

日本のファッション誌：発祥と変遷

黎明期——女性誌からの分化（明治時代）

わが国最初の雑誌は、1867（慶応3）年刊行の「西洋雑誌」といわれている。

雑誌はその名のとおり、雑多な記事を一冊にまとめ、同一タイトルのものに逐次的に刊行される出版物であるが、同様な出版形態をもつものに新聞がある。新聞、雑誌は幕末から明治初期にかけてほぼ同時に発生し、当初両者の区別は判然としないものが多かった。

1870（明治3）年、時事ニュースなどの報道を中心とする洋紙一枚刷りの、わが国初の日刊紙「横濱毎日新聞」が刊行されて新聞としての道を歩み出す。一方、雑誌は社会・生活・趣味など新聞より幅広い文化的な情報を提供する媒体となり、新聞と分離し、数10ページからなる冊子体の形態をとるようになった。

1874（明治7）年に創刊された「明六雑誌」「民間雑誌」は、特定主題に偏らず、経済・社会・文芸・評論などを幅広く扱った総合誌であった。初期の雑誌には、このほか、明治という新しい時代の転換期に、急速に入ってくる諸外国からの産業・工業化へ対応する目的から学術的な雑誌や専門誌が多く刊行された。

近代化が進むにつれて、国民は進んで様々な情報を求め、明治政府もまた、その要求に応えるために、知識・情報などを報道する啓蒙的な役割を新聞や雑誌等に委ねた。雑誌の刊行は活発になり、経済・経営誌、少年誌・男性誌系、少女誌・女性誌系などと内容を特定した専門誌に細分化していく。

女性誌の元祖「女学新誌」は1884（明治17）年に創刊されるが、これは20ページにも満たない小冊子であった。翌1885年には、本格的な女性誌ともいうべき、文芸ものや啓蒙的な記事などを載せた総合的な「女學雑誌」と、女性の役割を妻・母・主婦の三つにとらえ、家庭生活を重視し、教育的色合いをもつ「貴女之友」が刊行された。

1899（明治32）年に高等女学校令が公布され、女子教育の遅れを取り戻すために、実践女学校、女子工芸学校が創立、翌年には女子英学塾、女子美術学校が開校される。こうした女子教育の発展は女性読者層を大幅に拡大し、女性誌は相次ぎ発刊されるようになる。この好機を逃さず、わが国出版界を牽引していた大手出版社博文館が、1901（明治34）年に良妻賢母を軸とする女性総合誌「女學世界」を発刊する。「女學世界」

のあと、女性誌の刊行は活発になり多数の雑誌が発刊されるが、それらの雑誌は内容により、およそ三つの系統に分けられる。雑誌は創刊から終刊まで、刊行期間が長くなればなるほど、時代の移り変りとともに編集方針の変化が誌面に反映され、内容で分類、区分けするのは難しいが、創刊当初を対象に見ると、①良妻賢母型の女性を対象に婦人改良、実用記事を主とする「婦人世界」（1906年創刊）を代表とするグループ。②インテリ層や自立をめざす女性をターゲットに、評論誌的な性格をもつ「婦人之友」（1908年創刊）のグループ、のちの「青鞥」などに継承する。③「婦人世界」や「婦人之友」とは少し趣を異にし、他誌にはあまり見られない欧米の女性の生活やモードなどの写真や絵図を多く載せた「婦人畫報」（1905年創刊）のグループ。この三つめの「婦人畫報」が、わが国ファッション誌の嚆矢といえよう。今日の私たちが「婦人畫報」をファッション誌の元祖と呼ぶには多少違和感もあるが、歴史を振り返るところに到達するようだ。ファッション誌とは何か、とあえて問われるならば、ファッション誌は女性誌から分化して生まれ、服飾を主たるテーマに人間が本来もおしゃれを提案する雑誌と定義づけよう。

