

## 飯島賢二の『恐縮ですが...一言コラム』

### 第 354 回 偉大なるかな「ルイ・ヴィトン」

2010.3.7

僕は、意外と嫌いなものが沢山ある（決して意外ではないと思っている人、多いかも...）

その一つが「ルイ・ヴィトン」（以下：LV）。今回は、色々な人に怒られそうだが、LVに纏（まつ）わる、下世話（げせわ）な話を書いてみた。

- \* 海外からの帰国時、成田空港で荷物を待っている時のターンテーブル。LVマークの「モノグラム」が幾つもグルグル回っている。ビニールコーティングの同じバッグ、一体、私のはどれ??
- \* 現在の日本におけるLVの客の75%が女性。また、ある調査で15歳から60歳未満の女性6,000人にインタビューしたところ、その4割がLVをもっていたそうだ。
- \* 日本でトヨタ自動車の車に乗っている人の合計は2,000万人。同じく、少なくともヴィトン製品を1個持っている人も2,000万人いる。日本人4人に1人というデータも存在する。
- \* アメリカの記者が雑誌に書いていた。日本の地下鉄に乗っている若い女の子が、LVのバッグを持っていたのに驚いた。アメリカではありえない、いかに日本の地下鉄が安全なのかをレポートした記事だが、アメリカのLVを持つセレブ層は地下鉄には決して乗らず、執事と運転手付きだと言う。おまけに、ビニールのLVは、アメリカにはないと追記する。
- \* LVは、過去10年で日本での売上げを4倍にし、2003年で日本国内売上1,530億円。LVブランドの世界売上げは、約2,700億円。日本の1,530億円という売上げは、恐らくどの国にも突出して大きい数字ということになる。しかも、日本人は、パリでもホノルルでもNYでもロンドンでも香港でも、今やヨン様追っかけついでにソウルでも、買いまくっているだろうから、日本人による売上げは1,530億円にとどまらない。このように考えると、LVが日本人に依存する度合いたるや、世界売上げの半分を優に超えているという数字になってしまう。
- \* パリ・シャンゼリゼのLV本店は、デパート並みに混んでおり、そのお客さんの半分は日本人。だから当然、店員の半分は日本人。ここは日本の飛地かって??
- \* ヨーロッパでは、ブランド品を持って良い階級と、持つことができない階級が歴史的に存在していた。アメリカの場合は、それが所得階級によって分かれていた。しかし、日本の場合は、階級もなければ所得も関係ない。ブランド品は特に若年層の女性に歓迎された。「ブランドのひとつやふたつは持っていなければ恥ずかしい」という特殊な感覚だ。この感覚は現在、韓国や中国に感染している。
- \* LVを買う理由は色々あると思う。多分、皆が持っているから...、自分の価値=身に付けているものという考え...、名前に弱い...等々。日本人は諸外国から皆同じ行動をとると思われるように、皆がやっているものを自分もという傾向にあるようだ。また、名の通っているものに弱い。知らないものを買うよりは、安心する。その価値を買うと言うより、名前を買っているのかもしれない。
- \* タイタニックの事故の時、海面に浮いているLVの旅行カバンにしがみついたおかげで命が助かったという人がいる。LVの密閉性の高さを証明しているとともに、つつい人に伝えたくなるエピソードだ。これがLVの本物の価値で、LVたる所以（ゆえん）である。でも、この手のLVは7桁以上の高額品である。

そうはいつでも嗜好品、私の勝手でしょうで、LVがまた売れる。何か変だよ日本人、日本の常識、世界の非常識...といいつつも、またご批判の嵐が舞い起りそうである。