

ファッションという両義性

——ファッションはどのように語られるのか——

栗 木 契

「ファッション」を語る

現代の消費社会では、こと消費財に関する限り、ファッションとは全く関係がないと言い切れる商品はほとんどなくなってしまっている。個々の製品の販売動向を解釈したり、消費の潮流をつかんだりするうえで、ファッションに対する理解は欠かせない。だが、ファッションというものを語ろうとすると、悩ましい事態に直面することになるのも事実である。ファッションの両義性のために、「ファッションを語りながらファッションを否定する」ことになってしまいかねないのである。

「だから、ファッションについては多くを語らない」という対応は、ある意味で賢明である。それは、失敗を回避するという意味では妥当な判断といえる。とはいえ、それは分析を通じて理解をより精緻なものとしていく作業を、断念してしまうことでもある。ファッションに対する理解を深めようとすれば、その両義的性格を描き出していくことを避けて通るわけにはいかない。

問題の検討に入る前に、ファッションについての一般的な定義をあげておこう。ファッションとは、「ある一時期に、特定の集団の大多数の人々に受け入れられ、採り入れられるスタイル」⁽¹⁾と定義される。例えば、ショートス

カート、先のとがったハイヒール、ロングヘア、ナチュラル・メイク、といったスタイルは過去においてファッションであった。その集団の規模の大小はさまざまであったが、似通った趣味と特性を持つ集団の大多数により、ある一時期にこうしたスタイルが受け入れられ、採り入れられていったからである⁽²⁾。

このようにファッションは、趨勢となるスタイルを意味する言葉であるが、他方で、装い、なかでも衣服を意味する言葉として用いられることがある。例えば、「ファッション・デザイナー」といった場合、それは衣服のデザイナーのことである。ファッションが、趨勢となるスタイルを意味する一方で、装い、なかでも衣服の意味でも用いられるのは、柏木博の言うように、「あらゆるものの中で、デザインが最も激しく急速に変化するの衣服」だからであろう。建築デザインの世界には、変化がないというわけではない。しかし、衣服と比べるとその変化はゆっくりしている。柏木は、スタイルの変化という点では、衣服と建築が両極で、その間に自動車や家電製品や家具などが位置する、と述べている⁽³⁾。ファッションのもつダイナミズムは、たしかにさまざまな産業と関わりをもっているのだが、そのなかでも最右翼に位置するのが服飾産業なのである。

次のような関連もある。ファッションには衣服という意味があるといった場合、それは衣服の物材としての形態を意味しているというよりも、衣服と

(1) Nystrom (1928) p. 4.

(2) 同じような現象に対して、モードという言葉が用いられることがある。モードについては、次のような定義がなされる。

「広がり一定しないグループが、あるひとつの形態を突然採用し、それを数か月ないし数年間ひとつの規範として厳格に、時には熱病的に適用した後、新たな形態の出現とともに放棄する。これがモード現象である」北山 (1991) p. 317.

ファッションの定義が指している現象と同じ現象を指しているとみなせよう。混乱を避けるために、本稿では、モードという言葉は用いず、ファッションという言葉に統一することにする。

(3) 柏木 (1998) pp. 11-12.

それを着る人との関係を意味しているというべきであろう⁽⁴⁾。そして、この衣服とそれを着る人との関係において問題の中心をなすのが、「ファッション＝趨勢となるスタイル」のダイナミズムなのである。このようなことから、ファッションは、「衣服」と「趨勢となるスタイル」の二重の意味を帯びることになるのであろう。

本稿がめざしているのは、「衣服」ではなく、「趨勢となるスタイル」という意味でのファッションに対する理解を深めることである。とはいえ、この「衣服」と、「趨勢となるスタイル」の問題とは極めて親しい関係にあるとみなされる。そこで、以下では主として、装うことに関わる事例に目を向けながら議論を進めることにする。

スーパー・サポート・パンスト

スタイルに限らず、衣服の属性に対する好みは、めまぐるしく変化していく。そのなかで、ときには思いもよらないような商品が爆発的に売れたりする。そうした商品は数多くあるが、その中の一つ、1988年に爆発的に売れた、スーパー・サポート・タイプといわれるパンティストッキングに目を向けてみよう⁽⁵⁾。1988年は、後にバブル景気と称された、大型景気のまっただなかにあった。高額商品が売れて話題になった年で、高級乗用車の「シー

(4) 北山(1999) p. 325。

(5) スーパー・サポート・パンスト・ブームについては、以下の文献、及び筆者によるパンスト・メーカーへのインタビューに基づいている。「63年上半年ヒット商品」日経流通新聞 1988. 6. 30, 「九州の消費者高級品に走る」日本経済新聞 88. 7. 8, 「太〜い足でも強締めつけで細く見せる!?パンスト増産」日本経済新聞 88. 7. 11, 「パンストで美容と健康」日本経済新聞 88. 9. 19, 「健康とファッション両面で注文殺到：締めつけパンスト」『週刊ダイヤモンド』1988. 8. 13/20 合併号, 「ワイ・エフ商会：女性社長が率いる精鋭センイ集団」『日経ビジネス』1988. 8. 28号 pp.67-70, 「成熟のパンスト市場に高額商品で新風」『財界』1991. 5. 28号 pp. 138-139。