「婦人畫報」は、これまでの女性誌と同様に、啓蒙的な良妻賢母の精神を踏襲してはいるが、発刊の辞に「女界の活動・教育・好尚・流行等の事実を畫報し得て、更に善美なる傾向を助長」とあるように、本文60ページの半分に近いページをグラビアに当て、盛況となった婦人の活動とおしゃれな欧米のモードを写真で紹介して女性の美しさを表現し、良質な高級感を感じさせる。このような、これまでに見られない新鮮な感覚の女性誌が誕生した背景を眺めると、それは突然発生したのではなく、生まれるべくして生まれた必然性を感じる。それは、前述のように女子の高等教育が図られ、女性の社会的地位が向上するとともに読者人口が増加しており、とりわけ教育を受けた中流以上の女性たちは、与えられる知識・技能だけではなく、自分たちが欲する情報を求めていたからだ。

まず、挙げたいのは、ファッション誌の先行誌ともいうべき「都の華」（1897年創刊）の存在である。「都の華」は「都新聞」の付録として創刊され、衣服、装飾、技芸、演芸、飲食、楽事など趣味の雑誌とでもいうべき内容であった。「都の華」は、〈美本〉を出すと都新聞社が予告しているように、当時の最高の印刷技術を用いて、売れっ子画家の富岡永洗、寺崎広業らを登用して美人画の女性を表紙に採用した。これまでの雑誌の表紙は、鳥や花など自然界の図柄を多く用いていたのに対し、美人画の表紙は、文化的な香りと生活のゆとりを感じさせる。創刊号の表紙は、富岡永洗の木版色刷りで、美貌の令姉妹をモデルに最新流行の振袖友禪



「都の華」
創刊号（1897年6月）表紙



「婦人畫報」
創刊号（1905年7月）表紙

模様の衣装を着飾り、帯、帯揚げ、櫛、簪にいたるまで当時流行の粋を集めて、「豊麗豪華、まことに無類飛切と賞賛された^{注1)}」。「都の華」は日露戦争を控え1903年で終刊するが、内容は新衣装の好み、流行の髪型、履物など服装やおしゃれへの思い入れが感じられ、ファッション誌台頭を予感させる。

雑誌界にも新しい動きが見られた。いくつか挙げよう。まず一つは、「婦人畫報」の「畫報」という誌名であるが、当時、はやりの誌名で、「世事畫報」「戦時畫報」「演藝畫報」と「畫報」と題した雑誌が多く刊行されていた。最初に名乗るのは「風俗畫報」（1889年創刊、東陽堂）である。この雑誌は衣食住の生活全般、世相などの版画を用いて解説した風俗一般誌に属するが、流行の衣装文様や髪型など、グラフ雑誌の先駆けとなっている。また、出版・印刷業界の発展も目覚ましく、写真術の普及により写真を応用した各種製版が可能となり、1888年には、コロタイプ製版印刷によるわが国初の色刷り図版が「寫真新報」に掲載された。

もう一つ、それは〈広告媒体〉としての雑誌の存在である。広告掲載は雑誌がその寿命やステイタスを維持していくのと密接な関係をもつ。どんな広告をどのように掲載するかは、雑誌の存亡と深くかわかり、広告収入は雑誌存続に欠かせない収入源となるからである。このころの雑誌を眺めていると、明治の時代から、すでに作り手である出版者たちは自社の雑誌に載せる広告を意識していたようだ。「風俗畫報」「婦人畫報」と、ファッション誌萌芽期の雑誌を見ていると、これらの雑誌に広告を出している化粧品会社資生堂が浮かび上がってくる。

資生堂は東京銀座に店を構え、1872（明治5）年に、わが国初の民間調剤薬局として創業する。1897年に初めての化粧品を製造・発売、「東京朝日新聞」などに広告を出す。本格的な広告は「風俗畫報」に出している。「風俗畫報」は、インテリ層に人気があり、読者層が資生堂の顧客と一致して双方効果をあげた。その後化粧品を広く手がけた資生堂は、1905年に「婦人畫報」が創刊されると、高級感のあるこの雑誌に1919年ぐらいいまで集中的に広告を掲載している^{注2)}。このように広告媒体としての雑誌と本来の読者層とがうまくかみ合い、「婦人畫報」は安定した読者層を得ていた。資生堂もまた、おしゃれとアートを追求する代表的な企業に発展する。

