

## 日本の「制服ファッション」——JJ ガールから JS ガールまで

米澤泉

甲南女子大学准教授

### Japanese “Uniform Fashion”

Izumi YONEZAWA

Associate Professor, Konan Women’s University

This paper discusses clothing fashion of female college students, freed from school uniforms, and female homemakers, and then looks at Uniqlo, a fashion brand that is so popular that its clothes can be regarded as sort of uniform worn by Japanese people.

For men, the business suit can be seen as a kind of uniform, worn even after graduation from high school. On most occasions, there is no problem with dress code if a man – whether a college student or a worker – wears a business suit. For women, however, there is no equivalent to such a uniform. Many women, after graduation from high school, are bothered by having to decide what to wear. The fashion magazine for female college students “JJ,” first published in 1975, provided solutions to this problem. For nearly 40 years since its launch, the magazine has provided young women worrying about their clothes with information on what to wear on campus. The clothes that appeared in the magazine could be deemed a “uniform on campus.”

Nor were full-time homemakers an exception. The magazine “VERY” (first published in 1995) played a role in addressing their concerns about what to wear, where, by offering information on so-called “uniform fashion” in various school events for their children, such as entrance and graduation ceremonies, athletic meetings, school excursions, and thank-you parties, as well as by providing information on “uniform fashion” for women returning to work after maternity and child-rearing leave.

In the 2010s, such a uniform fashion for each individual occasion became relatively inconspicuous, and its unique style came to be replaced by a homogenized fashion. Partly due to the “Cool Biz” campaign introduced by the Japanese government as part of its efforts to fight global warming, a more liberal dress code has been introduced in the workplace. Another reason is that the emergence of “real clothes” and “fast fashion” stores has enabled people to wear simple fashionable clothes at reasonable prices. The top fast fashion leader Uniqlo, a brand established under its corporate mission of “offering fashion design for 100 million people,” has a considerable impact on the conventional uniform fashion trend. Uniqlo clothes designed for one million people have been incorporated into the uniform fashion. In a way, the time has come that everyone is

clad in a uniform fashion.

## 1——制服願望と「制服ファッション」

生まれてから今までに一度も制服を着たことがない、学校や職場で、制服を着る必要がなかったという人はどれぐらいいるだろうか。学校はずっと私服だったし、リクルートスーツすら着なかった。職場にも制服はなく、全く自由な服装でかまわないという人も中にはいるかもしれないが、かなり少数派ではないだろうか。

とりわけ、学生時代と制服は切っても切れない関係にある。2017年の1月から3月にかけて、神戸ファッション美術館では、神戸開港150年を記念して、「ファッション都市神戸——輝かしき国際港と地場産業の変遷」という特別展示が行われた。そこでは、「ベっぴん子ども服と阪神間スタイル」と題して神戸の5つの女子高の制服が展示されていた。まるで制服が、神戸ファッションを代表するかのようには美術館に飾られていたのである。確かに、女子高生の制服は、阪神間文化の一つの象徴であり、袴姿の女学生スタイルに端を発し、やがてセーラー服へと受け継がれ、女学生文化を体現してきた。90年代に登場したコギャルも、制服を着た女子高校生が化粧をしたり、援助交際をしたからこそ、あれほど一世を風靡したのだろう。

それゆえに、制服と女学生、あるいは女子高生の制服について論じた書籍は歴史をひもとくものから現代の制服カタログ的なものまで枚挙に暇がない。例えば、80年代半ばに出版された『東京女子校制服図鑑』という本は都内151校の制服を網羅したことからベストセラーになった(註1)。しかしながら、制服について論じる一方で、制服を着る(着た)という経験が、その後の人生においてどのような影響を及ぼしているのか、すなわち制服や制服を着用することが私たちに何をもたらしたのかということについては、あまり関心が向けられていないのではないか。

10代のそれも中学生、高校生という最も多感な時期に制服に袖を通すことは、私たちにどのような影響を与えているのだろうか。とりわけ、その後のファッション観に多大な影響を及ぼしているのではないだろうか。制服がない中高に通ったエッセイストの酒井順子は、常に「制服が着たくて着たくて、たまらなかった」と述べている(註2)。女子高生の象徴である制服を身につけ、「拘束された」かったとまで言うのである。

確かに私達は、毎日何を着ていくか考えるのが、一苦勞だった。同じ服を二日続けて着ていくわけには、いかない。意地悪な視線に関しては磨きのかかっている生徒の多い女子校でしたから、同じセーターを同じ週に着ていくのも、憚られた。夜寝る前は、明日学校に着ていく服の組み合わせが決まっていると晴れ晴れとした気分になり、そうでない時は何となく憂鬱な気分のまま、ベッドに入ったものです。そう、自由が

もたらす苦しみとは、そんなもの。(註3)

このように、酒井は毎日学校へ着ていく服を考えることの大変さを強調したうえで、制服があればそのような悩みからも解放されるだけでなく、制服という拘束は、一種の快樂ですらあると主張する。

対して「明日、何を着るか」という悩みを持たなくていいというラクさは、拘束がもたらす快樂に通じます。制服を着るということは、服装を自分で考えることを放棄し、他人任せにするということ。そして何にせよ、「放棄」という行為には、ある種の解放感と快樂が伴う。(註4)

一般的には、制服は個人の服装の自由を奪い、集団への同一化を強要する。あるいは、制服を与えられることで、TPOに応じた服装を考える機会を失わせると考えられており、与えられた制服に対して反発したり、1960年代の後半には各地の高校で制服の自由化を求める運動なども行われてきた(註5)。

しかし、逆に制服という規制があることで、酒井が述べるような何も考えなくていいというメリット(デメリットと考える人もいるが)や、かえって微妙な差異、細部にこだわるという傾向が顕著になっていくかもしれない。

