

論文

文化創造と持続可能性 －地域資源と服飾デザインによる実践的研究－

国際文化学部教授 水谷由美子*

Cultural Creation and Sustainability: A practical study on clothing design
utilizing regional, cultural and artistic resources and international exchange

*Yumiko Mizutani

Professor of Faculty of Intercultural Studies

キーワード：文化創造 持続可能性 地域資源 服飾デザイン 地域活性化

Keywords : cultural creation sustainability regional resources clothing design regional activation

要旨

文化は一定の地域のコミュニティで共有され、受容される考え、信念そして習慣、そして創造は前に存在していないものを存在させることとしてここでは解釈される。従って、「文化創造」とはある地域コミュニティで創造されたことが、人々の持続可能な活動によって文化として定着させられることだと定義される。

本論は、主に服飾デザインの分野から考えると、地域資源を活かした服飾デザインを地域に紹介し定着させていくための手段としてファッションショーが有効な手段として機能することについて検証することを目的としている。そのために、筆者が京都時代に活動した事例を検証しつつ、山口県立大学において長年、地域資源を活かしたファッションショーが、地域活性化や地域コミュニティ作りにどのように作用できているか、また今後の課題について述べた。

Abstract

In this paper that 'culture' is defined as the ideas, beliefs, and customs that are shared and accepted by people in a social community and 'creation' is concept of making something that did not exist before. Therefore, "creation of culture" is defined as that which is created in a local community is to be established as a culture by the sustainable activities of local people.

The purpose of this thesis is to verify that the fashion show functions as an effective means for introducing and consolidating clothing design making use of regional resources, mainly from the field of costume design. To that end, using the experience gained while the author was active in the Kyoto era, this paper explains how and where many fashion shows were realized utilizing regional resources in order to create and revitalize regional communities through the activities in Yamaguchi Prefectural University.

1 文化創造試論に向けて

本論は文化創造学科創設10周年を祝して、学科メンバー全員がそれぞれの創作研究や担当科目の専門

の立場から1稿を執筆することになり、寄稿されたものである。筆者は長年、地域資源を発想源とした服飾デザインと地域活性化を目的とした研究創作活

動を行ってきた。筆者は現在、「文化創造論」を担当し、学科全体の学びの概要を示す役割を担っているが、一方、専門の立場から「服飾デザインを通じた文化創造」と「文化創造からみ見る服飾デザイン」という視点から考察をしている。

改めて「文化culture」と「創造するcreate」の意味について考え、本論での定義をしたい。「語源由来辞典」によると、「culture」の語源は「耕す」を意味するラテン語「colere」に由来し、はじめは土地を耕す意味で用いられていたが、英語に入り、「心を耕すこと」の意味で用いられるようになった。そこから、「教養」「文化」も意味するようになった。ラテン語「colere」から派生した言葉には、「cultivate（耕す）」「agriculture（農業）」などがある（注1）。

『ロングマン 現代英英辞典』（注2）によると、cultureは社会的な意味において「the ideas, beliefs, and customs that are shared and accepted by people in a society（注2）」と定義されている。これは「ある社会の人々によって共有され、受容される考え、信念そして慣習」と訳すことができる。上記の社会をここで地域のコミュニティと言い換えて考えてみたい。また、ある社会で共有される慣習という意味から、文化は一時の現象ではなく持続可能性のあるものだ。文化はこの文脈から一定の環境において形成され、醸成された人間の精神的および物質的な「もの」や「こと」だとここでは定義する。

創造するcreateは先掲書によると「to make something exist that did not exist before（注3）」と記されている。これは「以前に存在しなかったなにかを存在させる」と訳すことができる。つまり、創造とはまったく新しいものやことを生み出すことを意味している。そのために、文化と創造を併せた文化創造という造語が意味することは、ある新しいものやことが創造されることと、その創造されたものやことが、一定の社会の中で、時間の経過とともに、固有の考え、信念として慣習になったものと言うこともできる。

文化創造学科には「日本文化系」と「デザイン創造系」があり、日本で創造され定着してきた文化の探求をする学びとデザインによって新しい生活文化を創造する学びがあるが、それらは相互にアイデアの源になりまた参照される関係にある。日本文化もデザイン創造も国際的な交流や影響によって、歴史

的にそれぞれのものやことが創造され、継承され現在の形となってきている。

多様な文化受容による文化創造は、筆者の専門である服飾デザインへの新たな動機付けとなり、他方で服飾デザインの活動が地域コミュニティにおいて新しい文化創造のきっかけを創ることがあり、相関関係があると考えられる。この立場から、本論では今まで筆者が山口県各地の地域資源を活かした服飾デザインとファッションショーが、どのように地域活性化に繋げることが可能だったか、どこに課題があるかについて検証しながら、文化創造についての試論を述べる。

当試論の基本的な立場は、文化創造には持続可能性が必要不可欠な要素であるという視点から、本論のテーマを「文化創造と持続可能性－地域資源と服飾デザインによる実践的研究－」とした。

