

グローバル

第 21 号



フェリス女学院大学大学院国際交流研究科

目 次

〈修士論文要旨〉

川久保玲論

片岡 那緒 …………… 1

川久保玲論

片岡 那緒

指導教授 上原 良子

はじめに

2017年5月4日、米・ニューヨークにあるメトロポリタン美術館で、コム・デ・ギャルソンの展覧会“Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between”（邦題「川久保玲/コム・デ・ギャルソン：間の技」）が開催された。現役で活躍するデザイナーが同館にて単独で展覧会を行うのは、1983年に開催されたイヴ・サンローラン以来二人目で、日本人としては史上初の快挙であった。「コム・デ・ギャルソン」とは、1969年に川久保玲が立ち上げたブランドであり、アパレル会社のことを指す。そのデザイナー兼社長を務める川久保は、世界で最も影響力のあるデザイナーの1人とされながら、彼女自身はメディアの前にほとんど姿を見せないことから、多くは語らない「寡黙」な存在としても知られている。「川久保玲」とは一体、どんな人物なのだろうか。本論の出発点はこの問いにある。

第1章 問題の所在

川久保玲についての研究は、1991年に刊行されたディディヤン・スジックによる『川久保玲とコム・デ・ギャルソン』をもって嚆矢する（雑誌は除く）¹⁾。タイトルが指し示すように、川久保玲の仕事とコム・デ・ギャルソンのすべてを書いた一冊で、彼女自身についても詳細に語られた貴重な文献の一つとなっている。しかし、1991年に刊行された故、ここから近年の川久保について読み取ることは出来ず、また、その他の文献や安城寿子を中心とした学術論文においても、川久保自身について触れられているものはほとんどなかった。これら先行研究より私が本論文を執筆する意義は、これまであまり語られることのなかった川久保玲の姿を、近年の動向も踏まえた上で、本人の言葉や彼女がこれまで表現してきたものを元に再解釈することにある。その為、本論文では「コム・デ・ギャルソン」のコレクションについては触れるものの、服のデザインに関してはあえて分析せず、新たな3つの視点をもって分析することを試みた。具体的には、まず第2章で彼女の経歴とデザイナーとしての12年間について語った後、第3章以降において前述した3つの視点を基軸に論を展開していく。第3章ではその一つ目にあたる「黒の衝撃」を挙げ、「黒の衝撃」以前と以後の日本メディアにおける川久保のイメージ変化について分析する。続く第4章では、二つ目の「意図的なメディア露出」を挙げ、寡黙と言われる彼女とメディアとどう関わっていったかを考察する。第5章では、三つ目の「空間演出」について取り上げ、これまで手掛けてきた家具やセレクトショップを通して、彼女がブランドを通して何を表現したかったのかを分析し、最後にこれら3つと前史から見えてくる彼女の姿を考察していく。

第2章 川久保玲前史

川久保玲の前史に関しては、ディディヤン・スジックの『川久保玲とコム・デ・ギャルソン』が詳しい為、本論文ではこの一冊を参照しながら確認していくこととする²⁾。

川久保は1942年、東京で3兄妹の長女として生まれた。幼稚園や小学校の頃は比較的大人しい子供で、『世界文学全集』を歩きながら読むほど本が好きなお子供だったという³⁾。高校を卒業し、慶應義塾大学文学部哲学科へ進学すると、当時英語教師をしていた母への対抗心から彼女は大学で美学を専攻する。

卒業後、彼女は当時化学繊維メーカーとしては最大手であった旭化成に入社し、テレビや雑誌の広告キャンペーンを通して自社の生地を販売促進する仕事に従事する。その後、人事異動などをきっかけにわずか3年で退社すると、旭化成時代の同期・小指敦子の勧めでフリーのスタイリストになる。スタイリストの仕事を全うしていく内に、自分の考えていることを直接表現できる仕事がしたいと思うようになり、2人の仲間と共に原宿のデザインスタジオの一室を借りて服を作り始め、1969年に「コム・デ・ギャルソン」を立ち上げた。1973年に同じ名で株式会社を設立すると、1975年には原宿にある「パレフランス」で初めてレディースの小さなショーを行った。委託販売やタイアップなどから始まり、地道ながらも確実に売り上げを伸ばしていった川久保は、日本である程度実績を残した後、1981年にパリへと進出する。初めてのコレクションは、インターコンチネンタル・ホテルの一室で行われ、モデル5人程度のフロアショーに、数台のラックに服がかけられただけの展示会という非常に小規模なものだった。しかし、西洋ファッションに精通していた小指のアドバイスもあり、招待客のうち『マリ・クレール』編集長などがショーに足を運んだ。暗色ばかりがランウェイを飾った川久保のショーは賛否両論を呼んだが、名だたる著名人から自身の服に対する反応をもらえたことは彼女にとって世界的デザイナーになる大きな一歩となった。

