

カーブランドとファッション。

モータージャーナリスト、レーシングドライバー、そしてチューナーと多方面で活躍する太田哲也が、世の中に自らのオピニオンを直球で発信し世相を斬る「オレの話を聞け」。第21回は、カーブランドとファッションの関係。クルマとは道具でありつつ個性を表現するファッションアイテムでもある。各メーカーCEOの姿からブランド戦略までを読む。

TEXT●太田哲也(Tetsuya Ota)
PHOTO●ATO

オレの話を聞け

太田哲也の

モ

ンテゼーモロ氏がフェラーリの会長職から退くと聞いて驚いている。親会社のフィアットグループおよびクライスラーの最高責任者のマルキオネ氏との確執との噂が伝わってくるが、真実はまだ見えにくい。世界中から注目を受けるフェラーリ社内部の「政治力学」は、きつと複雑を極めるのだろう。

ただ外から見ている限りだが、ひとりのファンとしての立場から言うならば、モンテゼーモロからマルキオネに替わると、フェラーリのイメージは大丈夫か?と思っ。

マルキオネは今回の引退会見でも普段着のようなクルーネックのセーターを着ていて、隣にいるフィアットシヨナブルなスーツ姿のモンテゼーモロとは対照的だった。今後、あの姿でプレゼンに立つのだろうか。もちろん製品に経営者のイメージがそのまま反映するわけではないが、普段着っぽいセーターはフェラーリには似合わないと思う。

クルマのイメージとファッション

最近、会社の代表者が自社製品のプレゼンをする光景をよく目にする。自動車メーカーも経営者が前面に出てくるが増えてきた。

日産のゴーン氏や、スズキの鈴木修会長、トヨタの豊田章男社長などはマスコミに登場する機会が多い。ただ、親しみやすさは感じるものの、プロダクトのイメージを自ら引き上げようとする意志は見えてこない。そこに頓着している様子もない。

経営者の外見イメージ

例えばランボルギーニのステファン・ヴィンケルマン氏は、モンテゼーモロに追従するかのよう細身のスーツ姿だ。髪型まで似ている。自



左からランボルギーニCEOのステファン・ヴィンケルマン、前フェラーリCEOのルカ・ディ・モンテゼーモロ、BMW CEOのノルベルト・ライトホーファー、下はダイムラーのディーター・ツェツェ、各氏。ニューモデルが一堂に会し発表されるモーターショーでは、CEO自らがプレゼンターを務めるケースが多く、写真はいずれもモーターショーでのひとコマだ。当然そのシーンはクルマとともに世界中から注目されるわけだが、彼らがクルマに込められたコンセプトを語る以上に、各CEOの姿そのものがカーブランドのイメージを演出しているとも言えそうだ。



分をランボルギーニのイメージに合うように変身させようとしている努力がささげられている。イタリア人になりたがっているようでもある。

ダイムラーAGのディーター・ツェツェ氏もキャラが立つ。あの口元の特徴的なひげと背筋が伸びた体軀。業績不振のタイミングで社長となり、リストラ断行と本社建物の売却、クライスラーとの合併解消、社名をダイムラーに改変して再出発した。彼は「壊し屋」との異名をとったが、株主やメディアは拍手を送った。「最善が無か?」と喝えるメルセデスのイメージにびつたりだ。

BMWのノルベルト・ライトホーファー氏やアウディのルパート・スタドラー氏は、彼らと比べると地味な印象だが、きつちりしたスーツを着こなしてスポーティかつエクセクティブな雰囲気がある。

こうやって改めて写真を見ていると、欧州車メーカーの社長やCEOに太った人や猫背な人がいないことに気づく。みんな背筋をびんと伸ばして、履き合わせたスニーカーやスポーツマ

ン体型だ。そしてスーツが似合っている。彼らはオーナー社長ではなく、みな雇われているプロの経営者である。他社からのハンティングの機会もあり、いろんな部署や会社を渡り歩きながら自分のポジションを上げていく。そういう意味では、レーシングドライバーのように、イメージが大切なかもしれない。

プロドライバーにも太った選手はいない。現役はみなスポーツ選手らしい体型をしている。

まだオレが20代の若手の頃、同じチームのデヴィッド・ケネディという先輩ドライバーから「イメージ」について注意されたことがある。「パーティ会場などでタバコやアルコールを口にしているといけない。ヨーロッパではオーナードライバーやアマチュアドライバーと見なされてしまうから。プロのイメージ付けを気にかけるんだ。体型も維持しないと駄目。周りから見られていることを意識することが大切なんだ」と。

経営者もドライバーも雇われの者には共通性があるのかもしれない。

クルマとファッションの関係

一方、現在オレが身を置くモータージャーナリスト業界はどうかという、プロであっても太った人もいるしファッションに無頓着な人も多い。少なくとも高級仕立てのビシッとしたスーツ姿はほとんど見うけない。せいぜいラフなジャケットを着ているくらいかな。

それは雇われる立場ではなく、ブランドを代表する必要性もないからだろうか。それとも批判されるのではなく、する立場にいられるからなのか。

クルマのオーナーはどうだろう。例えばアウディから降りてくる人はなんとなく都会的で洗練されたイメージであってほしい。そういう意味ではクルマを道が際、自分のファッションも同じ方向性にするのが理想ではあるだろう。