2 文化創造と服飾デザイン

服飾デザインには大きく分けて2つの側面がある。1つは現代生活において服飾デザインは流行と切り離すことができない。アパレルのデザイナーは流行の創造者でもある。オートクチュールやプレタポルテのメゾンあるいはブランドでは基本的構造として、年に2回のコレクションを発表しており、それ事態が流行作りへの加担の証なのである。しかし、オートクチュールのクチュリエールであったガブリエル・シャネルのシャネル・スーツのように、時代を超えて着用されているものがある。

シャネルのメゾンを引き継いだカール・ラガーフェルドはいつまでも消滅しないものは、「ジーンズ、白いシャツそしてシャネルのジャケット（注3）」だと述べている。シャネル・スーツは、メゾン再会の1954年に発表され、1950年度から1960年度の雑誌の表紙を飾り、映画衣装や有名女優の日常の服装としてメディアに取り上げられている。ラガーフェルドは1983年のコレクションでシャネルの意志を引き継ぎながらも、カラフルでラガーフェルドのテイストを織り込んだ新しいジャケットを創造している。

シャネル・スーツは男性の服装から着想され、ツイードを使いながらもエレガントな女性の立ち居振る舞いを変革しようとしたものである。直線断ちでミニマリズムを反映しながらも、細部の工夫があって女性の服装の象徴的なアイテムとなっている。

三宅一生はファッションデザイナーと呼ばれることを嫌い、「服飾デザイナー」と自分の肩書きを示している。1990年前後から発表されたコレクションに「プリーツ」作品がある。これもコレクションごとに新しい作品が発表されているが、「プリーツブリーズ」ブランドによって、現在まで継続的に1つのスタイルを形成している。

オートクリュールのクチュリエあるいはクチュリエールやプレタポルテのスティリスとたちは、新作コレクションを年2回発表しているが、決して1シーズンで終わるための服を創造しているのではなく、新しい時代の人々の服とともにある生き方、スタイル、立ち居振る舞いなどを創造しようとしているのである。

1990年代から台頭してきたファストファッションは、製造小売（SPS）という製造から販売までのシステム上のイノベーションによって誕生し、バブル経済後の時代を牽引してきている。しかし、ファストファッションはモードのコピーから逃れることはできず、精神的な意味でも物質的な意味でも「短命」である。ファストファッションは、服飾デザインではなく物流やビジネスの流れ、そしてコストの面での革命を起し、新しいファッション産業における文化創造を行ったのだ。

しかしながら、ファストファッションもビジネスのサステナビリティを追求する結果、コピーという路線だけでは大衆の心をつかみ続けられない。たとえば、世界のファストファッションの最大手である「H&M」（スウェーデン）は、サステナビリティを追求してブランドの付加価値をつけるために、オーガニック・コットンやオーガニック・リネンの服を発表したり、デザイン上の付加価値をつけるためにカール・ファガーフェルドや川久保玲さらにKENZOなど多くのプレタポルテデザイナーとのコラボレーションを展開している。

日本のファストファッションを代表するユニクロは、フリースで登場しビッグビジネスの足がかりをつかんだ。これは衣服のアップサイクリングの事例である。一方で東レとの共同開発によって、繊維革命を行い高品質で低価格な下着を展開している。海外のファストファッションのように流行の服へと一時期シフトしたが、老若男女の顧客を対象にしているブランドの性質が代わり、経営の低迷があった。そこで、再度定番志向に戻っている。もっとも、北

欧デザイナーや西欧のデザイナー、ディズニーキャラクターさらに日本のテキスタイルデザイナーなどのコラボレーションによって、デザインに遊びの要素やシーズン性を導入している。

戦後の日本の服飾造形は、特に着物から洋装へと一機に変革するために、産業が形成されていなかったために、家庭にて作られていた。1970年代末頃から洋服生地のリベルが飛躍的に高まったことと、既製服産業が進展して、徐々に家庭裁縫が廃れて行った。学校教育でも徐々に服作りの授業が減少していき、現在では一度も服を作ったことがない若者が多い。

文化創造としての服飾を考えると、それは消費者として購買するセンスや日々コーディネートする行為に創造性を見出さなければならない。実際、1960年代にファッションのコーディネーションを提案するフランスの雑誌『ELLE』が世界のファッションシーンに大きな影響を与えた。つまり、全身を創造していたオートクチュールから、大衆が組み合わせることによって自分の装いを完成させるというプレタポルテや大量既製服の時代へと時代が変化しつつあった。

その後、このような減少は加速度的に進展し、人々は日々のコーディネーションに自らの創造性を発揮している。特にストリートファッションは、一定の通り、まち、あるいは地域などから特定のスタイルが生まれ、広く国全体や世界へと発信されることが見られる。1960年代のミニスカートの流行はロンドンのまちから世界に広がった例である。これは年齢を問わず一般的なモードとして世界規模のファッションとなった例である。

1980年代以降はファッションの多様化が起きて、年代や価値観やサブカルチャーの趣味などによってグループ化がおきている。その結果、原宿から「カワイイ」ファッションが、渋谷から「ガングロ」ファッションなどが流行している。「ゴシッロリータファッション」は、「カワイイ」と関連しつつ生き方や美意識などを共有する世界の人々の間で熱狂的に追従されている。このようにファッションを通じて、世界の人々が繋がれていて、それぞれの国や都市の文化創造に少なからず影響を与えていると言える。

