

【解説】2020年代の「ファッショントレンド」を見通す



中野 香織

Kaori Nakano Co.,Ltd. イギリス文化を起点に、スーツダンディズム史、ファッション史、ラグジュアリー領域へと研究対象を広げている

コロナ禍の自粛生活によって人と会うことが激減し、服のカジュアル化が一気に進んだ。

カジュアル化は、今後も続くー。との見方もあったが、どうやらそうではないらしい。

その引き金を引いたのは、まさかの暗号資産取引所の破綻だ。この事件を境に、テーラードやドレスアップへの揺り戻しが起きている。

コロナが明けつつある2023年。社会情勢の変化を受けて、ファッションはどう変わろうとしているのか。また、そこから読み取れる社会変化の兆しとは。

プロピッカーで服飾史家の中野香織さんによる解説をお届けする。



▼ INDEX

「テーラード」への回帰

「FTX」破綻がもたらしたもの

「普段着」マーケットが大きい日本

アスレジャーが残したもの

「コンセプト不在」の時代へ

「20世紀のファッション展」が続く理由

「テーラード」への回帰

コロナ禍による自粛ムードが徐々にあける中、明確に見えてきたのは、テーラードやドレスアップへの回帰です。

テーラードという言葉は、厳密には、しっかりと素材の布を裁断し、縫製やアイロン処理などによって身体にフィットするよう成形している服のこと。これが、広義の意味です。

一方、これから言及するのは、テーラードの「形のみ」を解釈した狭義の意味。襟、肩があり、体のシルエットを抽象的になぞるスタイルの服のことです。

例えば、[CFCL](#)というパリコレに参加している日本のニットブランドは、2023年の春夏コレクションで、テーラード型ニットジャケットを投入します。

彼らのように、歴史的な文脈や在り方を現代的に解釈した、変形テーラードが出てきています。

この流れは、レディースでは2022年秋に開催されたコレクションから、メンズでは2023年1月のパリとミラノコレクションから顕著に現れてきました。

「FTX」破綻がもたらしたもの

こうした現象は、コロナ禍で加速したカジュアル化が、不可逆なものではなかったことを意味しています。

リアルな社交の場が消失し、スーツを着用しないワークスタイルが定着し、カジュアル化が一気に加速しました。

ところが、2022年の終わりに、カジュアル化の流れを終焉させる出来事が起こりました。11月11日に起きた、[大手暗号資産取引所のFTXの破綻](#)です。



創業者のサム・バンクマン・フリード氏は、破綻前は天才ともてはやされていました。

しかし、破綻後、明らかになっていなかった事実が出て、詐欺などの疑いで逮捕されました。

フリード氏は、公の場所であっても、ボサボサな髪型とTシャツ、短パンという姿で登場することで有名でした。

シリコンバレーの起業家はカジュアルな服装の方が多いですが、カジュアルというより不作法な格好でした。

「こだわりはない」ようである



アップル創業者
スティーブ・ジョブズは
イッセイミヤケの
タートルネックを愛用



メタの創業者
マーク・ザッカーバーグは
ブルネロ・クチネリの
シャツを愛用

Photo: Justin Sullivan

それでも、仕事ができるということで許容されていた面がありました。

実際、ニューヨークタイムズは12月14日に、「[シリコンバレーよ、ドレスアップの時期だ](#)」という記事を掲載しています。

その記事では、こんな指摘がなされています。

「周りを気にしないようなカジュアル化が許されたのは、より優位な立場でいることができる若い白人男性だけであった」と。

もし女性や、黒人、年配の男性が「寝床から出てきたような服装」でまともな建物に入ろうとしたら、警備員に止められますからね。

いき過ぎたカジュアル化は、ここで幕引きとなりました。

「普段着」マーケットが大きい日本

そもそも、人間は飽きる生き物です。

ファッションの歴史を眺めると、周期的に装飾主義とミニマリズムが交互にトレンドになっています。

20世紀であれば40年代の実用主義のあとに50年代のドレスアップ、60年代ミニマリズムのあとは70年代の装飾主義、80年代の過剰のあとに90年代のクリーン、というように。