少し長い説明になったが、このように成熟しつつある土壤に「婦人畫報」は誕生したのである。それから今日まで、タイトル変遷を重ねながらも、2005年の今年で創刊100周年を迎え、わが国長寿雑誌ベスト4にランクする雑誌となっている。



「婦人畫報」
1218号（2005年1月）表紙

日本のファッション誌の起源を1905年の「婦人畫報」に求めると、今日までファッション誌は100年の歴史をもつことになる。本稿では、この100年にわたる歴史を〈衣文化〉と対照しながら服飾誌・ファッション誌の歴史を展望する。

わが国の衣生活は、きもの（和服）から洋服に変わる1945（昭和20）年までの昭和戦前期と、戦後から今日まで、大きく二分されるが、戦後は、年代ごとにファッション誌を追ってみる。

明治末期から昭和戦前期

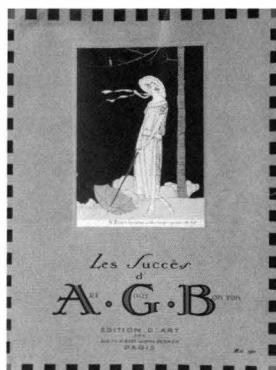
和装に代えて、いち早く洋服を採用したのは、官吏、軍人の制服と郵便配達員や理髪店など新しい職人の衣服であった。

衣類を扱う三井呉服店は、1673（延宝元）年に越後屋という屋号で創業する。1888年に洋服部門を設けて洋服の製作販売を開始、1904年には三越呉服店と改称、百貨店を開業する。これを契機に呉服商や新進の衣料店が洋服を扱うようになる。

「みつこしタイムス」（1908年発刊）や「三越」、「新流行」（新流行社1905年）はカタログ宣伝誌であるが、当時のファッションを調べる貴重な資料となっている。ショールやバッグ、小物などの流行品、紳士物では、ネクタイやトンビなどに価格を入れて、おしやれを好む上流階級の紳士淑女に案内している。

大正期は明治と昭和にはさまれた短い時代であるが、特徴ある文化を生んだ。とくに末期から昭和初期においては、第一次世界大戦後の好景気により都市生活者が増えて、モガ・モボが生まれ、モダンな生活とともに「モダニズム」が浸透した。この期を代表する雑誌に「女性」と「婦人グラフ」がある。

「女性」（1922－1928年）は、美しい本を世に出したプラトン社から創刊された文芸誌で、プラトン社は、洗顔剤「クラブ洗粉」を発売した「中山太陽堂」の社長、中山太一により設立された。小山内薫の戯曲、野口雨情、泉鏡花、室生犀星らの当時きらめく作家たちが小説・詩歌・評論などを発表し、文学上も高い評価を得ているが、その特色は何といっても、表紙や扉にファッションプレートに描かれた西欧のモダンな女性を載せたことにある。プラトン社専属の図案家である山六郎、橘文二、山名文夫は、フランス、アール・デコ期最高のファッション誌「ガゼット・デュ・ボン・トン（Gazette du bon ton）」のファッションプレートをそのまま模写するか、あるいは日本風にアレンジして、読者に西欧のファッションを紹介した。そして大衆に西洋のファッション・モードを伝える役目を担った。「大衆の支持を得たのは、当時それほど欧米への憧



「アール・グー・ボーテ (Art・goût・beauté)」 1921年5月号表紙



「婦人グラフ」
1巻6号 (1924年10月) 表紙

憬もしくは興味が強かった現れである。それは以前になじみのなかった新しい文化であり、なおかつ、それまでの一部の特権階級のみが享受できた限られた文化ではなく、市民階級あるいは労働階級といった一般大衆が享受できるわれわれの文化であった注3)。プラトン社のそうした斬新な試みは、欧米文化と日本の大衆文化をつなぐ掛け橋的な役割を果たした。