第3章 黒の衝撃とメディア

パリ・コレクションにおける「黒の衝撃」は、メディアによって示される時期が異なるが、本論文では川久保が最も注目を集めたとされる1982年10月に行われた「83年春夏コレクション」を境に、分析していくこととする。

1981年以前における川久保の語られ方として特徴的なのが、「私生活」「暗色基調」「ロマンチック」という3つのキーワードである。この当時の川久保は、まだ「大衆デザイナーの1人」としての位置づけでしかなく、服のデザインやデザイナーとしての思いだけでなく、彼女の貴重な私生活の様子やプライベートのことを記した記事も数件見受けられた。服作りにおいては、「ロマンチックな服を作りたい」と語る一方で、その言葉とは裏腹に一貫して暗色を基調としており、また、「自分を持った人に着て欲しい」とも語っていることから、当時、日本で流行した「ニュートラ・ハマトラストスタイル」を好んで着る女性たちに、敢えて「ロマンチック」という言葉をもって風刺し、「黒」を「自立した女性の色」として据えることで川久保自ら好んで使用していたのではないかということが考えられた。

1983年以降の記事では、初期の方こそ西洋で賛否両論に分かれた様子を報じる記事と、川久保の「革新性」をいち早く取り上げる記事とに分かれていたものの、1980年代後半にはほとんどが川久保を評価する記事とデザインやコレクションについて考察する記事で溢れ返り、もはや大衆デザイナーの一人ではなく、「パリ・コレクション」を行った世界的デザイナーの一人としての位置づけに変化していた。1983年以降、共に「黒の衝撃」を起こした山本耀司と二人まとめて取り上げられるようになり、記事の中には「黒」というワードや「革命家」、「カリスマ」といった表現も頻出するようになった。川久保と山本を世界的デザイナーに押し上げたのは紛れもなく、「黒の衝撃」であるが、二人ともパリ・コレクションで発表する前から「黒」を基調として服作りを行っていたことや、また、日本である程度基盤を作った状態でパリに進出していったことから、「黒の衝撃」は川久保が一躍「黒」とイメージ付けられるようになったその「きっかけ」を作ったに過ぎなかったのではないかということが考えられた。

第4章 自ら行ったイメージ戦略

川久保がメディアの前で語らない理由の一つに、「実際に身に纏った人を見て得られる服のパワーをただ感じて欲しい」という思いが関係している。コロナ禍以降、多くのブランドがいち早く映像配信に

切り替える中、川久保は一貫して観客を入れたリアルショーの開催にこだわり、パリへは渡航しなかった。彼女がこれまで受けてきた数々のインタビューにおいて、「洋服は人が着ることによって、その真価を発揮する」ことなどを話しており、服を通して自分のアイデンティティを持つことを私たちに伝えていた。彼女は自分の言葉であり伝えない代わりに、イメージカタログやビジュアルマガジン『Six』の制作などを通して、服や服以外で表現したブランドの世界観を自ら発信し、意識の高いファン層を獲得し続けてきた。アートディレクターの井上嗣也も、「これこそがコム・デ・ギャルソンの世界」と語っていることから、川久保は、服だけでは表現しきれない部分（世界観）を『Six』に最大限詰め込んだともいえる⁴⁾。『Six』がある種コム・デ・ギャルソンとそのコム・デ・ギャルソンを取り巻く空気感のようなものを表現しているように、彼女が敢えて言葉を持たないのも、『Six』の制作やリアルショーの開催同様、ブランド全体の世界観の追求と、服同様に得られる「コム・デ・ギャルソン」のパワーを、言葉以外のものを通して感じて欲しかったのではないだろうか。

