

クチュールは「純文学」?

告白すると、ほんの数年前まではパリのオートクチュールコレクシヨンの報道を見ても、どう納得してよいのかわからなかった。構築的なフォルムがどうか、幻想的なエレガンス、と言われたつて、内心、「……それで?」。

世界で2000人という顧客を相手にするオートクチュールは、一般庶民の目にはあまりにも非現実的で、生活にほとんどかわってこないように見える。服は着られないし、ヘアメイクはありえない。秘儀的なオートクチュールを、庶民はどう受けとめればよいのか? 60年代まではクチュールは流行の発信源として、モードのエッセ

ンスを下々までトリクルダウン(滴り落ち)させていた。が、その後ストリート発の流行をクチュールが採り入れたのを端緒にヒエラルキーは崩壊、トレンドが発生する場所は多様化している。

「ブランドの世界観や勢い」を見せる場がオートクチュール、という説もある。ショーのインパクトがブランドの格を上げ、結果、香水の売り上げを押し上げる。でもそのためだけに赤字を出してまで奇抜なコレクションをするのか……といぶかっていたが、2年前に誕生し、毎回規模を大きくする「東京ガールズコレクション」を見てはっとした。着たいと

中野香織の——コロモのココロ——

思った服を携帯ですぐに注文できる現実直結型のこのシステムを、携帯小説に見立てるとすれば、オートクチュールは純文学か、と。純文学にあらずじや目的、ましてや実益を問うことが無意味であるように、オートクチュールも表層の形式そのものに意義がある。選び抜いたことば(素材)を駆使し、高度な技術で切り開く、斬新な美の試みそのものが偉大。伝統を破る冒険精神が高く評価されること、文芸誌の赤字をコミックが補うようにショーの赤字を香水が埋めることもどこか似ている。オートクチュールはファッション界の純文学。と見立ててしまえば、親しみの薄い専門用語をちりばめた批評もまたありがたみのひとつに見えてきたりして。(服飾史家)