「婦人グラフ」(1924—1928年)は、4年という短い期間で閉じた婦人誌であるが、前述の「女性」と同様にアール・デコ

期のファッション誌の「アール・グー・ボーテ (Art・goût・beauté)」を模している。現物を比較するとわかるが、判型、表紙の装丁、縁取りのデザインがそっくりである。表紙・挿絵には竹久夢二の木版色刷りの版画を貼り込み、連載の「婦人繪曆十二ヶ月」には、月々の季節にふさわしい夢二独特の愛いと甘美を含んだ女性が描かれ、印象深い。

このころから生活の合理化が提唱され、洋服着用が推進された。女性 が家庭以外の場所に職業を求めて社会に進出する。カフェの女給、タイピスト、婦人車掌など様々な職業婦人が誌面に登場、職業婦人の洋装は新時代の到来を予感する。

「婦人グラフ」はのちの「ソレイユ」や「ひまわり」などがファッションのジャンルを広める先駆的な役割を果たした。

昭和期に入り、衣服は和装から洋装化が進む。

1932 (昭和7) 年、紳士服の「洋装」、1934 (昭和9) 年には文化裁縫女学校 (文化服装学院の前称) から「服装文化」がわが国初の服飾誌として創刊される。さらに1936 (昭和11) 年に「装苑」を発行し、服飾専門誌として洋裁関係者から歓迎される。

ミシンの国内生産などにより、洋裁が定着する気運も高まるが、まもなく戦時色が強くなり、ファッションという人間的な自由な感性からはほど遠い国民服、標準服の時代を迎えた。

1945年から1959年——洋裁・スタイルブック時代

戦後の廃墟と閉ざされた国民生活に光明を与えてくれたものにファッションがある。当時はまだ「ファッション」というにはほど遠く、服を自分で作る洋裁であったが、モノを創造する喜びと、人間本来がもつ美への憧れを芽生えさせた。



「装苑」
創刊号 (1936年4月) 表紙

モンペからスカートに代わり、若い女性の間に少しずつおしゃれへの願望が生まれてくる。戦争直後の物資不足から洋裁は更生服の仕立てが多く、家庭における手仕事や内職などの洋裁熱が高まり、全国に洋裁学校が開校するようになる。洋裁ブームが起り、洋裁雑誌、スタイルブックが次々と刊行された。

1946(昭和21)年7月、「装苑」が復刊創刊号として刊行される。「装苑」は戦前の洋裁界を牽引し、戦後のファッション界の歴史とともに今日まで続いている代表的なわが国のファッション誌である。復刊創刊号の内容は「新生日本の服装を語る」という特集を組み、徳川義親、成田順、山脇敏子など当時の服装界のオピニオンリーダーたちが新時代における服装の思いを述べている。「技術欄」では「きもの一枚から二枚の更生服」「ワイシャツの更生試作」など更生服の作り方を特集している。

「装苑」のほかに、この年には「スタイル」「婦人畫報スタイルブック」「新服装：Style book」、流行・生活・趣味の総合誌「Bon goût」などが発刊されるが、どれも短命であった。雑誌は紙の不足から仙花紙と呼ばれる粗悪な紙が用いられ、印刷技術も十分でなく表紙の写真も見劣りがする。だが、内容の密度は濃く「子供服からおよばれに来て行くドレスまで」と題して、洋服の情報が50ページにも満たない少ない誌面に満載されている。

1949年に洋裁雑誌「ドレスメーカーキング」が創刊される。アメリカとパリでデザイン、洋裁技術を学んだ杉野芳子が中心の雑誌。サングラスにセパレーツの水着を着た、当時としてはかなり大胆な女性が創刊号の表紙を飾っている。創刊号では「洋裁こそ日常不可欠な技術」「雑誌はこぞって洋裁記事を扱うが、その洋裁記事の優劣が雑誌の売れ行きを左右する」など洋裁の必要性を述べている。洋裁雑誌は、型紙を用いて服を作る家庭洋裁を普及させた。

