



特集 ▼ 3 カワイイ!?

「子どもファッション誌」の繁栄

筆者の研究テーマの一つは、ファッションとメディアの関係性である。今回、「かわいい文化と子どものファッション」について、というテーマを与えられたときにまず考えたのが、子どもファッション誌を資料に、何が浮かび上がってくるだろうかということだった。

かわいい文化と 子どものファッション —「子どもファッション誌」に みる「かわいい」

出版不況と言われて久しい昨今においても、「子どもファッション誌」は頑張っている。ここでいう「子どもファッション誌」とは、ローティーン以下の子どものファッションを扱う雑誌という意味である。「キッズや小学生にオススメのファッション雑誌を紹介」しているというインターネット上の「キッズ・小学生向けのファッション誌ガイド」(<http://www.magazine-data.com/women-menu/kids.html>)では、「小さい子どもがいるママ&パパ向けにキッズのファッションを紹介している雑誌と、オシャレな女子小学生向けのファッション情報誌」を含めて、26タイトルが紹介されているが、ブラン

古賀令子

文化学園大学



nicola

ド・ムックや通販カタログ的なものを除くと15誌ほどがいわゆる「子どもファッション誌」であろうと思われる。この15誌の中で、日本雑誌協会が10万部以上発行していると報告※1しているものは『nicola (ニコラ)』（新潮社）、『ピチレモン』※2（学研パブリッシング）、『ニコ☆プチ』（新潮社）、『ラブベリー』※3（徳間書店）の4誌である。このうち『nicola』、『ピチレモン』、『ラブベリー』の3誌は高学年女子小学生から中学生までをメイン・ターゲットとしており、『ニコ☆プチ』は小学生対象である。ここでは、高学年系トップ誌の『nicola』と『ニコ☆プチ』を主資料として取り上げることにした。

『nicola』は、1987年創刊の月刊誌で、ファッションを中心にライフスタイル情報全般を扱う。ジュニア・ファッション・ブームと結びついて急成長し、読者世代に多大な影響力を持っている

る。栗山千明や蒼井優、沢尻エリカ、新垣結衣らを輩出してきた「ニコ④」と呼ばれる専属モデルの人気も高く、同誌主催の読者モデルオーディションは毎年数千人の応募者を集めるといふ。発行部数およそ22万部（2010年10-12月、日本雑誌協会（印刷証明付き）の、ローティーン向けのトップ誌で、キャッチフレーズは、「みんなのおかげで♥中学生雑誌ナンバーワン！」である。

『ニコ☆プチ』は『nicola』の妹誌として2006年9月に創刊された、隔月刊の小学生向けファッション情報誌で、キャッチフレーズは「オシャレな女子小学生必見のガールズファッションマガジン」。ここでも、「プチ⑤」と呼ばれる専属モデルが活躍している。発行部数は約13万部（2010年10-12月、日本雑誌協会）とされる。

『nicola』や『ニコ☆プチ』では、「かわいい」というコトバは、どのように使われ、どのようなファッション・イメージとして表現されているのだろうか。

『nicola』の2011年1-6月号の



ニコ☆プチ

記事タイトルや見出しなどに用いられている「かわいい」とその略表現である「カワ」というコトバを拾っていくと、「ナチュかわ」、「ゆるカワおじさん風」…おじコーデ」、「かわいいNo.1! 卒業式スタイル」、「赤チェックかわいい」…、「かわいいチェックスカート」、「絶対カワイイ♥クロピンのモテフォーマル」、「ピンクのリボンはかわいい系代表♥」、「春かわコーデの仕上げバッグ」、「春靴かわいいコーデ」、「かわいいローファーでワクワク」、「ナチュかわ♥スビードヘアアレ（ヘア・アレンジ）」、「冬かわヘアアレ」、「レトロかわいい」…ヘアアレ!!!、「ちよつとずつチェンジでかわいくなれる! 失敗しないまゆ毛お手入れ」、「起きて30分でもかわいく登校!…朝ビューティー習慣!!」、「ニコ◎も努力して、かわいくおしゃれになった!」自分みがきノート」、「読んで即マネ! カンタン&カワイイネタを大放し出!」、「かわいさアイドル級♥」、「新年はイ

ちから練習でカワイイ自分に絶対なれる!」、
「人気ブランド…かわいい新作」、などがあげられる。

「ニコ☆プチ」(隔月刊)の2011年2、4、6月号では、「雪かわバラダイス!!」、「おしゃカワ♥スノーウェア」、「春カワ♥フレッシヤーズ5STYLE!」、「誰よりもかわいくキメたい卒業式」…、「安くてかわいくって言うことナシ!! かしこいおしゃれのジョーシキ♥」、「コーデがオトナかわいくチェンジ!! JS4大おしゃカワNEWサマースタイル♪」、「夏かわ♥スクールヘアアレンジ」、「キラカワ★DX」(ネイルアート)などのフレーズが見られた。