マ」などがこの年のヒット商品である。春先からは、1万2千円もするパンティストッキングが飛ぶように売れ始め、世間の注目を集めた。この1万2千円もするパンティストッキングが「ジェンティル・ドンナ」である。

「ジェンティル・ドンナ」は、スーパー・サポートあるいはハード・サポートと呼ばれるカテゴリーのパンティストッキングの一つで、現在主流となっている通常のサポートタイプのパンストの約7倍の太さの糸が用いられる。加えて、横糸を螺旋状にする特殊な編み方で編まれる。その結果、脚を締め付ける力は、ふつうのストッキングとは比べものにならないほど強力なものとなる。繊維の引っ張りの強度が強いため、はくのはたいへんである。慣れない人だと15分くらいかかるという。

欧米では、以前からこのタイプのストッキングは肌に刺激を与え血行をよくし、静脈瘤などに効果のある、医療用として売られていた。我が国では厚生省の認可がないため医療用としては販売できなかったが、イタリアやアメリカでは医療用のストッキングとして認可されていたという。このことは、大手パンスト・メーカーなどでは知られていたが、はきにくさ、高価格となることなどから商品化は難しいとみられていた。

ところが、パンスト業界とは無縁の、それまでワインなどの食品輸入をしていたワイ・エフ商会が、高額なスーパー・サポート・タイプのパンストの輸入を始めたのである。福岡宣子社長が、商談で訪れたイタリアで友人からジェンティル・ドンナを贈られ、着用してみたところ、冷え症の改善という効果がみられた。効果を身をもって体験したことから、我が国での事業化を思い立ち、輸入販売にふみきったのである。これは1986年の11月のことである。当時の、高級品といっても5百円から1千円程度に過ぎないパンストの市場では、破格の1万2千円という価格であった。当初は百貨店にもなかなか商品を置いてもらえず苦勞したという。最初の1カ月は20足しか売れず大赤字となった。その後軌道に乗ったとはいえ、月に2千足程度の売り上げであった。

この間、ワイ・エフ商会は血行をよくし、肩こり、冷え症、貧血などの解消に効果のある、健康目的の商品としてジェンティル・ドンナを販売していた。それが88年に入り、週刊誌などで「脚が細く見える」、「アイドル・タレントが使用している」と、話題になったことをきっかけに、急激に売上が伸び、注目を集めたのである。2月を境に月間の売り上げが2千足から3万足に急増した。

その後も需要は爆発的な伸びをみせ、この年の夏には、増産が追いつかず、2～3ヶ月の予約待ちの状態となった。他の国内のメーカー各社も、スーパー・サポート・タイプのパンストの生産を開始した。ジェンティル・ドンナ以外のスーパー・サポート・タイプのパンストを、ヨーロッパから輸入する動きも見られた。

だが、この数ヶ月がブームのピークであった。その後は売れ行きは落ち込み、1～2年のうちにかつてのブームは見る影もない状況となっていく。

ファッションという「確からしさ」

奇抜とすら思われるスタイルや属性が、突然に注目を集め、賞賛され、羨望の対象となる。こうしたファッション現象は、現代の服飾製品の市場ではくり返し目撃されることで、とりたてて珍しいことではないのかもしれない。スーパー・サポート・タイプ・パンストのブームも、そうしたよくある現象の一つだといえる。

ところが、こうしたブームのただ中であって、なぜその商品が、その属性が人気を集めているのかを語ることは、それほど簡単なことではない。というのは、「それは、よくあるファッション現象の一つとして売れているのだ」という説明ですますわけにはいかないからである。ブームの渦中においては、単にはやっているからということだけで、それが売れているようには思えないのだ。

たしかに、われわれは、あるスタイルや属性が、突然はやったかと思うとあっけなくすたれてしまう、ということをくり返し目撃してきている。だが、今ここで多くの人が採り入れようとしているスタイルなり属性も、遠くからその魅力が消え失せてしまう類のものだと考えることは可能なはずである。

だが、ファッションというものの次のような特質を見落さないようにしたい。通常は新奇なスタイルを採用しようとするれば、周囲の評価をめぐり逡巡することになる。ところが、それがファッションである限り、この気詰まりな反省から解放される。一端それがファッションとなってしまうと、当該のスタイルは奇抜さはさしたる問題ではなくなる。一過性のものでありながら、その渦中においては、永続する確かな価値を有しているかのように思えてしまう。これがファッションである。