「カワイイ」やコスプレなどに熱狂する若者は、商品を購入するだけでなく、自分でヘアメイクを

することや服装についても自分で作る等、新しい創造の機会が生まれている。日常の服装が消費の対象となり、創造の機会がなくなっている中で、大衆にとって新しい服飾デザインや造形の機会となっていることは、筆者には歓迎すべき傾向だと考える。

ストリートファッションは、地域における一定のサブカルチャーなどで共感する人々のグループによって傾向が生まれ、一般の人々にも共感されるような広がりやある種の普遍性が生まれると一般へと広がっていく。そこで、音楽や空間デザインなど他領域との共通の傾向の中で一定の創造的傾向が生まれている。

以下では、筆者が地域コミュニティの共有できる地域の自然、歴史、文化、産業そして人物などを地域資源として選び、あるいは光を当てて、それをテーマにしたファッションショーを実施してきたので、それについて検証する。

3 服飾デザインによる文化創造への挑戦

筆者が1994年に山口県立大学（当時は山口女子大学）に赴任した時は衣造形研究室であった。10年前にデザイン領域（当時は環境デザイン学科）が生活科学部から新国際文化学部へ合流したことをきっかけに、研究室名が企画デザイン研究室に変更された。

1994年から2017年の現在まで、一度も欠かすことなく、毎年最低1回、多い年は2～3回程度ファッションショーを開催してきた。常に開催に関する費用が課題であった。今まで継続できたのは、毎年開催したファッションショーの意義を見出し、評価する企業、メセナの諸機関、行政そして大学の支援があったからである。

こうした産学公連携の元で、学生とともに服飾の創作活動を継続してきた。山口の地域における商店街や名所旧跡を舞台として、それぞれの場所の関係者の協力を得て実施してきた。もっとも壮大な規模の事例としては、JR西日本山口線のSL山口号を全車貸し切り、1日で車内と山口市、阿武郡徳佐町（現在山口市に合併されている）、島根県津和野町を会場に行ったファッションショーである。小郡駅（現新山口駅）から津和野駅までのSL山口号の往路では、研究室の作品を発表し、復路では乗客がモデルをした。白布と安全ピンを乗客に配布し、好き好きにデザインして、車内を歩くというパフォーマンスであった。徳佐駅と津和野駅周辺での歩きなが

らのファッションショーそして山口駅から降りてちまきや百貨店（現山口井筒屋）エントランス広場までの行列、そして左記広場に組まれていた舞台でのファッションショーを行うというものだった。これに関わった産学公の人々はかなりの人数になる。全国のメディアに取り上げられ、山口メセナ倶楽部の2000年度大賞を獲得する榮譽にもなった。

文化創造活動としての文化施設や名所旧跡に先鞭をつけ、その結果、他の団体によるイベントが行われるようになった例がいくつかある。その一つが常栄寺雪舟庭である。その後、この場所を使ったコンサートや各種イベントがある。また、旧山口県会議事堂が年月をかけて再現的なりニューアルされた後、はじめてのイベント使用が筆者の研究室のファッションショーであった。その後、講演会やコンサートなど多くのイベントが行われるようになった。特筆すべき場所は、野田神社能楽堂でのファッションショーである。これは身近な人の意見やメディアを通じて賛否両論があった。しかし、能舞台を能や狂言に閉じ込めるのではなく、現代のアートとのコラボレーションの場に繋げることに役立ったはずである。

毛利臣男が金沢の能舞台でイッセイ・ミヤケの作品とマスクをコラボさせて、モーリ・マスク・ダンスを行っている事例がある。また、クレージュが京都の寺院を使ってコレクションを発表したこともある。多くのデザイナーが、伝統的な文化施設を利用してファッションショーを行ってきており、筆者の試みはそのような世界の潮流の1つでもあった。

敢えて言えば、山口の地域資源として最初にファッションインスタレーションを実施したのは、瑠璃光寺（五重の塔が国宝）である。山口に赴任した1994年のことで、まだショーを実施するに至らず、クリエイティブスペース赤レンガでの展覧会と映像を撮影するためのインスタレーションとして瑠璃光寺を借りることができた。その他の場所は、龍福寺（本堂と後には再現された庭周辺）、山口サビエル記念聖堂前庭さらに山口市中心商店街（アーケード街）の通りや中市コミュニティ広場NAC（第1回目のクリスマスファッションショーを実施）、ちまきや百貨店展示ホール・エントランス広場、井筒屋展示ホール・エントランス広場、ぱるるプラザ山口（現廃業）、クリエイティブスペース赤レンガ、ニューメディアプラザ、湯田温泉のホテル（ホテル

