

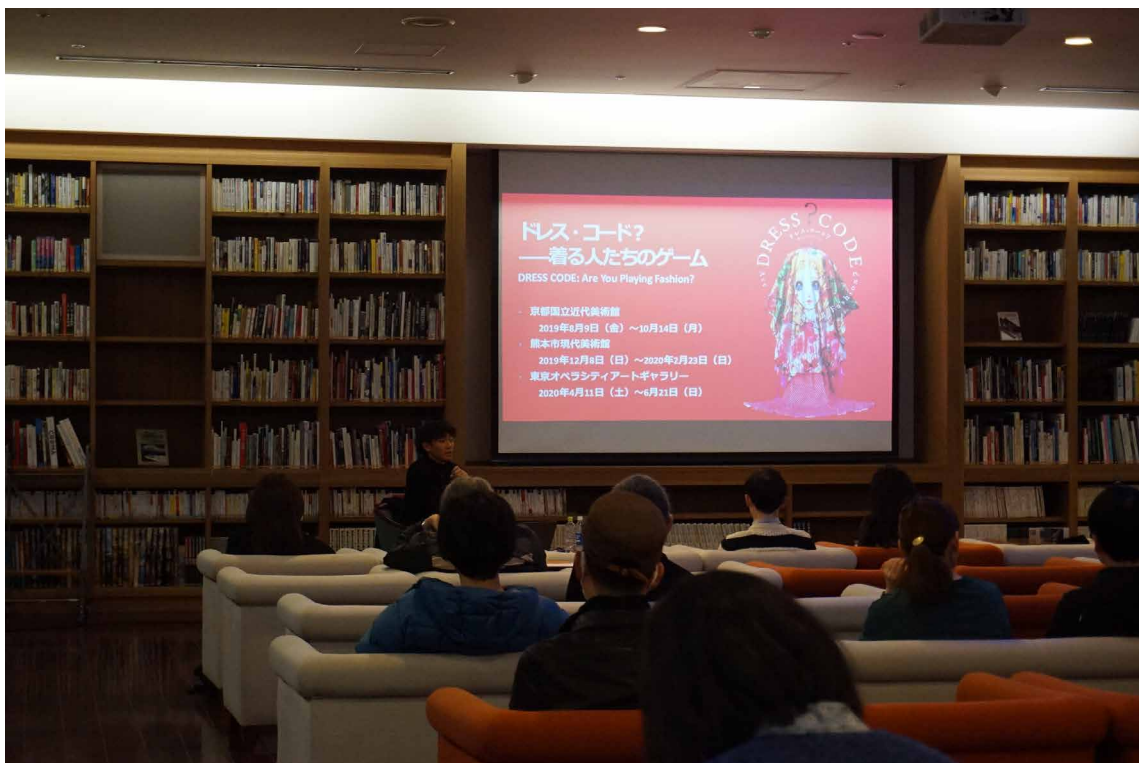
## 「ドレス・コード? — 着る人たちのゲーム」 関連イベント

### [レクチャー] 小形道正

日時 2020年2月1日(土) 14:00-15:30

場所 熊本市現代美術館 ホームギャラリー

講師 小形道正 (京都服飾文化研究財団アシスタント・キュレーター)



---

ドレス・コード— 着る人たちのゲーム

会期 2019年12月8日(日) - 2020年2月23日(日)

会場 熊本市現代美術館 ギャラリーⅠ・Ⅱ

## はじめに——自己紹介

まずは自己紹介からということで、わたしは小形道正と申します。出身は長崎で同じ九州なので久しぶりに帰ってきたという感じがあり、熊本市現代美術館にて展覧会を開催できたことがとても嬉しいです。わたしはずっと社会学を専門に勉強してきました、専攻は文化と芸術の社会学、社会理論、現代社会論になります。なので、ファッションを専門にしてきたというより、社会学を中心に文化現象のひとつとしてファッションを扱ってきました。

そもそも京都服飾文化研究財団（以下、KCI）とはどういうところなのかよく質問されるのですが、一言でいうと、大学と美術館の中間に位置する研究機関だといえると思います。大学は先生方がそれぞれ研究をして、同時に学生に教授する場所だと思いますが、財団は国の科研費などにも申請できる機関で個々のメンバーが研究をしています、学生がおりませんので教える機会がほとんどありません。一方、美術館は作品収集をして展覧会を開催することが主な活動だと思いますが、財団は作品収集が中心で（小さなギャラリーはあるのですが）大きな展示室がありません。ですので今回の「ドレス・コード？」展のように、5年に一度大きな展覧会を実施することが重要なミッションになっています。

わたしの主な仕事は、個人の仕事と組織の仕事とに大きく分けることができるかなと思います。個人の仕事としては研究論文の執筆や大学の授業などが挙げられます。一方、組織の仕事としては作品の収集活動や研究誌『Fashion Talks...』の編集、そして展覧会の企画・実施があります。