衣服におけるファッションが、特定の階層の限られた人々のものではなくなり、多くの人々の関心をひきつけるようになった今世紀の初頭に、すでにドイツの社会学者の G. ジンメルが、ファッションには「ふしぎな特性」があると述べている。それは、「熱病的な交替の形式」であるにもかかわらず、「すべての流行は、多かれ少なかれ永遠に生きるかのような顔をして登場してくる」という特性である⁽⁶⁾。だから、長年の使用に耐えるようなものを購入する場合でも、ファッションに従って購入するということが起こる。冷静に状況の外に立って考えれば、ファッションに従って購入すれば、多くの場合、耐用期間のはるか以前にその魅力は消え失せてしまうことになるはずである。しかし、そのような不安を吹き飛ばしてしまうような魅力を、ファッションは備えているのである。

ただし、この場合、購入の規範となるのは過去のファッションではない。二年前のファッションには目もくれずに、最新のファッションに従って購入は

(6) Simmel (1991) 訳 p. 58.

なされることになるだろう。過去のファッションと、今ここで展開しているファッションとでは決定的な違いがあることを取り違えないようにしたい。今ここで展開しているファッションが、時間を超越するかのような魅力を放つのである。

過ぎ去ってから見れば一過的なブームであっても、そのブームのただなかにおいては、その背後に何らかの確たる根拠が存在するように思えてしまう。では、ジェンティル・ドンナを始めとするスーパー・サポート・タイプのパンストの場合は、ブームの渦中で、どのような説明がなされていたのだろうか。当時の新聞を見ると次のような記事を目にすることができる。

「パンストとしての破格の高い価格も、うまく高級志向の波に乗った。ワイ・エフ商会のジェンティルドンナの場合、ブームのはしりには商品名を知らない人が店頭で『一万二千円のパンストをください』と買って買ってきたという。」(日経産業新聞88. 10. 7)

「岩田屋は、縮め付けと耐久性の強いパンストをイタリアのイビチ社から輸入、今月一日から店頭で置いている。価格が3千3百円—3千7百円とジェンティルドンナと比べて安いのが特徴。『客は高いから買っているのではなく、本物を求めているので、かなり売れると思う』と期待している。」(日本経済新聞 地方経済面88. 7. 8)

一つは、1万2千円と高額であることが、好景気を受けて「多様化」するとともに、「高級化」の傾向を強めていた消費⁽⁷⁾の趨勢に乗ったという説明である。もう一つは、スーパー・サポート・タイプのパンストは本物、すなわち卓越的な品質、機能を有している、だから売れているという説明である。前者は、高級化という当時の消費傾向に、後者はスーパー・サポート・パンストの優れた品質、機能に還元して事態を説明しようとするものである。

(7) 『経済白書』平成元年度版

ファッションという「危うさ」

なるほど、当時は消費が高級品志向を強めていた。1986年以来景気は拡大を続けており、88年には個人消費の伸びが5.0%増とはぼ10年ぶりの高い水準となったのである。そのなかで、高級マンション、美術品をはじめ、高額な商品、高級なブランドが好調に売れていた。

また、たしかにスーパー・サポート・タイプのパンストは、高額ではあるが本物といえるだけの機能特性を有している。高額なパティストックキングは、スーパー・サポート・タイプに限られるわけではない。素材に絹を使ったり、宝石をちりばめたりするようなものもある。こうした高額商品とは、スーパー・サポート・タイプは一線を画するものといえるだろう。スーパー・サポート・タイプのパンストは、ただ単に高額な素材を使ったり凝った装飾を施したから高価なのではない。その特殊な糸と編み方は、強力な締め付け効果という実用性のある機能特性に結びつくものである。

しかし、スーパー・サポート・タイプのパンストの売れ行きは、特定の一時[・]期[・]に、多くの人々に受け入れられ、採り入れられるという、典型的なファッション現象であった。そのために、景気拡大を受けた消費傾向であれ、製品の卓越的な機能特性であれ、状況を取りまくよりマクロな社会的傾向や、製品の物的な属性、機能に還元して、スーパー・サポート・タイプのパンストの売れ行きを説明しようとする試みは、すぐに困難に直面することになる。

池井望が強調しているように、ファッションとは、「はやりすたり」なのである。「はやり+すたり」の、前半だけではファッションとはいえない⁽⁸⁾。したがって、ファッションを説明するのであれば、限られた期間のうちに展開する、はやりとすたりの両者を首尾一貫してとらえることが求められよう。

(8) 池井(1987) p.128.

