

日本ファッションにおけるポップカルチャー的背景に関する研究
—戦後日本のポップカルチャー資料収集を中心に—

The Study about the Influence of the Pop Culture for the Japanese Fashion
—The Historical Materials Collection about the Connection of Japanese Fashion and Pop
Cultures after World War II—

田中 里尚^{*1+}, 中村 仁^{*2+}, 梅原 宏司^{*3+}, 齋木 吉隆⁺, 古賀 令子^{*1+}
Norinao Tanaka^{*1+}, Jin Nakamura^{*2+}, Koji Umehara^{*3+}, Yoshitaka Saiki⁺, Reiko Koga^{*1+}

*1 文化女子大学服装学部 東京都渋谷区代々木 3-22-1

Faculty of Clothing Science, Bunka Women's University,
3-22-1 Yoyogi Shibuya-ku, Tokyo, Japan

*2 東京大学大学院情報学環

Interfaculty Initiative in Information Studies, the University of Tokyo

*3 立教大学大学院文学研究科比較文明学専攻

Comparative Civilizations, Rikkyo University

⁺服飾文化共同研究拠点、文化ファッション研究機構、文化女子大学

Joint Research Center for Fashion and Clothing Culture

Bunka Fashion Research Institute, Bunka Women's University

Abstract: Our research involves collecting and arranging documents and historical materials to find out how pop culture has influenced fashion in Japan after World War II. In 2009, we mainly collected previous works in Japanese fashion studies and popular culture studies, and determined how documents and historical materials were collected. In addition, we conducted an interview with the City of Kobe to find out what the city was doing in connection with Japanese street fashion and pop culture.

By the analysis of these previous works, we learned that fashion study and pop culture study developed separately, and that the influence they had on each other is not clear. However, since World War II, both Japanese fashion and pop culture have played a part in forming people's identity in society. At large, it wasn't until after the 80's that they shared a mutually complementary relationship. Therefore, we focused on collecting historical materials mainly after the 80's.

The Japanese public sector offers support for many events relating to Japanese pop-culture fashion for the purpose of industrial promotion and regional development. By conducting interviews with Kobe stakeholders, which have advanced cases in this field, this research explains that the city enjoyed substantial effects in regional development with a rather light partnership with event organizers.

*1) nori-tanaka@bunka.ac.jp

目的

ポップカルチャーという言葉は、90年代以降特殊なジャンルを指示する用語として用いられてきた。基本的には、アジア諸国が注目する日本のマンガ、アニメ、ゲーム、ポップスを総称するカテゴリーの名称として使用されているのである。これら日本のポップカルチャーは、「クールジャパン」や「ジャパニーズクール」などと呼ばれ、世界的に注目されてきている[1][2]。

こうしたポップカルチャーの1つとして注目されているのは日本のストリート・ファッションである。例えば、「渋谷カジ」スタイルに端を発すと言われる制服スタイルは、ポップカルチャーであるマンガやアニメを通じて受容され、現実のファッションとなっている[3][4]。

しかし、ポップカルチャーやファッションなどはアカデミズムにおいては研究の俎上にのりにくいことも事実である。これらの文化は、私的かつ瑣末なもののみなされる傾向が強く、研究においては2次的な意味しかもたせられていなかった。そのため、これらに関する資料は散逸し、集中的に収集されていないという現状がある。また、ファッション研究の分野においても、ファッション・デザイナーに照準を合わせた作家研究および作品研究[5]、またはファッション・ビジネスに関して主に寄与することを念頭において行われる社会調査を中心に行われてきた[6]のために、ポップカルチャーとファッションの関係性は明確に位置づけられているとは言いがたい[7]。

そのため、本研究は、ポップカルチャーとファッションとの関係性について解明しうる可能性を持つ資料収集を第1の目的とする。こうした資料収集を通じて、新しい伝統として生み出されつつある日本のポップカルチャーの史的展開を跡付け、ジャパニーズ・ファッションのインキュベーターとしてのポップカルチャーの役割を明確にすることを第2の目的とする。

