
ファッションとジェンダー

—「フェミ男、現象と「男らしさ」の考察—

Fashion and Gender:

A Study of Masculinity in “Femio”

小川 麻衣

Mai Ogawa

要旨

ファッションは近代産業社会の成立とともに誕生したジェンダーを映し出す記号的役割を果たしてきた。社会の変化とともにジェンダーが恣意的に作られたものであり、その構造や意味を問い直そうとする議論や研究がみられるようになると、それらに関わりを持つファッションも同様に議論し直されはじめた。本稿では、1990年代に流行した「フェミ男」をジェンダー概念の観点から考察を行った。「フェミ男」の現象は社会の先端を走るジェンダー意識の変化をいち早く取り入れたファッションであったと言えるが、新しいジェンダー意識と現状を守ろうとする帰来の意識の中で揺らぐ姿が写し出されていた。しかし、「男らしさ」というジェンダー既定に新しい意味内容を加えたことは、単なる一過性の流行だけではなく、ジェンダー概念に影響を与える事例のひとつと言える。ジェンダーは時代の変化と共に揺らぎ始めているが、ファッションにおける男女差はいまだに存在し続けており、大きな変化が訪れることは難しいかもしれないが、ファッションをする行為はジェンダーを壊すきっかけにも再構築するきっかけにもなっている。

●キーワード：ジェンダー (gender) / ファッション (fashion) / 男らしさ (masculinity)

I. はじめに

ファッションを研究する学問は、これまで哲学、心理学、美学、文化人類学、歴史学、経済学など様々な分野から研究がなされてきた。しかし、かつて学問の世界でファッションをテーマとすることは稀であった。その中でも充実していたのは服装史の分野であり、社会史や文化史、美術・工芸史などの研究では重要な成果をあげてきた。1990年代以降、経済成長から高度消費社会が到来しファッションが経済や文化に与える影響が大きくなると、欧米を先端としてジェンダー研究、フェミニズム研究、メディア研究が盛んになり、身体・性・サブカルチャーなどに注目した研究が問われるようになった。それに伴い、それらに関わるファッションにおいても構造や意味内容が再び議論・研究されるようになった。こうした問題意識は今まであたかも当たり前とされてきた歴史について、もう一度問い直すきっかけを与えている。

ジェンダーの観点からファッションを見てみると、ここ何年かにおいて“草食系男子”や“ジェンダーレス男子”なる、既存のジェンダー概念に囚われない若い男性が出現している。彼らは社会的に「男らしい」とされてきた男性のジェンダーとは明らかに違う特徴を持って

いる。現代社会の中で人々の生き方は多様化しており、ジェンダーの「男らしさ」や「女らしさ」、または性そのものの二元論も問い直され始めている。そのような中、彼らのような存在が現れるのは不思議な事ではないかもしれない。

本稿では、1990年代に流行した「フェミ男」を雑誌から分析する。18世紀から19世紀の初めに西ヨーロッパで成立した近代産業社会では「男は仕事、女は家庭」というジェンダー規定があたかも当たり前のように成り立っていたが、高度経済成長を経て消費社会へと社会が変化すると、女性の社会進出や男女平等を求める動きが活発になりジェンダーの規定は次第に揺らぎ始めた。日本では1986年の男女雇用機会均等法施行やバブル崩壊などの社会の進展に伴い、男女共働きをしなければ生活が成り立たない時代に移行していった。「フェミ男」はそのような時代の変化の中に生まれ、一過性の流行として出現し消えていったように思われている¹⁾。しかし「フェミ男」は、現代の「草食系男子」「ジェンダーレス男子」の先駆けとなる、ジェンダーの変化をいち早く捉えた重要な現象なのではないかと考える。当時の社会におけるジェンダー既定や意識の中で、彼らはどのように

