

【展覧会評】

「ファッション イン ジャパン 1945-2020——流行と社会」

2021年6月9日（水）～2021年9月6日（月）
国立新美術館

国際ファッション専門職大学 河西瑛里子

本展では、1945年から2020年までの日本のファッション（写真1、2）を、経済を中心とする社会情勢と合わせて、俯瞰的にたどる構成をとることで、国際的にも注目されるようになった日本の装いを再考しようと試みる。ただし、1920年代から終戦までの衣服も紹介されているため、実際には過去1

世紀にわたる、日本の人々の装いの移り変わりを感じられる展示となっている。デザイナーと消費者の双方向から捉えている点、写真、雑誌、映像、ポスターなどのメディアも資料として展示されている点が、これまでのファッション関係の展覧会と比較しての特徴である。



写真1 1940～80年代までのファッション
(以降の写真はすべて2021年6月21日河西撮影)



写真2 1980年代～2020年までのファッション

プロローグ 和装から洋装へ

1920年代－1945年

戦後の日本のファッションを検討するために、第二次世界大戦前の動向が確認される。1920～30年代、男性や子どもは洋服を着るようになっていたが、女性は和服を着ることが一般的であった。第二次世界大戦下では、活動的な衣服として女性にも洋服が推奨されたが、日本らしさを加味した新しい活動的な衣服として、男性は国民服、女性は婦人標準服が定められた。ただし婦人標準服は普及せず、農作業用に用いられていたもんぺが広まった。

1 戦後、洋裁ブームの到来

1945年－1950年代

洋裁文化が花開き、若者たちがファッション文化の担い手となった時代の展示である。終戦直後は生活必需品が圧倒的に不足していたため、女性たちは手持ちの衣服を新しい衣服として仕立て直していた。若い女性や戦争未亡人たちは、洋服を仕立てる技術を習得するため洋裁学校に通い、あるいはスタイルブックやファッションショーを通して、洋裁に親しんでいった。

1950年代、日本は高度経済成長期に入り、経済的に恵まれた若者たちが独自の文化を形作り始める。

『装苑』（文化服装学院、1946年復刊）や『ソレイユ』（中原淳一編集、1946年創刊）、『スタイルブック』（花森安治編集、1946年創刊）や『ドレスメーカー』（杉野芳子監修、1949年創刊）などの雑誌も展示されていた。

2 「作る」から「買う」時代へ

1960年代

経済成長のおかげで消費は拡大していき、衣服も明るく軽快なものが好まれた。

繊維メーカーも洋裁文化の広がりにより一役買った。1960年代からはナイロンやポリエステルを原料とする安価でしわになりにくい

素材が開発され、質の良い既製品の生産と販売が可能になった。ファッション誌も、自ら仕立てるための洋裁雑誌から、最新の流行を紹介し、気に入った衣服を購入できるような媒体に変化していく。

1968年から69年にかけては、欧米の対抗文化運動の流れを受けて、日本でも学生運動や社会運動が展開されていた。それに、従事する者たちは動きやすい格好をしていた。ヒッピー族やフーテン族と呼ばれた若者たちは、男女ともに薄汚れたTシャツにジーパンを着用し、男性は長髪で無精髭を生やしていた。これらの服装は後に、ファッションのカジュアル化とユニセックス化を進めていくことになる。

3 個性豊かな日本人デザイナーの躍進

1970年代

日本の経済成長がまだ続いていたこの時代、オートクチュール（高級注文服）からプレタポルテ（既製服）に移行し、アパレル業界は好景気だった。東京の原宿では小さなアパレル会社が多数生まれた。また、パリやニューヨークでコレクションを発表するなど、日本人デザイナーたちの国際的な活躍が顕著となっていく。

雑誌はファッションも含めた新しいライフスタイルを促していくようになる。『an・an』（1970年創刊）や『non-no』（1971年創刊）は既製服や雑貨だけではなく、旅行情報も載せ、若い女性たちが地方を旅するようになった。『Popeye』（1976年創刊）はアメリカの生活雑貨を紹介し、反響を呼んだ。

欧米の伝統的価値観から抜け出そうとしていたヒッピーたちは、中国やインド、日本など東洋に関心を向け、東洋の思想の中に自然との共生を見出し、日本でも自然への回帰や東洋文化への関心が高まった。ファッションの分野でも、高田賢三のコレクションや金子功のピンクハウス、松田光弘のニコルの作品に見られるように、民族衣装をモチーフにし

