

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 宏治^{*3+}, 工藤 雅人^{*4+}, 古賀 令子^{*1+}
Norinao Tanaka^{*1+}, Jin Nakamura^{*2+}, Koji Umehara^{*3+}, Masato Kudo^{*4+}, Reiko Koga^{*1+}

*1 文化学園大学服装学部 東京都渋谷区代々木 3-22-1
Faculty of Clothing Science, Bunka Gakuen 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 立教大学文学部、社会学部 非常勤講師
Faculty of Arts, Faculty of Sociology, Rikkyo University

*4 東京大学大学院学際情報学府
The University of Tokyo Interfaculty Initiative

+服飾文化共同研究拠点、文化ファッション研究機構、文化学園大学
Joint Research Center for Fashion and Clothing Culture
Bunka Fashion Research Institute, Bunka Gakuen University

Abstract : It is intended for our joint research to collect the documents indicating the relationship of Japanese fashion and pop culture after World War II. The genre that I collected is divided into six, and, as for the "the postwar times", "theory", "administration" are documents to study the background of the relationship of Japanese fashion and pop culture and, as for the "pop-music" "visual culture" "animation /comics/video-game" are mutual documents to show with the fashion concerned. According to the collection document, firstly, the pop culture has a strong spread power to youth people. Secondly, the pop culture has power to operate the impression of fashion. Thirdly, the pop culture becomes the database of various styles..

要旨:本共同研究では、戦後日本ファッションとポップカルチャーの関係性を示す資料を収集することを目的としている。収集ジャンルは6つに分かれ、「戦後」「理論」「行政」はファッションとポップカルチャーの関係性の背景を研究するための資料となり、「音楽」「映像文化」「アニメ・マンガ」はファッションと相互関係をなすジャンルの資料として構想されている。収集資料から明らかになることは、第1に、閉じたコミュニティの中でのファッションがポップカルチャーを通して親近性を獲得し、多くの若者の眼に触れる機会が

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

高まっている。第2に、メディアにおいて重層的にファッションが取り上げられることにより、印象の操作性が流動的になっている。第3に、ファッションのデータベースがポップカルチャーを通じて形成されることで、それらの参照＝組み合わせ可能性が高まり、ミクスチャースタイルの充実に繋がっている。

配当決定額

平成 21 年度	650,000 円
平成 22 年度	1,300,000 円
平成 23 年度	1,080,000 円
合計	3,030,000 円

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。つまり一般的には、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。

加えて、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、種々の発展を経て、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、現実のスタイルとなっている。

しかし、ポップカルチャーやその一環としての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へ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と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、またはファッション・ビジネス(ないしはマーケティング)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。しかしながら、現在、ますますポップカルチャーに触発されたファッションが登場して来ているという実感もあることは事実である。

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戦後以来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。

結果および考察

【1】「戦後」とポップカルチャー

2009年度より開始された本プロジェクトは、なによりもまず、ファッションとポップカルチャーの関係性をどのような概念および理論でとらえ、その上で何を資料として収集するかということから考えざるを得なかった。現時点において、一般化された用法を獲得しているように見えるポップカルチャーという用語も、さかのぼれば、「大衆文化」「大衆娯楽」「民衆文化」として、近年は英語でそのまま「ポピュラー・カルチャー」といった形で記述されるのが常であったからだ。とはいえ、江戸時代の《町人文化としての歌舞伎とその

衣装))というように、あまりに時代を遡行しすぎても焦点がぼやけてしまう。

したがって、本研究では大衆社会の到来を予感させるのに不可避的な出来事であった第2次世界大戦の敗戦とアメリカ文化の流入という事態を招来した時期である「占領期」(および戦時期)を出発点として考える。その上で、ファッションと「ポップカルチャー」の関係性を定めていく必要性があった。そのため、ファッションおよび「ポップカルチャー」の担い手である「大衆」と「大衆社会」を準備した「戦後」という時期に関する論文および文献、映像資料を収集した。