このことが要請される時、上述したような還元論的枠組みのもとでの説明は困難に直面するのである。

先述したように、ファッションは永遠に生きるかのような顔をして登場してくる。多くの人々が、ファッションに魅惑され、ファッションに従うのは、そこに単なる一時的な気の迷いではないと確信しうるだけの、強い魅力を感じてのことである。ファッションのこの側面に目を奪われてしまうと、われわれは、現象を確実な基礎に還元したくなってしまう。そこで、よりマクロかつ長期的な消費の趨勢、あるいは製品の物的な機能、属性が現象を還元する基礎として持ち出されるのである。しかし、事がファッションである以上、この説明は、次の瞬間には困難に直面してしまうことになる。その確実な基礎、すなわちマクロかつ長期的な消費の趨勢、そして製品の機能、属性は変わらないのに、売れ行きの方は一方的に反転し落ち込んでしまうのである。ジェンティル・ドンナの売れ行きは、1988年の夏がピークで、その後は低迷し、1～2年のうちに市場から姿を消して行くのであるが、その間、景気は依然として拡大を続け、消費の高級品志向は継続していた。また、ジェンティル・ドンナという製品の品質、機能に変化があったわけでもない。

「確からしさ」と「危うさ」の間で

そもそも、ジェンティル・ドンナが突如遭遇したブームを、消費の高級化という趨勢や、スーパー・サポート・タイプのパンストがもつ物的な属性、機能に基礎づけようとすることに無理があったというべきなのかもしれない。消費の志向が、いくら高額な商品に向かっていったからといって、パンティストッキング1足に1万2千円も支払わねばならない必然性があったわけではない。

なるほど、スーパー・サポート・タイプがもつ強い締め付け効果は、たし

かに本物である。だが、その効果に果たしてどれだけの価値があったといえるのだろうか⁽⁹⁾。スーパー・サポート・タイプの、その強い締め付けにより、血行不良が改善するといわれる。とはいえ、それは血行不良に悩む限られた人にとっての価値であって、一般の健康な人がはいても健康増進に役立つわけではない。

あるいは、その強い締め付けにより、足が細く見えるともいわれた。しかし、スーパー・サポート・タイプのパンストは、本来、体型を矯正することを目的としたものではない。その強い締め付けは、血行不良を改善するためのものであって、「足が細くなる」とはっきりいえるような効果が見られるわけではない。実測すると、人によっては大腿部やふくらはぎで数ミリ程度は細くなることもあったようだが、見た目にはわかるような変化ではない。明らかに認められるのは、ひざ周辺の凹凸をややすっきりさせる程度の効果である。

さらに、強い締め付けをもたらす特殊な糸と編み方は、製品に、破れにくく丈夫、保温性が高い等の利点をもたらす。だが一方で、この同じ特性は欠点ともなる。丈夫で締め付けが強いために、着用にはコツや時間が必要だったり、暑くて夏場の外出には耐えられなかったりするのである。当時1万円のスーパー・サポート・タイプ・パンストを販売していた厚木ナイロン工業は、後に「いまさら言うのも変だが、あんなに強く締めつけられるパンストを一日中、履いていられるものかどうか…」とコメントしている⁽¹⁰⁾。

ジェンティル・ドンナは、たしかに圧倒的な機能特性を有する本物であった。しかし、それがジェンティル・ドンナを購入した大多数の女性たちにとって、確かな価値となりえたかどうかについては疑問が残る。いや、それ

(9) 以下の製品評価については、国民生活センターが発表した商品テストの結果を参照した。『たしかな目』53号 pp. 14-17。

(10) 厚木ナイロン工業のスーパー・サポート・パンストが90年に生産中止となった後、三年経過した時点でのコメントである。毎日新聞 1993. 4. 9。

が確かな価値とはなりえなかったからこそ、その魅力は急速に失われていったのであろう。

ファッションは、特定の一時期に、多くの人々にとって、選択の絶対的な指標となる。このファッションの絶対性に目を奪われて、安直にその力の源を、景気の動向を背景とした消費の趨勢、物的な属性、機能といった、より確かなものに求めてしまうと、一方でファッションの不定さの説明がつかなくなってしまう。この、移ろいやすさ、たよりのなさに気付くとき、今度は逆に、ファッションを個々人の主観に還元しようとする誘惑が生じる。その移ろいやすさを説明するために、個々人の主観のきまぐれさを持ち出したくなるのである。

たしかに、人間は常に合理的で予測可能な行動をするわけではない。とはいえ、ファッションの不定さを、この不確かな主観の直接的な帰結とみなすわけにもいかないのである。ファッションは、N.クセノスがいうように、社会的強制である⁽¹¹⁾。すなわち、ファッションは、純粹に個人的な嗜好や趣味や必要を超えたところで働く力である。ファッションは、同時に多くの人々の心をとらえる。つまり、そこには社会的同調を促す圧力がみとめられる。ファッションは、「われわれの生活に欠けていた、新たに必要なもの」を示しているのだが、この新たな欠乏は、決して個別的な生活の次元での欠乏ではなく、一般的な生活の次元での欠乏なのである。ファッションの個々人の主観への還元は、このような問題につきあたることになる。

ファッションは、純粹に個別的な主観の範疇で成立する現象ではない。衣服をはじめとする様々な財の消費を導くファッションは、社会的な広がりを持った現象であり、それはある種の一般性を有している。しかし、先に検討したように、この一般性は、衣服がもつ物理的的属性や生理的機能、あるいは経済の動向に還元しつくされるものでもない。

(11) Xenos (1989) 訳 p. 13.