捉えられていたのだろうか。`フェミ男、のファッションはどのように表現され、受け入れられていたのか。ジェンダー意識との関わりはあったのか、もしくはただの一過性の流行として留まっていたのかを含め、考察を行う。またフェミ男現象は長くは続かなかった経緯と理由、その後の「男らしさ」への影響があったのかどうかについても分析する。この研究はジェンダーとファッション現象の一事例を考察する試みである。

II. 分析方法

まずジェンダーの概念について述べ、ファッションとジェンダーがどのようにして関わりをもってきたのかを歴史の変遷をふまえて述べる。次に、ファッション現象としての`フェミ男、がどのようなものかを明確にした後、ファッション雑誌から当時の表現を分析する。雑誌の分析は二つの観点を中心に考察を行う。ひとつは`フェミ男、のアイコンとして活躍したいしだ壺成²⁾、武田真治³⁾を雑誌から取り上げ、写真・記事内容を分析する。もうひとつは、当時の「男らしさ」に関連する内容を分析する。

雑誌は当時の発行部数や`フェミ男、が流行した10代から20代を対象としたものとする。男性ファッション誌では『ポパイ (POPEYE)⁴⁾』、『メンズノンノ (MEN'S NON-NO)⁵⁾』を分析する。比較対象として女性ファッション誌では『オリーブ (Olive)⁶⁾』についても分析を行った。期間は流行の導入期から成長期へと移行した1994年1月～1995年12月に創刊されたものを対象とした。`フェミ男、が出現したのは1993年からとされているが⁷⁾、流行し始め当初はメディアに取り上げられるに至っていない為、あまり関連する記事内容が見受けられなかった。抽出したのは彼らのファッションアイコンとされたいしだ壺成、武田真治が掲載されているページ(広告のみのページを除く)で、写真(レディース服を着用、化粧をする、ポーズ)や文章内容についての記述を分析する。ファッション雑誌は、いち早く新しい流行を発信し、その着こなしやアイテムを読者に向け紹介する。そのため`フェミ男、に関する当時の状況を把握する史料として適していると考えられる。

III. ファッションとジェンダー

ジェンダーの視点から彼らを分析する上で、まずはジェンダーとは何かを定義しておかなければならない。Oakley は性とジェンダーを次のように定義している。

「性、は男性と女性の生物学的な差異、すなわち生殖器の目に見える差異、産む機能に関連した差異を指した言葉である。だが、`ジェンダー、は文化的な事柄であり、`男らしさ、や`女らしさ、という社会的な分類に関する言葉である」⁸⁾。つまり、ジェンダーという男女差は自然の結果ではなく、人間の社会や文化によって構成された概念なのである。

ファッションにおいて男女による差が生じたのは、近代の産業社会成立によって男性と女性の社会的役割が新たに明確になったことと関係している。その役割構造とは、男性は社会に出て禁欲的かつ合理的に働き、女性は家庭で家事と育児を分担し、尚かつ私的な美的領域も担うというものである。英国のデザイン史研究家 Sparke はジェンダー構造のあり方を家庭という形の中に見出し、次のように述べている。「女性と男性とは、明らかに違う形で近代を経験した。「領域の分断」が女性を家庭へ、また道徳や社会的願望、趣味や飾り付けの行使が支配する環境における感情的な生活に含まれるあらゆるものへと追放する一方で、男性を仕事、発展、技術、そして効率という理性的な世界にとどまらせたのである」⁹⁾。この領域の分断によってファッションでもジェンダー構造と同じく、男性が着る服は合理的、機能的でよい趣味だとされ、色彩や装飾を重視する女性ファッションは低俗な文化、悪趣味、キッチュなどみなされた。この構造はジェンダーと同じく、あたかも男性と女性の間には、衣服に単純に映し出されているような自然で問題のない違いが存在しているかのように自らの性を示す役割を担うこととなった。しかし、近年のジェンダー研究の発展は、ジェンダーが社会によって作られたものであり、「男らしさ」「女らしさ」といった性に関わる全てにおいて自然で当たり前のものはないとした。つまり、ジェンダーの記号的役割を担ってきたファッションもまた、社会によって作られたものである。

