

# 西洋人の目から見た 1980 年代における 日本のファッション

南カリフォルニア大学教授 ドリンヌ・コンドー

## THROUGH WESTERN EYES: JAPANESE FASHION IN THE 1980S

Dorinne KONDO, Professor, University of Southern California

When Japan dominated the world economy from the late 1970s to the middle 1990s, the Western media trumpeted the dangers of the Japanese economic threat, deploying tropes of “domination,” “invasion,” and “unfair” trade practices. Their statements were laced with typical Orientalistic rhetoric. This trend was seen not only in the world of politics and economics, but also in the fashion world. In other words, the Western media reported the great successes of Japanese designers such as Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo in Paris in the early 1980s with similar Orientalistic rhetoric. Fashion critics lumped together all Japanese designers describing them as “avant-garde” or “experimental,” attributing their designs to the influence of Japanese culture, such as the aesthetics of zen and kimonos. Moreover, fashion critics picked up the features of Japanese fashions including the luxurious fabrics in use, the pattern of avoiding cutting of fabrics as much as possible, one-size dress to be tightened up or loosened to adjust the fit to different wearers, and the big boom in black clothes. These critics eradicated the old image of the Japanese as skilled copycats, and reappraised these Japanese designers. On the other hand, they reported Japanese fashion as one of the streams of the Japanese economic “invasion,” applying the political and economic situation of those days, which was dubbed a “trade war,” to the fashion industry as it were. We can’t understand the way in which the Western world viewed Japanese fashion in the 1980s, without looking at these historical incidents.

1980 年代初期、日本のファッションは国際的な舞台において華々しいデビューを果たした。三宅一生、山本耀司、そしてコム・デ・ギャルソンの川久保玲といったデザイナーの作品は、ゆったりとしながらも建築的な形状、左右非対称性、今までにない質感、地味なカラーリング、生地に穴や裂け目を入れて作る「レース」に見られる革新的な美的感覚に基づいていた。西洋人にとって、このような服は、何を服としてみなすか、いかにして服が身体と関係するかを考えるにあたっての馴染みのない思想が具現化されたものであった。ファッション業界は激しい反応を示した。「ヒロシマの女性浮浪者ルック」と中傷するものもいれば、画期的であり破壊的だと歓迎する熱狂的ファンもいた。多くの人は単に衝撃としての価値があるだけ、一過性の流行にすぎない、と片付けた。しかしながら、日本のファッション、およびその影響はこの業界のあらゆるレベルに浸透している。そして、日本

のアヴァンギャルドが突き付けた美意識の挑戦は、ニューヨークのダウンタウン在住デザイナー、ダイアン・パーメットの言を借りれば、今日に至るまで、「ファッション界の最後のビッグ・ショック」(註1)であり続けている。とりわけ三宅一生、川久保玲、山本耀司といったデザイナーの成功が続くことで、パリやニューヨークは、時に不本意であれ注意を向け、東京、より一般化すればアジアが、単に西洋で生み出されたデザインの製造者ではなく、ファッション業界におけるクリエイションの場所であると認識せざるをえなかった。

本稿では、川久保、三宅、山本ら「日本人」デザイナーの西洋での受容を、特有の地政学史、政治・経済史を媒介にしながら、複合的で多様かつ多層なものとして考察する。ファッション産業は、つまるところビジネスであり、“日本人”デザイナーがパリに登場するのは、世界的な秩序から見た日本と西洋の経済力、文化的権力、立ち位置が重要性を帯びてきた時であった。問題となっていたのは、特に1970年代後半から90年代半ばについて言えば、日本と西洋の関係における長年積み重ねられた権力構造の歴史である。この日欧の関係史を1990年代初期までの期間で極端に単純化するならば、ペリー提督に依拠しての“開国”、明治維新に見る西洋近代社会に「追いつこう」とする意識、そして、第二次世界大戦での敗北等に象徴される積年の劣等感と、続く戦後の経済的躍進、自らは西洋と同等、あるいは優勢であるとさえ信じる日本人の政治的、経済的自信の強まりを挙げるができる。