海外では、1947年にC. ディオールが登場してパリ・オートクチュールのモードが世界をにぎわしていたが、日本はまだ製図や型紙の洋裁で衣服を作るのが一般的であった。「モード・エ・モード」は、そんなわが国にいち早く海外モードを取り入れてパリ・コレクション特集号を出し、洋裁雑誌からの脱皮を図っている。

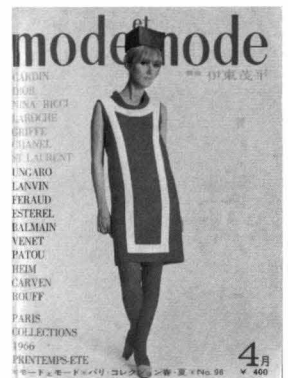
1946年に刊行された中原淳一の「それいゆ」は正方形に近い小冊子で、表紙絵・装丁も既往の雑誌には見られない西洋の香りが漂う。“ソレイユ(Soleil)”は“ひまわり”のこと、その花ことばのように強く美しく、夢と憧れをこめたスタイルブックに構成され、女性の暮しを新しく創造する術としてファッションを挙げている。のちに「ジュニアそれいゆ」に変わり、ジュニアファッション誌の性格を強めていく。



「新服装：Style book」
創刊号(1946年5月)表紙



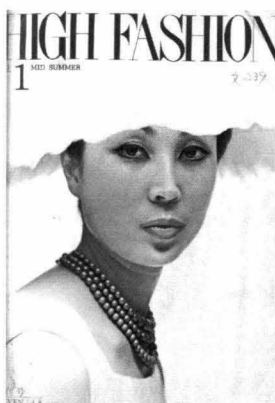
「ドレスメーカーキング」
創刊号(1949年4/5月)表紙



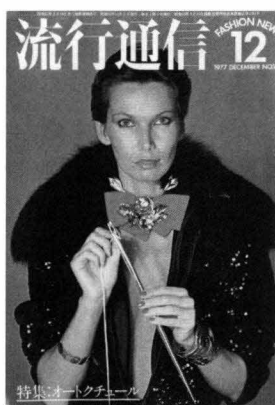
「モード・エ・モード」
96号(1966年4月)表紙



「婦人画報増刊 男の服飾讀本」
創刊号（1954年6月）表紙



「ハイファッション」
創刊号（1960年mid summer）表紙



「流行通信」
166号（1977年12月）表紙

同じく、「ひまわり」は、少女の揺れ動く心情をうまくとらえた文芸・美術・音楽・手芸の総合誌。口絵に田中千代案、中原淳一絵の「ひまわり・みだしなみせくしょん」のコーナーを連載する。かわいい上品な女学生らしさを失わない服飾を紹介している。

紳士服の雑誌では、1932（昭和7）年という早い時期に「洋装」が刊行されていた。戦後では1950年にスタイル社から臨時増刊号で「男子専科」が刊行される。女性の洋裁雑誌と同様におしゃれに力を入れ、「金のかからないお洒落の工夫」という座談会などの特集を組んでいる。「男子専科から脱け出したような男」という言葉が当時の流行語となっていた。「メンズクラブ」の創刊号（第1集）は「婦人画報増刊 男の服飾讀本」として発刊されている。第6集からサブタイトルに「Men's club」がつくようになり、誌名が「Men's club」になるのは34集からである。発刊初期の号は、新しい感覚のデザインとアイディアを掲載した服装案内書で、アメリカンカレッジスタイルを提唱。巻末の「男の服飾用語事典」は、1991年発行の単行本『男の服飾事典』の原形となっている。

1960年代——ファッション専門誌の誕生

1960年代前半のファッション誌は、総じて活字中心の実用記事が多いが、後半になると、テレビの普及などと共に誌面がビジュアルになり、ファッション誌の形態を整えていく。日本経済は成長時代に入り、生活の豊かさにつれてファッションもしだいに高級化志向となる。「ハイファッション」はそんな高級化志向の人と専門家のために創刊された。「装苑」が17歳から40歳を対象に50万人という読者をもち、服飾のポピュラー誌として庶民に定着したのに対し、もう少し高度なファッションを求める人のために、オートクチュール、プレタポルテなど世界のファッションと流行を解説した高級モード誌として専門家に支持された。