コミュニケーションの記号／ファッションの記号

北山晴一は衣服が備えている機能として、次の二つの機能をあげている。第一は、肉体を外部から保護するモノとしての機能である。第二は、着る人の存在を社会的にコミュニケーションする記号としての機能である⁽¹²⁾。これまでのわれわれの検討が意味するのは、ファッションは、この第一の機能からとらえるかぎり、過剰な運動となるということであった。ファッションは、衣服の物理的屬性や、生理的機能の枠組みにはおさまりきりない現象なのである。では、第二の機能からとらえるとどうなるか。

たしかに、ファッションをまとうことは、ステータスをアピールすることにつながる。着る人の存在を社会的にコミュニケーションする記号という観点からとらえれば、ファッションはステータスの記号だといえそうである。

とはいえ、安直にファッションをコミュニケーションの記号としての機能に根ざすものとは見なさない方がよい。コミュニケーションに対してもファッションは両義的なものである。ファッションであるスタイルをまとうことには、たしかに何らかの社会的な意味がある。だが、同時にファッションであることは、スタイルがコミュニケーションの記号となることを損ねることでもあるのである。

衣服がコミュニケーションの記号であることと、ファッションであることには相入れることのできない相違がある。このことを、記号としての衣服のスタイルを読み解く一般文法を確立しようとする試みと、それに対する、F. デイビスや J. フィンケルシュタインによる批判のなかに確認していこう。

衣服は、物理的屬性や生理的機能とは異なる次元で意味を持ち、そこに何らかのコード（＝一般的な規則性）を見いだすことが可能だという主張がある。代表的なものの一つとして、構造主義の方法論に基づいた、M. サーリン

(12) 北山 (1991) p. 280.

ズによるアメリカ人の衣服体系の分析をあげることができる。サーリンズは、衣服は日常生活において言語的なコミュニケーションの体系としての役割をになっているとみなす。色が明るいか暗いか、手触りが粗いかなめらかなか、ラインが直線的か曲線的か、といった衣服を構成する要素にみられる対立項により、社会的地位、年齢、性別などの文化的特徴をコミュニケーションすることができるというのである。例えば、落ち着いた色合いは上流階級のエスタブリッシュメントの特徴なのに対し、けばけばしい色と派手なコントラストは大衆の特徴であり、直線的なラインは男性的なのに対し、曲線的なラインは女性的であるといった具合である⁽¹³⁾。

しかし、こうした分析から、記号としての衣服の法則が確立できると考えるのは早計である。そうした考えは、衣服の意味は固定されているという前提に基づいている。だが、衣服のスタイルは急に一変するため、そうした法則はすぐに多くの例外をかかえることになる。デイビスは、衣服の意味を分析する際には、その意味の不定さに注意する必要があると述べている。全く同じ洋服の組み合わせが、昨年語ったこととは異なることを今年は語り、来年はまた違ったことを語るということが起こりうるのである⁽¹⁴⁾。

フィンケルシュタインが批判するのも、J.C. フリュージェルによる衣服の社会的なアピールについての見解が、衣服の意味を固定化してとらえている点である。フリュージェルは、精神分析学が重視する、性的な衝動にのっとった見方を提示する。衣服の形や、身体のいろいろな部位の強調のしかたが、性的な記号として象徴的な意味をもっていることを強調するのである。フリュージェルによると、ハイヒールの魅力は、女性の体のバランスを変えて官能的にすることにある。ヒールの靴を履くことで、体はすっとの伸び、腰は斜めに突き出され、おなかは引っ込む。また、ヒールそのものは、男根の象

(13) Sahlins (1976) 訳 p. 240, pp. 249-264.

(14) David (1992) p. 6.

徴ともなる、という。フィンケルシュタインが批判するのは、このハイヒールの意味の分析にあたって、フリーゲルが20世紀の服飾しか見ていないという点である。20世紀以前には男性がヒールの靴をはいたこともあったのである⁽¹⁵⁾。

ファッションの流れのなかで、衣服がもつ意味は次々と更新されていく。すなわち、衣服の意味は、絶えざる変化の可能性のもとにあるのであって、衣服の一般文法や衣服に対する深層心理といった、コミュニケーションを支える固定的な構造のもとにあるわけではない。この衣服の意味の不定さは、くり返し強調されるべきであろう。われわれは常に何らかのファッションの渦中にあるからである。そして、それがファッションである間は、ハイヒールであれ、ストッキングであれ、われわれにとってのその価値は、疑うべくもない確かなものと思えてしまう。これがファッションなのである。この呪縛が、その背後に確かな法則があるかのようにわれわれを思いこませてしまうのである。だが、そうした法則の先には、常に他であり得る可能性が待ち伏せしている。

むしろ、そもそも衣服というものを身体にまとうことのもつ意味は、本来的には多義的だというべきであろう。衣服をまとうことと、そのことが意味することとの間に、確実な一つの結びつきがあるわけではない。衣服の意味は両義的なのである。スカートが膝にまわりつかず活動的なミニスカートは、女性の下肢を解放するものといわれる⁽¹⁶⁾。しかし、逆にミニスカートの着用は、人々の視線のなかで、女性の下肢のある種気ままな動きを拘束するものでもある⁽¹⁷⁾。同様に、ストッキングを身につけることの意味も、両義的である。ストッキングは、脚を包み込み「隠す」ものでもあるし、脚を強調

(15) Finkelstein (1996) 訳 p. 31.