1970年代後半から1990年代中盤にかけて、日米関係を考えれば特に問題をはらんだ時期だった。以前は「劣等」だった日本が経済的優位に立つ。戦後直後には粗悪な商品が「日本製」と呼ばれたが、電子機器エレクトロニクスや自動車といった洗練された商品に取って代わり、まさにその品質によって知られるようになる。西洋のメディアはこぞって日本の経済脅威の危険性を吹聴し、「支配的」「侵略的」「不公平」(換言すれば「卑劣」といった表現でその取引慣行を報道した。『ニューヨーク・タイムズ』紙は次のように報じた。「指導者たちも含めアメリカ人は全体として、日本を強力で活力に溢れた世界的経済大国であり、その触手はこれまでになく広範にわたって伸びているととらえている……彼らの印象では、日本人はあるべき限界を踏み越えてしまっていて、我々のマーケットに押し入っているが、自分たちは隠されたバリアや制限によって守られている。」(註2) 経済分析の専門家たち、例えばエズラ・ヴォーゲルは『Japan as Number One: Lessons for America』(1979年)において、さらに後にウィリアム・オーウチが『Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge』(1993年)の中で、アメリカが日本の経済的な奇跡ミラクルから学ぶことのできる習慣を提案している。当時の一般的な意見としては、日本の脅威という考えに賛同するものだった。「平均的なアメリカ人に貿易赤字の理由を尋ねてみなさい……すると一言の

答えが返ってくるだろう、日本だ、と。」(註3) ここで問題となっているのは、先進資本主義国民国家の間で繰り広げられる覇権争いである。

しかしながら日本人は人種的な特徴があるため、その競争意識にはよくあるオリエンタリストの言説の飾り付けがなされ、そこで語られる修辞の数々は、政治の世界と同様にファッション業界にも流通している。日本人デザイナーが自身のことをより広く国を越えて語られるような場に身を置いていると考えている場合でさえ、積み重ねられた国民国家の歴史、そして本質をとらえるさまざまな慣習から、国家や人種的な同一性の下に彼らを位置付けてしまうことになる。例えば、国際的な場でのファッションの解説では、日本人デザイナーをデザインにおける個々の業績よりも国籍でまとめられることが多く、これはヨーロッパやアメリカのデザイナーとは対照的である。「日本人」は「アヴァンギャルド」あるいは「実験的」という用語で語られ、彼らの作品に見られる特徴は、禅のミニマルな美学や地域独特の衣装（カッティングや縫製よりも巻き付ける衣装の例としての着物など）といった日本文化に由来するもの、あるいはポストモダンの橋掛かりのようなものへと結び付けられる傾向があった。

おしなべて、当時のジャーナリストや服飾評論家は、1980年代初期の「ジャパニーズ・ファッション」が持つ特徴をいくつか取り上げている。そういった言説が持つ本質化の効果を再現してしまうことに若干のためらいがあるものの、私はここにその解釈を引用する。

最初に挙げるのは、出発点といえる布地に与えられた高級感である。生地自体が自家製であることが多く、特別に発注し、職人の手で生産されたテキスタイルや、あるいは持てる技術を最大限に引き出した驚くべき合成繊維であった。山本耀司は〈布の表情〉について語る。三宅は、日本や他の地域から職人的な仕事を引き寄せる。彼とテキスタイル・デザイナー、皆川魔鬼子とのコラボレーションは有名である。川久保玲もテキスタイル・デザイナーやテキスタイル製造者と緊密な連携をとっており、彼らのモチーフは彼女のコレクションの特徴的なモチーフとなる。例えば、私がパリで見た1990年代の春夏コレクションにおいて、「織られていない手作りの」生地はそのひとつであった。

ニューヨーク、メトロポリタン美術館コスチューム・インスティテュートのチーフ・キュレーター、ハロルド・コーダは、もうひとつの特徴を「表現の簡潔さ」であるとしている。つまり、できる限り素材をそのままの状態を使い、できる限り服地を切らないようにすることである。私とのインタビューの中で、彼はこの美学を着物における生地の使用と結び付けていた。着物では実際に一反がそのまま使用され、ほとんど生地を切ることもなく無駄にすることもない。「最大の効果を得るために最小のものが使用される」(註4) これは西洋の技術とはかなり対照的である。西洋では、型紙を生地の上に置き、それに沿って

生地を切断するため、かなりの量の生地が無駄になる。着用すると 2 つの衣服は同様に見えるかもしれないが、構造のレベルでは驚くほどの違いがある。

関連するような革新的なことが、80 年代初期の「日本の」ファッションにおいて広まっていた。それは、ワンサイズの服を考案したことであり、着用者の体に合うように巻いたり締めたりして調節する着物の概念から生まれたものと言われている。ニューヨークで大いに成功を収めているパイオニア的ブティック「シャリヴァリ」を母と兄と共に経営しているバーバラ・ワイザーは、山本の作品との最初の出会いを私に次のように語った。