いかにもダンディでフェラーリのイメージを牽引してきたモンテゼーモロ氏からセルジオ・モンテゼーモロ氏にフェラーリCEOが変わったことで、今後ブランドイメージがどうなるか興味深い。

ンダウンも違うわな。とは言え、ブラダやグッチなどのイタリア製のシャツを着るとしたら相当細身で手が長くないと合わないし。ドイツ車の場合はヒューゴボスとかかな。元々軍服を作っていたメーカーで上背がある人には似合うけど、日本人にはどうなのかなあ。どちらにしてもライセンス生産の日本製ではないヨーロッパブランドを着るには太ってはい難しそうだ。

最近では、自動車メーカーが自社のロゴマークを入れた服を販売している。デカデカとしたロゴデザインはオフ会とかイベントとかでオーナーが集まる時に着ていくのはオーケーだけど、普段に着るならオレとしては控えめにワンポイントくらいであってほしい。むしろロゴデザインはなくてもよくて、そのブランドイメージにあった、オーナーに勧めたい服やバッグをファッションメーカー主導で展開してくれないかと思っている。実際にルイ・ヴィトンがBMW・i8のトランクに収まるバッグをダミエ柄でリリースした。パーバリーと2015年でライセンス契約が終了する三陽商会あたりもそんなことを検討してみたらどうだろう……と勝手に提案しておこう。

例えばフォードのクルマに関して、ヨーロッパフォードに乗っている人は外しすぎでないカジュアルな服で、マスタングなどアメリカフォードに乗っている人だとロングブーツにテングロンハットとか、違い



があつたら面白い。



カーメーカーは自らのブランドを構築するため、クルマの使い方を提案した広報写真を作成したり、ファッションブランドとコラボしたイベントの開催やアイテムをリリースするなど、多彩な展開を行っている。カーブランドとファッションは切り離せない関係なのだ。

ファッショにはTPOがあつて、素敵なレストランに行つたとき、ヨーロッパだったらジャケット着用が求められるが日本はけっこうゆるい。でもピーサンに短パンで行つたら入店は断られなくても周りからは嫌だなあとと思われるだろう。マナーというとなんだか堅苦しいが、周りの人に対するリスベクトの気持ちだ。

最近よくミニバン乗りでジャージにサンダル姿で中にはバジヤマで運転している人を見かけるが、あれはどのようなのだろう。オレの場合はいろんなクルマに乗る機会が多い

モンテゼーモロ退任に思う

が、どちらにしてもあまり砕けた格好で乗るのはどうかと思つている。

話は戻るが、欧州車メーカーの経営者は、多かれ少なかれ自社のイメージを自ら表現しようとしているように見える。中でも飛びぬけて印象的なのはやはりフェラーリのモンテゼーモロ元会長だろう。

いつもウエストを絞つた細身のスーツ姿でさつそうと歩いていた。イベント会場にはまるで映画スターのように手を上げて現れた。ファッショナブルでカリスマ性もあつて、かつこ良かった。日本の自動車メーカーの社長があれをやってもなかなか様にならない。実際に会ったときの印象は、相手を尊重するようにじつと目を見て話しかける。その鋭い眼光に見据えられるとすくんでしまうと同時に、男でさえ惚れてしまうような感じだった。

エンツォ亡き後の1991年、フェラーリ社の社長となり、フィアット会長職やイタリア産業総連盟の会長にも就任して、イタリア経済界の重鎮だった。身振り手振りで説明する姿は「できる経営者」のイメージだが、創設者エンツォの時代には、

太田哲也氏による ドライビングレッスン、目白押し!

●11月23日(日)スポーツランド筑生にてTEZZO RACERS CLUBメンバーを対象にドライビングレッスンを開催。

●12月13日(土)NATSにて「Injured ZEROプロジェクト Tetsuys OTA ENJOY & SAFETY DRIVING LESSON」開催。マツダ・アクセラと講師による同乗走行と、カー・オブ・ザ・イヤーを受賞したテミオの体験試乗もできるので、初めてでも参加しやすいのでは?

問い合わせ TetsuysOTAスポーツドライビングスクール事務局
http://www.sportsdriving.jp

フェラーリチームの監督だった。チーム運営と会社の経営は共通することを教えてくれた。どちらの顔としても実にかつこ良かった。TPOをわきまえているということが。

98年の俺の事故の時はねぎらいの手紙をくれ、「フェラーリを再び運転することを期待する」とあつた。3年後、フェラーリを再び運転したときも、手紙をくれて喜んでくれた。温かい心を持っているのを感じた。

モンテゼーモロ政権下で、フェラーリはパフォーマンスが大きく向上。モデルの性格も誰にでも運転しやすいキャラクターに変わった。美しさに対する追求も以前より増した。これは氏の美への探究心が反映されたのではないかな。

生産量を減らすなどしてブランド力を高め過去最高益を出すなど経営手腕は極めて高い印象だ。こうしたことからモンテゼーモロは創設者エンツォの遺志を継ぐ者として生還フェラーリを率いるのだと思つていた。退任は個人的にも、いちファンとしても残念である。

エンツォから連続と続いてきたひとつの時代が変わるのかもしれない。そして美の解釈も。