第1に、占領期における映像資料としての昭和史的資料を収集した。例えば、NHK エンタープライズによる『激動の記録 第1～5部 戦時日本 日本ニュース昭和15～26年』などは、すべて戦時期から占領期にかけての映像である。戦時期までを含んだ理由は、衣服生活においては戦時期と占領期は地続きであることと、映像資料こそが、実際に生きている人の服装を囚らずも映し出していることの2点からだ。もちろん、記録自体は政治史的資料として編集されているにせよ、人が映っている以上は、そこに服が記録されていることもまた事実であるので、資料的価値は充分あると考える。それに加えて、占領期の社会状況を示す文献資料も収集した。できるだけ本学のリソースセンターおよび図書館にないシリーズを購入し、今後の研究に役立てることができた。

以後、1950年代後半から60年代にかけて高度経済成長の時代が訪れる。その際、ファッションを牽引したのは「団塊の世代」以降の若者である。この「団塊の世代」の証言記録として、『団塊の世代が語る僕らの昭和—今だから人生を語ろうよ! 第1～6巻』のシリーズがある。これらは、直接ファッションを語るものではないが、戦後ファッションの改革集団としての若者が同時代性を語っている。そのため、彼ら/彼女らの証言は重要であり、しかも映像付きの資料は貴重であるという理由で収集した。1970以降からは、本格的にファッションと若者の結びつきが強まる時代となる。ただ、まだ記録となるには十分に過去ではない。一方で書籍の出版状況は増加しており、網羅するのは難しい。そのため、できるだけ総合的に70年代以降の社会的諸問題を指摘する文献や雑誌を収集した。

【2】ファッションとポップカルチャーに関する理論的研究

Angela McRobbie はイギリスにおけるポップカルチャーとファッションの関係性についての中心的研究者である。特に、“*The aftermath of feminism gender, culture and social change*”(2009)や“*Feminism and youth culture*”(first edition 1991 second edition 2000)などが代表的で、女性とポップカルチャーおよびファッションとの関係性、そしてそれを媒介するファッション雑誌の重要性に関する研究を多くなしている。その論は、フェミニズムという立脚点からなされるものであるが、ポップカルチャーとファッションとの関係性を考えるうえで、無視しえない視点を含んでいる。なぜなら、衣服は常に性的なものを構築するからだ。したがって、McRobbie の著作で文化学園図書館に収蔵されていないものを収集した。また、McRobbie が指摘する「Code」は言説であり、言説が身体を性的身体とする。この言説的研究および身体統治論の理論的先駆者である Michel Foucault の論文および講義に関する著作も収集した。

第2に、「大衆文化」なるものを批判的な形であれ、高級文化と対比させて論じた先駆的理論研究としてフランクフルト学派の大衆文化批判がある。とりわけ、Theodor W Adorno は音楽においてはジャズの流行組織する文化産業を矛盾的にとらえている。つまり音楽の大衆化は経験そのものを民主化するようにみえながら、定型化した表現を再生産することで、本当の意味での聴取経験が疎外されてしまう状況が生まれていることを指摘している。とはいえ、このあたりから大衆が消費する文化というものが可視化されている。これらの理論は、直接日本の戦後を論じるものではないが、理論的視座を与えてくれるので、アドルノの

研究を収集した。ちなみにアドルノは、ヒトラー政権が誕生したあとに、ロンドンを経てアメリカに亡命する。そこで観たものはジャズ音楽の隆盛と、映画とテレビといった映像文化の勃興の風景であった。アドルノが目にしたアメリカの文化の大衆化は、占領期の日本においても基地を経由して、流入してくるもの一端をなしている。したがって、アドルノの眼と経験が書き込まれたテキストは収集に値する。

第3に、メディア研究において、マスメディアの独特の「ゼマンティック」機能を論じるニクラス・ルーマンのメディア論やそれ翻訳する中で鍛えられた林香里の理論、P.D.Marshall の影響から芸能人の影響を示唆する石田佐恵子の理論など、映像とファッションの関係性を理解する理論を収集した。これらの理論を起点としてファッションとの関係へと入っていくことのできる資料収集ができた。