もちろん地域や着用シーンによってスタイルは変化するので、全く同じ地点には戻らず、トレンドは螺旋的に入れ替わっています。

一方、日本はファッションの面でも独特な文化を持つ国です。

五大都市（パリ、ロンドン、ニューヨーク、ミラノ、東京）の中でも、時間と場所とオケージョンで服を着分けるという習慣がありません。

ヨーロッパでは、階級にもよりますが、平日でも仕事が終われば、着替えて外食に行くというのが当たり前前の文化です。

しかし、日本にはそもそもそういった文化はありません。

象徴的なのが、内閣の組閣の際の衣装。首相官邸での写真撮影の際に男性閣僚はモーニングを着用しています。



写真：代表撮影/ロイター/アフロ

宮内庁がこのように定めているからではありませんが、閑僚でさえ夜の写真撮影で、昼間に着用すべきモーニングを着ているように、TPOで着分けるという意識がとにかく薄い。

そのため、シーンを跨いだ日常着というコンセプトがハマりやすい国とも言えます。

コロナ禍で仕事着がカジュアル化したことにより、フォーマルとの境界をあいまいにしている **CFC** **L** のようなブランドが台頭するようになったのだろうと思います。

そう考えると、日本は一気にテラード回帰するのではなく、他の国や地域と比較して、より緩やかに、あるいはごく一部分でのみ、進んでいくのかもしれない。

アスレジャーが残したもの

コロナ禍で広まったアスレジャーは、ドレスアップの世界に影響を与えており、例えば、裾を絞ったジョガーパンツ風のトラウザー（フォーマルなズボン）が、ドレスシーンに登場してきています。