しかし、これらの事実が証明されているにも関わらず、依然としてジェンダー構造は私たちの生活に根深く存在し続けている。

IV. `フェミ男、現象

`フェミ男、は1993年から1994年にかけて若者の間で流行した。それまではDCブランドブームの衰退から、アメカジ、渋カジ、古着、グランジとカジュアル志向の微妙な変化をたどりつつ、若者に大きな変化は見られなかった。ところが1993年9月ごろから今までは見

られなかった「フェミ男、(別名「カマ男、とも呼ばれた)は突如として現れたのである。¹⁰⁾

彼らの装いは、ぴったりとしたTシャツにフレアパンツをはき、ピアスやネックレスのアクセサリーをつけている。また、眉を整え描き足したりアイラインを入れるなどメイクを施すものもある。立ち姿は柳腰で、なで肩の小柄で華奢な体型である。原宿・渋谷・下北沢、大阪のアメリカ村などで見られ、DCブランドブーム以来の流行と言われた。彼らのファッションアイコンには俳優やミュージシャンとして活躍していたいしだ壱成、武田真治があり、彼らがテレビや雑誌上で「スーパーラヴァーズ¹¹⁾」というファッションブランドの女性服を着用していたことが流行のきっかけとも言われている。

今まで女性が男性ファッションを取り入れ流行した事例は数多くあった。戦後のシャネル・スーツをはじめ、サンローランのパンツ・スーツや1980年代のパワー・ファッションなどである。しかし、男性が女性ファッションを取り入れた事例では、1967年世界的に起こったピーコック革命もあくまで男性服の範囲内での変化に留まっているし、日本においては1960年代から1970年代にかけて歌手のピーター(1952-)や沢田研二(1948-)、美川憲一(1946-)や、忌野清志郎(1951-2009)、坂本龍一(1952-)といった芸能人が化粧などをして話題となったが流行とまでは至っていない。

V. 分析内容

まずは、「フェミ男、と呼ばれたいしだや武田が雑誌の中でどのように掲載されていたのかと、当時のジェンダーに関連するものを調べ、内容を分析する。「フェミ男、の名前にもあるように、彼らは女性のものとしてきたファッションスタイルを取り入れていることが特徴である。分析を行うにあたり、キャラクター、ファッション、ポージング、言語表現の4つのレベルを基準にして考察を行う。

1. 女性ファッション誌『オリーブ』

「フェミ男、現象流行のきっかけは、まず女性に人気が出たことから、次第に男性へと浸透していったと言われている¹²⁾。まずは、メンズファッション誌『ポパイ』のガールフレンド誌として刊行された『オリーブ』についての内容を取り上げる。

1994年6月3日号の表紙では、武田真治と女性モデルが抱き合いカメラを見つめて写っている。装いは二人

とも当時流行していたピチTと呼ばれる体にぴったりとした白いTシャツで、華奢な体つきが女性同士でくっついている様にも見える。女性モデルが武田の肩に手を回し、武田も女性モデルのウエストに手を回している。腰にあてたいしだの手はしなやかに女性モデルを包み込んでいる。武田の横には「新タイプの男の子 武田真治のつくり方」と見出しがあり、従来の男の子とは違う新たな男性像を強調している(図1)。



図1 『オリーブ』 1994年6月3日号 表紙

衣装広告ページである1994年10月3日号の「おしゃれに校則はいらないよ!二人はスクール・ラヴァーズ。」では、男性モデルが赤いタータンチェックのジャケットと短いプリーツミニスカートに、ネクタイ・白い丸襟のシャツ・アーガイル柄のニーハイソックスを身に着けている。一般的に女性の衣服とされているスカートを身に着けているが、タータンチェックはパンク・ロックをイメージすることもでき、女装とは違ったおしゃれな着こなしに見える。反対に女性モデルは紺色のブレザーにタータンチェックのパンツとボーイッシュなスタイルであるため、ファッションを通じてジェンダー既定に囚われないことを示している(図2)。文章には「彼のことを時々ずるい、と思うことがある。バンビみたいにするら