1966年に森英恵により発刊された「流行通信」は、これからはやるであらうデザイナーの作品を多く載せ、〈情報誌〉の形態を整えた最初のファッション誌で、ファッション誌上、特筆すべき事項であると思う。

往年の婦人誌とは一味違う新しいタイプの婦人誌「ミセス」や「マダム」が創刊されるのもこの時代である。

日本のファッションが海外に進出する基盤をつくった「装苑」アジア版の発刊も見落とせない。

生活が安定し所得が上昇すると、おしゃれへの関心もいっそう高まり衣服の需要が伸びた。帝人、東レなどの繊維メーカーが流行づくりに加わり、繊維産業と服飾業界が勢力を得て、アパレル産業、ファッションビジネスの時代が到来する。

業界誌の「チャネラー」「販売革新」などが創刊される。

1970年代——ファッション誌確立の時代

1970年代は多くの洋裁誌・服飾誌がファッション誌へと変身した。

自分の服を作ることを目的としていたこれまでの服飾誌やスタイルブックは、製図や縫い方を主要な記事としていたのが、70年代になると、既製服の選び方やチャーミングに見せる着こなし方、自分を演出する方法などの記事を多く取り上げるようになる。衣服の作り方から、個人の好みや満足感など感性や自己表現としてのファッション誌本来の機能が強まる。

1970年に「An·an」、翌年「Non·no」が創刊され、「アンノン時代」を生む。「An·an」はフランスの「Elle」と、「Non·no」はアメリカの「Gramour」との提携により誕生した。両者は、読者ターゲットを独身の若い女性に絞り、雑誌をセグメント化するクラスマガジンであった。以後、わが国の女性誌・ファッション誌はこの形態をとるようになる。また、判型をワイド化し、カラーページを多くすることにより、「読む雑誌から見る雑誌へ」という新しい様式を生んだ。誌面のレイアウトにも細かい配慮がなされ、専門のアートディレクターが採用されてロゴマークなどにも重点がおかれるようになる。「An·an」と「Non·no」は社会への影響も大きく、若者用語の流行語「アンノン族」を生み、ヤングファッションと若者文化の台頭を喚起した。

70年代後半になると、「An·an」よりもう少し読者層の年齢を引き上げ、「クロワッサン」「More」などの生活情報誌、ライフスタイル誌と呼ばれる雑誌が創刊される。

業界誌の発刊も盛んになり、「月刊アパレル」「ファッションビレッジ」「ファッション販売」などが出る。

60年代後半から70年にかけて臨時増刊号の発行形態が多く見られた。新たに提案したいテーマをまず臨時増号で試し、読者や関係者の反応を見て市場が確保されると、単独誌として登場させた。「月刊アパレル」などの業界誌がこの形態を多くとっている。

また、発行年代にかかわらず、ファッション誌は他の雑誌に比べて誌名や刊行頻度の変更、一誌から分かれた派生後誌が生まれており、一雑誌の全体像がつかみにくい。さらに、ファッション誌はファッションという季節感を重視することから、“月”つまり何月号かが優先し、“Vol., No.”の巻号表示が不明瞭なものが多く、書誌調査を困難にしている。

70年代は教育や学術資料面においても大きな変化が見られた。従来の衣服の研究は、モノに関する科学に重点がおかれていたが、1960年ころ



「An·an」

創刊号（1970年3月20日）表紙



「Non·no」

2巻4号（1971年3月5日）表紙

から、「着る人間」が優先され、自然科学に偏りがちだった「衣」の科学に、人文・社会学の手法を取り入れ総合的な研究が行なわれるようになる。このような動きのなかで、「被服」にかわり「服装」という用語が使われるようになった。「被服文化」（1949年6月創刊）は、1972年の134号から誌名を「服装文化」に改題。代表的な事典『被服大事典』が『服装大百科事典』に変わり、新たな視点から事項や用語が採集され、事項の体系的把握に役立つよう編纂された。また雑誌では「服飾美学」「化粧文化」などの論述誌が刊行される。