本年度は、戦後日本ファッション形成におけるポップカルチャーの影響に関して、研究史を整理し、その認識論を整備しながら、こうした研究対象にアプローチするための理論的枠組みの構築と先行研究の収集することを主軸とした。また、ファッションを日本独自のポップカルチャーとして発信しようとする目的で、行政においてその編成が行われている。行政の側から見たファッションとポップカルチャーとの関連付けについて、神戸市の事例を取り上げつつ、現地調査とインタビューを行った。

結果および考察

【1】 研究アプローチの整理

日本においてポップカルチャーという言葉が、特殊なジャンルを指示する用語として用いられるようになったのは90年代以降である。そして、この用語は、アジア諸国が注目する日本のマンガ、アニメ、ゲーム、ポップス、映画を総称するカテゴリーの名称として使用されている。それまでは、主に「大衆文化」という用語が使用され、これらの訳語として「ポピュラーカルチャー」や「ポピュラー文化」といった用語を適宜用いることが通例であった。しかしながら、最近では、ポップカルチャーを「大衆文化」と言い換えて用いる場合も見られ、両者の関係性は曖昧となりつつある。

ファッション研究は大衆文化研究の一環として必ずしも行われてはおらず、むしろ別個の流れから出現したものであったといえる。こうした別々の流れが徐々に合流し、「大衆文化としてのファッション」という観点において現在研究が積み重ねられている。この代表的なものが「族」研究[8]やストリート・ファッション研究[9]である。これら研究では、スタイルが生成する背後にあって影響を及ぼしている音楽や映画などに関する指摘はなされているが、ポップカルチャーというジャンルの影響に関しては研究途上であるといえる。

一方、ポップカルチャー研究の側からファッションについて言及したものは多くない[10]。それにはポップカルチャーというカテゴリー自体が近年に形成されてきたという事情がある。例外的に、音楽に関してのみ、ファッションとの関係性が研究されていることが明らかとなった。それは音楽とファッションがともに若者たちのアイデンティティ形成のための道具となりうるからである[11][12][13]。ただし、これらもファッションを正面にすえて解明されているとはいいがたい。

ここから導き出されるのは、ストリート・ファッションの発生は常に事後的に構成されがちであるという問題である。つまり、一定のスタイルが何らかのメディアによって広く伝播されてから社会に認識され、その段階でスタイル形成の起源が遡及的に語られることが通例であることにより、しばしば神話が形成されがちなのである。この問題は、ポップカルチャーとファッションの相互影響関係を考える上でも突き当たる困難であろう[14]。

これを踏まえたいうえで、ポップカルチャーとファッションの相互関係を示す材料をどのようなメディアに求めればよいただろうか。順序として、ポップカルチャーと関係付けられたスタイルが現れ(生成)、そのスタイルがメディアによって多くの人々に広められ(伝播)、それらが人々に受容され 1 つのファッションとして認識され現象する(ファッション化)過程を念頭におくことが必要である。そして、この伝播過程によって、起源と同時に普及を促進させる、というメカニズムを理解できる。とすれば、資料として最初に収集すべきなのは、伝播と同時にリアリティを構成するメディアであることは間違いない[15]。

この伝播をもたらすメディアを 4 つのカテゴリーに分類することにした。第1のカテゴリーとして挙げられるのは、ファッションという社会現象を報道する新聞雑誌などジャーナリズムの記録。第2のカテゴリーとしては、ファッションそれ自体を広告的効果の中で報道し、創り出すファッション雑誌の記録。第3のカテゴリーとしては、ストリート・ファッションに参加した当事者の記録。第4のカテゴリーとしては、映画や音楽などの文化産業が広告的効果のために取り上げられたファッションに関する記録。この4つのカテゴリーの中にも含まれる資料を優先的に収集、調査することにした。