こうした収集の成果を発展させて、共同研究者である工藤雅人は ANREALAGE の批評を試みた。ここではファッションに「批判」として対峙するのではなく、間断なき対話の循環として現れるファッションデザインの可能性を抽出している。ファッションデザインを社会の否定性としてのポップカルチャーとして解釈し、対話を増幅させる装置として理解したことが成果である。

【3】映像文化とファッション

日本におけるTV放送の開始は1953年である。また、1950年代には映画が大流行し、娯楽と言えば映画という状況が現れた。映画はもちろん、その筋立てを観て楽しむものであるが、既にハリウッドではいわゆる「スター・システム」が確立し、観客は筋とともに俳優・女優を目当てに映画館に赴くという関係性も生まれてきていた。日本でも同様のことは戦前に成立していた。その結果をうけて、1950年代に日本ではオーディリー・ヘプバーン人気から、ヘプバーン・カットのコンテストさえ行われた。これは、映画という総合的文化表象がもたらすファッション創造的効果であるといえる。

映像の中の人物が観客に同化欲求を起こさせることは感覚的に理解できるが、科学的に立証されているわけではない。ただ、自己イメージとは常に不安定なものであり、断片化されてしまいがちである[6]ので、それらの破片を想像的に再構築するための「鏡」としてメディアの中の人物像が作用しているというのは、精神分析学の中で鍛えられた理論である。したがって、映像に関する資料として、「映画」や「TV」は除外できなかった。

本研究では、NHK のドラマアーカイブを収集した。これらの作品は、映画と比しても人々の眼に触れる機会が大であったからである。もちろん、物語内容において時代背景が戦後ではないものもあるが、まとめて集めた方がアーカイブとしての利用性も高まると思い、シリーズとして収集した。また、日本ドリームコンテンツから販売されている『女神の時代—昭和が愛したスタア Vol.1~12』は、スタイルそのものは人物のカリスマ性によって増幅されるという理論があるので「スタア」と呼ばれる人々の記録として収集した。戦後映画における石原裕次郎や赤木圭一郎といった著名な人物のみならず、当時の映画スターないしはTVタレントに関してはきめの細かい映像記録が必要だと感じた。ファッションモデルについても、伊東絹子のみならず香山佳子や磯貝光子、ヘレン・ヒギンズなどの映像があるか探したが見つからなかった。

さらに、映画館という場における証言はないかと探したところ「並木座」に関する資料があり、それらを収集した。ただ、映画という暗い室内が観客のアイデンティティの鏡像的アイデンティティ形成機能にどのような関係をもっているのかということ、収集したものだけでは理解することはできなかった。したがって、この消費される場とファッションと映画世界の関係については、理論も含めてもっと今後の資料収集を課題としていかなければならない。

TVの中で展開する広告については、1970年代から90年代にかけて、記号論的分析が流行ったものの

現在はやや低調であることは否めない。メディア編成の余波を被って広告的機能がかつてのような焦点を結ばなくなっているからだとも考えられるが、さらなる考察が必要だろう。本研究では、資生堂の化粧品CM 広告を映像資料として収集した。そこには60年代から2000年代初頭までの資生堂広告が収められている。面白いのは、90年代以降、商品の説明を省いた頻繁な編集をともなう断片的なイメージ表現が特徴的にみられることではないか。必ずしも、衣服を示しているわけではないが、鏡像作用の重要な核である人物像の時代的変遷がみられ、興味深い資料となっている。