与えられた制服に従うにせよ、抗うにせよ、独自に「着こなす」にせよ、いずれの場合も、着用者は制服というものに日常的に対峙せずにはいられない。しかしどんな制服にも終わりがやってくる。その集団の一員でなくなれば、その場から卒業すれば、制服は着用することができない。では、着用者にとって、高校から卒業することは制服からの解放となっているのだろうか。本当に、自由への第一歩となっているのだろうか。例えば、制服という制約を解かれて大学生になった時、実際に女子大生たちは何を身に纏ってきたのだろうか。思い思いに自分の好きな服を着て、キャンパスライフを謳歌してきたのだろうか。

一方、男子大学生と言え、長い間学生服を身に纏ってきた。富国強兵による洋装化の一環として、明治期に男子学生に対して制服が導入されて以来、中高生だけでなく、男子大学生は昭和30年代頃まで、基本的に学生服を着続けてきたのである。

今や全国一の受験者数を誇る大学となった近畿大学の広報誌には、昭和38年頃の大学案内の表紙が掲載されている。入学式とおぼしき写真には、学生服姿の男性ばかりが並んでおり、女子学生の姿はない。それから約50年後、カラフルな帽子をかぶった女子学生が半数を占める平成29年度の大学案内の表紙とは隔世の感がある(註6)。つまり、昭和30年代末の時点でも、多くの男子大学生が、学生服を着ていたのである。しかし、女子大学生には学生服に相当する服がなかった。いや、そもそも女子大学生はその頃まだ少数派であった。全国に新制の女子大学(短期大学)が次々と設置されるのは、昭和30年代始

めのことであり、女子大生というものが一般化するのには、昭和40年代に入ってからである。中には、開学に当たって学生服に相当するユニバーシティスーツを制定した、甲南女子大学のような大学もある(註7)が、大抵の女子大には制服は制定されていない。

ほとんどの高校に制服、または標準服があるが、ほとんどの大学には制服がない。いつ頃から制服は高校までという流れが起こり始めたのだろうか。

戦後の学制改革で、旧制大学に加えて新制大学も設立されました。このとき制服を設けない大学も多く、制服は中学・高校で着るという考え方が主流になっていきました。制服を着る年代が限定されたことで、感受性の鋭い、心身の成長期に着るというイメージが定着するとともに、制服は「ティーンエイジャー」の象徴となっていったのです。(註8)

では、制服が設けられなかった大学で何を着るべきか。大衆化した大学において、それは次第に問題視されていく。女子大生がジーンズを履くことは許されないのかという論争が起こったのは1977年のことだ(註9)。昭和40年代中頃、1970年代も半ばになると、男子の大学進学率は4割を超えるが、女子も短大・大学を合わせると3割を超えた。もはや女子大生は珍しいものではなくなったのだ。

男子学生のように、定番化された学生服がない女子学生は、何を着てきたのか、そこにも制服の影響はみられるのではないだろうか。長年、制服とともに育ってきた者が、そんなに簡単に制服から卒業できるのだろうか。「服装を自分で考えることを放棄し、他人任せに」してきた者が、突如として自分で考えなければならない状況に追い込まれるのである。その時、彼らはどうしたのだろうか。自分で考えたのだろうか。それとも何かに助けを求めたのだろうか。そして、大学を卒業し就職した後は、あるいは結婚して主婦となった後はどうなのだろうか。

男子学生には、卒業後もスーツがある。サラリーマンという職業に就けば、基本的にスーツを着ていけば、間違いない。会社という場における「制服」であるスーツを着用すれば、誰からも後ろ指はさされない。少なくとも、定年まではスーツを着ればいい。何も考えずにすむのである(註10)。

しかしながら、男性のように半ば制服化されたスーツに相当する服装がない女性は、会社においてもパンツなのか、スカートなのかという選択から始めなければならない。さらに、結婚して妻や母となれば、どうなるのか。たとえ専業主婦になっても社交の場はある。いや、小倉千加子流に言うならば、専業主婦にこそ複雑な社交の場がある(註11)。公園デビュー、子どもの参観日、運動会、ママ友とのランチ。「何を着るべきか」は自分だけの問題ではなくなってくる。そこに何を着ていけばいいのだろうか。

このように、私達の(特に女性の人生は「何を着るべきか」から逃れられないのである。逃れられるのは、「制服」を着ている時だけだ。となれば、あの頃がよかったと制服を懐

かしむだけでなく、今、ここにも制服があればいいのに、制服はなかろうか、というように制服を自ら求める気持ちが芽生えてくるのも不思議ではない。

以上のような観点から、本稿では、本来制服がない、制服を卒業したはずの大学生のファッション、専業主婦のファッション、そして今や国民の「制服」とも呼べるユニクロについて取り上げる。同じ場所で皆が全く同じものを身につけるいわゆる制服ではないが、ある場所やシチュエーションにおいてまるで制服のように身につけられている「制服ファッション」というものについて考察する。制服に近いものとして機能している「制服ファッション」を具体的に示すことで、制服(着用)が私たちに及ぼした影響について考える一助としたい。

## 2——『JJ』と女子大生の「制服ファッション」

1970年代の半ば、いよいよ女子大生が大衆化する時代が到来した。高校卒業後に、就職するのではなく、家事手伝いという名の結婚準備をするのでもなく、洋裁学校に通うのでもない。大学(短大)生になるというコースが一般化したのだ。