たファッションが流行した。

4 DC ブランドの隆盛とバブルの時代

1980 年代

バブルの絶頂期、ファッション分野では DC ブランドと呼ばれるデザイナーの個性を前面に出した業態が盛んになっていく一方で、野外で踊る竹の子族、欧米のハイファッション、低価格・高品質の無印良品などが並存し、多様性が見られるようになる。

川久保玲と山本耀司は 1982 年、それまでの洋服の規範から逸脱した「ぼろルック」と呼ばれるコレクションをパリで発表し、世界に大きな衝撃を与えた。

不良少年たちの短ランやボンタンなどの変形学生服、スケバンと呼ばれた不良少女たちの着丈の短い上着と丈の長いスカート、アイドルたちの衣装も展示されていた。また、クリスタル族と呼ばれたブランド志向の若者たち、オリーブ少女と呼ばれたいささか過剰に飾った女性たちも紹介されていたが、彼らのファッションは『Popeye』や『Olive』という雑誌によって、広まったものだった。

5 渋谷・原宿から発信された新たなファッション 1990 年代

バブルが崩壊し、不況の時代に入った日本のファッションを支えたのは、原宿と渋谷の若者たちだった。裏原宿エリアに小さなショップが次々と立ち並び、読者やカリスマ店員といった身近な存在が流行の発信者になっていく。ストリートファッションの時代が始まったのである。原宿の若者たちを扱った雑誌として『FRUiTS』と『TUNE』が紹介されていた。また、ルーズソックスや厚底ブーツを特徴とし、渋谷を中心に活動したコギャルたちの写真が展示されていた。景気の不安定さから、衣服には機能性も重視されるようになり、柳井正のユニクロといったファストファッションも人気となった。

6 世界に飛躍した Kawaii 2000 年代

バブル崩壊後の不況が続く中、ソーシャルネットワークサービス (SNS) の運用が始まり、ネットワーク上のコミュニティが形成されたことで、ネット独自の文化も生まれていった。オンラインショッピングは拡充し、個人のデザイナーより、ブランドがライフスタイルを提案する時代になった。

ロリータファッションやゴシックファッションが人気を博し、『JJ』や『CanCam』といった女性誌が打ち出した清楚系コンサバファッションは世界的に Kawaii ファッションとして認知されるようになるが、それを海外に普及させたのは津森千里の作品だった。

衣服だけにとどまらず、総合的なライフスタイルの提案をするブランドも登場する。たとえば、現代美術作家の前田征紀が主宰するコズミックワンダーは、衣服、美術、書籍、映像、音楽などさまざまな表現手段で、ときにそれらを組み合わせながら、作品を発表してきた。2004 年の Forest Heights Lodge というコレクションでは、人々が自ら望む世界を思い描くことが、不安や恐怖、怒りが蔓延する世界から距離をとる普遍的な方法であると伝え、それ以降、理想郷や精神世界へと、表現を拡張させている。

7 「いいね」の時代へ 2010 年代

2011 年にリリースされた LINE により、幅広い世代に SNS が普及し、個人での情報収集が容易になっていく。その結果、メディアが流行を作り出す傾向が弱まり、実店舗をもたないファッションブランドも生まれてくる。また、シンプルでユニセクスのスタイルや安価にトレンドを取り入れることができるファストファッションが人気となる。

世界的な傾向を反映して、ファッション産業においても、サステナブルというイメージを打ち出す傾向が強くなっていく。手仕事加わった服、身の回りの物の手作り、デザイナーの考えを身近に感じられる小規模ブランドな

ども共感を呼んでいく。ファストファッションの流行への反動から、衰退しかかった、国内の伝統産業や技術に目を向ける動きも見られる。

8 未来へ向けられたファッション

COVID-19 によるパンデミックは、オンラインでのコミュニケーションを日常化させ、リモート向けのファッション、多様なマスクの登場、ヴァーチャル空間での装いなどを生み出した。サステナブルについての取り組みはさらに進められ、LGBTQ の視点からも性にこだわらないファッションが広がっている。若手デザイナーとして、中里唯馬（写真3）、アンリアレイジの森永邦彦（写真4）、パグメントの大谷将弘と今福華凜（写真5）、リトゥンアフターワーズの山縣良和（写真6）