これらの他に雑誌資料として『Cutie』(宝島社)『H』(ロッキングオン)『Spoon.』(プレビジョン)を収集した。本学図書館は、90年代以降の泡沫的カルチャー雑誌まで手が届かない傾向をもつ。例えば、ストリート・ファッションの嚆矢としての『Cutie』は、創刊号はあるものの、草創期の巻号に欠けている。本研究では、それらについても調査していったが残念ながら見つからなかった。もう1つ『H』についてだが、90年代後半にカルチャーとファッションを横断する雑誌として創刊されているが、これも本学図書館では収集がなかった。同様に『Spoon.』も、森ガールというイメージを2000年代後半に作り出した重要な雑誌で、その創刊期をフォローしようと思ったものの、満足のいく結果にはならなかった。これらのカルチャーとファッションをクロスオーバーした雑誌は、独自のファッション・イメージを創造するという機能には弱い、他の映画や音楽などのファッションリソースを読者に紹介する機能を豊富に持っていることは興味深い。

【4】音楽というポップカルチャーとファッションの接近

文化学園図書館はファッションを中心とした雑誌の収集を行っている。そのため、音楽というポップカルチャーからもたらされるファッションの資料としての音楽雑誌が欠けていた。したがって、戦後日本ファッションと音楽にも独特の繋がりがあることを示すための資料を収集した。

「占領期」におけるジャズの流行は、徐々にジャンルの分化をともなっていた。「ジャズ」はモダンジャズからフリージャズへ、技法とパフォーマンスの変容を伴って若者を魅了していき、60年代にジャズ喫茶は若者たちの集う場として影響力を持った。ジャズはまた『平凡パンチ』(平凡出版)の創刊のイメージと連動して、若者たちにアイビースタイルを提供したとされるが、具体的な分析には及んでいない。そのため、まず日本におけるジャズ音楽の流行と変遷を示す文献を収集して、背景的なものから理解することが必要であると考えた。加えて、マンボやロカビリーといった音楽もまた、日本の歌謡曲の成立に強い影響を及ぼした。戦後の歌謡曲の成立と発展、また、それらと深く関係する日劇の様相を示す資料を収集した。

1960年後半以降はロックミュージックが若者たちにとって、1つの憧れとなった。アメリカやイギリスにおけるロックミュージックの展開は、日本においても大抵は遅れて紹介され、消化されたのちにフォロワーを伴いドメスティック化される。この展開は、ロックのみならずヒップホップなどにもみられる。したがって、ロック、フォーク、ヒップホップに関する文献資料を多く収集した。ただ、それらの中にはファッションに関する視点は少なく、現在のロック風ファッション、ヒップホップ風ファッションに関する雑誌との流行の突き合わせがもっと必要である。

80年代後半から90年代にかけて、Wave やHMVなどの大型CDショップが誕生し、海外の音楽を若者が比較的自由にアーカイブ的に消費できるようになった。それらの音楽およびアーティスト情報は、雑誌によって伝えられた。とりわけ視覚的情報を効果的に伝えた雑誌として『Snoozer』(リトルモア)を収集した。また、『Rockin' on』と『Rockin' on Japan』を海外アーティスト情報と日本のアーティスト表象の代表的雑誌として収集した。そして、それらの分析から、音楽というポップカルチャーとファッションの関係性の仮説を構築した。

音楽はそもそも、音の進行と重なりやリズムを楽しむ聴覚的文化であり、視覚的刺激と触覚的刺激を楽しむファッションとは、特に交差することもなかった。しかしながら、なぜ音楽とファッションという関係性が観察されてきたのだろうか。根本を考えると、音楽に影響を受けたファッションという言い方は不正確である。音楽を演奏しているプレイヤーに影響を受けたファッションということが正しい。プレイヤーのもたらず視覚情報が、聴覚的に聴取される音楽によって情動が刺激され、同一化の契機となっているのではないか。

では、音楽プレイヤーがどのようにしてファッション・リーダーとなったのか、という問題に対しては、ビートルズやウッドストックなどに出演したロックミュージックの演奏者に起源があり、80年代におけるビデオクリップ専門のTV番組であるMTVの発生がその影響関係を加速させた。一方、日本ではどうか。本共同研究では、この音楽とファッションの交差現象を歴史的にたどるのではなく、『Rockin' on Japan』という雑誌の近年におけるアーティスト表象を分析することを通じて、アーティストのモデル化が誌面上で必然的に進行していることを明らかにした。