そんな大衆化した女子大生に向けて創刊されたのが、『JJ』という一冊のファッション誌である。婦人雑誌や女性週刊誌、洋裁雑誌とは異なるグラビアファッション誌は、すでに『an・an』(平凡出版、現マガジンハウス)が1970年に、『non-no』(集英社)が1971年に登場していた。『JJ』は3番目に、斎藤美奈子流に言うならば、「ファッション誌三姉妹」の三女として(註12)、1975年に誕生したのである(Fig.1)。パリ仕込みのモード風を吹かせる長女『an・an』や、堅実で実用性を重んじる次女『non-no』とは異なり、三女『JJ』はその頃増加してきた女子大生であった。姉たちにはない学歴と三女ならではの大胆さで、日本のファッション誌の新たな道を切り開いたのである。それは、現在のファッション誌に欠かせない読者モデルの活用であった。

『JJ』は読者モデルという手法を使って最新のモードではなく、キャンパスに着ていく服を提案したのである。制服のあった高校時代から制服のないキャンパスへのデビュー。入学式はどうするか?スーツはどんな風に着こなすべきなのか?その後は、どうすればよいのか?何を着ていくのが正解なのか?新入生の悩みはつきないのである。

そんな迷える新入生の前に、『JJ』は優しい先輩のごとく、「正解」を差し出した。今、キャンパスではこれが流行していますよ。毎日、こんな格好をすれば間違いありませんよ。いわば、制服がないはずのキャンパスにおける「制服」を示したのである。1975年の創刊時に「制服」として差し出されたのが「ニュートラ」(「ニュートラッド」の略)というスタイルであった。創刊号の特集「あなたもニュートラを始めよう」を見れば、それが「制服」的な要素を色濃く持っているファッションであることがよくわかる。

「おしゃれにルールはない。なんていわないでください!ちょっとしたルールがある

ってことは、自分で考えないですむし、それだけ着方が簡単ということです！」との宣言のあとに、ニュートラを選ぶためのチェックポイントがそれぞれ詳細に解説されているのである。

「シャツ一枚にしてもキマっている着方があるのです。カラー（襟）のデザインは、レギュラーカラー（ボタンレス）が主流です。柄はおとしあたりから人気のある、ベルト模様、チェーン柄が圧倒的にニュートラ派には支持されています。」

「スカートは、セミタイトがほとんどです。タイプとしてはボックスひだセンタープリーツ、巻きスカートに分かれます。町を歩いている、ステキなニュートラ派の6割ぐらいの人が、センタープリーツでした。」

「ベルトは必ず金具のついたもので、男っぽいかたちは絶対に似合いません。幅は細目で二センチ程度、靴やバッグとのバランスを考えると、やはり最初はエナメルを選びたいものです。」（註13）

という具合にすべてのアイテムにおいて選ぶべき「正解」が示されるのだ。それを裏付けるかのように、続く頁には横浜、東京、神戸、大阪で撮影した読者モデルたちのスナップ写真が掲載されている。

その誌面は言わば「ニュートラ」の教科書である。読者たちは、テキスト通りに、アイテムを選びコーディネートすればいい。「ちょっとしたルール」に従えば、「自分で考えないですむ」のである。前述の酒井順子が指摘したように、「制服を着るということは、服装を自分で考えることを放棄し、他人任せにすること」とであった（註14）。まさに、「ニュートラ」こそ、「自分で考えずにすむ」服であり、キャンパスにおける「制服」になる資格を有していることの証である。それは「ニュートラ」以降、『JJ』が提示したすべてのファッションが持つ特質でもある。従うべきルールがあり、「自分で考えないですむ」からこそ、『JJ』のファッションはキャンパスの「制服」になり得たのである。

では、『JJ』が言うところの「ちょっとしたルール」とは何だろうか。それは、決してモードのルールに忠実なわけではない。むしろ、モードからはある程度距離を置くのが、『JJ』のスタンスであった。

「お母様やおしゃれな先輩たちをお手本にしたさりげない服を、奇をてらわずに上品に着こなす」のが、『JJ』の基本姿勢であったのだ（註15）。

「ニュートラは神戸ではごく普通のファッション。どんな小さな店でもニュートラのスタイリングのマネキンがあるほどです。母親と娘さんが一緒に連れだって買い物しているのをよく見かけるのも、母親がトラッド、娘さんがニュートラの多い神戸では日常です。ほんとにきれいなアクセサリー。よくよく聞いてみると母親からもらったもの。そんな話にたびたび出会います。よいものを長く大切に、それが神戸フ

アクションの信条だからです。」(註16)

だからこそ、『JJ』は読者モデルという大胆な手法を取り入れたのである。しかも、現役の女子大生を私服のまま誌面に登場させた。プロのモデルには出せないリアルな女子大生の雰囲気伝えるためである。だからといって、読者モデルは女子大生なら誰でもよいわけではなく、どこの大学に通う女子大生かが重要になってくる。創刊当時の『JJ』がクローズアップしたのは、神戸の甲南女子大学と横浜のフェリス女学院大学の学生であった。神戸と横浜。ニュートラとハマトラの発祥地。他の都市に先駆けて洋装が発展した二大都市を代表する女子大には、それぞれ母親から娘へと受け継がれる独特のセンスに基づくファッションが存在する。最新のモードではなく、文化資本としてのファッションに『JJ』は着目したのであった。

こうして、『JJ』はキャンパスという場所に相応しい「制服ファッション」を次々と提案していった。70年代から80年代にかけてのニュートラ、ハマトラ、サーファー。80年代バブル期のエレガンス、ボディコン、90年代のデルカジ(モデルカジュアル)、ハーフエレガンス、可愛ゴー(可愛いゴージャス)。

それらは、時代とともに移り変わりはしたが、常にキャンパスの「制服」であることに変わりはなかった。「ちょっとしたルール」があり、それに従いさえすれば自分で考えないですむ服であり続けたのである。それゆえに、30年以上にわたって、『JJ』はキャンパスファッションのバイブルとして、女子大生のファッションを牽引してきた。