最近の個人の研究について少しお話しすると、現在は戦後日本社会における着物の変遷について考えています。今回の展覧会でも出品している都築響一さんの「北九州市成人式」（作品98：都築響一（選）《ニッポンの洋服》2019）<sup>1</sup>のように奇抜な着物が出てきたり、京都だと一見「これは着物なのかな？」と思うようなユニークな着物で街を歩く人たちが増えてきています。しかしながら、この現象が大変興味深いのは、このような表層的な面白い着物の出現としてだけではなく、現在の着物を通して、人間と衣服の關係に本質的な変化があらわれていることです。たとえば、わたしたちは高度経済成長期のなかで「衣服をつくる」という時代から「衣服を買う」という時代へと変わってきました。そのなかで、着物は日々の生活着から盛装のための高級品となりました。それがさまざまな調査をみると、現在成人式では約4～5割の人たちが着物を借りて着用している。また京都などでは、先述したような、ユニークな着物をレンタルして多くの人が楽しそうに観光している。つまり、いまでは「衣服を借りる」時代になりつつあるのではないかということです。「衣服をつくる」ことから、「衣服を買う」ことへ、そして「衣服を借りる」ことへ。この変遷を具体的な着物から描き出すとともに、それぞれの人間と衣服の關係の抽象的な意味についても考えています。このことについては、またどこかの機会にお話することができれば嬉しく思います。

## 【ドレス・コード?のコンセプト——円環する3つの理念型

今回の「ドレス・コード?——着る人たちのゲーム」は、当初京都と熊本だけの開催でしたが、東京オペラシティアートギャラリーでも2020年4月から巡回することが決まりました。もうほとんどの方は展覧会をご覧になったかと思います。本レクチャーを聴きにいられた方は、おそらく、「この展覧会はいったい何をいいたいのか」あるいは「キュレーターはどういう意図でこの展覧会を企画したのか」といった疑問をお持ちなのではないかと思います。展覧会は13のキーワードで構成されていますが、これは鑑賞者の方に展覧会を楽しんでもらうために、また「ファッションとは何か」ということを考えてもらうきっかけとして便宜的に設定したものになります。ですので、今回このような機会を頂けたことは大変嬉しく、ここでは展覧会をより深く理解し、より楽しんでもらえるために企画のコンセプトについてお話しできればと思います。

内容に入る前に、まず近年の多くのファッション展は、基本的に大きく2つの系統に分かれると思います。ひとつはパリ装飾美術館やヴィクトリア&アルバート博物館で開催されたディオール展、あるいは東京都現代美術館で開催されたミナ ペルホネン展といった<sup>2</sup>、デザイナーやブランドが中心となって開かれた展覧会です。これはデザイナーやブランドが関わっているので、いくぶん広告的というか、スペクタクルな要素がふんだんに盛り込まれています。もうひとつは歴史的な衣装の展覧会です。こちらは近年面白いのはどちらかという大きな展示室というより、小規模な展示室でテキスタイルや服の構造をみせるというものが多いと思います。KCIは5年に一度大きな展覧会をするというのがミッションですが、わたしはこうした状況の中でファッションを通じてあるいはファッションにおいて、いったい何ができるのか、何か本質的な問いをもちうるような、意義のあるコンセプトチュアルな展覧会ができないかと考えました。こうしたときに大きなヒントとなったのは社会学者ゲオルク・ジンメルの『社会学の根本問題』にある次の文章です。

社会概念を最も広く解すれば、諸個人間の心的相互作用を意味する。もっとも、二人の人間がチラッと顔を見合わせたり、切符売場で押し合ったりしても、まだ二人が社会を作っているとは言えないであろうが、しかし、こういう限界現象が右の規定に簡単に当て嵌まらないからといって、それで右の規定に戸惑う必要はない。<sup>3</sup>

これは少し難しいですがけれども、簡単にいえば、ジンメルは社会概念を考えたときに諸個人間の相互作用、相互行為によって成り立つ現象であると考えているわけです。社会学を学ぶ人にとっては、社会という概念をめぐって、デュルケームが個人を超越した集合現象であると考え、ウェーバーは個人の行為であると考え、そして、その中間にジンメルが相互行為であると考えたというかたちで習うと思います。

こうしたジンメルの考えはファッションについても同じことが言えると思います。つまり、ファッションというのは単に衣服を着るというだけではなく自分が他者の服装を視ている、あるいは他者から自分の服装が視られているという、視る／視られるという関係性、相互行為の中で

ファッションが成立しているのではないかということです。「ファッションは自己と他者の交差する視線によって成り立つもの」ということが、今回の展覧会の大きなコンセプトになります。そして、このコンセプトを踏まえつつ、現代社会のなかでファッションにどのような問題が、またはいかなる現象が生じているのかということを考えてみると、以下の3つの理念型に区分することができるのではないかと思います。

1. ステレオタイプ
2. 脱ステレオタイプ
3. 原ステレオタイプ

一つ目がステレオタイプ、いわゆる型です。自己と他者の関係性のなかで、ファッションでは型というのが大きな要素になっています。二つ目が脱ステレオタイプです。これはある型が脱文脈化すること、あるいはフラットな状況になることを意味しています。三つ目が原ステレオタイプというもので、新たなコンテキスト、新しい世界観といえるものです。そして、後程お話しするように、この3つの理念型が円環する、循環する構造になっています。詳細については展覧会カタログの論文<sup>4</sup>でも著しているのですが、是非ご覧いただければ幸いです。