「かわいい」がいっぱいの子どもファッション誌

「かわいい」というコトバは、雑誌全体に細かな情報がぎっしり詰め込まれている観の両誌において、非常に多用されているという印象は受けなかった。そして、その「かわいい」や「カワ」の意味は、こうしたコトバと並ぶ画像を参照しながら解釈してみると、「子どもらしい(子

どもつぽい」とか「小さくて華奢な美しさがある」といった特定のイメージを伴わない、多様あるいは希薄なもののように感じられた。むしろ、「今風でかっこいい」とか「おしゃれ感がある」といった、肯定的ではあるが曖昧な意味で用いられている。

「かわいい」の元々の意味は、「①いたわしい。ふびんだ。かわいそうだ。②愛すべきである。深い愛情を感じる。③小さくて美しい」と『広辞苑』※4では説明されている。

また、社会学者の宮台真司ら※5は、「かわいい」のカテゴリを、①「人にやさしい」ことを追求した結果としての丸さや白さ、軽さ、皮膚感覚に沿ったソフト化やライト化などの「人間工学的」カテゴリと、②「自分と世界のロマン化」とも考えられる「ロマンチック」要素、③愛らしさや無邪気さ明るさ活発さ、無垢など、個々のモノやコトについてのある種の「子どもの」属性である「キュート」さの三つとしている。しかし、『現代用語の基礎知識』※6では「時代・流行」分野において若者言葉として取り上げ、「すてき。かっこいい。人にも物にも使う。

ほめ言葉。」と説明している。そういった「現代用語」としてファッション誌では、「かわいい」を使い、だからこそ「○○かわいい」「○○カワ」といった接頭詞つきのバリエーションが次々と登場しているのだろうか。

両誌において、「かわいい」以外で多用されているファッション表現にかかわるコトバにはどのようなものがあるのだろうか。

「コーデイナー」というコトバを縮めた「コーデ」と「モテる」を縮めた「モテ」が2強である。

「コーデ」などファッションの着こなしにかかわるコトバは、『nicola』では、「春コーデ」、「夏コーデ」、「全身コーデ」、「上級コーデ」、「人気コーデ」、「柄MIXでコーデバリエ∞!!」、「甘辛MIX」、「着まわし」などが多用され、「ニコ☆プチ」では、「春コーデ」、「おしゃれコーデ」、「モテコーデ」、「めっちゃ盛りコーデ」、「通学コーデ」、「修学旅行コーデ」、「着まわし物語」、「おしゃれテク」などと使われている。

「モテ」は、『nicola』では、「モテ、

「モテ脚」、「モテメイク」、「モテツヤ髪」、「清楚系モテ♥」、「モテの秘けつ」、「究極2択!!」「どっちがモテる?」「髪はおろすor結ぶ?」「無臭orフローラル」、「愛され:」などと使われており、『ニコ☆プチ』では、「モテコーデ」、「めっちゃモテ×ニコ☆プチガールズコレクション2010」、「モテテク」、「モテ子ってどんなコ!」といったところである。

「コーデ」と「モテ」。この2語はおそらく大人の女性向けファッション誌においても、そして若い男性向けのファッション誌においても2強のコトバである。特に「モテ」は、必ずしも異性にもてたいというリアルな強い意味ではなく、ちょっと前に流行った「イケテル」といった程度の、やはり「かわいい」と同様に肯定的だが、やや曖昧な意味で用いられる傾向にあるコトバだ。「かわいい」との違いは、「モテ」のほうが「他者からの好感を意識している」ところだろう。

「コーデ」や「モテ」以外にも、「ダイエット」や「美脚」、「でか目」といった身体Ⅱ化粧にかかわるコトバ、「盛り」や「ゆる○○」「プチプ

ラ」(プチプライス(安価)の略語)など大人と変わらないコトバが「子どもファッション誌」のキーワードなのだった。

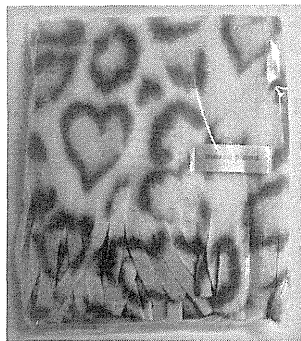
大人のファッション誌にないキーワードは、「オトナっぽ♥」や「大人ぽ」(「大人っぽい」の意。どちらも『nicola』)であり、「オトナめ服」というものをあつた。

「かわいっ」は子どもじゃない特別な意味はない

「かわいい」は今日、若い女性たちに日常的に使われる言葉であり、愛好されるイメージである。「かわいい」か「かわいくない」か。この線引きは、彼女たちにとっては、微妙かつ重大な基準だ。だから、彼女たちをターゲットとするビジネスにとつては、きわめて有効なマーケティング戦略となる。たとえば、この春にオープンした大阪の伊勢丹三越※7のウリも、「かわいい」をキー・コンセプトとした若い女性向けの売り場だという。