「私たちがいちばん知りたいのは、毎日着られるキャンパス服大学生のちょっぴり大人な通学コーデバイブル」「これが正解!放課後の予定別私たちの通学コーデ集」(『JJ』2012年12月号)。2012年が終わろうとする時点でも、『JJ』は、創刊時と同じく、大学生のために、キャンパスの「制服」を提案していたのである。

つまり、長年にわたって、女子大生たちは『JJ』の教えに忠実なJJガールであり続けたということができる。それだけ、女子大生たちは、キャンパスに何を着ていけばいいのかわからなかったのであり、「正解」を知りたがっていたということである。もっと言うならば制服のないキャンパスにおける「制服」を求めていたということだろう。高校までは、制服があり、毎日着る服に悩まなくてもよかった。しかし、大学には制服がないからこそ、毎日着る服に思い煩わなければならないのである。「正解」を教えてくれる『JJ』が40年近くの長きにわたって、必要とされ続けたのは、当然であろう。

しかしながら、21世紀に入ったころから、他の追随を許さず盤石の地位を誇ったはずの『JJ』に陰りが見え始める。ライバル誌の『CanCam』や『ViVi』に抜かれ後塵を拝するだけでなく、新しく台頭してきた一連の青文字雑誌に太刀打ちすることができなくなってしまった(註17)。キャンパスファッションの教科書、女子大生のバイブルとして一時代を築いた『JJ』の凋落ぶりは、編集長を何度も交代し、リニューアルを重ねたところで焼け石に水だった。

大きな原因としては次の二つが挙げられるだろう。最も大きな要因はターゲットである女子大生が雑誌を読まなくなったことである。かつてのように、毎日着るキャンパスの「制服」を求めて、『JJ』を読む時代ではない。「雑誌の推定販売金額は、1998年以降対前年比割れを続け、その底は一向に見えてこない」(註18)とされている。中でも、女子大生が知りたがっていたこと——「みんなが何を着ているのか」は完全にインスタグラムといったSNSにとって代わられた。ハッシュタグですべてがわかってしまうのだ。「#〇〇女子大学」と入力して検索すればよい。気になるインスタグラマーがいれば、フォローすればよい。さらにハッシュタグがどこのブランドのどのアイテムを「コーデ」したかも教えてくれるだろう。つまり、『JJ』がなくても、今、キャンパスで女子大生が何を着ているかが一目瞭然でわかるようになってしまったのである。

もう一つは、ファストファッションの蔓延であろう。2000年以降に台頭するようになったファストファッションのおかげで、女子大生に特化した「キャンパスファッション」すなわち「キャンパスの制服」というものが、以前ほど必要とされなくなったのである。詳しくは、後述するが、ユニクロに代表されるような万人に開かれた服の登場で、社会全体におけるファッションの均質化が顕著になってきた。一言で言えば、誰もが同じ服を着る時代がやってきたのである。もはやファッションにこだわり、着ることで個性を表現していた時代は遠くなった。服に法外なお金をかけることはファッションナブルではない。奇抜な服を着て目立つことは恥ずかしい。たかが服ではないか。「ユニクロでよくない？」という気分がファッション誌を覆いつくしている(註19)。

こうして、SNSとファストファッションに脅かされるかたちで、女子大生のバイブル『JJ』は結果的にその役割を終えざるをえなくなった。時代の変化に翻弄され、迷走した『JJ』は結果として、25歳以上の女性をターゲットにしたファッション誌に転向することを余儀なくされたのである。それは、創刊から40年近く、女子大生雑誌として君臨してきた『JJ』の存続をかけた苦肉の策であった。25歳以上の会社で働くOLに向けたファッション誌。それは、同社がすでに発行する『CLASSY.』と重なる読者層であるが、キャンパスではなく、オフィスにおいては、未だ独自の「制服」が機能しているため、例えばかつての女子大と共学のように職場のカラーに合わせた「制服ファッション」をそれぞれ提案することで、生き残れると考えたのではないと思われる。

2017年6月号の特集「TO BE A NEW LADY JJと考える『今どき大人スタイル』の作り方」には、次の一文が続く。「私たちの制服・『スキニーとフレアスカート』をもう一度」。やはり転向後も「制服ファッション」は健在なのである。キャンパスの「制服」に代わって、今度は働くJJガールのためにオフィスの「制服」を提案しているのだ。「働くJJガールのNEW通勤コーデ5DAYS」や「NEW LADY的チノパン三大ルール」といった特集からは、やはりここにも、従うべきルールがあり、自分で考えずにすむ服が求められていることがよくわかる。

もちろん、オフィスでの「制服」を読者に向けて教えているのは、『JJ』だけではない。

同じ光文社が出している『CLASSY.』は、『JJ』よりもややカジュアルな「制服ファッション」を提案している。また、『JJ』に対抗して、同じく女子大生のためのファッション誌として創刊された『CanCam』(註20)も、現在は20代のOL向けファッション誌として「泉里香の1ヶ月コーディネート」(『CanCam』2017年6月号)といった記事を掲載している。このような「1ヶ月コーディネート」や「30日コーデ」は、多くのファッション誌の定番記事である。それらの記事では、架空の会社(例えば商社、広告代理店、化粧品会社など人気の一流企業という設定であることが多い)に勤める女性をモデルに、その女性のライフスタイルに沿ったシチュエーション別の装いが1ヶ月分(30パターン)提案されている。しかも、それは基本アイテム(ブラウス、スカート、パンツ、ニット、Tシャツ、ワンピース、カーディガンなど)を一揃い手に入れば、それらを組み合わせることで、1ヶ月間ほぼ毎日着回せるようになっている。つまり、それだけ毎日着る服のことで思い煩いたくない、大学生を卒業して社会人になっても、オフィスという場に相応しい「制服」を求める人々が存在するということであり、かつてキャンパスに女子大生ファッションがあったように、オフィスならばOLという役割を演じるための「制服ファッション」が未だ必要とされているということであろう。