ニュータナカ、ホテル松政)などを舞台にした。

さらに山口市外では長門峡道の駅(阿武郡徳佐、現山口市に合併)、やまぐちフラワーランド(柳井市)、ココランド山口(宇部市)、山頭火ふるさと館オープニングイベント(防府市)、萩市民会館大ホール(萩市)でファッションショーを行ってきた。上記は主催あるいは依頼による参加として実施された。これらのショーに参加したあるいはメディアによって活動を知った高校生が、後に筆者のゼミ生になった例がいくつもある。

展覧会は山口県立美術館、山口市中心商店街全域、湯田温泉上記ホテル、有限会社ナルナセバや萩市民会館ロビー、萩博物館、さらに株式会社Mアールトとフィンランド政府観光局の支援でキートスギャラリー(京都市)やスタジオ・フォース(東京)、Case Gallery(東京)、日本百貨店(東京)、NPO法人につぼんing協会主催でRin(東京)、伊勢丹新宿店(プレゼンテーション、東京)などで実施した。

世界では主にラップランド大学の展示スペースやサンタクロースビレッジのクリスマス館などで実施した。以上、紹介しきれないほど多くの機会をもつことができた。将来はハワイ大学マウイカレッジでの展覧会あるいはファッションショーへの参加も可能性がある。

年に一度のファッションショーは、2002年からクリスマスシーズンに行ってきた。名称は変遷しているが、絶やすことなく実施しており、現在は山口県立大学主催のクリスマスクリエーションとなっている。

2013年度に「農業スタイルコレクション」をラポールゆや(長門市)にて開催し、その後名称を「アグリアート・フェスティバル」と改名し、2017年の現在まで継続して行っている。2016年と2017年は本格的な歌舞伎ができる舞台であるルネッサながと(長門市)を会場にした。ホールではブースを設けて県内のアパレル企業、服飾研究団体、山口県内高等学校、染織や手漉き和紙などの手工芸団体、長門市の農業関係者などの発表の場になっている。

舞台では農ガールコレクションの他、ジャポニスム振興会の支援の元で、琴演奏と詩(金子みすゞなど)の朗読あるいは琴演奏と日本舞踊などのコラボレーションさらに地域文化を愛でる、あるいは新しいパフォーマンスを創造する活動をしている。2017年の今年には地域の農業文化の振興を目的とする棚田

数え唄のパフォーマンスを地元の高齢者、子供そして学生と一緒に演じた。その他、日本を代表するレゲエミュージシャンDOZAN11によるミニコンサートなどを実施した。

また、国際交流を基盤とした活動としてラップランド大学との国際共同研究を2009年に開始し、現在まで9回続いている。ラップランド大学に学生を連れて出かけているだけでなく、山口県立大学にラップランド大学の教員や学生を招いて作品制作とファッションショーへの参加などを行っている。

クリスマスクリエーションには今までラップランド大学の他に中国の青島大学や韓国の慶南大学校も参加し、各大学の地域資源を生かした作品が発表された。豊かな国際交流がファッションショーで実現されている。

さらに、2016年からの新しい取り組みとして、東芝国際交流財団の支援によりスーパーグローバル・ファッションワークショップSGFWSを開催し、2016年にはフランス、フィンランド、中国、韓国の大学の教員と学生を12名招待し、山口県立大学にてワークショップを実施した。2017年はラップランド大学とハワイ大学マウイカレッジの教員と学生を6名招いた。ここでは海外のゲストに日本の伝統文化やアパレルの状況を体験してもらい、それらの体験を踏まえて、筆者のゼミ生と共にグループで作品制作を行うというものである。

以上のように服飾デザインのメディアは、容易に伝統文化空間やモダンなアート空間などに介在することが可能である。また、地域資源を媒介して国際交流や創作を可能とする。ファッションショーというメディアは人と人、人と場所、人との、人と機会などを繋げ、ネットワークを自在に作り、豊かな表現環境を作ることが可能である。

以上の事例は、地域の自然、文化、歴史、人物など、あるいは山口と世界との関係などをテーマにし、そのテーマに光を当て、地域内外に時には世界にメッセージを投げかけてきた。海外での事例として、学術交流提携を結んだナバラ州立大学がガヤレ劇場(スペインナ、パンプローナ市)で主催した交流会に参加したのが最初の海外でのファッションショーである。その後、ヘルシンキ芸術デザイン大学(フィンランド、ヘルシンキ市、現アールト大学)、ラップランド大学(フィンランド、ロバニエミ市)、青島大学(中国、青島市)、ヴァージンコ

モンウエルス大学カタル校（カタル、ドーハ市）などでファッションショーを行った。

異文化あるいは多文化に接し交流する中から新しいアイデアや表現が生まれてくる機会をもってきた。上記の経験を通じて、服飾デザインは異文化の融合や対比などによって新しい文化創造の可能性を生み出す力を持っていると実感させられた。

文化創造に見取り図はない。意志と情熱と偶然の出会いが、表現のためのネットワークを拡張し、信頼関係を深め、新しい可能性へと仕向けるものだと考える。実行のためのすべての準備が整わなければ動かないのではなく、走りながら動いていると、実行の可能性は自然の整ってくるものだと実感している。