## 【ステレオタイプ——型の（不）自由

まずはステレオタイプです。このことに関して社会学者のアーヴィング・ゴフマンが、『行為と演技』において次のように述べています。

ある行為主体が数人の人の居合わすところへ登場すると、通常彼らは新来者について情報を得ようとするか、あるいは彼について彼らがすでに所有している情報を活用しようとする。彼らが関心を抱くことは、このものの大よその社会——経済的地位であり、彼の自己像であり、彼らに対する態度であり、彼の能力であり、彼が信頼できるかいないかというようなことである。<sup>5</sup>

わたしたちは誰かに会ったとき、「この人ってどういう人なのかな」ということを、その人の姿形や仕草、状況などによって為人を判断したり、またこれまでの経験を活用して、その人の人柄を把握しようとします。それは「人は見た目で判断してはいけない」という言葉に端的に表れています。つまり、この倫理的な言葉が発せられるのは、やはりわたしたちがすでに人を見ただ目で判断しているからに他ならないということです。ファッションはこの見た目の部分を大きく占めるもので、わたしたちの社会的属性を示す記号であるといえます。このもっともわかりやすい例がユニフォームで、今回数多く展示しているスーツです（作品7-26）。たとえば、スーツは19世紀中頃のイギリスの上流階級で成立していくものですが、現在ではスーツを着ていれば社会人としてみなされ、仕事をしている人だとみられるわけです。また今回、小展示室（ギャラリーIII）でも学生服をいくつも展示していますが、制服を着ていれば彼／彼女らが学生であ

るということをわたしたちは認識するわけです。

ユニフォームにはこうしたある種の型があり、明文化されたあるいは暗黙の規則や規範がついてまわります。たとえば、ネクタイの結び方一つにしても、またスカート丈にしてもさまざまなルールがあるわけです。ただ、こうした型やルールがあるからこそ、もっと個性を表現したいと思ったり、逸脱したいという欲望が生まれたりして、ときに細かな部分にこだわったり、ときにスカートの丈を短くして反抗したりするわけです。

一方で最近だと、「制服をなくしましょう」「自由な服装でいいですよ」という傾向があると思います。でも、みんな「自由でどうぞ」と言われるとそれぞれ好きな格好をするかということ、意外にそうではない。たとえば、学生服が一番おもしろい例だと思いますが、結局 EAST BOY のような「なんちゃって制服」を買って、制服っぽい格好で登校してしまうわけです。自由であることの不自由。すべてが自由になってしまうと、それはそれで困ってしまうわけです。ある程度の型があった方がどこか安心するということもたしかだと思います。

型があって、型の中で、型があるからこそ遊びが生まれる。ここでとても面白いのは、たとえば学生服のポスター（作品 27）をみると、詰め襟やセーラー服だったものが、だんだんブレザーになっていくというように、型のなかにも歴史的な変化がみられることです。スーツでも、ロジャース・ピート・カンパニー（作品 7）は 20 世紀初頭のいわゆるアメリカ型のスーツです。アメリカ型はウエストのラインをほとんどシェイプしないボックス型で、一方ウエストをシェイプしているものはイギリス型です（作品 8）。40 年代には主に黒人たちが着用していたズート・スーツ（作品 12）というとてもかっこいいものもあります。80 年代はヨウジ・ヤマモト（作品 17）のようなゆったりとしたスーツが流行しますが、それを一気に変えたのがエディ・スリマンのディオール・オムのスーツです（作品 14）。シャネル・スーツももはやひとつの型だといえます（作品 73-83）。シャネルというのは、女性の社会進出の一つの神話として語られることもありますが、もうひとつシャネル・スーツという型をつくったデザイナー／ブランドであるといえます。シャネル自身がつくったいわゆるアーキタイプ、戦後に発表されたピンクの二つの作品をプロトタイプとすると、ラガーフェルドが CHANEL というブランドのなかで自己言及し、また山本耀司によってオマージュを込めた他者言及がなされ、ステレオタイプ化していきます。そして、最近ではデムナ・ヴァザリアのヴェトモンが「ミス・ナンバー 5」（作品 83）という、いわゆるシャネルおばさんの格好をコレクションで発表しています。もちろん厳密に考えると、ここにはデザインとそれを着る人格という二つの位相が含まれていますが、このようにループする、参照することで型、ステレオタイプが生まれるわけです。

実は型はユニフォームだけではなく、ふだんの服装においてもあてはまります。わたしたちは他人の服装を見て、「こういう服装が好きな人ってこういう系だよな」、「この人ってこういう風だよな」といったかたちで解釈して、その人の生活や趣味嗜好を類型化したり、ときには「こういう人とは仲良くなれないだろう」と勝手に思ったりしてしまうのではないかと思います。一番わかりやすいのは、ロバートの秋山竜次さんの「クリエイターズ・ファイル」です。たとえば、

このなかに登場する YOKO FUCHIGAMI をみると、「ああこういうデザイナーの人、実際にいそうだな」という感じで、みんなが共有しているステレオタイプを面白く表現しているわけです。

こうしたステレオタイプはロバートの秋山さんやシンディ・シャーマンの作品（作品 56:《Untitled #471》2008）だけではなく、さきのヴェトモンが 2017 年秋冬コレクションでまさにコレクションとして発表しているわけです。