【2】 ポップカルチャーとファッションの接近と合流

今年度は、ポップカルチャーの中心ジャンルであるマンガ、アニメ、ゲームの研究史整理からファッションとの相互関係の密接化の歴史的展開の洞察が得られた[16][17]。

1950年代において、マンガは子ども向けの文化であった[18]。そのために、ファッションそのものへ若者を動機付けるような媒体としてはみなされていなかった。1960年代になるとマンガは劇画として大学生に受容されていくようになるが、その受容はジャズと同様に思想的なモメントを含むものであった[19]。そのため、マンガの中の衣服表現そのものが受容される経路は未発達であったといえる。

1970年代になると、いわゆる「少女マンガ」のジャンルにおいて精緻な服装表現を行う作家が現れる[20]。しかし、文学性の強いこれらの作品においてもまた、ファッションを物語と切り離して受容する読者の態度というものは育っていなかったと言っていい。

ところが、1980年代になると、マンガは子どもから大人まで受容できるジャンルとして成長する。それは少年誌への熱狂のみならず青年誌の創刊ラッシュということにも現れている。また、20代女性をターゲットとしたマンガを描く作家と受容層も生まれ、ファッションを物語の中の主要なコンテンツとして含みこむ可能性が生まれたといえるだろう[21]。

90年代になるとファッション誌がマンガを掲載するケースも見られ、ファッションとマンガがアイデンティテ

イを形づくるための共通のツールとして見なされることになる。一方で、少女マンガの中でもファッションをリアルに描く作家群が現れる。衣服は記号ではなく、具体的な表現として捉えられていくようになった。

00年代になると、こうしたマンガ原作の実写化が行われ、そこからファッションに注目して享受する層が現れる。例えば、『NANA』や『はちみつとクローバー』等のいわゆる少女マンガのキャラクターは、具体的なファッションとイメージを確定することで影響力を持つようになった。とりわけ、その傾向は、マンガやアニメの中にリアルなファッションを取り入れる世代以降推進されてきたといえる[22]。

またアニメやゲームも80年代までは「子ども」の文化として見なされ、大人は関わるものではなかった[23]。そのため、大人が享受する場合は「おたく」という特殊な人格として表象されていた[24]。けれども90年代に入ると、アニメやゲームはリアルな描写や物語性が追求され、ファッションの領域へイマジネーションがもたらされる事例が見られていくようになる。

00年代になると、アジア諸国を皮切りに欧米諸国においてもこれらポップカルチャーに注目があつまり、その結果、文化領域として独立に認識されるようになった[25]。これら日本のポップカルチャーの祭典として行われているジャパン・エキスポでは、紹介されているマンガ、アニメ、ゲームの登場人物を模した「コスプレ」などが行われ、スタイルの享受という点でも見逃せない現象が起きているといえる[26]。これらポップカルチャーとファッションとの交点にあるものは、マンガ、アニメ、ゲームといった中に表現されているスタイルをファッション情報として注目し、編集する中でアイデンティティ形成のための重要なツールとして表象するメディアの活動である[27]。これら活動を追跡し、前述した【1】の категорииの違いに留意しながら、来年度の収集作業を行っていくことにする。また、ポップカルチャーのジャンルとして位置づけられるポップミュージックなどについても、ファッションとの交点について考察していく予定である[28][29]。

【3】 行政におけるポップカルチャーとしてのファッション

日本の公共セクターは産業振興や地域振興を目的として、日本のポップカルチャーファッションを扱う多くのイベントに協力している。主要なイベントとしては、国内においては東京ガールズコレクションや神戸コレクション、海外ではジャパン・エキスポなどが有名である。本調査では、公共セクターとポップカルチャーファッションに関するイベントのオーガナイザーとの協力に関する先進事例を持つ神戸においてステークホルダーへのインタビュー調査を行った。