服装専門学校では、家庭洋裁の普及という当初の目的から服装産業教育志向に重点がおかれ、教科目に「ファッションビジネス論」「マーケティング、マーチャンダイジング」などを加え、教育課程の改正とカリキュラムの分化・専門化が図られた^{注4)}。

1980年代——ファッション誌多様化時代

1970年代後半に引き継ぎ80年代前半は女性誌全盛期を迎える。出版社は読者層を年齢別・感性別に細分化し、各ライフスタイルの特異性を見だし、きめ細かい情報を提供している。

この時代に創刊されたファッション誌はアルファベット文字の誌名が多い。「Marie Claire」「Elle Japon」など外国有名誌との提携誌が相次ぎ刊行されたのが理由の一つでもある。「装苑」が誌名を「So-en」に変えるのが1983年1月号から。ヤング向けには「Miss hero」「Can cam」「Olive」「Vivi」など、生活情報誌系では「25ans」「With」「Classy」「Mine」と創刊ブームが続く。男性系の「Men's non・no」や「Popeye」などが若い男性のファッション指向を助長した。「Olive」はハイティーンの都会的なロマンティック志向のブランドを積極的に載せ、彼女たちのなかに眠っていた欲望をうまく刺激して「オリーブ少女ルック」を生んだ。

ファッション情報の提供には、報知性の強い提案型と、受け手側の選択にウェイトをおくゆるやかな紹介型とがある。80年代のファッション誌は前者のタイプが多かった。それは出版社と業界が提携し、消費者にいかにも多くの衣服を買わせるかを目的としたからで、各誌こぞってメーカーや小売店名を表示したブランド商品を価格もつけて提供した。消費者もまた自分の好みのファッションを容易に選ぶことが可能になり、市場にあふれたファッション商品を追い求めた。業界は情報の送り手である雑誌と提携することにより販売効果を高め、アパレル産業、ファッション業界は急成長を遂げ巨大産業となった。そして経済高度成長期にはわが国固有の大衆消費社会、消費文化を生んだ。

しかし、こうした現象は、ファッションの多様化を招き、やがてはファッション業界の沈滞にも繋がっていく。雑誌も本来のクリエイティブなファッションの提案の場から、商品情報のカタログ化へと進んだ。

この時期にファッション誌特有の現象が見られた。それは“対”と“群れ”の発行形態である。“対”とは同じ趣向の二つの雑誌が並行して刊行される現象であり、“群れ”は同系統の雑誌が同時に群がるように多く発行される状態をいう。一般に“対”は互いに牽制しあいながらも切磋琢磨して両者は成長するが、“群れ”の現象では死に体になるものもある。“対”の例としては「An・an」と「Non・no」、「More」と「With」などがある^{注5)}。“群れ”では、80年代に大手出版社が同種のファッション誌・女性誌を多発した結果、過当競争となって1990年前後には、顧客を失ったファッション誌が休刊に追い込まれた。

バブル経済崩壊が始まり、ファッション業界、出版業界も影響を受けて、広告収入や読者層が落ち込んだ。雑誌の世界も休刊や統合が起こり、創刊ブームも静まり、ファッション誌や女性誌にもかげりが見えた。

1990年代から2000年——結びに代えて

1990年代前半は80年代末に続き、景気は減速して衣服やファッション商品の購買力も下降線をたどる。ファッション業界の低迷はファッション誌を直撃した。

伝統的な婦人誌「主婦と生活」が「婦人生活」「婦人倶楽部」に続いて終刊、「ドレスメーカー」も44年間の幕を閉じた。ファッション専門誌の創刊は鈍り、新興雑誌の多くは1年半から2年で姿を消している。そのなかで健全な歩みを続けたのが、ファッション主導型から生活情報全般に広げたライフスタイル誌、30代女性をターゲットにした「Oggi」「Very」などである。新旧時代の交代を感じる。