### 3——『VERY』と専業主婦の「制服ファッション」

10代の多感な時期に本物の制服を着て成長し、大学生になっても、『JJ』が提唱する「キャンパスの制服」を身につけ、「ちょっとしたルール」に従順に従ってきた「私たち」。「自分で考えること」を放棄したまま社会人になり、再びオフィスの「制服」(もちろん本物の制服のこともある。)に袖を通す「私たち」。

そんな「私たち」は、たとえ会社を辞めて専業主婦になったとしても、やはり「制服」を求めてしまうのではなかろうか。1995年、30代の専業主婦になった元JJガールに向けて1冊の雑誌が創刊された。今をときめく『VERY』である。創刊号の特集は、「私たちの着る服がない」であった(Fig.2)。「私たち」はやはり困っていたのである。30代になり、結婚して母となったけれど、「私たち」の着る「制服」がないのだ。学生時代やOL時代のように毎日同じ場所に行くわけではない。しかし、公園、幼稚園、小学校といった、新たな場において、何を着れば「正解」なのかわからない。従来の婦人雑誌の流れを汲む『婦人画報』や『家庭画報』は、裕福なマダムの社交に相応しいファッションを教えてくれるが、30代の元JJガールである「私たち」に相応しい「制服」を教えてはくれないのである。新たなシチュエーションにおける「1ヶ月コーデ」や「30日コーデ」が必要であるにもかかわらず。しかもそれは、キャンパスやオフィスといった一つの場所に限定されているわけではなく、「公園」「幼稚園」「レストラン」といっそう複雑になっているのである。

したがって、『VERY』創刊号の「私たちの着る服がない」という見出しが意味するところは、実のところ「私たちの着る『制服』がない。」であったのではなかろうか。「私たち」

は新たな「制服」を求めているのではないだろうか。創刊当初こそ、「私たちの着る『制服』がない」状態だったが、すぐに『VERY』は「アシヤレーヌ」や「シロガネーゼ」(註21)など往年の「ニュートラ」や「ハマトラ」を彷彿とさせる「制服ファッション」を提案していくことで人気と地位を確立していく。『VERY』が可視化した「山の手の専業主婦スタイル」は小倉千加子により、「新専業主婦志向」と名付けられ、1998年度の厚生労働白書にも登場することとなるのである(註22)。

その後も『VERY』は、「山の手は主婦だけど「お嬢さん」スタイル」(『VERY』2000年11月号)、「いくつになっても可愛いファッション」(2002年10月号)など「幸せ」な主婦の「制服」を具体的に提示し続けてきた。2009年になると、「24時間主婦業の私たちのいちばん頼れるワークーズ・クローズデニムは30代の制服です」(2008年7月号)という具合に、デニムが『VERY』の「制服」に加わるという変化はあったものの、「24時間主婦業」であることに変わりはなかった。しかし、創刊から20年近くの時が経ち、『VERY』に描かれる理想的な主婦像も家事・育児に加えて、趣味的仕事を行う「サロネーゼ」(自宅等で料理教室などのサロンを開く主婦)に代表される新専業主婦から「リーママ」(サラリーマンのママの略)「ワーママ」(ワーキングマザーの略)に代表される働く主婦へと変化していった。かつての専業主婦は「フルタイムマザー」とわざわざ名付けられるぐらい少数派となったのである。それに伴い、ファッションの傾向も専業主婦のランチ社交服から「ワーママ」のお仕事服へと移り変わった。創刊時のワンピースやスカート中心のコンサバティブなスタイルから、パンツやデニムにスニーカーを合わせるカジュアルなスタイルへと大きく変化したのである。

結果的に、現在の『VERY』を一見しただけでは、かつてに比べて独自の「制服ファッション」が見えにくくなっている状態である。しかしながら、見出しや目次に目を向けるとデニムが「制服」になっただけで、「制服ファッション」そのものがなくなったわけではないことがわかる。専業主婦から働く主婦へ、「コンサバ」からカジュアルへとライフスタイルやファッション傾向が変化しても、創刊時から決して変わることがないのが、彼女たちの「ちょっとしたルール」に従い、何も考えずに「制服」を身につける意識である。

それは、近年の『VERY』の特集記事からいくらかでも見て取ることができる。例えば、「キャラ別謝恩会スタイル見本帳」(2014年2月号)「幼稚園別・謝恩会準備の“ニット×パンツ”コーデ見本帳」(2014年3月号)という具合に。「制服ファッション」は未だ健在なのである。『VERY』読者は、「運動会や遠足は『可愛いのに控えめ』が好感度大! Sweet VERYのアクティブ行事ファッション」(2017年5月号)に袖を通し、「幼稚園タイプ別ヘアアクセ」(2017年4月号)を髪につけるのだ。

入学式や卒業式のファッションだけでなく、運動会や遠足、謝恩会といった行事ごとに、それに相応しい「制服ファッション」が必要とされるのは、まだ理解しやすいだろう。しかし、理解の範疇を超えているのは、「謝恩会準備」にまで「制服ファッション」が必要とされていることである。しかもそれは当然のここのように「幼稚園別」となっている。子どもを通わせているのが、ミッション系の「コンサバ園」なのか、プロテスタント系の

