

# エレガンスのシンボル、 ジョルジョ・アルマーニ

「1982年、私の写真が『TIME』誌のような誉れ高い雑誌の表紙を飾りました。当時は私はそれをあまり重要視していませんでした。あの頃の私は、服のデザインをし、起業家としてやっていくことを学んでいたのです。偶然ヴァレンティーノに出会った時に、「おい、やるじゃないか!」と言われて、初めて私はあの表紙の重要性がわかったのです。そして、それまでデザイナーとしてこのような扱いを受けたのは、クリスチャン・ディオールだけで、しかも40年も前のことだということがわかったのです。」このように自らのファッション界へのデビューの思い出を落ち着いて語るのはジョ



『TIME』の表紙を飾った  
ジョルジョ・アルマーニの写真

ルジョ・アルマーニだ。『TIME』誌の表紙は私のキャリアの中で理想的な分岐点となりました。1982年まで私は主としてヨーロッパで知られていたのですが、あの出来事の後には、『TIME』誌が定義した《ジョルジョのゴージャスなスタイル》が世界中に打ち出されるようになったのです。」と彼は語る。ジョルジョ・アルマーニのキャリアは典型的な「自力で叩き上げた人」である。すなわち、ファッション界のような競争の激しい世界で、粘り強く、勤勉に努力した男のキャリアなのである。彼の仕事のしかた、スタイルやトレンドの作り方は、分析や研究の対象となり、時には同業者に真似されることになった。それは、有名なジャーナリストたちがその後彼について書いた記事からも明白である。そのいくつかを抜粋したいと思う。

「私は1934年にピアチェンツァに生まれました。1960年代の始めにミラノに移り、国立ミラノ大学の医学部に2年通いました。あの頃の私は内気で、弱く、どこちないところがありました。好青年で、礼儀も正しかったことから、人には好かれました。大学は途中でやめて、仕事を始めました。やはり、ミラノで、その頃、創意工夫の精神がある才能の真の養成場だったラ・リナシェンテ百貨店でバイヤーの仕事を見つけたのです。また、写真の助手としても働いたことがあります。それから、ファッション代理店のプロモーション事務所の仕事を引き受けました。ここでは、インド、日本、アメリカ合衆国からやってきた高品質の製品を知り、人々に知らせる機会を得ました。こうして、ヨーロッパ中心的なミラノのファッション界やイタリアの消費者に対して、外国文化の基礎を紹介することになったのです。1965年、私はニーノ・チェツルーティに雇われ、フランチェスコ・チェツルーティ・ウール会社のヒットマンのブランドを一新する役目が与えられたのです。真の専門の勉強をすることなく、私は紳士服のラインを初めてデザインしたのです。」とジョルジョ・アルマーニは語る。

その7年後、友人で将来に会社の共同設立者となるセルジョ・ガレオツティにも勧められ、セツルーティを辞めてファッションデザイナーそしてフリーランスのコンサルタントとして働き始める。数々の成功や評価を得て、ジョルジョ・アルマーニは独自のブランドを持つ自分のメゾンを設立する決心をすることになった。1975年7月24日、「ジョルジョ・アルマーニ株式会社」が誕生し、メンズおよびレディースのプレタポルテのラインが発表された。翌年、フィレンツェの由緒あるサラ・ピアンカで最初のコレクションが発表され、その革命的な「裏地のない」上着やカジュアルラインの服に見られる独創的な皮のインサートによって、大きな評価を受けた。アルマーニは、

紳士服のような、新しいものは作れないと考えられていたものに、突如として新しく、従来には考えられていなかった見通しを与えることになった。その有名な上着は、伝

統から来る、四角張った厳格な形式の強制から解放され、自由で魅力ある形ながらも上品さを失わない形に到達していた。つまり、アルマーニは紳士をインフォーマルなタッチの服で変えようとする。彼の服を選ぶ人は、心地よい感覚を覚え、自分の身体をリラックスした、緊張がほぐれた関係を持つようになる。そして、だからといって、ヒッピーのようにだらしないファッションに近づくことはない。その3か月後、

婦人服についても大体の線と同じことがおこなわれた。スーツの概念に新しい要素を取り入れ、イーブニングドレスの既成概念を破って、ローヒールの靴、果ては運動シューズとコーディネートすることをやってのけた。

彼の名声はヨーロッパに広がり、テキスタイル金融グループ（GFT）と接触することによって、ジョルジョ・アルマーニ株式会社はヨーロッパの主要な首都に進出していった。ジョルジョ・アルマーニは、素材を思いがけないやり方や従来とは違った組み合わせで使用する特徴が目立つことから、彼は天才だと考える人が出てきた。

芸術の基準に従いながら天才という言葉を使っているのが大袈裟であるかもしれないが、二十世紀の服のデザイナーでアルマーニほど重要な存在は少ないと言える。彼は、上品でしかも日常生活に密着するという、彼独自のスタイルを発展させたことは確かだ。服を作るために彼は有名なテーラーに仕事を任せず、普通の経路で作らせる。それによって、地味ながらも誘惑させられるような服を作り出し、シンプルさの中に着る人の存在感を引き出そうとする。

ジョルジョ・アルマーニのキャリアは模範になる。鋭敏さと一貫性を持ちながら、進化をし、大衆とのコミュニケーションがうまい。誰もが認める「メード・イン・イタリアの王」というタイトルを、アルマーニは努力とビジョンで勝ち取ったのだ。彼は、偉大な人々だけが持つ明快さを持ち、

ジョルジョ・アルマーニと  
姪のロベルタ・アルマーニ、  
アンジェロ・モラッティ



© GianAngelo Pistoia/A.P.