ミラノ風、用心棒、パリジェンヌ、観光客、ブローカー、おばあちゃん、ジプシー、新郎、ソーシャルワーカー、コマンドー、ウルリッヒ、ミス・サン・アントニオ、ジャン・カルロ、ミス・ナンバー 5、女性警官、ノミネート女優、放浪者、パンク、マライカ、ミス・ウェブカム、年金受給者、黒人の若者、アンジェラ、ボランティア、テキサス男、フォーガン、隣人、秘書、オタク、エモーショナル・ハードコア、ひきこもり、ガバ（テクノ系）たち、薬物常用者、トラッシュメタル、メタルヘッド、新婦

それぞれの作品にステレオタイプなラベリングがなされています。このコレクションが発表されたときに、これはとてもおもしろいと思ったので、今回の展覧会で映像（作品 108）を使用することができ大変嬉しかったですね。

ここで重要なのは、自己（わたし）は他者の服装をみてある型にはめてしまう、何らかのステレオタイプな見方をしてしまうということです。ということは、同時に、他者もまたわたしの服装をみて、ある型にはめているということです。わたしたちは互いの人間関係のなかで、ファッションをはじめ、何らかのステレオタイプな視線をもっている。このことは決して悪い意味だけではありません。ステレオタイプなイメージがあることで、わたしたちは服装を通じて演技することができるという良い面もあるわけです。畏まった場所だから、他人にこういう風に思われたいから、といったさまざまな理由でわたしたちはときに服を着ています。だから、話してみると、「あれ、意外にこういう人だったんだ」ということもあるわけです。つまり、服にはステレオタイプあるいは型があって、わたしたちはそれによって、ときに不自由に感じ、ときに自由になるわけです。

また、今回展覧会を企画するにあたって非常に感じたことですが、ファッションは多くの場合マネキンに服を着せます。しかし、それだけだと絵画や彫刻といった他の芸術とは異なり、どうしても情報量が少なくたんにテキスタイルをみせるだけになって、「こういう服を着る人ってこういう人なんじゃないか」という想像が非常にしにくいわけです。そこで今回、藤田貴大さんが主宰する劇団マームとジプシーに、KCI の所蔵作品を使って、「この服装だったら、こういう性格の人なんじゃないか」ということが鑑賞者にも伝わるような、ステレオタイプをコンセプトにした作品を作ってもらえないかという依頼をしました（作品 109:《ひびの、A to Z》2019）。そこでは A から Z までの 26 人のポートレート、彼らが着ているような服、また彼らが愛用している小物、そして彼らが喋りそうな言葉や会話が展示されており、それらを結び合わせていくことでそれぞれの性格やキャラクターが浮かび上がってきます。

## ■ 脱ステレオタイプ——選択の（不）自由

つぎのテーマは脱ステレオタイプです。これは型の自由／不自由ではなく、服を選ぶことの自由／不自由であり、現代社会において、このことは服の持っているステレオタイプの意味や価値が失われていく過程に起因していることだといえます。たとえばジーンズが一番わかりやすいと思います。ジーンズは19世紀のアメリカ開拓期の炭鉱夫が着ていたもので、その後、50-60年代にジェームズ・ディーンがジーンズを履いたことで若者の反抗の象徴になりました。しかしながら、現在ではそのようなイメージはなく、すでにジュンヤワタナベ コムデギャルソンのドレス（作品33）やクリスチャン・ディオールのビスチエ（作品31）のようなオシャレなアイテムになっています。トレンチコートもそうです。トレンチとは塹壕という意味で、もともとは軍服を出自としたもので、『カサブランカ』（1942）のようにかつてはハードボイルドな男性が着用するというイメージもありましたが、今ではビューティフル・ピーブルの作品（作品39）やアンリアレイジの作品（作品41）のように、ひとつのデザインソースになっている。アイテムとなることでさまざまなデザインが生まれるわけですね。

また、アートであれば、有名なレオナルド・ダ・ヴィンチの《モナ・リザ》（1503-1519）があり、マルセル・デュシャンの《L.H.O.O.Q.》（1919）のモナ・リザがある。もちろん、ルーブル美術館に行けばモナ・リザのお土産品がたくさん売られている。そして、一見ダ・ヴィンチのモナ・リザと Louis Vuitton のコラボレーションかなと思わせて、アプロプリエーションアートとして有名なジェフ・クーンズとのコラボ作品もあります。ロゴも然りで、バーバラ・クルーガーの作品のタイポグラフィがストリートファッションの Supreme と同じなのは有名で、Supreme と Louis Vuitton のコラボ（作品49）は大きな話題にもなりました。このように、アートやロゴの価値というのは非常にフラットになっていて、わたしたちは自由にファッションを楽しむことができる状況になっていると思います。一方で、モスキーノのジェレミー・スコットが2017年春夏コレクションに、紙の着せ替え人形のような作品を発表しています（作品55）。これは非常に批評的な作品で、本来ファッションというのは触覚的なものですが、もはや現在の SNS 時代では視覚的なもので簡単に判断し、されてしまう。つまり、わたしたちはスマートフォンやインスタなどのアプリのスクリーンという、二次元でしかモノをみていないわけです。だからもはや着せ替え人形なのだという、これはとても批評的で素晴らしい作品です。手仕事の大切さとか、マテリアルの良さとか安易に謳わないところが良いですね。ここには意味や価値がなくなっていくことと、現在のメディア環境における平面的な視覚という二重のフラット化の要素があるように思います。