などが紹介されていた。

社会情勢と合わせながら、日本のファッション史を振り返るといふ本展の試みは、本物の資料が豊富に展示されているので、立体教科書のようにわかりやすく学ぶことができた。訪れていた人々が、「これ、懐かしいね」というように、自分が育った時代を振り返りながら鑑賞している点、そしてその振り返る時期が年代によって異なる点も興味深かった。日本人デザイナーの海外での活躍も丁寧に紹介されていたのだが、三宅一生のように多くの日本人が名前を知っている著名なデザ



写真3 ユイマナカザト 「COSMOS」コレクション
(2020年春夏コレクション)



写真4 アンリアレイジ [HOME]コレクション
(2021年春夏コレクション)



写真5 パグメント 1xxx-2018-2xxxコレクション
(2018年秋冬コレクション)



写真6 リトゥンアフターワーズ 「For witches」
3部作の最後 After All (2020年春夏コレクション)

イナーは、複数の章で取り上げられており、長期にわたって活躍していることを実感するとともに、つねに新しい挑戦をしていることも知ることができた。

違和感をもった点もある。本展で「ファッション」とされている装いは、その時代に流行した衣服、話題になった衣服であり、一般的に「おしゃれ」と認定されそうな装いである。つまり流行に無頓着に生活していた人々の装いを等閑視しているのである。

以下の表現はこの点をよく表している。

フーテン族またはヒッピー族と呼ばれた彼らは、そのふるまいとともに、男女ともに薄汚れたTシャツにジーパン、男子は肩までかかるような長髪と無精髭という、それまでの「きちんとした」若者ファッションとはかけ離れた姿が衆目を集めた。他方、学生運動に身を投じた若者もいた。みながヘルメットに作業着、ジーンズという動きやすさを重視した簡素な格好で、装わないことが彼らの流儀だった。[島根県立石見美術館・国立新美術館編 2021: 112]

[1970年代創刊の『an・an ELLE Japon』は] マンションメーカーと呼ばれた新しい既製服ブランドを取り上げ、対抗文化の風俗にすぎなかったフォークロアやジーンズなどのワークウエアの要素を加味したスタイルの服を、販売価格とともに掲載し普及させた。[島根県立石見美術館・国立新美術館編 2021: 132]

フーテン族またはヒッピー族、学生運動に携わっていた若者たちの来ていた衣服は、「姿」「格好」、対抗文化運動に特徴的な衣服は「風俗にすぎなかった」と表現され、「ファッション」とはみなされていないようだ。図録冒頭の「開催にあたって」の中で企画者は、「衣服は体をつつむものであるが、それは単に身

体を保護するという機能のみを追求する道具ではないことは、誰でも知っている」[島根県立石見美術館・国立新美術館編 2021: 13]と述べているが、実際には服を着ないと寒い程度の理由で着ている人も少なくない。そういった、衣服の流行やデザインに無頓着な人々が着ている衣服も含めてこそ、その時代を表すファッションではないのだろうか。流行に敏感な人々の衣服、他者を意識して身に着ける物を選択する人々の衣服、世界の第一線で活躍するデザイナーの衣服だけを取り上げ、「ファッション」としてしまうことは、「我々はファッションナブルでなくてはならない」というメッセージを暗に含んでおり、ファッションナブルであること、ファッションに関心をもつことを押し付けるような同調圧力を感じる。

私の場合、自分が育った1990年代の展示を見ながら、確かにその頃、街でルーズソックスを履いている人たちを見かけたが、実際には私も含めてまったく関心がない同級生は少なくなかったし、どこか別世界のことだと感じていたことを思い出した。しかし、当時のことを知らない人々が見たら、この頃の女子学生は皆、このような格好をしていたと思うだろう（今、ルーズソックスのブームが再燃しているとも聞くが）。ブランドからであれ、メディアからであれ、カリスマ店員からであれ、社会の中で広がっている流行に乗っている人たちは目立つが、流行に関心なく、日々、服を着ている人たちがいることも事実である。いわゆる「おしゃれ」でもなく、流行に疎い人の衣服までも含めた包括的なファッション史の振り返りを期待したい。

<参考文献>

島根県立石見美術館・国立新美術館編 2021『ファッション イン ジャパン 1945-2020——流行と社会』青幻舎。