図2 『オリーブ』 1994年10月3日号 p84-85

りと伸びた脚や、綿毛のようにふわふわのうなじは、それは確かにきれいと思うけど、真っ赤なタータン・ミニは私も大好きなアイテムなのに！…」と男性モデルの着こなしに嫉妬していると思わせる内容が書かれている。また、「バンビみたいにすらりと伸びた脚」、「ふわふわのうなじ」、「きれい」などの言葉は、力強さや筋肉質な体などの「男らしさ」とは相反する表現であり、ずるいという表現からは新しい男性像に対する好意やあこがれのような意識も感じられる。

18ページにわたり、ユニセックスの特集を組んでいる1994年12月3日号「中性っぽいのがかっこいい！」では、女性モデルと男性モデルが互いに異性の服を着用し、男性モデルはコートやシャツやニットのワンピースを自然に着こなしている。

フェミニンなイメージを抱かせる1995年3月18日号の「表紙」は、化粧をしたいのだがボールドのワンピースを着用し、それがまるでスカート履いているかのように見える。女性モデルのように首を傾げ頭に手をあてる姿が可愛らしさを強調している（図3）。

同号のいしだの特集ページでは、いしだへの質問の中で、⑪女装願望ってある？の質問に「…そんなものあり



図3 『Oリーブ』 1995年3月18日号 表紙



図4 『Oリーブ』 1995年11月3日号 p120-121

ません…。」⑫ユニセックスな存在だと言われること、どう思う？の質問に「もう慣れました。しょうがないかな、って感じかな。…」と答えている。好みの女性については「内面的には気位が高くって、外見もすごくきれいで、という女の子。」と述べている。`フェミ男、のアイコンとして名をあげられるいしだだが、本人にはアイコンとしての意識や意図は全くないようだ。

ミュージシャンとして音楽活動を集めた1995年11月3日号「音楽は原点だけど…」では、ぴったりとした黄色のニットに細身の黒いパンツを合わせたスニーカーファッション。装いだけみると「女らしさ」はそれほど強くないが、内股で力なく座るポーズや首を傾げたあどけない表情が「男らしさ」を感じさせない。隣のページでは、腰をしなやかに伸ばし、流し目の独特なポージング（図4）。

読者の声を反映した1994年11月3日号の「オリーブの読者の声がいっぱい！男の子好き嫌いランキング。」では、読者300名を対象にしたアンケートを行っており、『ボーイフレンドにしたい男の子』1位はいしだ壱成、2位を武田真治と上位を`フェミ男、のアイコンである2人が占めていて当時の人気を見て取ることができる。しかし面白いことに、『ボーイフレンドにしたい男の子』もまた1位をいしだ壱成、3位に武田真治となっている。このことは彼らを好意的にみる人がいる反面、受け入れられず好奇の目で見ていた女性がいることを示しており、ジェンダー意識の変化に揺れる当時の女性の意識を見てとることができる。

1994年までは2～3号に一度はいしだまたは武田の特集が組まれていたが、1995年では年に4回程度と露出は激減している。1996年2月号のボーイフレンド賞と題した街のスナップ写真には、街を賑わせていた`フェミ男、の気配はなくなっていた。

2. 男性ファッション誌『ポバイ』

8ページに渡り、変化し始めている「男らしさ」について書いた1994年2月10日号『『カッコイイ男の絶対条件』“男らしさはどこへ行くの？”』の特集では、男性同士の恋を描いたテレビドラマや映画を取り上げ、男の女性化が進んでいると短絡的に考えることは間違いとしつつも、「男らしさ」の言葉の意味内容は変わってくるに違いないと予測している。また、亭主関白や男が女を守るといった「男らしさ」にこだわるヤツを女の子は苦手だったりするとした内容では、ドラマ「101回目のブ

