



Title	ファッションと都市空間
Author(s)	水谷, 由美子
Citation	デザイン理論. 1991, 30, p. 113-114
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53205
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

ファッションと都市空間

水谷由美子

こんにち見られるような、都市空間へのファッションの広範囲な浸透は、そう古いことではない。都市の風景は、装われた人々を効果的に取り込むことによって、自らを差異化しようとしているようである。すでに世界のファッション5大都市と呼ばれるパリ、ロンドン、ミラノ、ニューヨークそして東京という都市単位でのファッションが、個性化されている。これらの都市には知名度の高いファッショントリートがあり、それらが分岐して世界の各地域に個性豊かなファッション化空間が、街として通りとして現れ始めている。こうした地域性を背景とするイメージがファッションに反映されてきたのは、メディアの発達に負うところが大きいと考えられる。

専門家から一般の人々までファッション情報の発信源として、オート・クチュールやプレタ・ポルテなどのコレクションのみに依存する傾向から、街で実際に装われている服装に注目する視点が、1980年代の後半以降、顕著になってきている。そのきっかけを作った原因の一つは、「アンアン」や「ノンノ」に代表されるように、デザイナーやコーディネイターの思惑とは別に、街行くわかものの姿を都市ごとに紹介し、都市空間におけるファッションの地域性を重視する雑誌編集によるものである。これは作り手と受け手の情報の相互浸透を果してきた。メディアによって吸引されたふつうのわかものが、個々のライフスタイルや価値観をファッションで体现すべく、群が

り歩く。そこで創り出す装いがファッションの最先端を映す鏡として注目されて、ストリートファッションの具体的なイメージを提供している。この結果、ファッションの生起の源点が多様化し、中でも装う個人の生活と環境への眼差しが向かられてきたのは特徴的である。

ストリートファッションは1960年代のロンドンのわかものが体制に反旗を翻す形で先導し始めたが、こんにちでは街や通りの単位で見られるファッションと考えてよいだろう。ミニ・スカートが、オート・クチュールにまで影響し世界的な流行を生んだことは、デザイナー優先型のファッションの構造に、新たな方向を投げかけたメルクマールともいえる。ファッションの創造において、ストリートファッションが街と結びついて、もう一つの価値の発信源たり得ることを示している。このことからもストリートファッションをオルタナティヴ・ファッションととらえ、新たな概念として認識する必要性がある。

ここでは街や通りでの人々のパフォーマンスが、ファッションと都市空間を媒介して、個々の場所や時間に固有の関係を形成するために機能し、ストリートファッションを生み出すと位置づける。パフォーマンスには人々の積極的な自己表現から何気ない身振り、仕草までも含めるが、意識的、無意識的のどちらにしろ、都市において誰も社会的な意味からのがれられない点では表現者となる。

本発表は、以上のように都市空間を往来する人々をパフォーマーととらえ、ファッションの創造において個人の日常的な装いに見られる創造性を重視する観点に立って、具体的な都市の事例として渋谷について考察したものである。

今日的なファッション街とは、都市の繁華街が再開発されたり、住宅街やオフィス街あるいは工場や空き地などにファッションビルやブティックなどが進出して生じる。また建築や街並みの環境が区域や通りのパブリック・イメージを変化させながら空間のイメージを生成し、その街に特徴づけられたファッションとその装いが見られる空間ということができる。

渋谷では商店街、大企業さらに区の行政が担い手となって、繁華街の再開発と拡張、さらに繁華街と住宅街との連携的な開発という物理的な整備が、都市空間のファッション化の環境を提供した。具体的にはまずパルコの開店（1973年）とそれにともなう公園通り、通称ヴィア・パルコの命名と道路の物理的な整備にはじまる。名前が抱かせるイメージをカラー舗装、並木、ストリート・ファーニチャー（電話ボックス、街灯、彫刻など）などにより具体化した。こうした試みは現在では旧来からの繁華街である道玄坂や宮益坂さらに東急本店通りへと拡大されている。さらには行政の企画による散策路基本構想（1982～1989年）のもとに美術館ルートができて、渋谷の街路は人々が歩き巡るための環境が整備されてきた。

一方で、パルコが情報発信基地として機能することによって、これに答えるようにわかものが集まり、歩く人が美しく見える

この街路の空間がパフォーマンスの舞台となつたことが重要な出来事である。大道芸やイベントも盛んに行われ、街路はパフォーマティヴな状況が盛り上がりを見せ、「見る」、「見られる」関係が際立つられる。

表通りにとどまらず、あちこちの路地へとわかものが練り歩く通りが拡大され、個々の通りは集まる人々の年齢層やタイプで個性化している。かつての歓楽街がファッションストリートへと変貌したり、真新しいビルと隣り合わせに歓楽街が同居していたり、渋谷は現代のファッション性と歴史的な猥雑性との微妙なバランスをはらんでいる。これが渋谷の顔を多様にし、魅力を豊かにしているのだが、個々の通りの空間のイメージは群れ歩く人々のファッションが拡大投影されたものである。1980年代の後半から渋谷を舞台に活動するわかもののファッションを称して、「シブカジ」がメディアで宣伝されてきた。これによつて渋谷はファッション都市として街単位、あるいは通りの単位で全国的な知名度を得ている。渋谷はこの20年間ファッションの発信力をますます誇示し続けている。

以上、渋谷を事例としてオルターナティヴ・ファッションの生起について検討したが、ファッションの創造における作り手と受け手とのコミュニケーションの関係から、ストリートファッションの役割と意味を今後さらに検討する必要があると考える。

（みずたに・ゆみこ 成安女子短期大学）