すなわち、音楽情報を雑誌媒体に掲載する場合、音響情報ではなく視覚情報が優位になり、アーティストの言葉やライブ情報だけでない立体的な編集を行おうとすればするほど、アーティストの写真が必要とされ、そのファッション性も希求されるという関係にあることが明らかとなった。当然ではあるといえはいえが、TVやDVDなどの複合メディアに比べて、本来の情報メディアである雑誌の場合、文字のみならず写真を掲載せねばならず、それが必然的にファッションを含みこんだ情報として読みうるのである。

結論としては、ここで収集された資料をさらに越えて、各ジャンルの享受層の内側まで踏み込んだ資料収集を今後は課題として展開してゆかなければならない。というのも、音楽ジャンル自体が細分化され、それぞれの島宇宙の中でファッションジャンルと同様に閉じたコミュニティを形成していると考えられるからだ。もちろん、外部からもそれらの存在は観察可能であるが、どうしても公式的・典型的な分析にとどまってしまう傾向がある。音楽雑誌やファッション雑誌は、それらの音楽からくるファッションの典型例を社会の中にストックする装置であるといえるが、ファッションが音楽から生じてくる現場をおさえなければ、真にそれらの関係をつかんだことにはならないだろう。ただ、それらの足がかりをつくる資料収集はできた。

【5】マンガ・アニメ・ゲームとファッション

フランスで行われているJapan Expoはアニメ・マンガを中心とする「クールジャパン」現象の祭典である。そこでは、ファッション現象としてコスチューム・プレイ(Costume Play 以後コスプレ)が行われていると同時に、日本のファッションがポップカルチャーの一つとしても数え上げられている。翻って日本では、ファッション消費は原宿や渋谷といった地域を中心として行われる一方で、コスプレという変身遊戯の文化はコミケ(国際展示場、池袋 etc.)といった地域で行われているように、両者は連続性のない現象といえる。しかしながら、フランスを中心とした海外において、ファッションとアニメやマンガなどが並列して消費されることで、そのこと自体がファッションとコスプレの立ち位置を変え、相互影響を与える可能性は否定できない。

そのため本共同研究では、まずマンガやアニメ、そしてゲームといった文化ジャンルについての文献を収集した。マンガはカリカチュアとしての風刺機能をもったジャンルとしては伝統があるが、いわゆるストーリーマンガは戦後に主に発展した。したがって、そのジャンルに関する歴史的発展の文献を収集した。また、アニメはディズニー映画の影響もあり、戦争の際の戦意高揚アニメを契機に、技術的に洗練した。その後、TVの普及とともに子ども向けのアニメが生産された。70年代後半から80年代になると、大人向け

の作品もあられ、徐々にアニメの認知が高まった。それらの発展と90年代におけるアニメ作品の深化も伴って、またインターネットを通じた視聴の可能性が海外において高まると、むしろ、海の向こう側からの日本アニメへの注目という状況が現れる。こうした経緯に関する文献収集を行った。

また、95年ごろからゲーム雑誌でストリートファイターなどの格闘ゲームのコスプレをする人々の記事が増えた。そのため、コスプレの種類やファッションへの発展可能性があるかないかを調べ、現在流通しているコスプレに関する雑誌を収集した。その結果、95年以降に刊行された『コスプレ天国』(1995 音羽出版)をはじめとして、ファッション誌の出版元ながらコスプレをそこに絡めようとした『Cutie』のコスプレ特集号など、多くの雑誌が刊行された事跡を明らかにしたが、残念ながらそれらは継続刊行が宣言されていたにも関わらず、刊行できなかったようだ。

しかし、2003年より、それらの状況は変わって『電撃 Layers』『Cosmode』といった定期刊行を続ける力をもったコスプレ雑誌が現れた。ここでは、読者を作り手の女性に定め、以前にありがちだったグラビアとコスプレアイドルの紹介をやめ、コスプレ制作技術や新作キャラクターの紹介にしぼって、出来るだけ性風俗的含意を取り除こうと努力した。さらには、ファッション雑誌のフォーマットを流用し、できるだけキャラクターの衣装を美しく見せるような箱庭的美の表現をめざした。すなわち、コスプレ雑誌は表現においてファッション雑誌化したのだといえる。