第5章 川久保の空間づくり

川久保は服のデザインだけでなく、自店舗や家具、セレクトショップなど、ブランドに関係する全てを自ら手掛け、デザインしている。特に1983年から始めた家具ブランド「コム・デ・ギャルソン・ファニチャー」と、世界7都市で展開するセレクトショップ「ドーバーストリートマーケット」は、川久保の空間づくりを代表するものだが、この二つは空間づくりにおいてどちらも革新的でありながら異なる新しさを持っている。家具作りにおける新しさとしては、当時、まだファッションデザイナーが家具業界に参入すること自体が考えられなかった時代に、自ら新規参入していった部分に見ることが出来るが、この時は、川久保がデザインしたものや方針に沿って「コム・デ・ギャルソン」の世界観が表現される為、全て川久保の指揮のもとに展開される。しかし、「ドーバーストリートマーケット」は、フロアデザインは彼女が手掛けるものの、ブランドの区画分けをはじめ、レディースメンズの区別や価格帯の区別すら行われていない為、出店者同士が相談した上で自由に決定することが出来る。これは、一ファッションブランドがセレクトショップを運営するという新しさも然ることながら、彼女が初めて他者に自身のブランドの世界観を委ね、他者と協業していく姿を映し出したものである。ここでの川久保は、デザイナーやアーティスト、企業がひとつになることで生まれるクリエイションを何よりも大事にしており、新しい小売の形として、また「ドーバーストリートマーケット」を一つのビジネスとして推し進めた。このドーバーストリートマーケットはまさに、人とブランドを繋ぐ大きな架け橋であり、近年の「コム・デ・ギャルソン」の動向において大きな挑戦を意味するものでもあったといえる。

おわりに

彼女がデザイナーになってからの12年間を辿ると、しばしばメディアの中でイメージされるような「新進気鋭」な姿とは異なり、意外にも「苦勞人で努力家」な姿が浮かび上がってくる。委託販売という形から始まったものの、彼女は最初から一貫して自分の創りたいものを創り、12年間曲げることなく、自分の世界観を表現し続けてきた人であり、「黒の衝撃」はあくまで川久保の世界観や創造性が、大きく注目される「きっかけ」に過ぎなかった。メディアの中でイメージされる彼女は、「黒」と「寡黙」が全面に押し出されていたが、本論文を通して見えた川久保玲は、同調圧力に屈することなく世の中に新しい視点を提示し続け、多くの人にパワーを与えようと尽力してきた人であった。私たちは普段、彼女の作る服やコレクションのみを見て彼女自身をイメージしがちだが、新たな分析視点を通して振り返ってみると、もっと多面的な視点をもって彼女がどんな人なのか知る必要があることがわかる。

御歳80歳にして、未だに残る世の中への怒りと反発、それを確固たる世界観を持ってして表現し続

ける彼女の強さと逞しさに、そのクリエイションの源泉を見ることができよう。

【脚注】

- 1) ディディヤン・スジック、生駒芳子訳『川久保玲とコム・デ・ギャルソン』マガジンハウス、1991年。
- 2) 同上書、40-54頁。
- 3) 「ファッションコム・デ・ギャルソンの川久保玲さんに聞く」『季刊リュミエール 1 1985-秋』第1号 (1985)、筑摩書房、128頁。
- 4) スジック、前掲書、61頁。

【主な参考文献】

〈一次史料〉

- ・『女性セブン』（小学館）
- ・『SWITCH』（スイッチパブリッシング）
- ・『Pen+、コムデギャルソンのすべて』（CCCメディアハウス）
- ・『フィガロジャポン』（CCCメディアハウス）
- ・『MORE』（集英社）
- ・『non-no』（集英社）
- ・『Voice』（PHP研究所）
- ・『an・an』（マガジンハウス）
- ・『BRUTUS』（マガジンハウス）
- ・『casaBRUTUS』（マガジンハウス）
- ・『クロワッサン』（マガジンハウス）
- ・『クリーク』（マガジンハウス）
- ・『marie claire日本版』（中央公論社）
- ・『ELLE JAPON』（ハースト婦人画報社）
- ・『朝日ジャーナル』（朝日新聞社）
- ・『週刊朝日』（朝日新聞出版）
- ・『AERA』（朝日新聞出版）
- ・『アサヒグラフ』（朝日新聞出版）
- ・『アサヒ芸能』（朝日新聞出版）
- ・『読売ウィークリー』（読売新聞東京本社）
- ・『サンデー毎日』（毎日新聞社）
- ・『リュミエール』（筑摩書房）
- ・『美術手帖』（カルチュア・コンビニエンス・クラブ）
- ・『03』（新潮社）
- ・『芸術新潮』（新潮社）
- ・『DANSEN』（スタイル社）
- ・『流行通信』（INFASパブリケーションズ）
- ・『週刊女性』（主婦と生活社）