イタロ・カルヴィーノの『アメリカでの講義』に感じられるような鋭敏さを備えている。アルマーニという言葉は一つのスタイルを思い起こさせる。それは、公式ではなく、スタイルであることに注意してほしい。自分の考えに忠実なアルマーニは、極端主義に走ることなく、時代に合わせたスタイルを構造的に成長させた。「私は、トレンドよりも自分の道を行くことを貫いてきました。世界を観察するときは私の目というフィルターを通しています。私は急に変更

するよりも進化する方が大事だと思います。そうすることで、私の周囲に起こっていることを解釈できるのです。そして、私のメッセージの中に社会の変化を取り入れていくのです。」とジョルジョ・アルマーニは語る。

今やエレガンスと節度のシンボルと言えるアルマーニ。映画、音楽、芸術の世界で彼の服を着るスターは多い。ショービジネスの世界ではさらに、ジョルジョ・アルマーニは演劇、オペラ、舞台、バレエの衣装も手がけてきた。「私が師と仰いだのは1930年代のアメリカ映画の衣装のデザイナーたちです。ココ・シャネル、ケンゾー、クリスチャン・バイリーなど。私の頭の中にはあの1940年代のちょっと抑え気味のエレガントな感じがありま

した。また、クリムト、カンティンスキー、マティス、ヴァン・ゴッホからもインスピレーションを得て服をデザインしました。他にも、東洋やアラブ文化もインスピレーションを与えてくれます。」とアルマーニは続ける。

ジョルジョ・アルマーニがデザインし、ジョルジョ・アルマーニ株式会社グループが販売するファッション製品（スーツやドレス、小物、眼鏡、時計、化粧品、香水、家具、インテリア製品、ホテルなど）が、裕福なエリートだけを対象と考えるのは間違いである。1980年代、Armani Jeans、Emporio Armaniといった若者向けのラインが生まれる。「Emporio Armaniの

ラインは、Armani CollezioniやArmani Privèのラインの対極にあるものだと考えています。東洋のような市場では、Emporio Armaniは、アルマーニ・スタイルを広く浸透させるための先陣を切り、後の普及を助けるということにもなりました。アルマーニの豊富なオファーのポートフォリオの中で、「エンポリオ」は私の感覚からあまり遠ざかることなく、世間のリズムに近づくコレクションなのです。プラグマティズムとイノベーションを基礎としています。」とジョルジョ・アルマーニは説明する。

旅行と観察を多く重ねてきたアルマーニは、イタリアに民主的ファッションという考え方を持ち込んだ。おそらくは、アメリカの何がしかの現実、ヤンキー文化をいい意味でひっくり返したラディカル・ファッションの最終的な形にインスピレーションを得たのであろう。若者向けの製品を生み出した。だが、それをデザイナーとしてやったのである。ここが天才的と言えるところだ。アルマーニのブランドの製品を誰にも提供する、手の届く値段で。

この新しく、クリエイティブな考え方のおかげで、今日のジョルジョ・アルマーニ株式会社グループは約2兆ユーロの売り上げを持ち、36か国に1500か所の販売拠点とミラノ、ミュンヘン、上海、東京の4か所にマルチ・コンセプト・ストアを持つ、専属の販売ネットワークを持っている。「去年の11月、12フロアのメガストアであるアルマーニ銀座タワーのオープニング5周年記念イベントを東京で企画しました。このビルは建築家のマッシミリアーノ・フクサスが設計したもので、6千平方メートルの面積に私のコレクションが並べられています。このイベントで、私の仕事にインスピレーションを与えてくれる日本の文化と美学を称えたいと考えました。」とアルマーニは強調する。

ところで、スタイルやエレガンスとは何か、どのようにして彼のコレクションが作り出されるのかをジョルジョ・アルマーニに尋ねたら次のような答えが返ってきた。「新しいコレクションを考える時、私はいろいろな《No》とすることから始めます。《No》を合計することで、私のドレスやスーツはますます明確ではっきりとした形を取るようになるのです。私は削除する才能があると思います。スタイルの方は、美的な問題だけでなく、エレガンスの問題です。自分の選択に勇気を持つこと、そして《No》とすることもスタイルにつながります。奇抜に走らないで、新しさを発見し、発明することなのです。趣味と文化です。エレガンスは、まずなんと言っても自分をどのように出すか、自分がどのようなべきかにあると考えますし、いつもそう考えてきました。控えめで、決して大声を出さないことです。服はその次に来ます。服はその延長です。」

**GianAngelo Pistoia**  
**ジャンアンジェロ・ピストイア**  
© Concept & design:  
GianAngelo Pistoia/A.P.  
© Photos: TIME Magazine;  
GianAngelo Pistoia/A.P.