これらの分析は、田中によって2011年東京大学で行われた社会・システム学会にて、「コスプレ雑誌の中のファッション・システム」として研究発表をし、現在論文を執筆中である。

コスプレ本は今や、単に上手なコスプレイヤーを撮りためたスタイルブック的あり方よりも、より洗練されたコスプレを紹介する雑誌に変化してきている。このことは、コスプレのファッション化といえるのではないだろうか。これに対して、『Men's nonno』の2010-8月号がマンガのキャラクターを表紙に起用したり、『Common Sense』2010-6がマンガのキャラクター的イメージでのモデルを起用したり、という試みも増えている。特に後者のモデルとして起用された人物は、コスプレの中心的素材となる新世紀エヴァンゲリオンが登場キャラクターを模している。このことから、ファッションとポップカルチャーの交差現象が生じていることがわかる。

【6】ポップカルチャーの海外での捉えられ方

近年、諸外国の日本のポップカルチャー・ファッションを学術研究の対象とするケースが増えている。大学における展示では、ニューヨーク州立ファッション工科大学(FIT)附属美術館において JAPAN FASHION NOW と題した展示が行われ、川久保玲氏を初めとした日本のデザイナーの作品と並び、ゴシック・ロリータや制服などさまざまなポップカルチャー・ファッションが展示された。学術集会としてはドレクセル大学(米国ペンシルバニア州フィラデルフィア)で開催された国際学会「Fashion in Fiction」、テキサス州サン・アントニオで開催された Popular Culture Association / American Culture Association (PCA/ACA) National Conference、台湾で開催された East Asian Popular Culture Association (EAPCA)2011 Inaugural Conference 等の国際会議において日本のポップカルチャー・ファッションに関する研究発表が複数行われており、関心を集めた。

また、フィールド調査としてタイにおいて調査を行った。タイでは従前から日本のポップカルチャーへの関心が高く、近年では2009年に在タイ日本大使館・国際交流基金及び現地ファッション誌「Cawaii!」との共催による「Kawaii Festa - meet the Kawaii Ambassador -」や、コミック等のイベント「COMIC PARTY」など、多くの日本文化に関するイベントが開催されている。日本政府も外務省ポップカルチャー発信使(通

称:カワイイ大使)の派遣などの協力措置を講じている、日本文化に関する先進事例地域である。また、タイ政府も観光庁による「タイ王国コスプレ観光大使」の任命や日本への派遣などの事業を行っている。本研究はこれらの多くのイベント並びに「タイ王国コスプレ観光大使」に関し、主導的に関与しているイベントオーガナイザーへのインタビューを行うことで、実態を明らかにすることを目的とした。インタビューにおいて、タイにおいて日本のポップカルチャー全般が親しみ深い存在であり、これらを扱う店舗は若者文化の中心地にあり混在していること、また前述の「タイ王国コスプレ観光大使」はタイが安全で日本人にとって親しみ深い地域であることをアピールし、若年層の旅行者を呼び込むことであることが述べられた。また、タイ国内での視察の結果、日本で発行されているファッション誌のタイ語版が書店のファッション関連の書架に多く並んでおり、大型商業ビル等でも日本のファッション誌のコピー等をディスプレイに使用している事例は多く見受けられたが、日本で販売されているファッション関連商品はほとんど販売されていなかった。インタビューでは主に価格面の影響が大きいということが述べられた。上記のインタビューから、タイでは若者を中心にファッションも含めた日本のポップカルチャーが人気であることだけではなく、自国で新たな日本初ポップカルチャーに関わるプロジェクトを行うことで、日本人にとってタイが観光に適した地域であることをアピールしていることが明らかとなった。