ロポーズ」の武田鉄矢（1949-）のような一本気は、いまの女の子にとっては「重い」ともしている。

1994年3月10日号「ユニセックスが新しい定番。」ではレディースのシャツを着た男性モデルが力なくポーズしている（図5）。また別のページではレディース向けのジャケットを着て、肘を手で支え内股にポーズする男性モデル（図6）。どちらも女性雑誌から転用したようなポーズで意図的に「女らしく」表現されている。

1994年3月25日号に写るいしだは女性ファッション誌で見られたような「女らしい」イメージとは対照的で、ゆったりとしたシャツと太めのパンツを合わせたラフでカジュアルなスタイルだ（図7）。

1994年5月25日号の「夏の流行基本スタイルBOOK」では、フェミ男、のスタイルと同じ流行のピタTを着用しているが、モデルの体型は筋肉質で華奢とは言えず、ポーズや着こなしから見てもフェミ男、とは言い難い（図8）。

1994年6月10日号の「POPEYE COLLECTION」でも同様のスタイルだが男性モデルの体型はかなり筋肉質でピチピチのTシャツは今にも伸びそうだ。裾からお



図5 『ポパイ』 1994年3月10日号 p54 (左)

図6 『ポパイ』 1994年3月10日号 p58 (右)



図7 『ポパイ』 1994年3月25日号 p129 (左)

図8 『ポパイ』 1994年5月25日号 p 21 (右)



図9 『ポパイ』 1994年6月10日号 p95

腹がちらっと見えているが、フェミ男、と呼ばれるスタイルとは全くと言っていいほど異なっていて、逆に筋肉質な体が強調されている（図9）。

3. 男性ファッション誌『メンズノンノ』

女性ファッション誌『ノンノ (non-no¹³⁾』の男性版として創刊された『メンズノンノ』を分析する。

いしだが集められた、1994年1月1日号「いしだ壺成、古着を着る。」では5カットの写真が1ページごとに大きく掲載されている。渋谷のスクランブル交差点の中央で撮られた1枚は、襟と袖にファーがあしらわれたコートに裾広がりのパンツを合わせ、手に持ったメガネを口にくわえ女性らしい雰囲気を漂わせている（図10）。

1994年2月1日号には武田のワイルドでカッコイイ躍動感あるカット。チェックシャツを腰に巻いたロンドン・パンクの流行スタイル。フェミ男、とは対照的な「男らしさ」が強く現れている（図11）。

1994年5月1日号の「今年こそカッコイイ男」と見出しのついた表紙では、いしだは丈の短いブルーとホワイトのストライプ開襟シャツに細身のフレアパンツを合わせている。シャツのボタンを途中まではずし、お腹を



図10 『メンズノンノ』 1994年1月1日号 p137 (左)

図11 『メンズノンノ』 1994年2月1日号 p 13 (右)



図12 『メンズノンノ』 1994年5月1日号 表紙 (左)

図13 同上 P8 (右)

のぞかせた柳腰スタイルは華奢なお腹まわりとしなやかなポージングは男女どちらともいえないニュアンスを演出している (図12)。

同号の「FASHION SPECIAL M-立体大特集 今年こそ、本当にカッコよくなる！」では、体にぴったりとしたTシャツに淡色のパンツを合わせ、身を小さくかがめカメラを見つめるいしだ壺成。メイクの効果もあり、「男らしい」雰囲気を感じさせない妖艶なイメージ (図13)。

そんな壺成の「フェミ男、表現とは相反して、「夏までの3か月でTシャツの似合う体になる。」では僕らの永遠のテーマである体づくりと題して、ウエストを絞り、胸を厚くし、腕を太くするとマッチョな男性が自宅でできるトレーニング方法を教授している。これらの方向性の異なる2つが同じ雑誌にみられることは、「男らしさ」が今までの筋肉質な体をカッコイイとみなすものと、華奢でメイクをほどこした新たな男性像をカッコイイとみなす、男性の中での揺らぎを象徴している。