わたしたちはこうした脱ステレオタイプ化された、ファッション・アイテムのなかから自由に服を選び、組み合わせを楽しんでいる。それぞれ自由な個性的な表現ができています。しかしながら、本当にそうだろうか。街中に出たとき、わたしたちは本当に、みんな個性的なファッションをしているといえるのか。そのように問いかけて、ハンス・エイケルブームの《Photo Notes》（作品84）をみると、そこには同じような格好をした大勢の人びとの姿が並んでいる。この作品は大変ユニークな作品で今回日本ではじめて展示されたものですが、それぞれに撮

影した場所と日付と時間が記されています。たとえばアムステルダムで2016年3月26日の1時から3時の間に、これだけ同じファッションの人がいたというものです。彼はこうした路上観察を30年近く続けています。この作品について、アメリカの批評家デヴィット・キャリアは、ハンス・エイケルブームの作品集に寄稿した論文のなかで、つぎのように述べています。

ザンダーの従来文化においては、社会的役割が人の服装を決定した。農家は他の農家と同じような格好を工場労働者は他の工場労働者と同じ格好をし、特権階級の男女には特有のファッションがあった。しかし、今日では、ほとんどの人が自由に選ぶことができる。現代の市井において、人の服装というのは、人が他人からどのように見られているかを決定づける。したがって、自身に適した表現方法を見つけることが容易ではないことから、服を選ぶという行為には不安が伴う。<sup>6</sup>

服を選ぶことに伴う不安の一つに、服がかぶるという問題があります。服がかぶることを気にするのはとくに現代の若者たちのなかでみうけられて、最近の調査では、ファッションは自己表現というより他者とかぶらないことを重視しているという、結果が出ていたりします。かぶるということに気にして、不安になる。

ただ、かぶるという問題は決してネガティブなものだけではないです。かぶるような一般的なアイテムを手にするので安心することがあります。たとえば、わたしたちの日常生活のなかで服が浮いているということを経験したときに、仲間と溶け込むために同じようなアイテムを着ることで安心するということがあると思います。いわば、普通であるためのわたしです。また、世界情勢から考えると移民の問題が挙げられるのですが、興味深いのは、移民の人たちが中東などからイギリスやヨーロッパに移り住むとき、彼らがまずジーンズを手にするということを書いた研究があります。イスラム圏の人が移り住むと民族衣装などでどうしても周囲から浮いてしまう。そのときに、ひとつの方法としてデニムを着る。デニムをはくことで都市の空間のなかに溶け込むことができるわけですね。

だから、服を選ぶことは他者とかぶるという不安があるけれども、同時に、その都市のなかで生きていくことができるという安心もある。そうした両義性を持っている。脱ステレオタイプでは服を選ぶということのなかに、こうした自由と不自由、不安と安心があるわけです。

## ■原ステレオタイプ—ファッションの可能性

ステレオタイプがあって、脱ステレオタイプ化していく。すると、これから先どのようなファッションが生まれるのか。ファッション業界のなかだと、新しいファッションはもう生まれないといわれたりします。たしかにそういう側面はあるかもしれませんが、もう少しポジティブな考え方もできるんじゃないかと思っています。つまり、わたしとしては何か新しいもの、あるいは新しいと感じさせてくれるものが生まれることが潜在的な可能性としてあり得る、常に残されていると思えるわけです。とくに、それは新しい文脈が作られることによって生まれると思うのですが、



そのときに重要なのは何か一言では表現し難い、独特な世界観をもつファッションにこそ可能性があると思います。

たとえば、グッチのアレッサンドロ・ミケーレの作品（作品97）があります。「これはいったいなんだろう」という感じだと思います。ニューヨーク・ヤンキースのロゴが刺繍されたカトリックの司祭が纏うストラに、70年代の『ビバ!バレーボール』の漫画がプリントされたジャケット、シークイン刺繍のキラキラとしたスカート、スパッツをはいて、靴はボウリングシューズ。彼のコレクションはもちろん毎回少しずつ異なりますが、やはり世界観は統一されている。この世界観の統一が共感を呼んで、結果としても、グッチの大きな躍進につながっているのではないかと思います。

ある種の表現しがたいような独特の世界観を、わたしは原ステレオタイプと呼んでいます。なぜ原ステレオタイプかということ、最初は「なんだろう?」という感覚も、やがては「これって〇〇風ですよ」と定着していきます。さきほどのグッチもそうです。「I feel Gucci」という表現（スラング）に代表されるように、今では多くの人が了解しているわけです。つまり、それはステレオタイプなものになりつつあるわけです。やがてはネタ化され、ステレオタイプ化されていく。そうした可能性として、原ステレオタイプがあるのだと思います。

また、原ステレオタイプというのは、決してハイファッションだけにあるものではありません。つまり、普通の市井の人びと、ストリートのわたしたちのなかにも面白いファッションを作り出している人がいる。そこにはハイファッションもサブカルチャーも関係ないわけです。今回そのために都築響一さんに協力をお願いしました（作品98：都築響一（選）《ニッポンの洋服》2019）。たとえば、異色肌。これは一瞬「エッ?」とびっくりしてしまうかもしれませんが、非常に面白く、写真も素敵です。また『鶴と亀』という長野の奥信濃に住む、おじいさんおばあさんをスタイリッシュに撮っているフリーペーパーがあるのですが、これもかっこいいですね。一周回ってこの格好が良くみえるというか、こうした撮り方や試み自体がとても素敵だと感じました。