この事例からも、海外における日本文化の受容においては既になんらかの形で国境を超えて海外に進出している文化であるポップカルチャーのコンテンツ、とりわけアニメやコミック、ゲーム等の影響が非常に強い。また、これらの作品に登場するファッションが、日本独自の文化としてのファッションとして受容される。例えば学校における制服の指定は日本においては一般的な文化として根付いているが、海外においては必ずしも一般的ではない。また制服が存在していても、「着崩す」という概念が極めて弱く、写真のように制服を正しく着るための説明や規則に違反した際の懲罰的措置が明記された看板が構内に設置されているケースもある。また日本と同じスタイルではない。台湾は例外的に日本に近いスタイルであるが、同様に「着崩す」という文化はフィールドワークでは発見できなかった。これらの制服の多くは当該国に普及しているファッションではないため日本独自のファッションとして受容されている。そして、それらのファッションを目にするチャンスは日本のアニメーション作品であったり、コミック・ゲームであったり、輸出や現地語に翻訳されたファッション誌、インターネットのホームページなどである。

しかし、海外においてこのような形で受容された「日本発」のファッションをすることは非常に難しい。それは第一に入手が難しく、第二にその服装をすることは日本と比較しても一般的ではないことが挙げられる。その結果、日本文化、とりわけ前述のようなポップカルチャーに関するイベント等でこれら「日本発」ファッションをするという文化が産まれる。日本においてこれは仮装であったり、コスチューム・プレイ(コスプレ)と呼ばれる。

このようなコスプレの文化は、海外のみならず国内にも存在する。これらの活動の多くは専門のイベント



図 1 タイにおける制服の事例

等で実施されている。これらを調査し、今後同様の研究が行われた際に海外との比較研究に資するため、本共同研究では国内において、質問紙法による調査を実施した。結果については現在集計をしており、今後学術雑誌等で公表を予定している。

【7】結論

ファッションとポップカルチャーの相関関係は、近年になるとしばしば相互依存的になっている。商品を広告が広報し、それを消費者が認知して購買へと動機づけられるという単線的なモデルが、徐々にファッションが広告のみならず映画や音楽といったメディアで紹介されると共に、それら映画が公開、演奏されるとともに、そこでもファッションのとしての認知が行われるという2重3重のファッション認知の効果が生じている。また、それら複合的なファッション表象の網は、視聴者を絡めとるだけではない力をもつ。第1に、伝播力である。単に商品の認知のみならず、一部の閉じたコミュニティの中行われている独特のファッションを想起させるようなスタイルの紹介が行われていたりして、一般的な消費者の中に独創的なスタイルを伝播させる力として働いている。第2に、印象変革力である。メディアの中でのアニメキャラクターの位置とファッションは、単に「オタク的」という意味から、徐々に海外に認められた凄いものという印象へと変わりつつある。これらは自然発生的な変革ではなく、メディアの中でのポップカルチャーとファッションの関係性の布置が変化したから起ったものである。どちらかがどちらかを操作するという関係ではなく、外力(海外の評価)を無視できずにメディアが意味付けを変化させることで、印象が変化したのではないか。第3に、重層的なファッション表象が、消費者にもたらされることで、様々なミクスチャーが可能なデータベースが形成されているのではないか。つまり、今まではファッション雑誌という形でストックされていた様々なファッション・イメージが、ポップカルチャーを媒介することによって、より空想的にミクスチャー可能な状況になってきているのではないだろうか。

ファッションの側も、伝播形成させる力としてポップカルチャーというメディア性を認知しており、それらが重層的なファッション文化形成のコングロマリットを組織してゆくことは、想像に難くない。本研究はそれらの分析の出発に寄与する資料収集が行えたと考える。

【8】文献リスト(抜粋:完全版は独立した報告書で行う予定である)