「リベラル園」なのか、同じ「コンサバ園」でも仏教系ならまた違うコードが求められる。さらに、「お受験園」なのか否かで、母親の「ヘアアクセ」も異なってくるのである。

そして、何よりも再び働くようになった「リーママ」「ワーママ」は新オフィスでの「制服」ファッションを求めている。独身の時よりも、妻であり、母である「私たち」には、より複雑な「1ヶ月コーデ」が必要とされているのだ。それぞれの場に相応しい「制服ファッション」を身につけなければならない。よって、「いちばん役立つ先輩ママのリアルから考えた4月のこと、今から知っておきたい復職&入園シミュレーション」(2017年3月号)が特集されるのである。

このように、妻として、母として、役割とシチュエーションが増えれば増えるほど、「制服」もまた増えていく。「オシャレも賢妻ブームです。」(2014年3月号)「エンフォールドで母になり、ドゥーズイエムで私になる！」(2015年12月号)「働くリーママへ。秋はベーシックの更新からはじめよう」(2016年11月号)「オシャレで女っぽいのはどっち!? 綿達ママ VS. 化粧妻春のオシャレバトル」(2017年5月号)「関西男の子ママは白T×デニムで自分らしさ全開！」(2017年6月号)

「賢妻」「園ママ」「男の子ママ」「女の子ママ」「リーママ」「ワーママ」「フルタイムマザー」といったさまざまな立場のママたちが、入学式、参観日、運動会、遠足、バザー(&準備)、謝恩会(&準備)、卒園式などそれぞれの行事や仕事に相応しい「制服ファッション」を求めているのである。

さて、このような「私たち」が、「制服ファッション」から解放される時は来るのだろうか。30代『VERY』の次には40代に向けた『STORY』がスタンバイしているが、2017年4月号の「わたしたちにはもう、『はまカジ』と『いりえエレガンス』しか要らない！」という特集によれば、「今すぐ40代が買うべき服、着こなしは2大人気スタイリストがすべて教えてくれます！」ということらしいので、『STORY』の年代でも主婦の「制服ファッション」がまだ存在しているということだろう。

ようやく「制服ファッション」から自由になる兆しが見え始めるのは、同じ光文社が発行する50代向けの『HERS』においてである。「私たちの“素敵”は単純じゃない！」(2017年1月号)「『脱・カジュアル』を楽しもう！」(2017年3月号)というように、特集の見出しからは、役割や場に合わせた「制服」よりも私(たち)らしさや楽しさを追い求めている姿勢が見て取れる。それはなぜなのだろうか。なぜ、50代になって彼女たちはやっと「制服ファッション」にそれほどこだわらなくなるのだろうか。

その答えは、『子育て卒業世代』の新スタンダード服(2017年4月号)という特集からうかがうことができる。彼女たちは「子育てを卒業」して、ようやくママという役割ファッションを身につけなくてもよくなったのだ。何も考えずに幼稚園や小学校という場、男の子ママ、女の子ママ、という役割に相応しい「制服ファッション」を身につける必要がなくなったのだ。「エンフォールドで母になる」必要がなくなったのである。

50歳近くになって初めて手に入れる役割からの「自由」。そして「制服」からの解放。そ

れは何も『HERS』に限ったことではない。集英社がアラフィフ女性をターゲットに発行している『éclat』（エクラ、集英社）においてもすでに、2013年の時点で「45歳からはお洒落も生き方も自分らしく」（2013年10月号）という特集が組まれていた。それが、45歳になるまで、「制服」を着続けてきた彼女たちの本音なのではないか。45歳になって「子育て卒業世代」となり、ようやく「お洒落も生き方も自分らしく」できるのである。やっと「制服ファッション」から解放されるのである。彼女たちは、どのような服を着て「私らしさ」を表現するのだろうか。今後の彼女たち（『HERS』）の輝き（『éclat』）に注目したい。

#### 4 ——ユニクロと一億人の「制服ファッション」

このように、1970年代から2010年代の現在に至るまで、女子大生、OL、専業主婦、ワーママといった役割に相応しい「制服ファッション」は、健在であったわけだが、2010年代に入って以降は、以前ほど役割やその場に相応しい「制服ファッション」が見えにくくなってきている。独自性が影を潜め、均一化がすすんでいる。理由の一つには、クールビズなどの影響もあり、職場においてもカジュアルなファッションが認められるようになったおかげで、かつてほどファッションにおけるTPOが求められなくなったことがあげられる。

もう一つは、リアルクローズとファストファッションの台頭により、誰もがシンプルかつ手頃な価格の流行の服を身につけるようになったことだ。ZARA、H&M、GAP、無印良品、そしてユニクロ。世界中の人が同じ服を着るような時代がやってきたのである。2011年から14年までユニクロのデザインの方向性を指揮するディレクターをしていた滝沢直己は言う。

僕がユニクロで学んだことは、デザイナーである自分の主張を極力薄めて、匿名で、多くの人に受け入れられやすいプロダクト（服）をデザインする、ということ。（中略）なぜ、自分の存在を薄めるのでしょうか。一億人のための服のデザインだからです。ユニクロは、世界中の人に着てもらおう服を目指しているのです。」（註23）

「一億人の服のデザイン」——やはり、それは「制服ファッション」にもある程度影響を及ぼすこととなる。

『JJ』や『VERY』などのファッション誌にユニクロが登場するようになったのはいつ頃からだろうか。少なくとも、表紙に見出しとして堂々とお目見えするようになったのは、比較的最近のことである。ユニクロがポピュラーな「みんなのユニクロ」になったのは、フリースが大ヒットした2000年頃からだ。ユニクロを着ることがファッション誌で推

奨されるようになったのは、2010年代に入って以降である。

それまでは、むしろユニクロを着ていることを他人に知られたくない、バレたくないという意識が強く、「ユニバレ」なる言葉まで登場している。「ユニバレ」には、大勢の消費者が持っているユニクロを、自分も着ているのが恥ずかしい、という意味合いが含まれている(註24)。「ユニバレ」に先駆けて、他人と同じデザインのユニクロを身につけていることを指す、「ユニ被り」という略語も登場している。つまり、爆発的にヒットし、あまりにも一般的になってしまったユニクロを堂々と着ることは恥ずかしいという意識が強かったということだろう。

