



*Live in luxury
with
VERTU
mobile phone.*

世界が注目、 携帯電話[VERTU]で味わう 最高の贅沢

フェラーリ、ウブロ、車や時計にはカスタムとも呼べる別世界がある
携帯電話の世界にもラグジュアリーなハンドメイド製品が登場
本物だけを求めるコンニサーの熱い視線が、今VERTUに注がれている

取材・文・森 芳久
text by Yoshihisa Mori
撮影・谷口 ともひ
photographs by Tomohiro Taniguchi



ロンドンのセルフリッジ・パートのヴァーチューストア。思わずブッシュンとの限定コラボレーションモデル(右上)に目が引かれる。

め、本物を評価する人々から絶賛を浴びた。

現在、世界50か国、500以上の販売拠点を持つヴァーチュ。ラインナップは大きく分けて3コレクション。まず、高級宝飾品を愛好するユーザー向けのSignature。18カラットのイエローゴールドやホワイトゴールドの豪華なモデルだ。ヨーロッパにおける販売価格は€8800~€2万4000。ピンクサファイアやダイヤモンドなどがちりばめられた上級モデルSignature Diamond(€3万9000~€8万5000)も用意さ

れている。次がスポーツカー愛好者など活動的なユーザーを対象としたAscend。ブラック、ブラウン、レッドなど4色のカラーがあり価格は€4600~€5000。スポーツカーのフォルムを写したAscend Tiもこれに加わる。そして、世界を飛び回るエグゼクティブを対象とした、クラシックなスタイルのConstellation(€3850~€1万6500)がある。

さらに、ヴァーチュではラグジュアリーモバイルの名に恥じないユニークで重要なサービスを付加している。そのひとつが、コンシエルジュ・サービスだ。本体側面に設けられたコンシエルジュ・ボタンを押すと瞬時にヴァーチュ・コンシエルジュに繋がる。見知らぬ土地での旅行案内、ホテル、レストランなどの予約はもちろん、あなたのリクエストに、24時間いつでも応えてくれる。

こんな逸話がある。ある女性ユーザーが有名高級店で一足の赤い靴に一目はれしてしまう。生憎彼女に合ったサイズがなく、製造元にも在庫がないという。彼女はコンシエルジュ・ボタンを押す。コンシエルジュのスペシャリストたちは、その靴を扱っている世界中の店を探しだし、目的の靴を見つけてくる。翌日、彼女は宅配便で念願

の靴を受け取ったという。

もうひとつのサービスは、ハンドセット内の個人情報やデータを軍事用として使われていた建物に収納された安全なサーバーにバックアップしてくれるヴァーチュ・フォートレス、本体よりも価値ある機密保持も万全である。

この魅惑のヴァーチュいよいよ日本にも上陸すると聞く。最高の品質と最高のライフスタイルを求める本誌ユーザーには、今後のヴァーチュのラグジュアリーモバイルの動向から目が離せないことだろう。

2007年に発売されたフェラーリ創業60周年記念のコラボレーションモデルAscend Ferrari 60。60台限定。



それは、成功を取めたある男がLAのプールサイドで日光浴中、傍らの携帯電話が鳴り出したことから始まった。暫しの平和な休息を破られた彼は、反射的に腕のス

イス製高級時計で時間を確かめ、職人技が光る万年筆でメモの準備を整えた。電話を取り上げながら一瞬、彼の視線はプールサイドの脇に駐車したカスタムカーを眺め、その視線を再び鳴り続ける大量生産の携帯電話に戻した。その瞬間、彼は自分の携帯電話に対して違和感を覚えた。何故、携帯電話にはカスタム製品がないのか。いまやビジネスにもプライベートにも肌身離せない携帯電話。だからこそ、量産品ではなく、もっとラグジュアリーなハンドメイドな製品が欲しい。彼の頭に新しいアイデアが閃いた。

この男の名はフランク・ヌオーボ。携帯電話では世界一の市場規模を誇るノキアのデザイン部門のチーフデザイナーだった。彼は、高級時計や高級ジュエリー同様、世界最高のラグジュアリーモバイルを作るとの決意を固め、その夢のコンセプトを1年かけてまとめ上げた。

1998年、彼の構想はノキア役員会で承認され、ラグジュアリーモバイルを開発・生産する独立部門である新会社VERTU(ヴァー

ーチュ)が創立された。社名のVERTUはラテン語を語源とし「美しい芸術作品への傾倒」との意味を持つ。まさに、フランク・ヌオーボ氏の夢を端的に物語っている。

ヴァーチュのクリエイティブディレクター兼デザイナーとしてプロダクトのすべてを任されたヌオーボ氏は、この業界初のチャレンジを文字どおり自らが先頭に立って実践する。彼こそが、このラグジュアリーモバイルの最初のお客様に相応しかった。

研究開始に先立ち、幅広い分野から高度の技術を持つスペシャリストが集められた。秘密裏に開発チームがスタートし、3年の歳月をかけて満足のいく製品が完成する。

2002年1月、最初の作品となったPlatinum Signatureが発売された。一台に使用されたプラチナの量は結婚指輪20本分。このSignatureはスイス・アッセイ・オフィスのホールマークを家電部門として初めて認可された製品となる。世界初の試みであったラグジュアリーモバイルは、最高を求

ヴァーチュのプリンシパルデザイナー、フランク・ヌオーボ氏。社外でも広くデザイン活動を行い、彼の作品はMOMA(ニューヨーク近代美術館)にも展示された。

Live in luxury
with
VERTU
mobile phone.