(16) 天野 (1992) pp. 33-34.

(17) Finkelstein (1996) 訳 p. 62.

し「見せる」ものでもある⁽¹⁸⁾。ファッションは、こうした衣服をまとうということの両義的な性格のうえに展開しているにもかかわらず、われわれはファッションの魅力の中でその両義性を見失う。これがファッションという現象なのである。

変化の規則性

ここまでの検討を整理しておこう。ファッションは、その渦中にある人々を魅惑する強力な〈力〉を有している。しかし、その〈力〉の背後に、何らかの実体的根拠—すなわち物理的的属性や生理的機能、あるいは社会的コミュニケーションを支配する構造や深層心理的な基盤、そしてよりマクロな消費の社会的傾向といったもの—がある、とは見なさない方がよい。そのような考えは、ファッションの不定さの前に行き詰まる。一方で、このファッションの不定さは、人間の主観の不確かさに直接的に根ざすわけでもない。むしろ逆に、個々人の主観に対して、ファッションという不定な力は、社会的同調圧力として作用するのである。

すなわち、ファッションは、個人にとっての衣服の使用価値という枠組みのなかで語りうるような、単純な機能的還元論あるいは心理的還元論を超えて出してしまう現象である。ファッションは、社会的な次元で生じる現象なのである。しかし、社会的な次元においても、ファッションの強い魅力を説明しようとするあまり、スタイルの意味を読み解く一般文法へと還元することや、単純な経済的還元論を持ち出すことは避けなければならない。ファッションは、不定性の問題として分析されなければならないのである。

ファッションとは、社会的な次元で出現する不定な構造がもつ絶対性の問題である。そこでは、常に他であり得る可能性が待ち伏せしている。ただ

(18) 天野 (1992) pp. 17-18.

し、これを単なる変化の問題ととらえると、問題の核心を見誤ってしまうことになる。ファッションは、単に関係が安定せず、変化が継続するというのではないのである。以下では、ファッションが、変化の問題であることにとどまらない、不定性の問題となることを確認しておきたい。

一つ一つのファッションの変化を取り出して見るのではなく、次々と現れる変化の一連の流れを見たときに、そこにくり返しが見られることが指摘される。過去に廃れたスタイルが再登場し、ファッションとなるということはしばしば起こる。こうしたくり返しに、ある種の周期性を見いだすことができるだろう。すなわち、変化は絶えず起こるのだが、その変化の仕方に一定の規則性を見いだすことが可能である。

衣服のシルエットの変化は、ディテールの変化と比べて安定しているといわれる。同じシルエットでディテールの変化が何年かくり返され、やがて別のシルエットへと変わるのである。例えば、1760年から1937年の期間についていえば、スカートのシルエットは、およそ35年ごとに、ベル型（釣り鐘状のシルエット）、バスル型（後部がふくらんだシルエット）、ストレート型（筒型のシルエット）の3つの基本シルエットが同じ順序で交互に復活していたといわれる。あるいは、似たようなネックラインは100年ごとに、スカート丈は35年ごとに復活していたという。

だが、E.ストーンとJ.A.サンプルズは、こうした変化のパターンを紹介しつつ、近年は変化の頻度が変わってきたとも述べている⁽¹⁹⁾。1940年代には膝丈のショートスカートがファッションであったが、1950年代にはロングスカートが復活する。さらに1960年代に、大きな変化が現れる。ミニスカートが、多くの女性を魅き付けたのである。B.ロゼルの言葉を借りれば、このクレージュによって発表されたデザインは、「ただ脚を出しているのではなかった。文明国といわれる国々ではこれまで決してみられなかった、ひざと

(19) Stone & Samples (1985) 訳 p. 44, p. 52.

腿を露出していた」⁽²⁰⁾。こうして、従来見られた変化の規則性を全く逸脱する、新しい変化が出現するのである。

さらに、1960年代以降は、変化の頻度というよりも、変化の有り方自体が変わっていく。街角にあらゆるスタイルが共存するようになっていくのである。再びロゼルの言葉を借りれば、「だれもが自分がいいと思った服を自由に着るようになり、…ロングドレスとミニスカート、ミディ丈、シャネル丈、ジャガードのセーター、シースルーのブラウス、ランニングシャツ、Tシャツ、よれよれのシャツ、ブルージーンズ、プリント柄のパンタロン、ラッパ型やチューブ型のズボン、アラブの服ビュルヌ、インドのサリーなどが仲よく共存」⁽²¹⁾する状況が生まれたのである。