これらの体験の足がかりあるいは助走が、筆者の前任の京都時代での体験にある。以下ではその助走としての体験について述べる。

4 京都時代における服飾デザインと地域活性化の活動

筆者はファッションがアートとして認知され、ファッションの美術館がフランスや日本で創設された1980年度から教育現場において服飾表現の活動を開始した。世界のいわゆる「コレクション」と呼ばれるファッションショーは、バイヤーやメディア関係者を主な顧客として開催される。日本でも1980年代は雨後の筍のごとく、ブランドが生まれた。それ故に各ブランドは個性を発揮する必要があった。日本ではコレクションが制度化される前は、発表する特定の場所がなく、各ブランドの任意で行われていた。それがかえって選ばれた場所での自由な表現が可能になるというメリットがあった。ブランドによってはショーの形式もアートの表現が高まった。

そこで、イッセイ・ミヤケやY'sなどは一般のファンの要望に応じて、エンターテインメントとして、ファッションショーを開催した。イッセイ・ミヤケのコレクションに関するユニークなプレゼンテーション手法については、長年アートディレクター、演出家およびデザイナーを行っていた毛利臣男のクリエイションについて記した拙著『毛利臣男の劇的空間－舞台・ファッション・アート－』（注4）を参考にされたい。

世界ではモードの発信拠点がパリの独占から、ミラノ、ロンドン、ニューヨーク、マドリッドそして

東京などへと拡散した。東京にブランドのオフィスが集中し、地方都市は製造拠点としての性格が高まり、東京と地方の創造性における格差が広がっていった。

筆者が京都で活動していた1983年から1994年までの間、西陣織や友禅染など着物の伝統産業においては、衰退傾向にあったとはいえ、全国の中心的な役割を果たしていた。しかし、洋服産業においては、ワコールなどの大手下着メーカーはあったが、その他は中小企業があるという状況であった。むしろ、服地についての産地として存在感を示そうと、ミラノ北部で開催される布の見本市アイデアコモになぞらえて、アイデア京都が開催されていた。

歴史的、伝統的な工芸や空間などが身近にあり、日本の代表的な古都は、ファッションの発信力がそれほど大きくはなかったことは筆者にとって、残念であり何か違和感を感じた。筆者はファッションや美術を主に学ぶ短期大学に属していたので、学生の就職先の状況からも上記のような京都のアパレル業界の状況が理解できた。

このような環境で同僚や学生とファッションショーを行っていたが、パリや東京の追従ではない、また若者にしかできないような実験的な服飾造形を手掛けるべきだと考えるようになった。そこで京都の伝統文化を着想源としたファッションショーをするアイデアを同僚に提案した。その結果、京都市街にある寺町通りと新京極を繋ぐ六角広場、河村能舞台、京都生活工芸館・無名舎（注5）そして平安神宮前庭でのファッションショーが実現された。

寺町通りと新京極を繋ぐ六角広場でのファッションショー開催については、両商店街との共同事業として、ファッションショーのチラシを持っている人は、商店街のレストランで割引されるという催しも行った。また、普段、六角広場は自転車置き場となっているだけでなく、ゴミが多く特に注目されることのないスペースであった。そこで2年間ファッションショーを行うことで、その期間のみではあるが広場というイメージを与えることができた。現在では人々がくつろげる広場として整備されている。

河村能舞台（1991年）や無名舎（1992年）では、それぞれの建築空間を深く理解し、その空間にそなわった機能や美に着想を得た作品を制作し、その場所でファッションショーを行った。服飾造形と建築空間が融合するような時間の創造である。この頃、

毛利臣男が金沢の「能舞台」でモーリ・マスク・ダンスをはじめ取り組んでいて、それに触発されたものでもある。ただし、筆者と同僚の取組みはその空間との強い相関関係から生まれてくる作品であった。

特に、平安神宮前庭において実施したファッションショー「平安京のコスモロジーを着る」（1993年）は筆者の京都での最後のファッションショーである。建都1200年の前年に企画を立て、平安神宮に通い、使用許可を得て実現された。平安神宮は建都1100年を記念して明治時代に行われた万国博覧会のパビリオンであった。

平安神宮は平安京の内内裏の1部を6/8のサイズで再現され、万国博覧会終了後に神社として継承されてきたものである。そこで、平安京が中国古代哲学の「陰陽五行説」に基づいた都市造営がされていることから、平安神宮内の空間を平安京と見立てて、歌舞音曲、服飾作品、神宮の空間などを陰陽五行説に基づくコスモロジーとして作品制作を行い、同じコンセプトで平安神宮の前庭でパフォーマンスを行った。

800名近い人々が照明によって創出された幻想的な空間でファッションパフォーマンスを楽しんだ。雅楽やサウンドインスタレーションによって、雰囲気は盛り上げられた。その後、この場所で音楽、ダンス、ファッションショー等が行われるようになった。

明解なコンセプトをもって挑戦すれば、それぞれの場所を管理する人々のこころを動かすことができることはいくつもの事例で実感した。平安神宮は県都1200年に当たる1994年には、神宮から所属大学（この時筆者は山口女子大学に移動している）に依頼があり、両者のコラボレーションによって建都1200年を祝福するファッションショーが行われた。