1994年6月1日号の「M-CLOSE UP 武田真治からの提案。未来派PUNK」では武田真治が7カットのヴィジュアル展開を見せている。パンク・ファッションを様々なテーマと掛け合わせて、武田本人がスタイリングをしている。メイクとイメージを巧みに使い分け、時にワイルドに、時に美しく表現をしている。武田のイメージにはいつも音楽・パンクがあり、その中で表現される一部分が「フェミ男、と呼ばれる要素の一つとなっているようだ。

夏に近づくと、Tシャツ1枚と露出度が増すが、女性に近い細身の体型のモデルと筋肉質で逞しい体型のモデルが見られる。1994年7月1日号の「カタログ in SUMMER」では、首を傾け力を抜いた「フェミ男、系モデル。ポージングとヘソ出しスタイルがより女性らし



図14 『メンズノンノ』 1994年7月1日号 p14 (左)

図15 同上 p125 (右)

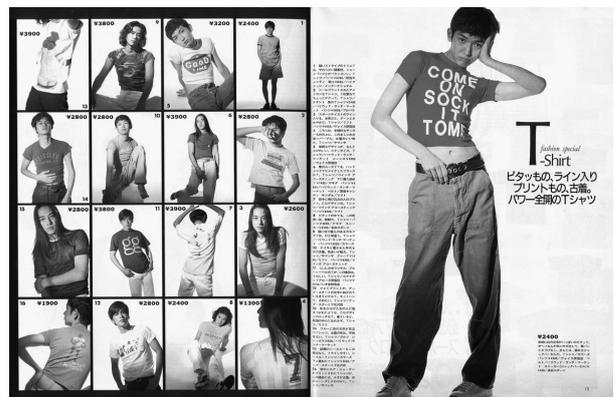


図16 『メンズノンノ』 1994年8月1日号 p10-11

さを強調している (図14)。同号の「同色系コーディネート」では、男性モデルが足を大きく開きポケットに手をあてている。どちらも同じアイテム構成だが体型、ポージングが異なるだけで対照的な雰囲気である (図15)。

1994年8月1日号の「Fashion Special」のTシャツを特集したページでは、男性モデルがピタTを着て、柳腰かつ内股のポージングをしている。隣ページではワイルドとフェミニンなポーズが分散して配置され、異なるイメージが混在して見られる (図16)。

武田真治が特集された1994年12月1日号「M-CLOSE UP 1994,Style,Mix」では、様々な素材やイメージをミックスしたスタイリング。長い丈のニットカーディガンがワンピースの様にも見え、メイクもしているため中性的な表現とワイルドさが組み合わさった表現となっている (図17)。

1995年5月1日号には、脚を露出させた華奢な体型のモデルや、メイクを施したモデルが現れ (図18、19)、1995年11月1日号では、タートルネックのニットにジャケットとパンツとアイテム自体は一般のメンズ服だが、膝を抱えて上目使いをするポーズと表情が女性らしい印象を作っている。文章には「かわいらしさ」という

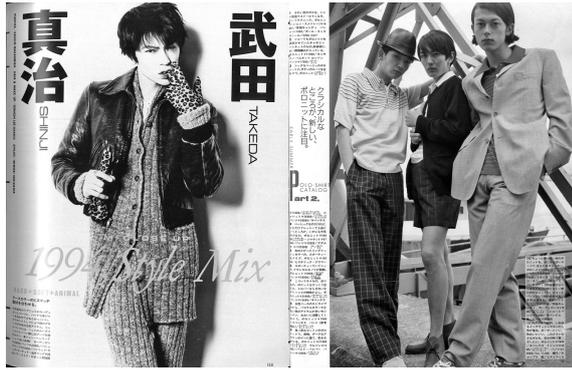


図17 『メンズノンノ』 1994年12月1日号 p154 (左)

図18 『メンズノンノ』 1995年 5月1日号 p 16 (右)



図19 『メンズノンノ』 1995年 5月1日号 p31 (左)

