

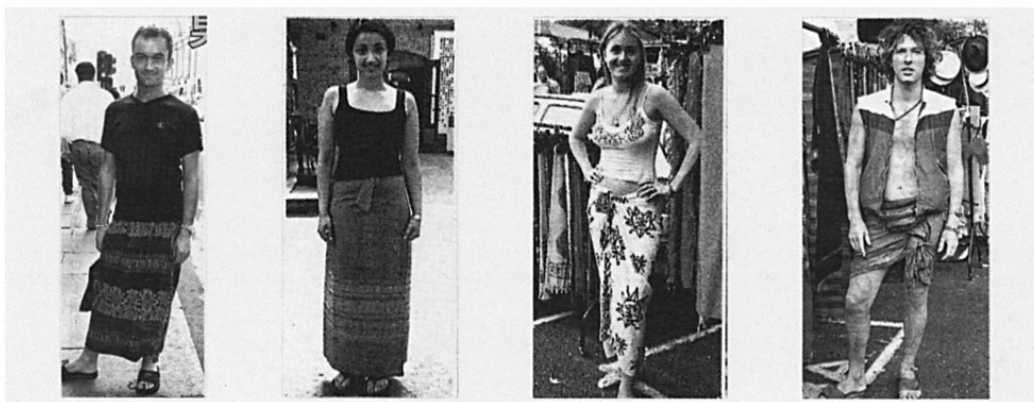
ミレニアム特集

メタ・ファッションの予感

東レ株式会社 繊維マーケティング部 ファッション企画課 課長 山内 誠

●20世紀のファッションとは — 消費としてのファッションの成立と発展 —

20世紀、衣服はその母体であった社会的制度を離れ、市場経済のシステムに身をゆだねることで「ファッション」へと変化しました。本来、衣服は社会制度と深い関わりを持ち、衣服（衣装）の様式がそれをまとう人間の帰属階級を歴然と示すものでした。ヨーロッパで発展した近代都市は、一人一人が自由にモノを消費できる場として、市場経済を構築・発展させましたが、ファッションも社会制度との絆を断ち切り、それまで民族固有の文化資源だったスタイル・文様や色に込められた「意味」を、地球規模で解体し再統合していったのです。ヨーロッパ階級制度の申し子「エレガンス」。また、異国の文化も単なるファッション要素の源として、気候や風土・慣習から乖離して、エスニックやフォークロアの「ファッション」として世界的に消費されました。この消費の歴史は、女性の解放と様々な欲望の交錯に彩られるとともに、その欲望の促進と過剰な消費をメディアの膨大な情報量が支えてきました。



男だってパレオです（写真・繊維新聞）

●変貌するファッション — 「今」を着るファッション —

社会全体がファッション化する一方で、古い共同体社会の中で生活している限りは、自己の存在への不安や不在感を抱くことはなかった「個人」は、社会との絆を失うことになりました。現在では、世界や人生に究極の意義や目的を見いだせず、社会への信頼感を失った人が多数を占めています。人と世界との絆が切れ、何事も人ごとのように感じ、世界の仮想現実化に拍車がかかる状況にあります。さらに不幸なことに、他者と接触する事の恐怖が極限まで拡大したため、異物の排除を求め、空間の共用を避け、個人の痕跡の抹消さえも願っているのが現実です。親からももらった身体さえ、髪を染め、ピアス、タトゥ、整形などで身体改造を施すことにより自分だけの身体として取り戻そうとする若者たち。

今こそ、自己の存在の根拠を自ら確認しなければなりません。未来にも、世界にも、他人にも依存できない状況の中、私たちは何をその拠り所にするのでしょうか。自分の存在の拠り所は最終的には「自分の感覚」、それも今現在の自分できちんとあり得ません。「たった今」というリアルな世界が浮上し、現在性への関心が強まります。

今、自己完結した主体性に支えられたデザイナーの時代が変わって、プラダやヴィトンなどのように、受け手側の欲望が、表現者に作品を創らせる時代。20世紀末、「今」を感じるスタイルがファッションを支配しています。



女性解放のシンボル。20世紀のパントロン展（写真・繊維新聞）

●メタ（上位）ファッションの予感 — イメージを纏うファッション —

ダイエット・化粧・茶髪・ピアス・タトゥ・整形、果ては遺伝子操作にいたる、身体のオリジナリティを急速に希薄化させる流れの中で、実体を失った現代人の身体。それは、実体としての身体を拠り所とするファッションに必然的变化を生じさせます。

今はやりの元下着であるビスチェやタンクトップ、そしてスカートとパンツを重ねるWボトム、スカートに替わって着られるパレオ（水着に重ねる大風呂敷です）などのファッションの隆盛は何を意味するのでしょうか。ここでは古典的な意味での「服・アイテム」は消失して、「服としてのイメージ」がファッションやアイテムを形成しています。「自分としてのイメージ」を演出する「イメージとしての服」の時代の到来です。

着る人が創り出す、イメージの体系の再構築。アイテムに替わる「イメージ」という、より上位（メタ）の意味を纏う21世紀。新しい社会を支える新しい約束事として、メタ・ファッションはその姿を現しつつあります。