また、ドレスアップの際のスニーカー着用が、認められはじめています。アスレジャー的な要素をドレスが吸収している形で、トレンドが定番化したといえます。

//

アスレジャーという言葉は、

業界内で使われているもので、



//

アスレジャーという言葉は、
業界内で使われているものです。
ただ、私たち自身はそのように説明していません。

重要なのは、
お客様がより心地よく感じていただける商品、
ニーズを満たすものを提供するという点。

そのためには、(アスレジャーという言葉で定義されず)
変革を遂げられる企業でなければいけません。

—— カルヴァン・マクドナルドCEO
NewsPicksのインタビューに対して

Photo: Vaughn P. Remy | Getty Images

そうした中、ルルレモンのトップによる「アスレジャーではない」という発言は、興味深いものがあります。

類似製品を提案するブランドが増え、1万円以上かかる高価なルルレモンのレギンスを買わずとも、安価な選択肢があります。

わかりやすいのがアメリカで、ローティーン、ミドルティーンの間では、レギンスは完全に普段着として、通学時に着用されています。

こうした現実を見ていくと、あえてアスレジャーと言わなくなったというのが実態でしょう。

アスレジャーは普段着として定着し、またドレスシーンに影響を与えることで社会に溶け込んでいます。

「コンセプト不在」の時代へ

今の時代の特徴は、「コンセプトが不在」ということ。テラード回帰の兆しこそあれども、新たな潮流は見えてきません。

サブカルチャー全盛期を経験したジェネレーションX世代の方々は、文化資本を大事にする傾向がありました。

お金ではなくて、どれだけサブカルチャー的なことに没頭できるか、という修養主義的なものへのプライオリティが高かった。

その中で、さまざまなファッションのコンセプトが生まれました。

コンセプト不在の時代へ

X世代

グランジファッション



Y世代

ノームコア



Z世代



ジェネレーションYは、上の世代の文化修養主義的なものへの反動から「頑張って起業して成功しよう」というメンタリティが強い傾向があります。

スティーブ・ジョブズに代表される、ノームコアが流行りました。

そういったガツガツしたY世代から距離をとっているのが、Z世代です。ハードワークも文化に傾倒することもいいとは思っていない。

インターネットの中から共感できるアマチュアコンテンツを見つけて、紹介することに喜びを感じるようなカルチャーだと言われています。

そういった傾向はファッションでも同じで、Z世代に共通する思想や美的価値観はあまりなく、さまざまなものが点在し、高速で消費されている。

昔のトレンドが再び盛り上がるというのも、高速消費の1つでしょう。そのため、後に続く潮流が見えてきません。

おそらく今、多くのラグジュアリーブランドも模索中でしょう。



1月のミラノとパリのコレクションで最も盛り上がったのは「韓流スターがどのブランドのアンバサダーに就任したか」というニュースでした。

裏を返せば、ファッションそのものについてはほとんどニュースにはならなかったことを意味します。

「20世紀のファッション展」が続く理由

近年、20世紀に活躍したファッションデザイナーの展覧会が続いている理由もこの辺りにあると見ています。

昨年は、三菱一号館美術館で「[ガブリエル・シャネル展 Manifeste de mode](#)」が開催されました。



シャネルの創業者ガブリエル・シャネル氏 (写真: Apic / 寄稿者 via Getty Images)

今年1月までBunkamuraで「[マリー・クワント展](#)」。現在は、東京都現代美術館で「[クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ](#)」が開催されています。すべて世界巡回展です。

さらに、9月からは新国立美術館で「[イヴ・サンローラン展](#)」も予定されているようです。

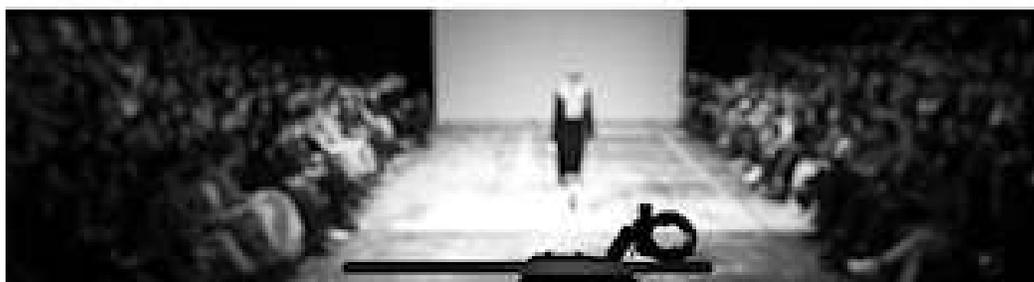
それぞれの展覧会において感じたのは、当然といえば当然ではありますが、展示されている服飾品は、商品ではなくて、コンセプトを見せる「アート」だということ。

ファスト化しコンセプト不在の現在のファッションへのアンチテーゼとして、クリエイターが本当にクリエイトしていた時代に、希望や憧れを見いだすようになる。

その結果、20世紀のデザイナーの展覧会が続くのではないかと想像します。

19世紀まで、ファッションを楽しむことができたのは、特注服（オートクチュール）を購入できる一部の貴族だけで、ファッションは社会的なステータスを示すものでした。

20世紀には、プレタポルテ（既製品）が普及し、ファッションの民主化が起きました。この頃は19世紀的な権威への反抗心がファッションで表現され、デザインで哲学を語ることができました。



ところが21世紀に入ると、デザインでファッションの文脈を語りにくくなってきました。そしてSDGsのような活動が、21世紀的なネタとして放たれているように思えるのです。

格差是正への動きが広まる今、ファッションでステータスを見せようとするのは、ダサイ。「ワンランク上の私」を表現すれば、必ず下とされる人たちが傷つくから、あえて表現をしない。

「人を傷つけない。誰もマウントをとりませんよ」と。

そうなると、有名無名を問わず仕立てのいい服つまり、テーラードを着るというのが、有力な選択肢として浮上します。

またラグジュアリーブランドを着用するとしても、一目でブランドとわからないようなものを選ぶようになる。

上下格差を感じさせるようなデザインではなく、人を威圧し排他するような強いものではない、好感を持たれるようなものが好まれます。

今求められるファッションは、美しいものづくりであることは当然として、社会の要請に応え、エシカルであり、インクルーシブであるものという複数のハードルを乗り越えたものです。

その先に新しい潮流が生まれるのかは、わかりません。まだ、ファッション業界は変化の渦の中にあるのでしょう。