「アパレル」特集

「21世紀に向けてのファッション」

加藤 文子

1. 「ウッドストック」からのメッセージ

ベトナム反戦の呼びかけに北米全土から10万人近い若者が「ウッドストック・ロックコンサート」に押し寄せた。フラワーパターンのロング・コットン・ドレスにヘアバンド、Tシャツにブルージーンズのロングヘアーの若者が、VWバン、VWビートルズ、マスタング、モーターバイクに乗って、又、長い道程をヒッチハイクでこの突然出現した「ホーリー・ランド」にやってきた。

カナダ人女性フォークシンガーのジョニ・ミッチェルが歌った『ウッドストック』に次のような一節があった。「我々の頭上を飛んでいく爆撃戦闘機の編隊が、自由に大空を舞う蝶々達に変わったら何と素晴らしいことか……」この平和を願うフォークソングが歌われてから、もうすでに20年以上も過ぎ去った。本当に世界に平和が訪れたのだろうか？

音楽・芸術・ファッションは、その時代の状況と流れを強く反映している。ファッションは、その時代と密接に関連しており、その時代を無視したファッションは存在しない。ファッション・デザイナーは、その時代をあらゆる角度から感じとり、そのあとの時代を各々が方向づけをしながら、ファッション・イメージを構築していく。

ニットの分野だけでなく、布帛、アクセサリ、又、自動車のインテリアにも大きな影響を与えている「ピッティ・イマージン・フィラティ」（イタリアのフィレンツェで年2回開催される糸の展示会）のファッション・テーマもその時代の状況と流れを的確に反映している。

ファッション界では、ここ数年、1960年代のファッション・イメージが極めて重要であった。

これからのその時代のファッション・テーマを考えて

いく為に、「思考するデザイナー」が強く要求されるようになった1990/91年秋冬シーズンのテーマから1993年春夏シーズンまでの3年間の流れをまとめてみる。

2. 「ピッティ・イマージン・フィラティ」の1990年春夏シーズンから1993年春夏シーズンまでのテーマ

「ピッティ・イマージン・フィラティ」のテーマの流れをみると、1990年春夏シーズンまで、街・都市・地域がテーマとして取りあげられることが比較的多かった。1990年春夏シーズンにはアメリカ西海岸の芸術家達の街であるカーメル・ビーチがテーマに使われたが、このような場所を特定するテーマ設定は1990年春夏シーズンが最後になった。表1にも示されるように、1990/91年秋冬シーズン以降のテーマは、時間とか空間を越えたイメージ、アート感覚が重要視されるようになってきたと同時に、国際問題や地球の環境問題にも積極的な取り組みをみせている。

1990/91年秋冬シーズンでは、「クンスト」と「テクノ」というこれまでとは異ったイメージ表現がつかわれた。「クンスト」はモダンなテイストをもつアンティーク、ニューヨークラシックといわれる工芸品や彫刻のアーティスティックな感覚の表現で、1992/93年秋冬シーズンの「クリエイティビティ」に継承されているアーティスティックな表現の源である。「Kunst」（ドイツ語でアート・工芸の意味）とドイツ語によるテーマ表現はこれが初めてであった。提案されてから1年後に東西をわけていたベルリンの壁が崩壊し、その後わずか1年でドイツが統合された。1989年9月に提案された1990/91年秋冬シーズンのテーマ「クンスト」には、偶然とは決して断定できないポリティカルな流れがあったと考えて良い。「テクノ」は、コンテンポラリーな感覚をニットデ

Fashion toward 21st Century

筆者紹介 FUMIKO KATO

The Three Small Room Inc.

有限会社 ザ・スリースモールルーム 代表取締役

筆者は、ニット・布帛の企画/デザインを専門とし「IWS ジャパンウールニットトレンドコレクション」の第1回担当デザイナー。又、カラスベチャリストとして数多くのカラー提案をされている。メリヤス技術協会賞を受賞。「ほんもののデザイナーになるには」（センイ・ジャーナル）の著書がある。

本稿では、最近のファッション・テーマ、その背景について分析していただき、21世紀に向けてのデザイナーのあり方、ファッションの方向について述べていただいた。

図1 1990年春夏シーズンから1993年春夏シーズンまでのピッティ・イマージン・フィラティのテーマの流れ

出典：ピッティ・イマージン・フィラティのテーマをもとにザ・スリースモールルームが分析

ザインに生かすことを提言すると同時に、極細糸ヤーンの使用、エラストック糸とのブレンドなど、ヤーン・編地に技術面のブレイク・スルーを提言している。「テクノ」のイメージ・テーマは1992/93年秋冬シーズンにも継承され、1993年春夏シーズンでは、「テクノロジー」というテーマで、技術面での革新を前面に強く押し出している。