図20 『メンズノンノ』 1995年11月1日号 p25 (右)

従来の男性ジェンダーにはなかった文字が書かれている (図 20)。

VI. 分析結果の考察

男性ファッション誌においていしだや武田の装いを分析すると、今までの男性ファッション誌には見られなかった「女らしい」装いをするスタイルが見て取れる。一方で、どこかに今までの男らしいとされる力強さやワイルドな雰囲気が残されていて、完全に「男らしさ」からは逸脱することなく、新たな表現のひとつとしてとらえることができるのではないだろうか。女性ファッション誌と男性ファッション誌を比較すると、体をくねらせたり、上目使いをしたり、メイクを施すなど、「女らしい」とされるポーズやスタイリングは女性ファッション誌の方が多くみられ、男性ファッション誌では「フェミ男」のような華奢なスタイルもあれば、以前と変わらない筋肉質でワイルドなモデルもいて、両者の「フェミ男」の見せ方は異なるようだ。女性ファッション誌に写る彼らの印象はポージングや表情により「女性らしさ」を上手く取り入れているようだが、一見すると過度な表現ともとれる。いずれにしても、男性モデルによる「女性らし

い」内容を分析してみると、ジェンダーの変化に柔軟に反応しているのは女性側なのではないかと推測できよう。「フェミ男」をまず受け入れたのは女性という点では、不平等な役割分担についての疑問や、従来のジェンダーに対する在り方に反対し、その逆である「フェミ男」のような特徴を女性のほうが受け入れやすかったからだろう。一方男性側の雑誌の表現をみると、「フェミ男」現象を受け入れ構成されている面と従来の「男らしさ」を守る内容の構成が見られ、男性にとって新たな「男らしさ」に対する受け入れがたい様子も垣間見える。

1994年11月3日号の『オリブ』には、読者アンケートの項目で付き合いたい芸能人の1位に入っているいしだ壺成だが、一方付き合いたくない男性芸能人もまたいしだ壺成なのである。女性に関してもまた、男性より寛容的であるとはいえ、変化するジェンダー意識に敏感な女性と保守的な女性の間でいしだの人気は対称的になっていることが推測できる。

内容分析を行う中で、最も興味深かったのは男性ファッション誌においてモデルの特徴やポーズ、表情がいしだや武田が登場する前までと登場した後とではかなり変化していたことである。1993年まではワイルドな雰囲気が漂うモデルが紙面を飾っていたが、「フェミ男」が登場すると首を横に傾げたり、内股にしたり、膝をかかえたりと女性のポーズを真似たような変化が見られるのに加え、時にはメイクを施しているものもある。紙面を飾るモデルも従来の「男らしい」モデルとは違った、細身の体型をした中性的な雰囲気を漂わせるモデルが登場している。

VII. まとめ

今回の分析で、「フェミ男」現象は社会の先端を走るジェンダー意識の変化をいち早く取り入れたファッションであったと言えるが、ファッション誌の分析を試みると、その変化に合わせた新しいジェンダー意識と現状を守ろうとする従来のジェンダー意識の中で揺らぐ様子が垣間見える。その背景には女性の社会進出に伴う性別役割分担の在り様の変化や男性の余暇活動の充実などにより女の子文化へ自然と男性側が接近したと思われる。また従来の「男らしさ」に価値を見出さなくなった社会の傾向を反映しており、女性は男性に従属するもので、男性はそれに答えなければならないというような考え方の後退があったと言えるのではないかと。ただし、いしだや武田の雑誌への露出は1994年をピークに減少傾向にあ