あれは確か 1979 年だったと思います……私はコレクションのためにパリにいたのですが、そのシーズンで見たものにはがっかりして退屈していて、何か発掘しようと決めました。レ・アールに行き……、シーニュ通りのある店に入ったのです。そこで大変奇抜な服を見つけました。生地は病院のガウンのようでもあり、フォルムは見たこともないものでした。それらは全てワンサイズでした。そのこと自体画期的なことでしたし、当時、値段も妥当でした。私は 15 から 20 着ほどの服をフィッティング・ルームに持ち込み、全て試着したのですが、着てみるととても魅力的であることに気がついたのです。実際、単にラックに吊り下げられていたときには、どれほど面白いかはわからないでしょう。私はホテルから母に電話し、すぐに来て見てみてよ！ 今までで一番面白い服だわ！ と言いました。自分ではそれを気に入ったのかどうかわかりませんでした。ただただ驚いたのです。母と私は、サイズが違いますが、全く同じものを母が試着し始めました。これもまたおかしなことです。彼女はすぐにコレクションがあるかと尋ね、その店がオープンしたばかりだということがわかりました。彼らはラックを持ち出してきて、私たちはそれらのコレクションを購入しました。(註 5)

ワイザーは山本の作品をアメリカに紹介する小売業者として山本に文字通り投資し、彼の作品を最高の賞賛の言葉で評した。未だに、彼女の出会いは、日本の服が初めてパリやニューヨークに登場したとき起こったショックを雄弁に語る証拠として残っている。

最後〔の特徴として〕、日本人デザイナーは 80 年代初期に起こった黒色の大流行に寄与したとされている。アメリカでは、川久保や山本が黒色を使いこなしたことで、ニューヨークにおいて 80 年代の黒づくめでヒップなダウンタウンもしくはアート業界風ルックが作り出された。『ヴィレッジ・ヴォイス』誌のジェフ・ワインスタインは、川久保にとって、「〈黒〉は全スペクトルに及ぶものであり、繊維と染料の関係を検証するものである」(註 6)と論じている。

服飾評論家はおおむね歓迎し、日本人は模倣に長けているとするこれまでの非難を覆した。有名なボストンのブティック・オーナー、アラン・ビルゼリアンは、「ファッション・デザイナーはみんな彼らのスカートや形状、巻きの方法を模倣した」と語っている。メトロポリタン美術館コスチューム・インスティテュートのキュレーターであったジャン・ドリュースドゥは、私とのインタビューの中で、80年代のジャパニーズ・ファッションがもたらした「多大な」影響を指摘している。ゆったりしたカッティングがあらゆる価格帯のファッションにあったように、その影響は業界全体にみられた。バーバラ・ワイザーはこの点を次のように説明する。

おかしいことに、……都会以外では、みんなが着ている衣服に日本人デザイナーの影響があることを知らないのです……それが今、ある種のカッティング、ある種のフィット感があり、サイズの大きい服であろうが、あるいは……伸縮するウエストのパンツ、四角いトップであろうが、それらはアメリカの製造者によって流行りとなりました。あらゆるもの、そう、スウェットウエアへも落とし込まれたのです。しかし人々はそういったものが何から来ているのか知りません。(註7)

同時に、その歴史的瞬間に作り出されていた敵対心や人種的問題へのすり替えにまつわる言説は、ファッション業界においても等しく見ることができた。国籍に基づいてデザイナーをグループ分けすることは、容易に西洋中心的な志向、オリエンタリズムへと流れてしまう。批評家ホミ・バーバは、植民者側からすれば、彼が「物真似」と呼ぶように、被植民者が支配関係を再生産することは、植民者自身に不安感をもたらすことになる論じている。被植民者は完璧に模倣することはできるが、未だ「完全ではない／白人ではない」(註8)。今回のケースに当てはめれば、日本人デザイナーは別の場所で確立されたフィールドで活躍しており、西洋ファッションの「模倣者」の象徴だったと評する人もいるだろう。正確には、日本人は自分たちの技能や技術革新によって、人種的な脅威を生み出している。人種的な含みある表現は、80年代初期のパリコレを報道したAP通信の記事にもあからさまな形で現れた。「コム・デ・ギャルソンの川久保玲はいつもながらに自分を日本の巻き布を広める高尚な巫女であることを示した。』『ウーマンズ・ウエア・デイリー』などの、快く思っていない〔流行の〕番人たちは、黒くアシンメトリーな服を「ヒロシマの女性浮浪者ルック」と非難した。わざとへりくだった態度や退場を求める声が巧妙な形で示されることもあった。ライターで出版者のジェームズ・ネルソンは、『ヴォーグ』やイギリスのファッション誌の初期の記事では日本人デザイナーの名前がしばしば間違ったスペルで表記