第1に、神戸における中核的ファッションイベント「神戸コレクション」オーガナイザーへのインタビューを実施した。神戸は古くからファッションの情報発信に関する拠点都市の1つであり多くの企業を擁しているが、マスメディアの拠点等が東京に集中しているため全国への情報発信が難しいという課題を抱えていた。この課題を解決するため、2002年より民間主導による「神戸コレクション」が開催され、現在まで続いている。同イベントはアパレル企業が消費者に直接アプローチするB to C型であると共に、多くの地域外からの来場者の動員と、全国レベルのメディアで扱われたという回答を得られた。

第2に、公共セクター関係者へのインタビューを実施した。神戸の公共セクターは、1972年より継続してファッションによる地域を活性化する取組みを実施しており、その1つとして2006年より地域内の小売・飲食・観光などの企業や商業施設の協力により、神戸ファッションウィークが実施されている。この取組みは神戸コレクションに開催時期を合わせており、ファッション関連イベントを実施する他、地域のファッションマップの作成などを通じて地域外からの消費の活性化に取組んでおり、地域振興効果が得られているとの回答が得られた。上記のインタビューから、公共セクターとイベントオーガナイザーとの協力関係は緩

やかであったが、重要な部分では連携が図られており、ポップカルチャーとしてのファッションを地域の活性化のツールとして活用していることが明らかになった。

註と文献

- 1.「特集 世界に羽ばたく日本のポップカルチャー—クールジャパンから発信される地域の魅力」『自治体国際化フォーラム』241 自治体国際化協会 (2009-11)
- 2.「特集 人間文化研究機構 第6回公開講演会・シンポジウム 国際日本文化研究センター創立20周年記念事業 世界に広がる日本のポップカルチャー — マンガ・アニメを中心として」『人間文化』(6) 大学共同利用機関法人人間文化研究機構 2008:[1][2]を代表として、ポップカルチャーを積極的に発信する側によって、様々な「クールジャパン」の定義づけが行われているが、ここでは代表的なものを挙げるにとどめる。これらは「特集」であり、様々な論者の報告が掲載されたものであるのでページ数は特に註記しない。一方で、これら「クールジャパン」の言説に対して距離をおいて捉える研究も存在する〔高橋伸一「《ポップカルチャー》という言葉と操作されたそのイメージの流行」『ポピュラーカルチャー研究』京都精華大学表現研究機構 pp.4-33 Vol.2(1) 2008〕。
- 3.中川秀樹『サブカルチャー社会学』学陽書房 2002
- 4.Kinsella, Sharon *What's Behind the Fetishism of Japanese School Uniforms? "Fashion Theory"* pp.215-237 Vol.6 Issue 2 2002:この論考は、日本における制服への偏愛に関する心理的基盤についての論考であるが、そこで「Kogal(コギャル:筆者注) Culture」という現象を取り上げる中で制服ファッションのメカニズムを明らかにしている。そういう意味で、この論考を取り上げた。
- 5.成実弘至『20世紀ファッションの文化史 時代をつくった10人』河出書房新社 2007:このジャンルの研究には多数あり、本報告では日本人の著者による代表的な研究を挙げておくことにした。
- 6.東伸一[他]『消費社会とマーケティング ブランド・広告・ファッション・クラスター』嵯峨野書院 2007:このジャンルの研究もまた、非常に多岐にわたる。そのため、ここでも近年の代表的な著書を挙げておくに留めることにした。
- 7.Rocamora, Agnès *High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian* "Fashion Theory" pp.123-142 Vol.5 Issue 2 2001:この研究は、新聞紙上の中で「Pop Fashion」というフィールドが生み出されてくる意味作用についてのものである。こうした High/Pop の区分に関する意味作用に注目が集まるということは、必ずしも、ポップカルチャーとしてのファッションという区別が成立しきれていないという事情を説明するものとして、この研究を取り上げた。
- 8.難波功士『族の系譜学 ユース・サブカルチャーズの戦後史』青弓社 2007
- 9.渡辺明日香『ストリートファッションの時代 今、ファッションはストリートから生まれる。』明現社 2005:この研究においては、ファッションを生み出すメディアとしての音楽に注目している。
- 10.押山美知子『少女マンガジェンダー表象論 〈男装の少女〉の造形とアイデンティティ』彩流社 2007:ポップカルチャーの1つである少女マンガ研究の中で、ジェンダー形成とマンガの効果といった観点の中に、具体化されたジェンダーとしてのファッションの分析を認めることができる。ただ、それが正面に論じられていないということで、本文中には「多くない」とした。
- 11.Hebdige, Dick *Subculture: The meaning of style* Methuen & Co Ltd, London 1979
- 12.渡辺潤『アイデンティティの音楽 メディア・若者・ポピュラー文化』世界思想社 2000