しかしながら、「ユニバレ」や「ユニ被り」と否定的に語られることが多かったユニクロが、一転して、ファッション誌の特集に躍り出る時代がやってきた。アラサー向けのファッション誌『and GIRL』(エムオンエンタテインメント)2015年11月号の「ユニクロでよくない？」に代表されるように、現在のファッション誌においてユニクロ特集は枚挙に暇がない(Fig.3)。

「彼ができない…を救うヒントは『ユニクロ』にあり!？」(『JJ』2016年8月号)「ユニクロ VS. GU VS. ViS 予算少なめ、でも余裕2weeks着まわし」(『with』2016年11月号)「ZARA・GAP・UNIQLO・PLST・無印良品真夏の楽ちんオシャレ決定版!『デイリーブランド×ぺたんこ靴』」(『CLASSY.』2016年9月号)「ユニクロ VS. GAP、選りすぐりニットで二週間コーデ対決」(『VERY』2016年12月号)というように、今や20代、30代の女性ファッション誌上でユニクロは欠かせない「デイリーブランド」としての地位を築いているのである(Fig.4)。つまり、それは「一億人のための服」であるユニクロが『JJ』や『VERY』の「制服ファッション」にも取り入れられていることを意味する。独自の「制服ファッション」は、見えにくくなっている状態だが、代わって「一億人の制服ファッション」が幅をきかせているのである。つまり、現在はある意味、みな「制服ファッション」を着る時代が到来したのである。前述の滝沢は現在のファッション状況を次のように分析している。

世界各国に店があるユニクロには、国境を越えたお客様がいます。そして、多くの人が同じ服を着ています。世界中を旅しているとウルトラライトダウンを着ている人と出会う確率が高くなりました。「ファッションとは自己表現でしょう。同じ服を着ている人が多いなんて嫌じゃないの？」少し前はそんな声も聞こえてきていました。みなと同じ服を着ていい。僕はそう思います。実際、昔に比べて人と同じ服だって関係ない、と思う消費者は多くなっているはず。今は「自分」があるから、同じものを着ていても違いが出るのです。(註25)

本当に滝沢が言うように、「今は『自分』がある」かどうかはともかく、『毎日同じ服を着るのがおしゃれな時代』(註26)であるのは確かなようだ。著者の三浦展は、イッセイミヤケの黒いタートルネックにジーンズというスタイルでどんときも通したスティー

ブ・ジョブズを例に挙げ、彼のように服を選ぶための時間を仕事に使いたい、服装のことで思い煩いたくない、という人が増加していると言う。「そういうわけで今は、毎日服装をとっかえひっかえする人よりも、毎日同じ服を着る人のほうが、どうもおしゃれ、かっこいい、カリスマだと思われる時代ようです。言い換えると、物を買わない人のほうが、しばしばおしゃれでかっこいいと思われる時代なのです。」(註27)

この流れを受けてみなが毎日同じ服を着るようになれば、どうなるのか。なるほどステイブ・ジョブズならばこだわりのイッセイのタートルネックだけで、「自分らしさ」が醸し出せるだろう。しかし、多くの消費者は、滝沢が言うように、最初から「『自分』があるから、同じものを着ていても違いが出る」わけではない。そこで、「自分」や「自分らしさ」を出すために、「インスタの女王になりたい！」(『CanCam』2017年7月号)とインスタジェニック(インスタ映え)な私を求めてしまうのではないだろうか。「魔法の自撮り★ライト」を必死に手に入れようとするのではないか。

最もそこで「いいね!」の数で評価される「自分らしさ」「私」のイメージも非常に記号化された顔であり、ある意味インスタジェニックという「制服」をまとった顔であると言えなくもないのだが。

このように、私たちはどこまでも「制服」から逃れることは困難なのである。そしてその影響は、制服を着る前の女子小学生にも及んでいる。その年代を対象にしたファッション誌の興隆を見ればそれは明らかだ。老舗の『ニコラ』(新潮社)は言うに及ばず、その下の年齢に向けた『ニコ☆プチ』(新潮社)『JS ガール』(三栄書房)『キラピチ』(学研プラス)などが「学年別☆通学コーデ見本帳」(『ニコ☆プチ』2017年4月号)「通学コーデお悩み Q&A」(『ニコ☆プチ』2017年6月号)「12日間のガーリー着まわし」(『JS ガール』Vol.36)を特集しているのだから(Fig.5)。JJ ガールならぬ「JS ガール」(註28)は訊くのだろう。「制服のない小学生は毎日何を着ればいいのか?」と。

2005年に食育基本法が成立して以降、小学校においても食育教育はさかに行われている。食育は、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることを目的としている。食育基本法においては、生きるための基本的な知識であり、知識の教育、道徳教育、体育教育の基礎となるべきものとして位置づけられている。単なる料理教育ではなく、食に対する心構えや栄養学、伝統的な食文化についての総合的な教育のことを指している(註29)。

翻って、衣食住の「衣」に関しては、全く教育がなされていないのが現状である。むしろ、制服がない小学校時代から「制服ファッション」を積極的に身につけるように仕向ける女子小学生(JS)ファッション誌のみが子どもの「衣」に関する情報を発信している。その年代の子どもたちに向けて、様々な経験を通じて「衣」に関する知識や「衣」を選択する力を育むことも、「飾育」もまた必要なのではないだろうか。

