

# ファッションにおける東方元素

— 中国と日本を中心にする —

社会情報学部 盧笛

## 序論

現在、世界のファッションはまだ主に西洋を中心としている。しかし 20 世紀に入ってから、西洋のデザイナー達は東方文化に深い興味を持っていくようになった。したがって、近年の西洋におけるファッション界は、東方ブームのような東方元素を応用する現象が起きている。

私は、西洋のデザイナー達はどのようにこの東方感を表現するのかということについてとても関心を持っている。この東方の範囲は主に中国と日本が中心であると考えて、これから討論していく。

ではまず、どうして東方風が現在西洋に流行しているということが言えるのだろうか？1997 年から今まで、東方をテーマにした西洋のファッションのブランドは数多く存在する。1997 年より前にも、西洋のブランドはたまに東方文化をテーマにしたことがあるものの、この年は特別な一年だった。

<ul style="list-style-type: none"><li>• Yves Saint Laurent FW2004</li><li>• Zuhair Murad - Haute Couture FW 2011-12</li><li>• Dries Van Noten FW 2012 FW 2015</li><li>• Ralph Lauren FW 2005</li><li>• Maison Margiela SS 2016</li><li>• Dolce &amp; Gabbana SS 2016</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Christian Dior SS 2003 FW 1997 FW 2006</li><li>• Louis Vuitton SS 2011</li><li>• Gucci SS 2016</li><li>• Armani Privé SS 2015</li><li>• Giorgio Armani SS 2014 SS 2015</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oscar de la Renta FW 2013</li><li>• Alberta Ferretti FW 2015</li><li>• Valentino FW 2014</li><li>• Alexander McQueen SS 2008</li></ul> <p>*1997~2016年</p> <p>*「SS」は Spring&amp;Summer 「FW」は Fall&amp;Winter</p>
--	--	---

1997 年、ファッション界で鬼才と呼ばれたジョーンガリアーノというフランスのデザイナーは当年のデイオールファッションショーで、中国の 30 年代の上海チーパオをモチーフにした、当時の上海の女子の容姿を西洋のファッ

ョンショーで再現し、大成功を収めた。そしてその時から、ほかの西洋のデザイナーも次々と東方に注目するようになった。

さらに、ファッション界には「メットガラ」というイベントがある。これは、アメリカの *vogue* 雑誌に開催されるもっとも大きなソーシャルイベントである。このイベントには毎年テーマがあり、2015 年は「China: through the looking glass」というテーマだった。2015 年に開かれたこのイベントは、前に述べた 1997 年のジョーンガリアーノのショーからインスピレーションを得ており、ジョーンガリアーノさんに敬意を表したいという気持ちが込められている。

では、どのように服で東方風を表すのだろうか？それは、文様を通じて表現している。文様というのは、飾りとして絵と形や、物の表面の図柄のことである。

## 本論

### 第一章 文様

中国と日本は東方文明の典型的な象徴であり、両国の文様は、両国の文化伝統と美意識を反映している。まずは、両国の文様の造形から述べていく。

1 つ目は色相である。色相というのは色の具合やイメージ、傾向のことである。中国の文様には、三原色に近い色をよく使われている。三原色は赤、緑、青の三色である。この三つの基本的な色に近ければ、色は鮮やかになる。中国では、三原色の純度が高く強い色がよく使われている。

2 つ目は明度である。明度は色の明るさと暗さを示す用語だ。色の中で、黄色の明度はもっとも高い色である。中国の伝統の文様では、人を明るくするような明度の高い色がよく用いられている。

次に、日本の文様は以下のような特徴がある。

日本は、海にかこまれた島国である。文様でこの地理特性を反映するために、日本の文様では温和の円形がよく用いられている。家柄を表す家紋の形でよく円形が用いられるのは、このためだと思われる。

色相については、大自然に近い、温和で明度が低い色がよく用いられている。穏やかな気持ちを表すために、淡い色が使われる傾向があるようだ。例えば紫色は、明度と純度が両方低い代表的な色であり、日本の文様によく使われている。

しかし、和風の感じを創りだす色はきっと浅い色というわけではない。このデザインで用いられたのは鮮やかな色(あざやか)である。だが、鮮やかでも、

和風の感じが表せる。和色の表によって調べ、この青は‘空色’と呼ばれる。これは‘金赤’と呼ばれます。鮮やかな色に属しても、明度は低いだが、コントラストも弱らせた。コントラストというのは、色の明暗の差である。コントラストを弱くしたことを処理すると、また和風の雰囲気を作り出せた。

こんな色の処理は、浮世絵に学んだ。この作品は葛飾北斎（かつしか ほくさい）の作成した代表的な浮世絵、富嶽三十六景（ふがく さんんじゅうろっけい）の一つだ。

3つ目は造形である。

東方感を表すために、中華風でも和風でも、西洋にもっとも使われる文様は獣系である。例えば、龍や麒麟は「山海経」という中国古代の地理書に由来する生き物であり、この書物には中国の神話や伝説について書かれている。



獣系の文様を理解するためには、まず龍袍というものについて話す必要がある。中国の清代に皇帝が着た龍袍には、たくさんのいい意味を持っている文様が表されている。宮の中では、着る人の身分によって色が異なっていた。皇帝夫婦は明黄を着ていて、ほかの大臣は青を着ていた。