ファッションというのは、何がかっこよくて何がかっこ悪いかすぐわかりにくい。けれども、ある種の世界観をもっていることが重要なんじゃないかと思います。それはハイもローも関係ない。だから、ここでは同じ空間に展示しています。原ステレオタイプはやがてはステレオタイプになっていく。けれども、こうした未来にステレオタイプとなりうるような、原ステレオタイプなファッションにこそ可能性があると思っています。

では、原ステレオタイプとなり得るようなファッションを、今回の展覧会の大きなテーマでもあった見る／視られるという関係から考えるとどうなるのか。このことについて異色肌の miyako さんがとても重要なことを話していると思います。彼女はつぎのように言っています。

“誰かのため” “何かのため” に異色肌をしているだけではなく、純粋に自分が好きな格好をしているだけです。<sup>7</sup>

これは決して彼女たちがたんに他者の視線を無視したり、社会の規範から超越しているということの意味しているわけではありません。むしろ、わたしたちのファッションをめぐる、見る／視られるという関係性を踏まえた上で、それでもなおファッションを楽しむ態度であるといえるの

ではないでしょうか。つまり、誰もが経験していることだと思いますが、ファッションを単純に楽しむだけということはなかなかできず、ある時、他者にどうみられているかということに気がしてファッションに悩むときというのがあると思うんです。けれども、そうした視線を前提としたなかで、結局自分自身が楽しまない、やはりファッションというのは面白くならないわけですね。決して奇抜な格好をすれば良いのではない。一周回ってファッションを楽しむということ。それが重要なことだと思います。

最後に今までのことをまとめますと、ファッションというのは見る／視られるという、自己と他者の相互行為のなかで生じる現象です。つまり、ファッションとはこの世に生まれたときから否応なしに参加を強いられるゲームなのだということです。たとえば、「ファッションは自分には関係ない、何でもいいです」とか、「自分はファッションから降りましたから」といっても、他人から「その服かっこいいですね」とか、「えっ、その服ダサくない?」とか言われると、ファッションという空間に戻されてしまうわけです。だから、他者が存在する限りにおいて、ファッションという現象はあり続けるわけです。このように、見る／視られるという自己と他者の関係のなかで、ステレオタイプという型の自由／不自由がある。また、脱ステレオタイプという現象のなかで、選択することの自由／不自由がある。そして、一周回ってファッションを楽しむことで、原ステレオタイプが生まれる。ただし、その原ステレオタイプも、やがてはステレオタイプのネタとして消費されていく。このように、「ステレオタイプ→脱ステレオタイプ→原ステレオタイプ(→ステレオタイプ→…)」、という循環構造があるのではないかと。

以上のことを、わたしは今回の展覧会、「ドレス・コード?——着る人たちのゲーム」展のコンセプトとして考えました。まだご覧になっていない方、もう一度ご覧いただける方には、今回お話しさせていただいたことを思い返したり、考えていただけると幸いです。また、この詳細については、カタログ内のわたしの論文を是非ご一読いただければと思います。さまざまなファッション展をはじめ、数多くの展覧会が開催されていますが、「ドレス・コード?」展自体が誰かにとっての原ステレオタイプとなってくれれば本当に嬉しいです。

## 【おわりに——展覧会の周辺】

これまで今回の展覧会のコンセプトについて説明させていただきました。コンセプトを考えるのは本当に孤独で不安な作業なのですが、同時に展覧会というのは決して一人でできるものではありません。多くの方のご理解とご協力によって成り立っています。だから、展覧会のコンセプトを携わってくださる方々にお伝えして、さまざまなところに反映され、応用され、変奏され、結果としてひとつの世界観を作ることがとても重要なことだと思います。たとえば、先程申し上げたように、ファッション展は彫刻や絵画とは違いマネキンに服を着せます。着せ付けは補修士の方々が綺麗に行ってくれます。でも、たんにマネキンといってもさまざまで、大きくはリアルマネキンと抽象マネキン、ボディマネキンの三つに分けられますが、メーカーごとに異なりますし、

ポーズも含めると多種多様です。そのなかからコンセプトと作品にあう最適なマネキンを選ぶ必要があります。今回のような現代作品が多い展覧会の場合、KCIの過去の展覧会ではリアルマネキンの使用が多かったのですが、今回は着る人あるいは着ることがテーマでもあったので、服をみたときにひとつの作品として観るというよりも、もう少し親近感をもって「わたしはこれ着たいな（好きだな）／着ないな（苦手だな）」というかたちで観てもらいたかったので、リアルマネキンではなく抽象マネキンやボディマネキンを多く採用しています。そして、アートのセクションにあるコムデギャルソンの3つの作品のように、一見どうやって着るんだろうと思う作品についてはリアルなマネキンを使用しています。