13. 大山昌彦「若者サブカルチャーとポピュラー音楽」『ポピュラー音楽へのまなざし 売る・読む・楽しむ』pp.280-303 劉草書房 2003
14. 林香里『マスメディアの周縁、ジャーナリズムの核心』新曜社 2002:ストリート・ファッションが1つの社会現象として認められるためには、メディアによる観察とリアリティが共通の過去として構成されることが必要であるという問題をニクラス・ルーマンのメディア論を指針にしながら指摘している。このようなメディアによる事後的構成の限界についての指摘は[8]や[21]にも認められる。
15. 諸橋泰樹『ジェンダーの語られ方、メディアのつくられ方』現代書館 2002:構築主義的アプローチでメディアの内実を分析する研究は多くあるが、ファッション雑誌メディアとパーソナリティ形成について書かれているという意味でここに取り上げた。
16. 谷川建司・王向華・呉咏梅[編著]『越境するポピュラーカルチャー リコウランからタッキーまで』青弓社 2009
17. 谷川建司・王向華・呉咏梅[編著]『拡散するサブカルチャー 個室化する欲望と癒しの進行形』青弓社 2009:これら[16][17]から、ポピュラーカルチャーとしての対象の広がり様々は様々な領域へ拡大していることがわかる。今後は、本研究も狭義のポップカルチャーから広義のポピュラーカルチャーへと及んでいかなければならない。
18. ジャクリーヌ・ベルント(佐藤和夫/水野邦彦 訳)『マンガの国ニッポン 日本の大衆文化・視覚文化の可能性』花伝社 2007:本研究は、著者が1990年にベルリン・フンボルト大学に博士論文として提出したものを「基礎に、全面的に書き改めたものの翻訳」([18]p.151)である。
19. マイク・モラスキー『戦後日本のジャズ文化 映画・文学・アングラ』青土社 2005:この研究は翻訳ではなく、日本研究者である著者自身によるものである。
20. 米沢嘉博『戦後少女マンガ史』新評社 1980(→ちくま文庫 2007):マンガ史を作家論や作品論において叙述した研究は多い。その中でもこの研究は、マンガ研究の礎を築いたとされるものである。同種の指摘は多いが、本報告ではこの研究を代表的なものとして取り上げた。
21. 宮台真司・石原英樹・大塚明子『増補サブカルチャー神話解体 少女・音楽・マンガ・性の変容と現在』筑摩書房 2007
22. 渡辺明日香・穂川茉莉子「マンガとファッションの相関性 ―少女マンガにみる描かれたファッションの考察―」『共立女子短期大学生活科学紀要』第51号 pp.29-42 2008
23. 西村清和『電脳遊戯の少年少女たち』講談社 1999
24. 大塚英志『おたくの精神史 一九八〇年代論』講談社 2004
25. 石井健一[編]『東アジアの日本大衆文化』蒼蒼社 2001
26. 櫻井孝昌『世界カワイイ革命 なぜ彼女たちは「日本人になりたい」と叫ぶのか』PHP 研究所 2009
27. 成実弘至[編]『コスプレする社会』せりか書房 2009
28. 北川純子『鳴り響く性 日本のポピュラー音楽とジェンダー』劉草書房 1999
29. 小泉恭子『音楽をまとう若者』劉草書房 2007