されたことを私に指摘してくれた。そんな間違いはヨーロッパやアメリカのデザイナーに対して行われることがないだけでなく許されないことだ、と彼は激しく非難した(註9)。

小売業者の受け取り方も同様にさまざまであった。「ヴィレッジ・ヴォイス」のジェフ・ワインスタインは、マンハッタンにあるブルーミングデールズの全盛期だった時、主な百貨店では「日本人デザイナーのコーナーは粗末で狭いもの」だったと私に語った。「その扱いは良くありませんでした。お店に入ってラルフ・ローレンのブティックを見るとしましょう。そこは大変上品で整っています。これは〔日本人デザイナーに対する〕彼らの関心のなさの表れです。」(註10) こういった日本人デザイナーの作品に対する社会的無視について、彼は人種差別でありジャパン・バッシングの風潮であるとしている。同様に、バーバラ・ワイザーはファッション業界にみられるアンチ日本の反応について、ジャパン・バッシングが広まっていた時期に出ていた、より幅広い貿易および経済競争問題と繋がっていることを指摘している。

日本の服が持つ大胆さは悪意に満ちたネガティブな反応を引き起こしたが、同じく賞賛も起こった。88年の冬、パリ装飾美術館は三宅の展覧会を開催した。コスチューム・キュレーターのイヴォヌヌ・デランドルは、三宅を評して「私たちの時代における最も偉大な衣服クリエイター」であるとしている。80年代の美学を象徴する革新的デザイナー、クロード・モンタナやロメオ・ジリは、共に三宅を多大な影響力を持つデザイナーであると認めている。フランスのファッション・ジャーナリスト団体は、85年10月に行われた最初の授賞式において、最高の国際的なデザイナーとして三宅にファッション界のオスカー賞を授与した。実際、彼は自身の作品によって、ファッション業界が贈る最高の賞賛と思われる言葉、「son style dépasse les modes (彼のスタイルはすべてのファッションを超えた)」(註11)を得ることになった。

しかし、賞賛であっても皮肉を含んだお世辞ということもあり、それによって壁が作られてしまうこともある。たとえ「日本人」をほめたたえていたとしても、そこには植民地化するためのよそよそしさが作り出されるのだ。例えば、フランスのメジャーなファッション雑誌の編集者は私にこう語った。フランスのファッション専門家の多くは日本に魅了されているが、それは日本が真にフランスのファッションを美的な面で賞賛し理解することのできる唯一の国であると考えているからである、と。最初は惜しめない賛辞かと思われたものは、よくよく考えてみるとあまり喜べたものではなかったわけだ。実際、こういった発言によって、日本だけがその真価を認め、近づくことのできるフランスのファッションが持つ中心性が再び強く主張されてしまう。日本が審美眼あるフランスの客層のレベルまで上り詰めたからといって、まさか対等な関係を構築したことにはならない。いずれ

にしる日本は「完全ではない／白人ではない」存在であって、フランスと肩を並べるにはおよそ至らないのである。

おそらく80年代に西洋が日本のデザインを受け入れていく中で最も顕著に現れたものは、戦争に関するレトリックの繰り返しだった。これは当時、より広くさまざまな場面で頻繁に目にすることができた。日本の経済競争力への脅威に対する不安が、時に戦争というメタファーの形で現れていたのだ。例えば、『ヴォーグ』誌が80年代の主なファッションの影響を振り返った時、日本人デザイナーは「日本の侵略」と名づけられた一連の写真に分類されている。彼らは、その作品がクラシックであると認められたにもかかわらず、国籍をベースとして分類されている唯一のデザイナーたちである。同様に、ジャパニーズ・ファッションを取り上げたフランスの記事では、そのタイトルを「L'offensif japonais（日本人の攻撃）」としており、戦争や人種に関する表現がヨーロッパにも広がっていたことを示している。ファッション業界で使われたメタファーは、「貿易戦争」と呼ばれた出来事の中で広く流布していたものの焼き直しだった。このことはファッションが資本主義的蓄積と国家間の覇権争いから抜け出すことができないということを思い起こさせる。オリエンタリズムが未だ広く世界を巡っていることを考えると、ファッション業界においても消え去っているわけではない。「日本人」に対する批判の頻度や辛辣さは、1980年代に比べると弱まっている。実際、西洋における日本人デザイナーの受容に関する評価は、川久保、三宅、山本といったデザイナーが西洋ファッションの中心地でしっかりとその地位を確立していること、彼らの作品に対する国際的に評価が高いことを考えると、今となってはおかしいと感じられる。予想通り、日本の「侵略」への脅威が語られることは、日本経済の低迷と共に沈静化してきた。しかしながら、ファッションは、国境を越える資本主義が持つより広範な世界の中ではひとつの産業に過ぎず、国民国家間で結ばれる権力構造を伴った特別な地政学的関係を引き継いでいるため、オリエンタリズムを発展させる社会的、歴史的、政治的構造が消えない限り、オリエンタリズムの既成概念は1つの様相から次へと必ず繰り返されるであろう。グローバルな枠組みの中でファッション業界を分析するのであれば、このような相互作用や遭遇は、積み重ねられた地政学的、経済的歴史の中で起こることを覚えておくことが重要である。80年代のジャパニーズ・ファッションの西洋による受容は、こういった歴史の積み重ねを除いては理解されることはなく、日本と「西洋」との関係が矛盾やあいまいさを含んだ複雑なものであることを示す典型的な例となるであろう。