ほかにも、チラシとポスターはとてもインパクトのあるものだと思います。これもコンセプトとして、すごくポップに楽しくつくってほしいということをデザイナーの西岡勉さんにお願しました。やはり「着る人」となると、たとえば実際に服を着ている人や、服にまつわる人の痕跡や記憶といったところをイメージされるかもしれません。でも、そうではなくて、相互行為のゲーム性、副題にもある着る人たちのゲームに焦点を当ててもらいたかったので、結果としてこのようなどともアイコン的なチラシとポスターができてとても嬉しかったです。また展示台は通常板を白などに塗装して、その上にマネキンを載せるということが多いと思います。しかし今回はOAフロアという普段はオフィス内で用いられる土台を使用しています。これは展示デザイナーの元木大輔さんのプランです。主にオフィスというビジネスの空間で使用されているOAフロアを美術館というアートの空間で使用するという、もともとの意味の転用を図る試みです。これはいままでお話した、脱ステレオタイプというコンセプトにとっても合致しています。このように、ひとつのコンセプトをもつなかで、さまざまな人がそこからさまざまなプランを提案してくださって、ひとつの世界観のある展覧会ができあがっていく。このことは本当に幸せな経験だったと思います。以上でレクチャーを終わりにしたいと思います。ありがとうございました。

## ■ 質疑応答

**参加者①** 社会学を選んだ理由を教えてください。

**小形** もともとわたしはアートやデザインが好きでした。ですが、どちらかといえば、なぜ多くの人間が同じ何かに対して感動するのか（なぜ違いが生まれるのか）、美しいと理解できるのか（できないのか）、あるいはなぜ人は美を見出そうとするのか、必要とするのか。美しさについて、また人間と美の問題について。どちらかといえば具体的な対象というよりも、こうしたより抽象的な問題に関心があったように思います。このような考えを持ちながら、学生時代に読んだ本のなかで大きな出会いとなったのが2冊あります。ひとつはフォーコーの『言葉と物』で、もうひとつは真木悠介（見田宗介）の『時間の比較社会学』です。見田先生は社会学の問題に境界はない、越境する力があると仰っていて、時間（ニヒリズム）の問題をはじめ、自己（エゴイズム）の問題、現代社会の問題など、さまざまな問題を哲学的な文献だけではなく、具

体的な質的・量的なデータを扱いながら分析しています。当時のわたしは社会学が自由でとても魅力的に感じ専攻することになりました。こうしたなかで具体的な対象として芸術と文化、とくに衣食住を研究したいと思いました。なかでも衣服あるいはファッションを選んだのは、それがビジネスとアート、生活と芸術、流行と不易、お洒落と野暮といったさまざまな問題のあいだで揺れ動く対象だったからです。それをわたしなりのかたちでひとつひとつ解決し、納得していきたいなと思ったのがはじまりです。

**参加者②** 着物に関して二つ質問があります。一つは、着物はどういう分類をされるのかということ。型なのか、それともフラットなのか。もう一つは、着物を着崩して着ている人たちは、どう視られたい、どう思われたいと思っているのかについて、考えをお聞かせください。

**小形** 前提として、最初にお話しした着物の研究は今回の展覧会とは別のもので、科研費という国の助成で実施している研究です。現在はこの研究に力を入れています。

戦後の日本は洋服が一斉に着られるようになったと思われがちですが、そうでもなく、着物はいまだわたしたちの生活着として広がっていました。そのときによく謳われていたのが〈新しいキモノ〉です。〈新しいキモノ〉は二部式のキモノであったり、ワンピース型のキモノであったりして、もちろんこうした改良の試みは戦前から存在していたわけですが、それを〈新しいキモノ〉という新たな名称で呼ぶわけ。そこには戦後の婦人解放などによる新たな時代の気運もあるのですが、同時に、再生繊維のレーヨンや合成繊維のナイロンやアクリルなどの化学繊維が新たに開発され、こうした新たな繊維と結びつくことで従来の着物には縛られない自由な〈新しいキモノ〉が数多く考案されていったわけです。しかしながら、高度経済成長期を迎え60年代に入ると、着物は非日常着となります。すると、これまでとは対照的に、「この歩き方はだめです」「この着方は美しくありません」といった正しい着物が謳われ、規範的なまなざしが向けられるようになります。その後、着物はますます高級化していきます。

ところが、現在でははじめにお話ししたように、成人式や卒業式、あるいは京都などの観光地ではレンタルの着物が多くなっています。これらはどちらかということコスプレに近い感覚で着られているのではないかと思います。観光スポットとなっている神社仏閣や町家などの雰囲気とあわせて、スマートフォンで撮影し、インスタなどのアプリにアップして、いいねをもらう。もちろん、「正しい」着物の立場から批判的な言葉がなげかけられることもありますが、こうしたレンタルの着物を着る人たちはとても楽しんで街を歩いています。また着物それ自体もインクジェットなどの普及によって、もはや染色技術というより印刷技術になっていることが興味深いですね。このように、着物は戦後から現在に至るまでいくつかの姿をみせるのですが、同時に、着物とわたしたち、あるいは衣服と人間の関係が、つくるものから買うもの、そして借りるものへと変わってきている。そして、さらに重要なことはつくること、買うこと、借りることが、それぞれどのような意味を持っているのかということ。たとえば、着物がレンタルとなるとき、あるいは衣服が借りるものになるとき、わたしたちは着物や衣服に対してどのようなまなざしを向け、どのような言葉を紡ぐのか、衣服とのつながりはどうなるのか。現在はこの歴史的かつ

