

ブランド主義の行方 歪んだブランド信仰

福島 淳 イラスト・福島マルゲリータ



一口にブランドといっても、大きく2つに分けられる。一つはモノに名前や品質といった付加価値を与えられたブランド、もう一つは肩書というブランドである。

一般に「ブランド主義」と聞くと、どんなイメージを持つであろう。本来、それ自体に悪い意味はないにもかかわらず、これほど誤解の多い存在もないかも知れない。ブランドとは、もともと商標という意味で使われるべきものだが、多くの人がその単語の前に「一流」や「高級」をつけて捉えている傾向にある。これがクセモノなのだ。

いわゆる「一流」「高級」なブランドモノに、誰でも気軽に買える値段の物は少ない。勿論、ただ高いのではなく、価格に勝るとも劣らない品質と芸術性、そしてそれを支える職人技が盛り込まれている、それだけに人は憧れるわけだが、ここで最初の誤解が生じる。どういっわけか、ブランドモノを手する人々には、品質に惹かれたからではなく、一流ブランドのモノだから欲しいという傾向が強い。このため、世間では欧州などのブランドモノを持っていると「贅沢だ」として、それだけで批判的な見方をする人も多い。そんな世評の中にありながら、老舗ブランドの高級品をアルバイトぐらいしか収入のない高校生や大学生が持っていたりするの、本家本元の欧州人から見るとおかしく見えるらしい。

一方、彼の地ではというと、基本的に庶民がお金をためて買うというより、上流階級の人々が気軽に求めるというものであって、あくまで自分の生活レベルに見合ったものを自然な形でそろえているのが実情のようだ。それに比べて日本では、生活レベルに見合ったものを買うというより、一目でブランドモノとすぐわかるシンボルや特徴的なデザインで、自分を飾るために買われていることが多いような気がする。

その上、人と同じようなブランドファッションにすることで、自分が流行に乗り遅れていないという安心感が持てたり、友人、知人間であれば疎外間を感じなくてすむといったこともあるかもしれない。例えば、雑誌で「某ブランドがお勧め」など特集されると、我一番と争って買い求め、お互いに同じブランドモノを持つ一つのグループが、出来上がったたりする。そのグループは往々にして、独自の優越感を持ち、自分達と価値観を異にする人達に排他的な性格を持ちかねない。このことはブランドモノに限らず、女子高生の流行りモノにも通じるだろう。

しかし、それは別の視点から見れば表面的なことにとこだわって、本質的なことが二の次になっていることになる。もし、その人が自分という存在に確固としたものを持っているという自信があるならば、自分自身のスタイルを自分なりに創りあげるとか、あるいは、それほど見てくれに興味を注がないに違いないと思う。ただ、自分のセンスに自信がなく、かといって、流行を追いかけるのにも面倒臭いという輩もいるようなので、全てを一言で表せないが、

ともあれ、言い換えれば、流行モノに敏感で、ファッション雑誌からまるで抜け出てきたかのような姿形を常に行っている人がいたとすれば、その人の内面は空虚で、それを隠すために表面を取りつくくなっていると



も考えられるのだ。極論すれば、常に流行のブランドモノに身を固めている人は、ネームバリューの虚飾で自分自身のイメージを高められると、無意識にそういった選択をしている疑いがある。

ところで、ブランドといえはモノではないもう一つの存在を忘れてはいけない。例えば、普段、家では同じようにマンガを読んでいる二人の人がいるとしよう。一人は通勤電車の中でいつも通り漫画雑誌を読んでいる。もう一人は周囲の目を意識して、あえてユーズウィークを読んでいる。さて、この二人、周りから見れば全く違ったタイプの人間と見られてしまふに違いない。これは、見た目から想像されるイメージの社会的ブランドの差とも言えようか。普段の生活を知らない他人は、前者より後者の方をより知的な人と誤解してしまうだろう。このように、見た目や学歴、職業、さらには家柄などによって、人を判断してしまえば、本質的な部分を全く理解しないまま、最悪の場合、人間としての価値まで決めてしまうことになる。こういった、モノでないブランドも、世間では幅をきかせているような気がする。

さて、ブランドを大きく二つに分けて、モノでないブランドについて考えると、「一代で成り上がったいわゆる下層階級出身の男性が結婚相手に家柄を求める」といった話の裏が見えてくる。つまり、この場合は、お互いに持っていないものを補充し合っていることになるのだ。また、こういった例もある。お金に困らず、裕福に育った人達の間では、だれそれが高価なものをもっているといったことは話題にのぼらず、肩書や職業に興味

を示しがちだ。逆に、経済的物質的にさほど豊かでない育った人達の間では、自分が自由に高価なブランドモノを買えないことで、他人の持ち物に敏感になつて嫉妬してみたり、身分不相応なものを持っている、その人の人格まで非難したりするのである。結果として、他人の主義に自分の判断基準を押し付け、善悪の判断まで下してしまうことが、排他的偽善主義を生み出してしまふのだ。

このように考えると、モノであろうと学歴であろうと、ブランドという一つの指標で人を判断するのは、かなり危険なことではないだろうか。それは人間の内面性とか人格を表しているとは言えない場合の方が多いからだ。

とはいえ、まだまだ二つの意味でのブランド主義が簡単になくなつてしまふということもなさそうだ。一流の肩書を持っている人を特に歓迎したり、一流大学を卒業していることこそ、その人間の価値であると考えられる人が、いないとは言えない。実に滑稽な話だが、彼らは、自分の価値観を一方的に押し付けられていることに、気がついていないのである。もちろん、自ら努力して一流を目指すことは素晴らしいことであり、そこを非難しているのではない。

結局、我々にとって大切なのは、外観や肩書といった表面的なブランドに頼らず、いかに人間としての価値を見抜くかということである。そして、たとえ表面的に見えても、実は真の価値のあるブランドをあつさり否定しないことだ。さもなければ、芸術や文化、そして意志や努力を見逃してしまうことにもなり兼ねない。