〈註〉

1. Pernet, Diane. Designer. Personal interview. July 1989.
2. Watts, William. "On U.S.-Japanese Ties." *The New York Times* 26 December 1980: A-31.
3. Eason, Henry. "The Pull of Protectionism." *Nation's Business* May 1984: 53.
4. Koda, Harold. Personal interview, 1989.
5. Weiser, Barbara. Vice-President, Charivari, New York. Personal interview. 13 November 1989.
6. Weinstein, Jeff. Writer, *Village Voice*. Personal interview. November 10, 1989.
7. Weiser, Barbara. Vice-President, Charivari, New York. Personal interview. 13 November 1989.
8. Bhabha, Homi. "Of Mimicry and Man." *October: An Anthology*. Cambridge: MIT Press, 1987.
9. Nelson, James. Editor, Magazine House, Tokyo; Freelance consultant. Personal interview. 12 August 1989.
10. Weinstein, Jeff. Writer, *Village Voice*. Personal interview. 10 November 1989.
11. *Elle* 3 Feb 1986: 58.

〈図版〉

- Fig. 1 コム・デ・ギャルソン 1984年 ピーター・リンドバーグ撮影  
Comme des Garçons, 1984. Photo by Peter Lindbergh
- Figs. 2, 3 ヨウジ・ヤマモト 1983年春夏コレクション  
Yohji Yamamoto, Spring/Summer Collection 1983. Rights Reserved
- Fig. 4 イッセイ・ミヤケ・パリ・コレクション 1983年秋冬 ミッシェル・ケヌヴィル撮影  
Issey Miyake Paris Collection. Autumn/Winter 1983. Photo by Michel Quenneville.
- Fig. 5 イッセイ・ミヤケ・パリ・コレクション 1984年春夏 ミッシェル・ケヌヴィル撮影  
Issey Miyake Paris Collection, Spring/Summer 1984. Photo by Michel Quenneville.
- Fig. 6 コム・デ・ギャルソン/川久保玲 1982年 撮影：ピーター・リンドバーグ撮影  
Comme des Garçons, 1984. Photo by Peter Lindbergh

〈参考文献〉

- Bhabha, Homi. "Of Mimicry and Man." *October: An Anthology*. Cambridge: MIT Press, 1987.
- Cocks, Jay. "A Change of Clothes." *Time* 27 January 1986.
- . "Showroom at the Top." *Time* 19 May 1986.
- Drusedow, Jean. Curator, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art. Personal interview. November 1989.
- Eason, Henry. "The Pull of Protectionism." *Nation's Business* May 1984: 53.
- Elle* 3 Feb 1986: 58.
- Koda, Harold. Personal Interview, 1989.
- Nelson, James. Editor, Magazine House, Tokyo; Freelance consultant. Personal interview. 12 August 1989.
- Ouchi, William. *Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge*. New York: Avon, 1993.
- Pernet, Diane. Designer. Personal interview. July 1989.
- Vogel, Ezra F. *Japan as Number One*. Cambridge: Harvard University Press, 1979.
- Weinstein, Jeff. Writer, *Village Voice*. Personal interview. 10 November 1989.
- Weiser, Barbara. Vice-President, Charivari, New York. Personal interview. 13 November 1989.

## ドリンヌ・コンドー (Dorinne Kondo)

南カリフォルニア大学人類学部およびアメリカ研究・エスニシティ学部教授。劇作家、演出家。ハーバード大学にてPh.D.取得(人類学)。著書に『Crafting Selves: Power, Gender, and Discourses of Identity in a Japanese Workplace』(1990年 J.I. Staley Prize 受賞)、『About Face: Performing Race in Fashion and Theatre』(1997年 Cultural and Literary



Studies Award 受賞)。現在、米国におけるパフォーマンスと人種問題に関する著作を執筆中。

(※肩書は掲載時のものです。)