変化と変化との間の関係

変化における規則性を見つけだそうとするのであれば、さらに変化と変化との間の関係にも目を向けるべきであろう。具体的には、次のような例があげられよう。先述したように1960年代にミニスカートが大流行している。この時期に、旧来のストッキングが急速にパンストにとって代わられていった。この変化は、ミニスカートの大流行によって促進されたといわれる⁽²²⁾。あるいは逆に、ミニスカートの大流行は、パンティストッキングなしには実現しなかったともいわれる⁽²³⁾。ミニスカートとパンストは、相互にその着用をうながすのである。

こうしたアイテム間の関係に気が付くと、変化におけるさらなる規則性の存在を語りたくなるかもしれない。パンストだけを見て、その流行のうつり

(20) Roselle (1980) 訳 p. 400.

(21) Roselle (1980) 訳 p. 487.

(22) 柏木 (1998) p. 156.

(23) 天野 (1992) p. 34.

かわりを予測することは困難である。しかし、ミニスカートのブームとなれば、パンストの売上が伸びるといふ変化は確実に予測できるというわけである。

たしかに、わが国では近年まで、真夏の暑い盛りでも、女性たちは必ずパンストをミニスカートの下に着用していた。ところが、1996年以降、ミニスカートに「ナマ脚」という組み合わせが広く流行しはじめる⁽²⁴⁾。当初「ナマ脚」は、ミニスカートに、ストッキングを着用せず長めの靴下だけをはく、というものであった。今になってみると、事情を知らなければ、なぜミニスカートと靴下という当たり前の組み合わせに対して、「ナマ脚」という新語が必要とされたのかわからないだろう。それ以前は、ミニスカートに靴下という組み合わせでも、肌をさらすようなことはありえなかったのである。靴下はパンストをはいた上に着用するのが常識だったのだ。さらに、翌97年には、脚の限られた部分の肌ではなく全体をさらす、ミニスカートに、ナマ脚、サンダルといった組み合わせも当たり前のこととなっていく。

もっとも、ストッキングをはかないむき出しの脚といっても、それは美しく装われた脚である。脱毛やマッサージ、あるいはストッキングのような光沢感を肌に出すジェル、肌の色むらを隠すフォーム、脚用のパックなどの脚用化粧品等によって、入念に磨き上げられた脚なのである。

ミニスカートにとって、パンストとの組み合わせが不可避とされたのは、スカートが短くなることで人前にむき出しになった脚を美しく装う必要が生じたからである。だが、脚を装うということならば、パンストでなければならぬわけではなく、化粧を施すという選択もあり得たのである。この可能性が、全く知られていなかったわけではない。第2時世界大戦中のパリで

(24) ナマ脚ブームについては、以下を参照した。『流行語辞典』ナマ脚 毎日新聞夕刊 1996. 4. 19, 「ナマアン用化粧品」朝日新聞夕刊 1997. 5. 19 大阪。「脱毛エステで『被害』」朝日新聞 1997. 8. 25

は、物資不足のためストッキングが入手できなくなり、女性たちが脚に絵の具を塗ったことが知られている⁽²⁵⁾。とはいえ、いかに手入れされていようとも、ストッキングで覆われないむき出しの脚が美しいなどとは誰も思わないというのが、長らく社会の常識だったのである。しかし今では、それを日常生活のまともな装いではないと思う人の方が、むしろ少数派であろう。

ファッションという変化は一定の規則性を有している。現実のファッションを見渡せば、変化の周期的なくり返しや、変化と変化との間の関係などにおいて一定の規則性があることが見いだされる。ただし、常にそうなるという法則があるわけではない。規則性自体が流動的であることにも、目を向けるべきであろう。すなわち、ファッションは絶えざる変化であることに加えて、不定であることが強調されなければならないのである。われわれは、ファッションの「危うさ」の根底に、単なる変化ではなくこの不定さを見るべきなのである。

結 び

ファッションの中で、われわれは、確からしさと危うさに直面する。メビウスの輪のように、この確からしさと危うさがファッションの中ではつながっている。確からしさと危うさのどちらかだけを取り上げた説明では、ファッションをとらえ損ねてしまうであろう。

確からしさと危うさのどちらかに片寄ることは、ファッションから遠ざかることである。その確からしさにだけ目を奪われると、背後にある実体的な根拠や、自然法則的な規則を探りあてようとする議論を招き寄せてしまう。

(25) もっとも彼女たちが脚に絵の具を塗ったのは、素足を美しく見せるというよりは、素足を目立たせずストッキングをはいているように見せるためであった。Roselle (1980) 訳 p. 310。

しかし、こうした説明の図式は、ファッションのもつもう一つの側面、すなわちその危うさの側から見れば、矛盾をはらんだ虚構にしか見えないであろう。だが、ファッションをただ泡のようにはかないものと見なすのであれば、それもファッションがその場その時には至高の価値であるかのように受容されてしまうことへの理解を欠いていると言わざるを得ない。