り、また1996年2月には「フェミ男」の姿も見られなくなっている¹³⁾ことから一過性の流行として衰退していったのも事実である。しかし、のちの男性ファッション誌にみられる細身で華奢な体型のモデルの出現やかわいらしいとの表現を見ると、力強さや筋肉質などと結び付けられた「男らしさ」というジェンダー既定に、新しい「男らしさ」を加えたことは単なる一過性の流行に終わったわけではなく、ジェンダー規定に大きく影響を与えた事例のひとつであり、ファッション表現における「男らしさ」の変化に「フェミ男」は貢献したと言える。ジェンダーという考え方は社会の変化にともない徐々に揺らぎはじめているが、社会の中では依然としてその考えがあるのも事実であるため、大きな変化が訪れることは難しいかもしれない。しかし、ファッションを通じて私たちはいつでもそれらを超えたり、反対に強調することができる。ファッションをする行為はジェンダーを壊すきっかけにも、再構築するきっかけにもなりうるのである。

今回の研究では、一事例として「フェミ男」現象を分析したが、ファッション表現におけるジェンダー意識がどのように形成されているのか、視点を変え様々な研究を行っていきたい。

註

- 1) 宮本靖子・村松美賀子、「拡大する「カマ男」化現象」、『月刊アクロス』、バルコ、1995年12月号、p12-15
- 2) いしだ いっせい (1974-) 俳優、ミュージシャン
- 3) たけだ しんじ (1972-) 俳優、ミュージシャン
- 4) 『ポパイ (POPEYE)』、平凡社、マガジンハウス、1978年創刊
- 5) 『メンズノンノ (MEN'S NON-NO)』、集英社、1986年創刊
- 6) 『オリーブ (Olive)』、平凡出版、マガジンハウス、1982年創刊
- 7) 村主暢子、「カマ男、が街に増殖した理由」、『月刊アクロス』、バルコ、1994年5月号、p26-28
93年2月号の「定点観測」では、編集担当者が「新しいデ

ザイン、アイテムなんて見当たらない、とため息をつきたくなるこの頃」と嘆いていた。…中略…しかし、翌月11月号(9月撮影)の「定点観測」には、見慣れないカマ男がキラ星のごとく登場。彼らが昼間のストリート的一大勢力を占めるまで、その間およそ3~4か月。大増殖である。

- 8) Oakley, A. *Sex, gender and society*, London, (Temple Smith), 1976, p.16
- 9) Sparke, P. *As long as it's pink*, London, (Pandora), 1995, p.4
- 10) 「フェミ男」は1993年~1994年にかけて若者の間で流行した。それまではDCブランドブームの衰退から、アメカジ、渋カジ、古着、グランジとカジュアル志向の微妙な変化をたどりつつ、若者に大きな変化は見られなかった。ところが1993年9月ごろから今までは見られなかった「フェミ男」(別名「カマ男、とも呼ばれた)は突如として現れたのである。
- 11) リバイバル、アンドロジナスなオリジナル商品が人気のショップ。武田真治のスタイリングも手掛けていた。当時、頭の先から足元までをこのブランドで揃えた男子を「ラヴァカジくん」と呼んでいた。
- 12) 『ノンノ (non-no)』、集英社、1971年創刊
- 13) 室田康子、「フェミ男くんがゆく」なで肩、柳腰に女服をまとう、『週刊朝日』、朝日新聞出版、1994年7月1日号、p148-151

参考引用文献

- 藤田結子ほか、『ファッションで社会学する』、有斐閣アルマ、2017
- 伊藤公雄、『男性学入門』、作品社、1996
- 伊藤公雄・牟田和恵編、『ジェンダーで学ぶ社会学』、世界思想社、1998
- 伊藤公雄・橋本満編、『はじめて出会う社会学』、有斐閣アルマ、1998
- F・モネイロン、北浦春香訳、『ファッションの社会学』白水社、2009
- ジョアン・フィンケルシュタイン、成実弘至訳、『ファッションの文化社会学』、せりか書房、1998
- 牛腸ヒロミ、『ものとして、心としての衣服』、財団法人放送大学教育振興会、2011
- ベニー・スパーク、菅靖子／暮沢剛巳／門田園子訳、『パステルカラーの罫——ジェンダーのデザイン史』、法政大学出版局、2004
- 山口恵子ほか、『もっとファッションがわかる本』、おうふう、2012