それは突然、LAのプールサイドで誕生した。

ハンドメイド・イン・イングランド



芸術作品ともいえるヴァーチュのラグジュアリーモバイル。その大きな秘密はロンドンの郊外、緑豊かなハンブシャー州チャーチクロックハムの工場にある。

世界中の候補地の中からこの場所が選ばれたのは、その創造性、技術力、そしてクラフトマンシップというキーワードからである。イギリスには、日本の匠、ドイツのマイスター同様、クラフトマンシップの伝統がある。

この工場ではすべてがハンドメイドで熟練した職人により一台一台丁寧に組み上げられていく。一台のモバイルができていくまで機種によって12時間から48時間、中には1週間以上かかるものもあるという。

どの工程も緻密な作業で、習得するまで数か月から1年を要する。さらに熟練するまでには数年が必要とされ、その間にも慣れや自己流の作業を防ぐため定期的に再訓練のプログラムが組まれている。こうして、ハンドメイドながら均一で素晴らしい仕上がりの製品が生まれるのだ。



確かに、ここは工場というより工房と呼ぶに相応しい。それぞれの工程で専門職人がその技を発揮する。外形の組み立てには精密時計同様、ミクロン単位の微細なネジが用いられるが、組み上がったケースの隙間やズレは皆無である。まさにアイトと呼べる。さらに、最も難しく重要な工程が、手作業による丹念な磨き仕上げ、ハンド・ポリッシュである。ヴァーチュが求める高度な仕上げの技を持つ職人は世界でも数少ない。幸いヴァーチュには神技と呼べるほどの卓越したハンド・ポリッシュの名人が在籍していた。彼はその技術と

ノウハウをすべて部下の弟子たちに伝え、現在それがヴァーチュの貴重な伝統技となっている。

また、ヴァーチュの特許であるルビー・ベアリングを採用したキー操作部の組み立ても、最高度の技術が要求される。組み上がったキーのタッチは、まったく次元の異なる感触で、持ち主の指の動きに正確に反応してくれる。あるところまでは指の圧力に均等に反応するが、それを超えると抵抗が小さくなり、カチッと小気味良いタッチで動作する。まるでこの機械と対話している気分だ。このルビー・ベアリングのおかげで1000

(右上) 最高の技術が必要とするポリッシュ工程。伝統の技が光る。(左上) クリーンルームでサファイアクリスタルが一枚一枚入念な検査を受ける。(右中) 高品質の精密大型のスピーカーとデジタル技術によるサウンド・プロセッサの組み込み。(左中) 魔法のタッチを生み出すルビーベアリングとキー部品。(下) 長い訓練期間を経て、やっと一人前の職人として作業が任される。

万回の動作に耐える堅牢さと信頼性を確保している。そして、ディスプレイ・スクリーンにはサファイアクリスタルを採用。半導体分野の技術を組み合わせ、世界最大のものを開発することに成功した。たとえ車のキーなどで擦っても傷がつくこともなく、64グラムの鉄球による落下実験の衝撃にも耐えられる。いろいろなシーンで使うものだけに嬉しい配慮だ。美しく、精緻にして堅牢。品質のためにはいっさいの妥協を廃する姿勢が貫かれている。

晴らしいサウンドの着信音に驚かされる。たとえば、Ascent TLには24種類もの専用着信音が内蔵されているが、内3種は映画「007 カジノロワイヤル」の音楽を作曲したデヴィッド・アーノルドによるものだ。優れた音質を誇るヤマハのサウンド・プロセッサ・チップに本格的なオーディオ・スピーカーを組み合わせ、音にこだわるユーザーを刺激する。通話音もクリアで生々しく、一般のモバイルのそれとは一線を画している。

まさに、本物の価値を求めるラグジュアリーモバイルのユーザーの欲求を満たしたものだといえるのではないだろうか。

ヴァーチュ社長のアルベルト・トレス氏はインタビューに応じて、彼の夢を語ってくれた。

「つねに業界の先頭に立ち、妥協のない完璧な技術力とサービスを提供し、ヴァーチュの名前を、ファミリー、ルイ・ヴィトン、ロレックスなどのようなラグジュアリーの名詞にするのが私の仕事であり夢」。

ヴァーチュ社長、アルベルト・トレス氏。前ノキアのコーポレート・ストラテジー部門の副社長を務め、ノキアの戦略やビジネス手帳に貢献。妻、仏。スペイン語が堪能で美食家でもある。



見やすく大きなスクリーンと流れるような軽快なフォームを持つAscent TL。ブラック、ブラウン、レッドの3色のカラーバリエーションが用意される。