1991年春夏シーズンでは、『地球を大切にしよう』というヨーロッパ全土で強い関心をあつめている地球の環境問題に取り組んでいる。フロンガスの使用によるオゾン層の破壊や二酸化炭素の排出増加にともなう地球の温暖化などの大気の問題、そして、アマゾン流域に代表される熱帯林の保護など発展途上国における環境破壊と開発のあり方などの問題である。「エクスプレッション」「エスケープ」が地球の環境問題に呼応するテーマである。ピッティ・イマージン・フィラティで1991年春夏シーズンのテーマとして1990年2月に提案された地球環境問題は、同じ年の1990年6月に、ロンドンで開催された国連環境計画外交官会議で、「西暦2000年までにフロンガスなどのオゾン層破壊物質の使用を全廃する」と決定されている。ファッション・テーマが、このような大きな課題とバラレルに動いているのが実情である。この重要テーマは、その後も「バリュースルータイム」「トラディション」「コンセプト」と言った表現のなかで継承されており、1993年春夏シーズンでは、「ニュー

エコロジー」のテーマで再度、強く提案している。

1991/92秋冬シーズンでは、時間の概念をピッティ・イマージン・フィラティのテーマに取り入れている。何千年、何万年とはぐくまれてきた自然の美しさ、宇宙の美しさといった時間を超越した美的価値と、人間がつくりあげた古代の遺跡や伝統的な工芸品のような時代の遺産の美的価値を「バリュースルータイム」でとりあげている。「カルチャーオブモダンライフ」などは、デザイナー達に、『あなたが、自由にクリエイティビティを発揮し、自分の持ち味を表現しなさい』と呼び掛けている。モダンアートのクリエイターであるニットデザイナーに対する大いなる期待である。当然、この提案では時間の概念にならな制約はない。このテーマの一部に1960年代のファッション・イメージが姿をあらわしてきている。

1992年春夏シーズンでは、「トラディション」と「イノベーション」がテーマとなったが、これは『自然の造形と人工の造形を対比しながら、しかもそれらを融合させる』という大きなテーマである。1991/92秋冬シーズンのイメージを引き継いでいるが、一気に具体的なイメージ提案をおこなっているのが特徴で、「トラディション」のテーマを「ランドスケープ」、「フォルム」、「アーキテクチャー」の3つに分けている。「イノベーション」のテーマは1991/92年秋冬シーズンのモダンライフを引き継いでいると同時に1990/91年秋冬シーズンの

「クンスト」と「テクノ」の流れも継続している。

1992/93秋冬シーズンは、1992年春夏シーズンのテーマを引き継ぐ形で「コンセプト」「ハイタッチ」「クリエイティビティ」が掲げられ、創造性、アート感覚が強調されている。

1993年春夏シーズンのテーマは、1990/91秋冬シーズンと1991年春夏シーズンにその源を持つが、その頃と較べると、更にズームアップした感覚、例えば、木の葉の透けた葉脈の表情、細かな水滴の透明感、20世紀の初め頃の繊細な織物の拡大パターンなどが表現される。

これらの感覚は、それをバックアップする技術によって支えられており、同じ感覚、手触り感が1993/94年秋冬シーズンにも継承されることは間違いない。

ファッション・テーマは、その時代の状況と流れの分析と方向づけであり、おのずとデザイナーの創作とマッチする。

「ファッションは三次元という空間と時間のファクターを持った四次元の世界だ」「ファッションは空間と時間のファクターに“X”というファクターを加えた四次元プラス“X”の世界だ」という表現もある。空間プラス時間といった枠がまったくない次元で、その時代という集合体、それを取り巻く集合体に人々が関心を持ち、どんどん近づいていく。その状況と流れを音楽家、芸術家、デザイナーがその時代の音楽、その時代のアート、その時代のファッションとして最大限に表現する。このような見解とは別に、空間と時間の次元で、その時代らしい切り方で、切り口を捕え、四次元の世界を感じとる。その時代の音楽、芸術、ファッションは、そんな状況、流れを表現したものだという意見もある。どちらが正しいなどと言うのは無意味なことで、どちらも正しい。ファッション・デザイナーが感じたその時代がある場合はアートの世界に投影し、ある場合は自然の状況、建築、フォルムに投影し、イメージを出来るだけの確に表現している。その為、時には多少の類似点もあるが、これまでとは異ったファッション・イメージが打ち出される。このようなファッション・イメージのキャッチの方法は、最も適切では確立された方法であると言って良い。勿論、一番大切なことは、その時代に何を感じるかということである。

3. 「アルベールビル冬季オリンピックのファッション」

アルベールビルで開催された冬季オリンピックでは、ファッション面で注目すべき点が多かった。フィギュアスケートでは、フランス人ボナリーが着用していたクリスチャン・ラクロアのコスチューム、優勝したCISベアが着用していたブルーのグラデーションのコスチュ