映像

1. NHK エンタープライズ 2008 『激動の記録第1部戦時日本——日本ニュース昭和15～20年』
2. — 2008 『激動の記録第2部終戦前後——日本ニュース昭和18～20年』
3. — 2008 『激動の記録第3部占領時代——日本ニュース昭和21～23年』
4. — 2008 『激動の記録第4部復興途上——日本ニュース昭和23～25年』
5. — 2008 『激動の記録第5部講和前夜——日本ニュース昭和25～26年』
6. 国防映像資料会監修 2007 『昭和二十年VOL——第1巻』日本写真新聞社.
7. — 2007 『昭和二十年VOL——第2巻』日本写真新聞社.
8. — 2007 『昭和二十年VOL——第3巻』日本写真新聞社.
9. — 2007 『昭和二十年VOL——第4巻』日本写真新聞社.
10. — 2007 『昭和二十年VOL——第5巻』日本写真新聞社.
11. — 2007 『昭和二十年VOL——第6巻』日本写真新聞社.
12. — 2007 『昭和二十年VOL——第7巻』日本写真新聞社.

13. NHK エンタープライズ 2006 『映像の戦後 60 年——あなたと作る時代の記録 1945～1960 焼け野原ゼロからの再生』
14. — 2006 『映像の戦後 60 年 あなたと作る時代の記録 1960～1975 疾走する日本・光と影』
15. — 2006 『映像の戦後 60 年 あなたと作る時代の記録 1975～1990 経済大国ニッポン繁栄の果てに』
16. — 2006 『映像の戦後 60 年——あなたと作る時代の記録 1990～2005 混迷の時代人々は生きる』
17. 早田雄二,2008,『女神の時代——昭和が愛したスタア VOL1～12』日本ドリームコンテンツ.
ムコンテンツ.
18. 資生堂,2009,『資生堂の CMVOL——vol.11961-1979』エイベックス・マーケティング.
19. 資生堂,2009,『資生堂の CMVOL——vol.21978-1999』エイベックス・マーケティング.

雑誌

20. 『InterCommunication』NTT 出版.(3～65 巻)
21. 『H』ロッキング・オン.(1～33, 35, 36, 38, 39, 41, 43, 46, 48, 49, 53, 54, 56 巻)
22. 『CUTiE』宝島社.(47, 66, 80 巻)
23. 『Spoon.』プレビジョン.(17 巻)
24. 『Rockin'onJapan』ロッキング・オン. (1～368 巻)
25. 『QuickJapan』太田出版. (1～18, 20～32, 34～37, 39, 40, 42～63, 65～71,73,76,78,80～93 巻)
26. 『Snoozer』リトル・モア(1～10, 12～22, 24～29, 31～80 巻)
27. 『コス BONFantasy——cosplayer'sbook』音羽出版.(2～5 巻)
28. 『コス BON——Cosplayer'sbook』音羽出版.(1 巻)
29. 『電撃レイヤーズ』アスキー・メディアワークス.(1～32 巻)
30. 『Cosmode』英知出版.(4～40 巻)

文献

31. テオドール・W.アドルノ 2002 『アドルノ音楽・メディア論集』平凡社.
32. ニクラス・ルーマン,2005,『マスメディアのリアリティ』木鐸社.
33. RosalindGill, 2007, *Gender and the Media*, Cambridge: Polity.
34. McRobbie, Angela, 2000, *Feminism and youth culture*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
35. McRobbie, Angela , 2005, *Postmodernism and popular culture*, Abingdon: Routledge.
36. McRobbie, Angela, 2005, *The uses of culturalstudies: a textbook*, London: SAGE Publications.
37. McRobbie, Angela, 2009, *The after math of feminism: gender, culture and social lchange*, LosAngeles: Sage.
38. Mizejewski, Linda, 1999, *Ziegfeldgirl: image and icon in culture and cinema*, Durham, N.C: Duke University Press.
39. Bruzzi, Stella, 1997, *Undressing cinema: clothing and identity in the movies*, London: Routledge.
40. Smith, Matthew J and Randy Duncaneds, 2012, *Critical approaches to comics: theories and methods*, New York: Routledge.
41. Brian Ashcraftwith Shoko Ueda,2010, *Japanese schoolgirl lconfidential: how teenage girls made a nation cool*, Tokyo: Kodansha International.