90年代半ばから新たな動きが見られた。ストリートカジュアル系のファッション誌の台頭である。もともとは、正統派の「An・an」「Non・no」の反対に行く、というより、それはそれで認めながらも、「自分流でいきたい」「ファッション誌にないスタイルを」、そんなテイストから10代後半の少女たちが裏原宿近辺に集まり生み出されたのがストリートファッションである。Tシャツ、ジーパンにパーカをはおる、ごくラフなスタイルを基調としているが、このスタイルが受け、口コミで全国的に広まった。従来型の送り手であるメディアが発信して生まれた流行ではなく、若者層が自らの手で流行をつくった。こうした現象に注目したのが、ファッション誌の老舗ではない宝島社。宝島社はサブカルチャー誌「宝島」を刊行して若者の支持を得ていたが、89年に10代のファッショ



「Mini」

1号（1999年秋冬）表紙

ン誌「Cutie」を創刊、それを手がかりに読者ニーズをつかみ、「Smart」(1995年創刊)、「Spring」(1996年創刊)、「Mini」(1999年創刊)と、ストリートファッション誌を続々世に出した。街を歩いている普通の人をモデルに撮影したストリートスナップが日常の気取らないファッションとして10代後半のヤング層に浸透した^{注6)}。また1993年に祥伝社から創刊された「Zipper」も、中学生から女子大生までの行動的なヤング層に幅広く支持されている。

2000年を過ぎるとストリートファッションも定着し、10代・20代前半のカジュアル系ファッション誌としての地位をつかんだようだ。

21世紀を迎え、再びセグメント化したファッション誌が店頭をにぎわしているが、読者は、どのように選択し、購読しているのだろうか。

価値観の多様化、気ままな読者にファッション誌はどう応えていくのであろう。

ファッション情報を伝えるというファッション誌の機能が将来も変わらないとすれば、私たちに服を選ぶ楽しさと夢を与え、「装う」喜びと豊かな生活を提案するという、ファッション誌本来のジャーナリズム性を失わないでほしい。
(平井紀子)

注と主要参考文献

*本稿は、戦後編は「戦後ファッション雑誌の変遷についての一考察」をベースに加筆訂正し、戦前編は新たに書き下ろした。

注1) 土方正巳著『都新聞史』 日本図書センター 1991年 p.109

注2) 『資生堂宣伝史』 資生堂 1979年 I: p.18, II: p.119-127

注3) 小野高裕ほか著『モダニズム出版社の光芒: プラトン社の一九二〇年代』 淡交社 2000年 p.190

注4) 『文化服装学院教育史』 文化学園・文化服装学院 1989年 p.122-123

注5) 濱崎 廣著『雑誌の死に方: “生き物”としての雑誌、その生態学』 出版ニュース社 1998年 p.172-186

注6) 『特集2003年女性ファッション誌徹底分析』 Data watch No.1 Summer (2003.7) p.46-51

平井紀子「戦後ファッション雑誌の変遷についての一考察」

アートドキュメンテーション5 (1995.1), p.13-25

平井紀子「〈ファッション〉に関する主題分野の考察」

アートドキュメンテーション1 (1992.3), p.89-96

平井紀子「わが国ファッション誌の流れ」文化女子大学図書館 図書館だより No.108 (1995.2), p.3-4

浜崎廣著『女性誌の源流』 出版ニュース社 2004年

『日本の婦人雑誌』解説編 大空社 1994年

塩沢実信著『雑誌百年の歩み1874-1990』 グリーンアロー社 1994年

近代女性文化史研究会編『婦人雑誌の夜明け』 大空社 1989年

井上輝子・女性雑誌研究会編『女性雑誌を解説する』垣内出版 1989年 p.73-103

福島靖郎著『戦後雑誌の周辺』 筑摩書房 1987年

岡野他家夫著『日本出版文化史』 原書房 1981年

岡満男著『婦人雑誌ジャーナリズム』 現代ジャーナリズム出版会 1981年

遠藤武、石山彰著『写真にみる日本洋装史』 文化出版局 1980年