歴史と現代の融合や従来とは異なる表現を伝統的な空間にぶつけることから、斬新な表現が生まれてくる。京都はそのような新規の取組みを受け入れることができる土壤があることを上記のファッションショーの開催によって知ることができた。

1つのきっかけによって新しい取組みが続いて生まれてくる。文化の創造のあり方として、最初に突破口が開かれて、それに次々に表現が生まれてきて、1つの型が作られることから、持続可能な文化が形を現すということがある。上記はそのような事例と

言える。

山口で、野田神社の神主や常栄寺の老師にファッションショー開催に関する協力をお願いに行った時に、京都時代の経験が助走として役立った。やはり山口の寺社においても、快く受け入れられ、寺社との共同作業が実現した。野田神社の神主（当時）は、自ら長府（下関市）の武家通りなどでファッションショーをやったらしいのにと地域住民に提案されたことがあるとも聞いた。

伝統的な地域の寺社も、同時代の空気と交わり、新しい文化創造への期待があることが実感された。龍福寺で昼間、写真撮影をしつつ、庭にファッションインスタレーションするような企画を立てていたが、雨になりそうだという天気予報が出て、寺院から本堂でショーをしたらどうかという提案が出て、急遽前日に本堂でショーをすることが決定したこともある。この時、龍福寺の多大な協力を得て、ファッションショーが実現した。

以下では、山口において地域資源を活かして行ってきたファッションショーの概要を記し、内容について検証する。

5 山口の地域資源と服飾デザイン

山口県の地域資源について1994年から約2年間かけて現地調査をした。その結果、大内氏時代の文化が注目に値すると考えるようになった。当時、NHKの大河ドラマ「毛利元就」が放映されていて、毛利が倒した大内氏が注目されていた。筆者の視点はこのテレビドラマに起因するものではなく、山口市内ではすでに大内氏への関心が少しずつメディアでも増えていたことと、県内には大内氏に係る名所旧跡がたくさん見られた。毛利氏が萩に拠点を築くときに、多くの建造物を大内の拠点である山口から移転させていたことも興味深い歴史的事実であった。

また、山口市内には大内館跡の龍福寺、ヨーロッパ史と交わるフランシスコ・ザビエルに係るサビエル記念聖堂など、関連施設が散見されている。それだけではなく、地域のミニコミ誌の記事や山口商工会議所あるいは青年会議所の活動に注目すると、徐々に大内への関心が高まっているなど肌で感じた。

そこで、1996年から大内氏とサビエルの出会いに注目したファッションショーを、山口市中心商店街のアーケード再建祝いのイベントとして実施し、それから約10年間大内氏とサビエルに係るファッショ

ンショーを行った。

商店街の活性化と銘打って、当時の山口商工会議所の会頭をはじめ、商店街連合会の理解や支援を得て行うことができた。商店街の通りや空き店舗、さらに新しくできた文化施設である中市コミュニティ広場NACなどでファッションショーを実施した。

日本のクリスマスのみさが山口から始まったという歴史的事実から、2002年にクリスマスファッションショーを開始した。その1部に地域の服飾文化の振興を図るイベントにするために、サンタファッションコンテストを同時開催した。

サンタファッションコンテストの初回に応募してきた高校生が大賞を受賞し、その後数年して関係者から、専門の道に進んだことを聞かされた。専門家を発掘するという結果を導くなど想像もしていなかったが、地域の人々にはじめて呼びかけたファッションコンテストが思わぬ効果を生んだことには驚かされた。地域の服飾文化の振興という目的は1回目から1つの種を撒いたのである。

2010年に山口県立大学がラップランド大学と学術交流提携を結ぶために、本学江里健輔学長理事長（現在は理事長）一行がロバニエミ市のラップランド大学を訪問し、その時にロバニエミ市長と交流をした。その結果、ロバニエミ市から市役所のスタッフが日本に来た時に山口にも交流の打診をするために、山口市、山口商工会議所そして山口県立大学を訪問した。

ここで筆者は山口商工会議所や大学での会合に参加しつつ、サンタクロース村のサンタクロースをファッションショーに派遣してくれるように依頼した。その時に受け入れられると確信できるよい感触を得た。彼らが帰国後に本学で「クリスマスクリエーション実行委員会」が組織された。筆者はロバニエミ市のスタッフと交渉するために、あらかじめ山口市民会館大ホールを予約していた。「1500人が入るホールで、きっとサンタクロースを通じて山口市の市民にロバニエミ市をアピールすることができる。また、パネルなどの展示をして、具体的なロバニエミ市の魅力を紹介する。また、ラップランド大学のファッション関係の先生と学生を派遣してほしい。」と伝えた。

結果として、クリスマスクリエーションの日程に併せて、サンタクロースとともにラップランド大学の学長一行とファッション関係の教授と大学院生が

7名山口市を訪問した。2007年に同僚の井生文隆教授のアレンジメントで現地のファッションショーに参加し、2009年から国際共同研究ではじめてワークショップをマルヤッタ・ヘイッキラ＝ラスタス教授とともに開始し、2017年の今年までワークショップは継続している。結果、9年間に年に1度あるいは2度のワークショップを共同で開催することになった。ファッションは文化と文化の接着剂的な機能があり、ワークショップでの作品制作がそれを証明している。