現在のな問題について考えています。

**参加者③** 最近ファッションブランドがLGBTフレンドリーを打ち出していますが、それは本当にそのことについて考えているのか疑いがあります。着ている方も広告に踊らされたくはありません。そのブランドを選ぶことで支持していることになります。わたしたちは広告だけしかみることができず、判断することができませんが、そこを見極めるヒントをいただきたいです。

**小形** たぶん判断できないというのが一番誠実な答えだと思います。それが真であるのか偽であるのか、あるいはアイロニーなのか、そしてそれが一過性のものでなく永続的なものなのか。LGBTや自然環境に配慮したクリエイションも、そもそもどこか広告的な要素が入っているため判断することは非常に難しいです。たしかに今日ではポリティカル・コレクトネスといった言葉が使われ、ある種の「正しさ」が謳われています。ですが、究極的には誰も傷つけないファッション、何も傷つけないファッションを提案することは可能なのでしょうか、あるいはわたしたちはこうした「正しさ」を謳うことでいかなるファッションを達成し、作り出そうとしているのでしょうか？消費社会の進展として考えれば、資本主義はこうした「正しさ」を個人の自己実現と企業の経営的成長の手段として活用しながら成長しているといえます。

ただ、ひとつここで興味深いのは、こうした状況下においては、デザイナーとブランドとの関係が従来とは大きく異なっていることです。たとえば、以前であればデザイナーの発言とブランドの活動は一致していることが多く、わたしたち消費者もデザイナーについて語ることで、ブランドについて語ることはイコールの関係に近かったと思います。しかしながら、現在ではほとんどのブランドがLVMHやケリングなどのグループに所属していますし、ほぼ毎年どこかのブランドではデザイナーが交代していて、もはやデザイナーという役職さえ使用していないブランドもあります。こうしたなかではデザイナーたちがインタビューなどで発言することと、ブランドが実践していることにズレが生じるのは無理ありません。これは決して批判ではなく、むしろ彼らの社会的な役割が変わったのだと考えた方がよいと思うのです。だとすると、翻って、ある似たような「正しさ」が謳われていたとき、それはデザイナーなのか、ブランドなのか、あるいは消費者に対してなのか、その内容と戦略を比較して分析してみることは面白いかもしれません。

**参加者④** ファッションは時代や土地によって変化してきましたが、現在のような世界の社会状況において、今後のファッションの課題と方向性をお聞かせください。

**小形** どんどん壮大な話になってきましたね。まず、わたしとしては今回の展覧会は若い人からお年寄りの方まで、「着る」という本質的かつ普遍的なテーマにできればと思い企画しました。現状の認識としては、よりマテリアルに接近した企画、たとえば布の素材や染色など自然なあたたかみを讃えた展覧会や、それに付随した人とのつながりや記憶といったものをテーマにした展覧会が増えるのではないかと考えています。事実、こうした展覧会は近年多いと思います。ですが、このことはこれほどまでにわたしたちが衣服というモノから遠く離れてしまっている証

左でもあるといえます。だからこそ、先程お話しした、衣服のレンタルや借りるということが研究テーマとして重要だと感じている理由でもあります。展覧会の話に戻すと、こうした現状のなかで展覧会において何ができるのか。たしかに、さきのような企画も理解できます。ただ、それはたんに郷愁を誘う安易な慰みに過ぎないともいえます。であれば、むしろ、ファッションというモノから離れながらファッションを展示すること、ファッションを美術館のなかで展示するという行為そのものを対象化してみること、あるいはファッション展とは何かというそれ自体を問う試み。言い換えれば、それは「ファッション展」展ということになるのかもしれませんが。このことはおそらく展覧会においてファッションを展示することの限界と可能性について考えなければならぬのだと思います。KCIの大規模な特別展は5年に1回で、次回は2024年になります。であれば、貴重な機会だからこそ今回のように、わたしたちが直面している問題に対して誠実に向き合うこと、ひとつのテーマや問いをもってやることが大事なことだと思うので、そうしたことをみなさんに感じてもらえるような企画を考え続けることができればと思います。

編集：小形道正、池澤茉莉（熊本市現代美術館学芸員）

---

## 註

- 1 作品番号は「出品リスト」『ドレス・コード?——着る人たちのゲーム』（京都服飾文化研究財団、2019、pp. 295-301）参照
- 2 「クリスチャン・ディオール 夢のクチュリエ」パリ装飾美術館ほか巡回、2017-19、「ミナ ペルホネン／皆川明 つづく」東京都現代美術館、2019-2020 など。
- 3 Simmel, G., 1917, *Grundfragen der Soziologie*, Göschen. (= 1979、清水幾太郎訳『社会学の根本問題』岩波文庫、p. 20)
- 4 小形道正「ファッションをめぐる相互行為——ステレオタイプ論序説」『ドレス・コード?——着る人たちのゲーム』京都服飾文化研究財団、2019、pp. 265-274)
- 5 Goffman, E., 1959, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday & Company, Inc. (= 1974、石黒毅訳『行為と演技—日常生活における自己呈示』誠信書房、p. 1)
- 6 Carrier, D., 2014, *Finding Your Way in Society: People of the Twenty-First Century*. Eijkelboom, H., *People of the Twenty-First Century*, Phaidon Press Limited.
- 7 <http://www.wwdjapan.com/665255>（最終閲覧日 2019年7月7日）