そのような声に応えてか、ユニクロでは2017年の春に子どもがひとりで服選びにチャレンジする新たな体験型サービス「はじめてのコーディネート体験: MY FIRST OUTFIT」

を全国の105の店舗で行った。子どもが自分の着たい服を「さがす・みつめる・かんがえる・きめる」という一連の流れによって自分で完成させるというものである。このような取り組みが「飾育」としてどこまで有効なのかはわからない。また、選択肢がそもそも一億人の「制服ファッション」であるユニクロである限り、いくつかの「制服」のなかから自分の好きな「制服」を選ぶという程度の「選択」でしかないかもしれない。

しかしながら、子どもたちが「何も考えずにルールに従う」ことからの脱却への一歩であることは間違いないだろう。

「私たち」は、今まで「何も考えずにルールに従」いすぎてきたのではないだろうか。「何も考えずにすむ」という「制服」の快樂に溺れすぎていたのではないだろうか。『毎日同じ服を着るのがおしゃれな時代』だからこそ、服を着ることに、あるいは服を選ぶということにもう少し自覚的になってもよいのではないだろうか。

[註]

1. 森信之『東京女子高制服図鑑』弓立社、1985年
2. 酒井順子『制服概論』新潮文庫、2002年、4頁
3. 酒井、前掲書、9頁
4. 酒井、前掲書、9-10頁
5. 朝倉まつり『この制服が人をつくる。』真珠書院、2009年、62頁
6. 『近大び〜ぶる』2017 Spring、Vol. 13
7. 昭和39年に田中千代によってデザインされたユニバーシティスーツは、現在でも基本的なデザインを保ったまま、式典や入学時に着用されている。
8. 朝倉、前掲書、61頁
9. 女子大生のジーンズ着用に関しては、1977年に大阪大学のアメリカ人講師が、「作業着であり、女性にはそぐわない。」という理由でジーンズ姿の女子学生の受講を拒否するという出来事があった。その是非を巡って学生側と対立し、「阪大ジーンズ論争」が起こった。
10. カジュアル・フライデー、クールビズなどの提唱により、サラリーマンもまたどんなときでもスーツという「制服」ですませることができない時代になっている。
11. 小倉千加子『結婚の条件』朝日新聞社、2003年
12. 斎藤美奈子『あほらし屋の鐘が鳴る』朝日新聞社、1999年
13. 『JJ』創刊号、42-43頁
14. 酒井、前掲書、10頁
15. 『JJ』創刊15周年号の付録「『JJ』が創ったファッション&ビューティー15年」
16. 『JJ』創刊号、38頁
17. 2000年以降、『sweet』『InRed』など宝島社発行の雑誌が台頭し、女性ファッション誌の一大勢力となったため、赤文字雑誌に対抗して青文字雑誌と呼ばれるようになった。
18. 難波功士「メディアと<sup>ファッション</sup>流行—1900年代の『カリスマ・クレイズ』を中心に」『Fashion Talks…』2016年、Vol. 4、22頁
19. 『and GIRL』2015年11月号の特集の見出し。
20. 誌名の由来は「キャンパスリーダーになる」であった。“Can”は助動詞を、“Cam”はキャンパスを意味する。
21. 芦屋在住の30代専業主婦のファッションを「アシヤレーヌ」、白金在住の専業主婦のファッションを「シロガネーゼ」と名付けてクローズアップした。
22. 夫は仕事と家事、妻は家事と趣味的仕事という新しい性別役割分業に基づく専業主婦志向のこと。
23. 滝沢直己『1億人のファッション』日経BP社、2014年、19-20頁
24. 「ユニバレ」という言葉が話題になり始めたのは、2009年の初めである。ファッションや流行を取り上げるブログ「Elastic」で「ユニバレは避けたいですか？」という記事が掲載され、注目されるようになった。

25. 滝沢、前掲書、10 頁
26. 三浦展『毎日同じ服を着るのがおしゃれな時代—今を読み解くキーワード集』光文社新書、2016 年
27. 三浦、前掲書、26 頁
28. JS とは女子小学生を意味する。2011 年 2 月に三栄書房が『JS ガール』を創刊してから、JK（女子高校生）や JC（女子中学生）に加えて、JS という呼称も広がっていったようである。
29. 農林水産省 HP「食育基本法」 [http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/kihonho\\_28.pdf](http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/kihonho_28.pdf) 2017 年 6 月 1 日最終アクセス

[図版]

- Fig.1 「ニュートラ」スタイルを「制服」として提示した『JJ』創刊号。『JJ』1975 年 6 月号表紙
- Fig.2 30 代専業主婦となった元 JJ ガールに「制服ファッション」を示した『VERY』創刊号。『VERY』1995 年 7 月号表紙 光文社
- Fig.3 2010 年代以降顕著に見られるユニクロ特集の一例。『andGIRL』2015 年 11 月号表紙 エムオンエンタテイメント
- Fig.4 『JJ』の記事「彼ができない……を救うヒントは『ユニクロ』にあり!？」の誌面。『JJ』2016 年 8 月号 170-171 頁 光文社
- Fig.5 女子小学生 (=JS) 向けファッション誌。『JS ガール』2017 年 Vol. 39 表紙 三栄書房

### 米澤泉 (Izumi YONEZAWA)

1970 年、京都市生まれ。大阪大学大学院言語文化研究科博士後期課程単位取得退学。甲南女子大学准教授。専門はファッション文化論、化粧文化論、女子文化論。主な著作に『「女子」の誕生』（勁草書房、2014 年）、『私に萌える女たち』（講談社、2010 年）、『コスメの時代』（勁草書房、2008 年）、『電車の中で化粧する女たち』（ベストセラーズ、2006 年）など。近著に『女子のチカラ』（勁草書房、2015 年）など。

（※肩書は掲載時のものです）