- ・『GQ JAPAN』（コンデナスト・ジャパン）
- ・NEWS WATCH：川久保玲さん新作発表に込めたものはインタビュー。NHK、2020-10-21。（テレビ番組）
- ・NEWS23。テレビ朝日、2021-10-20。（テレビ番組）

〈二次文献〉

- ・ディディヤン・スジック、生駒芳子訳『川久保玲とコム・デ・ギャルソン』マガジンハウス、1991年。
- ・南谷えり子著『THE STUDY OF COMME des GARÇONS』リトル・モア、2004年。
- ・清水早苗、NHK番組制作班編『アンリミテッド：コム・デ・ギャルソン』平凡社、2005年。
- ・安城寿子「川久保玲・初期コレクションの「衝撃」に関する検証—フランス・ジャーナリズムにおける評価を中心に」『服飾文化学会誌』第5巻（2004）、51-60頁。
- ・安城寿子「複数個の表象としてのコムデギャルソン—初期コレクションの「衝撃」神話を脱して—」『人間文化論叢（お茶の水女子大学大学院人間文化研究科）』8巻（2005）、1-12頁。
- ・安城寿子「モードを検証する：川久保玲・初期の創作にまつわる言説と実際」『デザイン理論（意匠学会編）』第46巻（2005）、158-159頁。
- ・安城寿子「コムデギャルソン、初期のコレクションをめぐる言説の周辺—同時代言説に見るその位置付け・イメージと昨今の言説との距離」『デザイン理論（意匠学会編）』第47巻（2005）、3-17頁。
- ・メリッサ・マッラ＝アルバレス「西洋が東洋をまとったとき—川久保玲と山本耀司、そしてファッションにおけるジャパニーズ・アヴァンギャルドの台頭」『ドレスタディ』第57号（2010年）、京都服飾文化研究財団、20-25頁。
- ・大信田静子・青山重美・高岡朋子「服装の改革者としてのシャネルと川久保玲の比較」『北翔大学北方圏学術情報センター年報』12巻（2020）、77-87頁。
- ・山本耀司、宮智泉（聞き手）『服を作る—モードを超えて増補新版』中央公論新社、2019年。
- ・ディー・ディー・ウェブ編集『+81（Comme des Garçons issue）』vol. 76（2017）、河出書房新社。

〈WEB〉

- ・ <https://www.vogue.co.jp/lifestyle/culture/2017-05-03-cdg>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ https://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/r01/zentai/html/honpen/b1_s00_01.html（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://www.vogue.co.jp/fashion/article/spring-2023-ready-to-wear-comme-des-garcons>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://www.asahi.com/articles/ASN9R2T0MN9PUCVL00M.html>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://item.licht-gallery.com/?pid=159697750>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ http://www.ginza-komatsu.co.jp/pressrelease/gkpr_20111207.pdf（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <http://www.ginza-komatsu.co.jp/blog/archives/373>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://mag.sixty-percent.com/archives/7075>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://www.vogue.co.jp/fashion/article/2021-12-02-comme-des-garcons-artek>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ <https://discoverjapan-web.com/article/60229>（最終閲覧日2023年1月11日）
- ・ https://www.jtb.co.jp/kaigai_guide/north_america/canada/YYZ/109932/（最終閲覧日2023年1月11日）

グローバル — 第 21 号 —

2023年 3 月 発行

発行者 田丸 理砂

発行所 横浜市泉区緑園 4-5-3
フェリス女学院大学大学院
国際交流研究科
電話 045-812-8283