龍袍の文様は、名前のとおり龍が中心だ。龍は最高の神物として人々に敬愛されていた。他にもよく用いられる文様はいくつか存在する。例えばコウモリは、蝙蝠の右側の「蝠」という漢字が「福」と同じ発音であり、「皇帝陛下が永遠に幸せでありますように」という意味がある。しかし、西洋においてコウモリはバンパイアとセット考えられているため、西洋では暗いイメージがある。

中国と日本は「同源文化」であるため、両国の文様は非常に似ている。しかし、長い時間のなかで文化が発展していくにつれて、違いも生じるようになった。これから、長い時間を経て現れた日本特有の文様についていくつか述べようと思う。

まず扇の文様は、開いた扇子の形をしており、発展の縁起を祈るという意味がある。また千鳥の文様には、目標を達成できるように願う意味が込められて

いる。傘の文様もよく用いられるが、中国にこの文様は存在しないと思われる。この文様は江戸時代中期からよく使われるようになった。

さらに鶴の文様について、鶴は中国でも日本でも長寿を表すめでたい鳥である。西洋ファッションで、龍以外にもっとも愛用されている東方感を持った動物は鶴である。しかし、このような折り鶴の式の鶴は日本独特の文様だ。

## 第二章 伝統的な服装

### 第一節 着物

次は、西洋ファッションに使われる日本の伝統的な服装について述べていくこととする。2011年にジョルジオアルマーニというブランドのショーが開かれたが、ショーのモチーフは着物と芸者だった。着物を表すポイントについて、以下に記載していく。

まず、腰のあたりを帯で結ぶことで、視覚的に女性の腰を強調する。次に、ワンピースには柔らかい流れるようなドレープの感じがある素材を使っている。さらに、洋服の襟ぐりは着物の襟をモチーフにすることで、芸者の首を連想することができる。芸者の綺麗な首の強いイメージを与えるために、西洋のデザイナーは常に首を表現することを考えている。このショーでは、モデルの化粧も伝統的な芸者の青白い顔になっている。デザインは実験的なデザインであるが、この融合には違和感なく現代的な要素が組み込まれていると思われる。

これは全部着物をインスピレーションにしたブランドである。



Iceberg  
アイスバーグ  
Matthew Williamson  
マシューウィリアムソン  
Antonio Marras  
アントニオ マラス

Céline  
セリーヌ  
Alexander McQueen  
アレキサンダー・マックイーン  
Maison Martin Margiela  
メゾン マルタン マルジェラ

このように、着物をテーマにして日本の伝統文化と現代美学を組み合わせたブランドも存在している。このことから、着物の形を洋服に移すことや着物を

アイデアにすることが、西洋のファッション界でいかに人気であるかということが分かるだろう。

## 第二節 チーパオ

次は、ファッションに使われる中国のチーパオを述べたい。221 紀元の前後から、中国の秦朝時代に有名なシルクロードということを開いた。シルクロードは貿易の交流を通じ、ヨーロッパに入った。そこから、東方文化はヨーロッパの中世紀の人の服装に影響を上げた。中国のシルクの光沢と華やかな様式だけではなく、刺繍の技法を用いて服装に運用するスタイルは当時のヨーロッパには信仰と神への崇拝が一致した。13 世紀から、西洋と東方の貿易はさらに強くなってきた。ヨーロッパの方は東方服装に対して気運が高まった。

1929 年に、チーパオは「国の服」とすることが決まった。チーパオはその時以来、東方の中国を代表している正式的な服装である。中国の民国時代に国母という呼び方があり、孫中山の奥様、宋慶齡は一生にチーパオを着ていた。宋慶齡は政治の会議という国際舞台に姿を現した時、国際からの褒め言葉が多かった。

1997 年にジョンガリアーノのデイオールで、もっとも使われた伝統的な東方元素はチーパオの様式だ。この礼服は清朝のチーパオからのデザインだ。しかし、このデザインはチーパオの輪郭を取って使っただけで、ほかのほとんどのチーパオのくみだてられた構造は変化した。工芸と飾りの細かさを変更した。普通のチーパオより、西洋の礼服用の洋服の襟はさらに大きくなり、布の端に余分に残しておく部分の方もすこしく下がったようになった。中国の様式は、「対襟」という襟を両側に並べるようにする様式と、「偏襟」という襟を片側に傾くようにする様式を省略した。全体の構造で、まだ西洋の立体の裁断に作られた。

## 結論

上述の部分をまとめると、現在のファッション界は東方元素を用いることがますます広がった。具体的に言えば、文様と伝統的な服装を使って表現した。この東方感の表現の方式は、西洋のデザイナーにとっても新しい扉を開けた。東方元素を使うといっても、それらの元素を吸収することはきちんと濾過された。

今になっても、主要なデザインは西洋の文化を主体にしている。西洋のデザイナーは好奇心と慎思とともに持って東方元素をとらえている。同時に、西洋にある既存の服装資料と結び合わせ、今現在の東方ブームというファッションスタイルになった。つまり、その本質はもとどおりに西洋の哲学と美意識にもとづいて生まれたことだ。

だが、ブランドとデザイナーは東方文化のつかいもう以前、かたちのどおりのままに使った硬い表現と違った。現在のデザインはさらに深い理解と把握をしっかりとっている。文様、色合い、伝統的な服装からの運用も練れるようにな

ってきたとあらわれた。

#### 参考文献

邱紫華『東方美学史』商務印書館、2003。

闫格『和服中体现的几个日本人的性格特征』长治学院学报、2007（1）