ームは、デザインカラーも最も新しい感覚が反映されていた。1/100秒を競うスピード・スケート、ダウンヒルスキー、時速240km出るスピード・スキーでは、ウエアは身体の一部という表現がピッタリの機能最優先の競技用ウエアで、素材メーカー、ウエアメーカーの高度な技術が活されている。ファッション面で一番素晴しかったのは、弱冠30才のサーカスを愛し、クラシック・バレエを愛するフランス人プロデューサーが構成した開会式である。開会式は、1992年2月というその時代の状況と流れ、“良き伝統の基盤のもとに、個々の人間性が尊重され且つ、統合された美しさ”を想像力を重視するシュルレアリズムの世界に見事に投影している。長い間、引き継がれてきた民族衣裳が、アルベールビル冬季オリンピックの開会式のイメージのもとで、あれ程まで新鮮で、且つ魅力的なファッションとして、皆に強くアピールした。写真1のコスチュームは、まさにシュルレアリズム（超現実主義）の世界と言え、ファッションの観点から注目すべき点は、人間のボディ・ラインを大幅に変えていこうという意図がみられることである。この動きは、従来のウエアの概念を打ち破ろうとする最近の傾向とも呼応している。

写真1

4. 「ファクトリー・ブティック」

ファッション情報を、ファッション業界だけが独占していた時代はとくに終わった。海外、国内での消費者の積極的な購買意欲が、メディアを動かし、今では、一般の消費者が、雑誌、TVからかなり高いレベルのファッション情報が簡単に得られるようになったし、都内で開催される海外・国内のトップデザイナーのファッション・ショウにも一般消費者が行く時代となり、一般消費者のデザイナー化が始った。「自分のオリジナリティを盛り込むことが出来る」「自分のボディ寸法に合ったウェアで、修正の面倒から開放される」「欲しいと思った時にすぐ手に入り、出来上りを待つ必要がない」こんな消費者のニーズに答えたのが、ファクトリー・ブティックである。ニットウェア、ブラウス、水着など、すでにコンピュータにインプットされているデザインと型紙をベースに、スピーディな生産が可能な方式で、デザインの打合わせ、採寸から仕上がりまで約1時間である。今後、このような形態のブティックが、急速に伸びることは間違いないが、唯一の問題点は、一般消費者に対するデザイン面でのサポートである。特に、「自分のオリジナリティを盛り込むことが出来る」という理由で、ファクトリーブティックを選択する人達には、デザイナーあるいはファッション・コーディネーターのアドバイスが必要で、その目的にあった2WAYコミュニケーションが出来るシステムが必要になる。TVモニター付電話で、営業時間中であればいつでも打合わせが出来たり、通信機能を持ったコンピュータ・グラフィックスで打合わせをしたり等、具体的な案も豊富にあり、最も適した解決策が出てくると思う。ファクトリー・ブティックの本格的な展開はかなり早いピッチで進んでいくと思われる(写真2～8)。

5. 「21世紀に向けてのファッション」

「この世で誰一人として着たことがない素晴らしい洋服が欲しい。その為ならどんなに大金をかけても構わない」ととても洋服が好きな王様は、そんな機会がいつやってくるのだろうかと待ち望んでいました。その話を聞きつけ、腕のたつ洋服仕立て職人が思い思いに最高の素材を持って続々とこの街に集ってきました。そのうちの何十人かは王様に召し抱えられ、王様専属の仕立て職人となり腕をふるまいました。ある日、ひと組の仕立職人が「王様が望んでいた素晴らしい洋服ができた」と言って差し出したのは、「空気の洋服」でした。何も見えない為、王様に不安が全くなかった訳ではありませんが、2人の仕立て職人が替り変わりに「何て素晴らしい色合い

写真2 ファクトリーブティックのイメージマップ

写真3 ファクトリーブティックの製品のマップ

写真4 ファクトリーブティックの製品のマップ

だろう」「抜群のフィット感がある」「羽よりもっと軽い素材をつかっている」「縫ったにもかかわらず縫い目が全く見えない」など、余りにも自信たっぷりに言う為、彼等の言葉を信じて「空気の洋服」を着ましたが、着ているうちにとても気に入ってしまいました。大金を払ってつくったこの洋服を民衆にも見せてやりたいと思いいある日街に出ました。街に出た途端、少女が「あっ！

写真5 ファクトリーブティックのコンピュータによるデザイン画

写真7 ファクトリーブティックの編地のディスプレイ

写真6 ファクトリーブティックのコンピュータによる編地の柄

写真8 ファクトリーブティックのシステム

王様はハダカだ」と言った。

これが「裸の王様」のストーリーですが、このなかで実に多くのことを語っています。

王様の仕立て職人が、街の子供達に「王様はハダカだ」と絶対に言われない洋服を創りだしていたとすれば、そのファッションは「21世紀に向けてのファッション」として十分に通用すると思います。

どんな素材が、どんなウェアが21世紀にはででくるのでしょうか？

- ・バイオテクノロジーによって作られる全く新しい手ざわり、加工特性をもった天然素材
- ・衿、袖、ポケット、身頃がパーツとして販売されてい

て、顧客独自のコーディネートが可能なウェア。

パーツの取付け方法は従来のジッパーやマジックテープに変わるものが使用される。

- ・屋内／屋外でも空気レイヤーで温度調節が可能なウェア。部分、部分の温度調整ができ、暑さ、寒さを感じさせない。
- ・表地のカラーを独自に調節することが出来るウェアで、その場の雰囲気にあったカラーを選択できる。

大きなストライドでどんどん進んでいく技術によって21世紀のファッションは支えられると言っても過言ではありません。

(平成4年4月17日受理)