仕上げるシャネルの職人たちと同じなんです。

その時、私の頭にあるシーンが浮かびました。彼らもいっかは結婚して子どもが生まれるでしょう。家族と銀座ラした時、このビルを見上げて「俺が作ったんだよ」と言うだろうなあと。ビルの壁に自分の名前が刻まれたプレートがあれば、子どもや孫に見せることができるでしょ。誇らしいじゃないですか。

ご存知のように、建設会社は下請け、そのまた下請けの世界です。しかし、一人でも欠けると意味がありません。関係者に頼みこんで、このビルの建設に関わった人の名前を一人残らず教えてもらいました。夜中に交通整理をしていました。夜中に交通整理をしていました。おじいちゃんも。だって、彼がいたから、事故もなく、時間通りにトランクが来たわけですから。

銀座中央通り左側の壁に貼られたプレートには2500人全ての名前が刻まれています。皆さんも時間があればぜひ一度ご覧ください。これがシャネルのスピリットです。

男性たちです。命綱をつけて、とても危険な仕事を一生懸命やつていました。明け方、彼らと一緒にお茶を飲んだんですね。「いやあ、今夜はいい仕事したなあ」とか、「おまえ、よくやったよ」とお互いを讃えあつてているのを見て、この子たちは自分の仕事に強い誇りを持っています。だから、一生懸命やついました。18歳の時にハンドバッグを仕上げるシャネルの職人たちと同じなんです。