6 農ガールコレクションのための農作業着の商品開発

2013年から安倍昭恵内閣総理大臣安倍晋三夫人との交流から、農ガールコレクションを開始し、今年10月にアグリアート・フェスティバル2017を開催し、5回目を迎えた。主に、若者が着て農業をしたくなるようなおしゃれな農作業着を目指した商品開発を行ってきた。2013年から継続して「mompekkko」を商品開発し、実験的に共同研究の関係にある有限会社ナルナセバが販売を行っている。加えて、2015年に「salopekkko」、2016年に「tsunagikkko」そして2017年に「alohakko」を開発した。alohakkoの場合には、まだ工場での製造には至っていない段階である。カスタマイズするデザインの実験として、開発実験を行っている。

alohakko以外は別のところすでに記されているので、ここではalohakkoの開発についてどのような手順で開発を行ったかについて述べたい。今まで下衣やオーバーオール型の仕事着を開発してきたので、上衣の開発が期待されていた。そこで、シャツの着想源として山口県周防大島がハワイのカウアイ島との姉妹都市提携を結んでいることで、すでにアロハ生地でmompekkkoを作っていたことと、風光明媚な長門市に新たな道の駅「センザキッチン」ができるという情報を得て、南国風のイメージを演出できるシャツを考えよということになった。

●開発の手順

- (1) アロハに関する文献調査
- (2) ハワイのカウアイ島と姉妹都市提携を結んでいる周防大島の日本ハワイ移民資料館訪問による現地調査。
- (3) ハワイオアフ等の博物館、店舗およびマウイ島で学術交流提携を結んだハワイ大学マウイカレッジを訪問し、現地調査を実施。



(写真1) 棚田百選に選ばれた東後畑の風景に着想された「水鏡～彩・涼」(棟久佑子)

ハワイのデザイナー、アナ・カハレクル Ana Kahalekuluからのプレゼンを受ける。

大学スタッフからハワイの手工芸の研修を受ける。オアフ島とマウイ島にて現在流通しているアロハシャツの収集と調査。

アロハシャツの柄の配置パターンについて調査。alohakkoの柄のパターンを3種類(バックパターン、オーバーオール2種)デザインする。

alohakkoの型のパターンを研究し、決定する。

以上のプロセスを経て、最終的なデザインを筆者のディレクションの元で決定した。(シャツパターン担当: 荒木麻耶、下川まつゑ、河村早紀)

モチーフはいわゆるハワイのアロハに登場するものではない。長門でのファッションショー用に開発するために、現地調査を通じて、地域の自然や人々に触れ、そこから着想をえて作品をデザインした。以下の3人4種のプロトタイプデザインをグラフィック処理をして、プリントを作成し以下の作品が制作された。

ファッションショーでは観客は長門市の身近な生活文化がアロハの形式に活かされていることに、興味をもったと多くの反応を得た。シャツの量産化は



(写真2) 長門市名産の柑橘「ゆずぎち」に着想され和紙のちぎり絵で表現した「fresh circle」(野坂光里)



(写真3) 長門の祝祭における捕鯨に着目し、民謡として歌い継がれている唄をモチーフにした「通鯨唄」(宮坂莉穂)

プリント生地で作成費や縫製費等多額の費用が必要のため、今はプロトタイプ段階にとどまっている。

しかし、mompekkoについては有限会社ナルナセバとプロダクトブランド匠山泊との共同プロデュースにより商品化され、県内各店やネット販売などを通じて販売されている。Case Galleryや日本百貨店などでスポット的に紹介のための展覧会と展示そして販売を行った。

商品開発をして4年目となる。少しずつ認知度が出て来た。しかしながら、もっぱら開発に力をいれてきており、販売・普及についてはまだ十分な成果を得られていない。

アグリアート・フェスティバルは長門市からの受託研究、企業からの協賛、個人からの寄付さらに大学の研究費などを活用して、地域に根ざした大きなイベントとなってきている。この活動が一過性のものに終わらないで、小さくても継続して定着したものになるのにはどうしたらよいか、今後の課題である。

最後に以下に、地域縁の文学と服飾デザインの創作事例を紹介する。文化創造においては、他分野の文化芸術との交流や特定の作品からの着想によっても新しいものが創造される契機がある。

7 地域縁の文学×服飾デザインの試み

日本の服飾文化史を顧みると、平安時代以来の服飾に文学との関わりが見受けられる。これは、服飾史家の間では常識となっていることである。特に、重ね色目の名称の付け方に、文学的叙情や自然的叙情が反映されている。