そしていまや、「かわいい」は、大人の女性や男性にも、世界的にも、広く使われる言葉とな

『ニコ☆プチ』2011年2月号付録
〈メゾ ピアノ〉ハートひょう柄マフラー



り、好まれるイメージになっている。「かわいい」「kawaii」が日本の若者文化やポップ・カルチャーを代表するキーワードとも位置付けられるようになってきているのだ。NHKのレギュラー番組「東京カワイイ★TV」※8として定着し、外務省が「カワイイ大使」※9を発令したという話もあった。

若い女性や大人たちにも愛好される「かわいい」とは、未成熟を嗜好する美意識である。「かわいい」ファッション、「かわいい」文化台頭の背景には、少女をいつまでも卒業しない、大人になりたくない女性たちの存在が台頭していることにある。その価値観が、年は重ねても「乙女チック」であり続け、ロリータ・ファッションを身につけ、キティちゃんを手放さないことにつながっていく。

また、現実世界やリアルな社会生活から逃避する自己愛的な価値観であることも見逃せない。大人にとつての「かわいい」

嗜好は、未成熟で自己愛的な「子どもの世界」「子どもの価値観」の延長という意味が少なくなかった。そして、大人になってしまった女性たちは、「より若く」「より無垢な」「愛すべき」存在として「かわいい」と言われたい、思いたいのではないだろうか。

しかし、子どもにとつては、「かわいい」はそれほどの意味を持たない。「かわいい」は元々子どもにこそもっとも適用される言葉だった。「幼く」「愛らしく」「庇護すべきいたいけな」存在（であるはずの）子どもにとつて、「かわいい」は、生まれ落ちた時から、もっとも身近に耳にしてきた（ほめ）コトバといつても過言ではないだろう。だから、大人たちにとつてほどの特別の意味は持たないのではないだろうか。

「かわいい」は普通に「すてきでかっこいい」ことであり、ファッション情報にも敏感なおしゃれな子どもたちは、むしろ、大人の女性と同じように「モテ」感覚で「コーデ」のテクを磨き、大人の女性たちと同じような意味で「かわいい」（「大人っぽ」な）おしゃれしたい、と考えている（と「子どもファッショ誌」の

編集者たちが考え、それを読者である子どもたちが支持している)のではないだろうか。大人のファッション誌と同様に重視されている付録『ニコ☆プチ』も、ひょう柄マフラーやロゴ入りトートバッグだった。

註

- 1 (社) 日本雑誌協会が年4回公表する「印刷表明つき部数」JMPAマガジンデータ (<http://www.j-magazine.or.jp/magadata/>)
- 2 『ピチレモン (Pichilemon)』略称「ピチレ」は、1986年創刊の女子小中学生(主な読者は中学1年生)対象の月刊ファッション誌。発行部数、約13万部(2010年10-12月、日本雑誌協会)。掲載モデルは「ピチ[Ⓞ]」の愛称で親しまれる。主なピチ[Ⓞ]OGとしては、加藤あい、大沢あかね、長澤まさみ、夏帆、宮崎あおいら。
- 3 『ラブベリー』は2001年創刊の月刊誌。2001年12月創刊。略称は「ラブベ」、「LB」。読者層は、小学生高学年から中学生女子。キャッチフレーズは「女子中学生のおしゃれ発信ファッションマガジン」。専属モデルは、「ラブベリーナ」と呼ばれている。発行部数、約12万部(2010年10-12月、日本雑誌協会)。
- 4 新村出(編著)『広辞苑 第六版』岩波書店 2008
- 5 宮台真司(1959-)は、社会学者、評論家、首都大学東京教授。この「かわいい」に関する言及は、『サプカ

ルチャー神話解体』(PARCO出版 1993)より

6 『現代用語の基礎知識 2011年版』自由国民社 2010

7 三越伊勢丹は、老舗百貨店の三越と伊勢丹が、百貨店の経営環境が厳しくなる中、2008年4月に経営統合した。本年5月にJR大阪駅に開店した。

8 『東京カワイイ★TV』は、NHK総合テレビジョンで放送されている若い女性を対象にした情報番組。2007年秋に放送され、2008年4月よりレギュラー放送となった。主に東京の渋谷で流行しているファッションを取り上げている。

9 『カワイイ大使』は通称で、正式名称は「ポップカルチャー発信使」。日本のファッションを世界に広める目的で、外務省が2009年2月に任命した。若い女性3人の「カワイイ大使」は、バンコクでの「ジャパン・フェスタ」(2009)やパリにおける「ジャパン・ポップカルチャー・フェスティバル」(2009)などには派遣されたが、2010年3月で任期満了となった。

〈参考文献〉

- 『nicola (ニコラ)』2011年1-6月号新潮社
- 『ニコ☆プチ』2011年2・4・6月号新潮社
- 神野由紀『子どもをめぐるデザインと近代 拡大する商品世界』世界思想社 2011
- 古賀令子『かわいい』の帝国』青土社 2009