現在では衣服のファッションは、制度化された変化となっている。衣服のデザインの変化は、制度の中でシステムティックにつくり出される。パリをはじめとする世界の主要都市で、組合に所属するデザイナーがまとまってショーを開くコレクションが、春夏用と、秋冬用の年2回、定期的に行き催される。衣服のデザインは、年2回の変化が制度化されており、顧客やバイヤーの直接的な要望に先駆けて変化していく⁽²⁶⁾。

しかし、変化の制度化は全面的に達成されているわけではない。ジュティルドンナなどもそうであったが、こうした制度化された変化を超えたところからも、変化は次々と生じてくる。制度によって、ファッションが全面的につくり出されるわけではない。こうしたファッションの制度は、むしろ、さまざまなところから生じてくる変化を飼い慣らそうとする仕組みとみなすべきであろう。

B. ロゼルによれば、この制度化された変化がより万全に機能していた時代がある。衣服を販売するシステムとしてのショーの原型がパリに登場したのは1910年代と言われるが、20年代になると、パリのオートクチュール店では、年2回シーズン始めに新しいコレクションを発表することが年中行事化していた。そして、このクチュールのファッションは、実質的な影響を既製服におよぼし、その影響力は第2時世界大戦後いっそう強まっていった。果てしのない創造活動は、制度的な周期性と一体化していたのである。この期間、ファッションは「万人に有効な衣服の法則をコード化する」ものであ

(26) 柏木 (1998) p. 100.

り、「年2回の変化」の中で制御されていたのである。

だが、ファッションのこうした規則的な制御は永続しない。先述した60年代の変革以降、このファッションのシステムは大きく揺らぐことになる。街角にあらゆるスタイルが共存するようになる。現在でも、この「年2回の変化」は続いているが、それはもはや、万人に有効な衣服のコードの神託ではあり得なくなっている。不断に継続しているのは、制度というよりも、ファッションの流れを読みとり、ファッションをつくり出そうとする、ビジネスの意志である。

重要なのは、この服飾産業が関係を志向し続けてきた、ファッションというものが、複眼的な思考を要請するねじれた論理のもとにあるということである。この、確からしさと危うさと同居するねじれた論理を、財の物的な条件、文化的な構造、そしてそれを使用する者の主観に還元しつくしてしまうことはできない。そして、このことは、企業が、事業のシステム、一すなわち製品を企画し、部品や原材料を調達し、製造し、販売するシステムを構築していくうえで、製品の開発、製造、物流を導く技術の論理や組織の論理とは異なった、市場を導くねじれた論理と格闘しなければならない、ということの意味しているのである。

引用文献

- ・天野正子（1992）「パンスト：身体感覚を変える」、天野正子・桜井厚『「モノと女」の戦後史：身体性・家庭性・社会性を軸に』有信堂
- ・Davis, Fred (1992) *Fashion, Culture, and Identity*, The University of Chicago Press
- ・Finkelstein, Joanne (1996) *After a Fashion*, Melbourne University Press (成実弘至訳『ファッションの文化社会学』せりか書房, 1998)
- ・池井望（1987）「流行研究の方法：古典理論を出発点にして」、多田道太郎編『流行の風俗学』世界思想社
- ・柏木博（1998）『ファッションの20世紀：都市・消費・性』日本放送出版協会
- ・北山晴一（1991）『おしゃれの社会史』朝日新聞社
- ・北山晴一（1999）『衣服は肉体になにを与えたか：現代モードの社会学』朝日新聞社

- Nystrom, Paul H. (1928) *Economics of Fashion*, The Ronald Press
- Roselle, Bruno du (1980) *La Mode*, Imprimerie nationale Editions (西村愛子訳『20世紀モード史』平凡社, 1995)
- Sahlins, Marshall (1976) *Culture and Practical Reason*, The University of Chicago Press (山内昶訳『人類学と文化記号論』法政大学出版局, 1987)
- Simmel, Georg (1919) *Philosophische Kultur*, Alfred Kroner (円子修平, 大久保健治訳『文化の哲学』ジンメル著作集・7, 白水社)
- Stone, Elaine & Jean A. Samples (1985) *Fashion Merchandising: An Introduction*, (樫村志保訳『アメリカ・ファッション・ビジネス全知識』丹青社, 1988)
- Xenos, Nicholas (1989) *Scarcity and Modernity*, Routledge (北村和夫・北村三子『希少性と欲望の近代：豊かさのパラドックス』新曜社, 1995)

Ambiguousness in Fashion : How Should We Describe Fashion?

Kei Kuriki

In this paper we consider ambiguous character of the fashion. Change is the essential of the fashion. But for people who are now in a fashion movement, fashion is not a faint value. Fashion is a change but a style about which many people are enthusiastic. The difference between a viewpoint in a fashion and a viewpoint out of a fashion divides the views on a fashion.

This ambiguity has confused a series of attempts to describe a fashion. We are apt to watch one side of a fashion. But we should try to discuss and describe both reliability and unreliability of the fashion.