書が衣服の上に刺繍されたり、描かれたりなどは、当時から現代まで連綿と引き継がれている。

海外の服飾デザインで、文学と服飾デザインをテーマにした展覧会の事例に、2007年から2008年にかけて「スペイン国営セルバンテス文化センター東京」設立記念「12着、東京へ」展がある。12人のスペイン気鋭デザイナーが、スペイン語圏の文学作品をモチーフにした服飾デザインの展覧会である。それぞれのデザイナーがセルバンテスの『ドンキホーテ』の一説やその他の文学作品を選び、特に興味を持つフレーズなどに着想を得て作品を制作したものである。

筆者はアグリアート・フェスティバルで何度も金子みすゞに着目した芸術表現を企画してきた。服飾

デザインにおいては、1部の作品として小田玲子（当時大学院生）が作品を制作しているが、2017年の農ガールコレクションで改めてテーマにした。そのプロジェクトの概要は、「水の力The Force of Water」の全体テーマから、金子みすゞの水に因んだ詩を選び、学生がデニムを使って作品を作る内容である。

作品は以下のようなものである。



(写真4) 「月のお舟」 (河村早紀)



(写真5) 「水と影」 (棟久佑子)



(写真7-1) 「大漁」 (野坂光里)



(写真6) 「波」 (下川まつゑ)



(写真7-2) 「大漁」 (野坂光里)



(写真8) 「鯨法会」 (川口千穂)



(写真9-2) 「お魚」 (宮坂莉穂)



(写真9-1) 「お魚」 (宮坂莉穂)



(写真10) アグリアート・フェスティバル2017で金子みすゞの詩の朗読をする安倍昭恵夫人 (中央)

8 服飾デザインを通じた文化創造における課題

以上本論では、地域資源を活用した服飾デザインについて、京都時代の体験をふまえて山口でどのような場所を用いて創作活動を行って来たかについて記し、服飾デザインが地域と密接に繋がりながら、文化創造の一翼を担うことが可能だということについて自ら検証した。

また、異文化あるいは多文化に接して実施された国際的なワークショップでの国際交流は、言語によるコミュニケーションで課題があるが、新しいアイデアや表現が生まれた。山口の伝統工芸や文化さらにアパレルの研修では、日本人参加者以上に海外のゲストは日本特有の要素を繊細に理解し、作品に反映しようとした。

彼らが日本の伝統文化体験で遊び、学ぶ視点や概念に触れて、日本人参加者が普段とは異なったメジャーを持つことになり、改めて身近な伝統文化や技術について興味を持つことができた。藍染めについて農業レベルから染織までの行程について学ぶ中で、ものの本質に触れる機会を得た。手漉き和紙についても同様である。

工業化の洗礼を受けた地域のものづくりは、益々衰退の一途を辿っている。しかしながら、異なった価値観やものをとらえる豊かなパーフェクティブによって、服飾デザインを包含する文化創造活動として、ものづくりは地域活性化に役立つはずである。柳井縞や徳地手漉き和紙などは、かつては地域の産業であった。ある地域コミュニティではどこの家でも取り組んでいたほどである。

手工芸においては、継承活動を越え、ビジネスへとどのようにしたら乗せていけるかが大きな課題である。各地での復興活動やビジネス化への取組みが行われている。そのためには、継承活動とビジネスのレベルの間に、1つの越えるべき一線があり、そこをそれぞれの団体がどのように越えるか、あるいは継承活動として1線の手前で活動するかの決断が課題である。

最後にファッションショーは一過性のものとして、舞台芸術と同様に検証されづらい領域であった。しかしながら、現在は映像の記録やSNSを通じて容易に共有することが可能になっており、アーカイブやコミュニケーションが容易になってきている。

また、地域活性化という視点から、服飾を含め地

域の文化芸術活動により地域活性化を志向しているステークホルダーにとって、ファッションショーという形式は共同制作の場所として非常に有効なものとして機能することが以上のような事例から理解されると考える。

謝辞

本論で述べたファッションショー実施に関して筆者の研究室と連携し係った産学公民のステークホルダーのすべての皆様に、この場をお借りして心からお礼を申し上げます。

注

- 1 カルチャー「語源由来辞典」<http://gogen-allguide.com/ka/culture.html> 2017年11月1日取得。
- 2 『ロングマン 現代英英辞典』 Longman桐原書店、441頁。
- 3 先掲書、Longman桐原書店、426頁。
- 3 第4章ジャケット「Inside Chanel」<http://inside.chanel.com/ja/jacket/video> 2017年11月1日取得。
- 4 拙著『毛利臣男の劇的空間 - 舞台・ファッション・アート -』 織研新聞社、2006年、を参照。
- 5 復元された町家。1992年7月5日に成安女子短期大学がファッションショーを行った。1999年に歴史的意匠建造物、2006年に景観重要建造物に京都市から、さらに2013年に文化庁から登録有形文化財に認定されている。

写真リスト

1. 「水鏡～彩・涼」
2. 「ゆずきち」 「fresh circle」
3. 「通鯨唄」
- 4 「月のお舟」
- 5 「水と影」
- 6 「波」
- 7 「大漁」
- 8 「鯨法会」
- 9 「お魚」
- 10 アグリアート・フェスティバル2017で金子みすゞの詩の朗読をする安倍昭恵夫人 (中央)

撮影 貝崎 健・高木敦志