

日本のポップカルチャーとしての 「カワイイファッション」の形成と社会的影響

The Formation and Social Impact of “Kawaii Fashion” as Japanese Pop Culture

佐久間 桃花

Momoka Sakuma

大妻女子大学大学院 人間文化研究科 人間生活科学専攻 修士課程

キーワード：服飾文化史、カワイイファッション、ポップカルチャー

Key words : History of clothing, Kawaii Fashion, Pop Culture

1. 研究目的

「カワイイカルチャー」は、日本のポップカルチャーの1つである。2009年には外務省が、「カワイイファッション」を文化外交に活用するために「ポップカルチャー発信使（通称：カワイイ大使）」を制定した。また、経済産業省は2011年にサブカルチャーを政策の一部に取り入れた「クール・ジャパン戦略」を発表した。フランスで開催される日仏文化交流事業「JAPAN EXPO」でも取り上げられる等、日本文化として世界的に認知されている。

「カワイイカルチャー」は、マンガやアニメ、音楽などの様々なコンテンツで構成されているが、本論ではこのうちの1つである「カワイイファッション」を取り上げる。このファッションは、1970年代以降の原宿を中心としたストリートファッションが源流である。1990年代に奇抜なスタイルが話題にもなり、2000年代にかけてスタイルの細分化が進んだ。

「カワイイ」の語や文化においては、語の持つ意味や心理的効果、少女文化、原宿との関係性、海外発信、経済効果など、様々な観点から研究が行われている。しかし「カワイイファッション」については、カワイイカルチャーの一部として取り上げられ、ファッションスタイルも「ロリータ」等の代表的なものに限定されるケースが多く、語の定義は曖昧であった。

本研究では「カワイイファッション」が「カワイイカルチャー」として形成されていく様子を明らかにすると共に、ファッションスタイルの整理

を行う。また、日本語の形容詞である「かわいい」が「カワイイ」という概念へと変化していく過程や、それらが社会に与えた影響について、原宿の変遷や社会背景と照らし合わせながら明らかにする。

2. 研究実施内容

資料として、新聞、雑誌5誌、ストリートスナップ24,603枚、外交青書を使用した。新聞は、大妻女子大学図書館データベースに保存されている読売新聞、日本経済新聞、朝日新聞、毎日新聞の記事を使用した。雑誌は、国立国会図書館に所蔵されている2000年～2024年までの『Fruits』『KERA』『LARME』『原J』の4誌に加え、原宿の最新情報が掲載されている冊子『HARAJUKU POP MAGAZINE』を資料とした。ストリートスナップについては、共立女子大学の渡辺明日香教授からご提供いただいた2009年～2023年までの原宿で撮影された写真を使用した。

資料は、以下の方針に沿って整理した。

(1) 戦後から現在に至るまでの、原宿の街の変化を商業施設や担い手に着目しながら整理した。

(2) 大正時代に誕生した少女文化が「カワイイ文化」へと成長し「カワイイカルチャー」へと発展していく流れを追った。

(3) カワイイカルチャーが海外へ進出していく様子や経済効果について整理した。そして海外進出、日本の行政の動き、地域活性化や企業戦略に活用される流れの3つに分けて研究を行った。

(4) 2000年～現在までのカワイイファッション

のスタイルの変遷をまとめた。新聞、雑誌、ストリートスナップの3つの媒体それぞれに現れたスタイルの比較分析も行った。

3. まとめと今後の課題

本研究から得られた成果は、以下の5点である。

1, 「カワイイファッション」の定義

「カワイイファッション」の語は、2008年の新聞で初めて使用された。その特徴からコスプレと混同されることが多いが、着用者にとっては日常的な服装である。時代と共に意味が変化し、1980～2000年代は奇抜なスタイルを、2009年以降は「ロリータ」や「ゴスロリ」などの特定のスタイルを表していた。現在では原宿を超えて新宿や高円寺、海外等でも発展しカジュアル化が進んだことから、「日本的な要素」（幼児性やマルチミックス性、西洋社会におけるドレスコードの逸脱等）を含んでいるスタイルが「カワイイファッション」と呼ばれている。

2, 「カワイイファッション」が誕生・発展した経緯、社会背景

1970年代頃から原宿の若者達によって生み出され、1980年代には装飾的でロマンティックな要素が特徴のストリートファッションが広まった。1990年代には、青文字雑誌の影響でストリートスナップが流行したことにより、過度な装飾や色彩が特徴のスタイルが続々と誕生した。その奇抜さは社会から「不思議な若者文化」として評価された。2000年代には原宿を拠点に多くのスタイルが生まれたが、2009年の「カワイイ大使」就任を期に「ロリータ」が代表格となった。その後、インターネットの普及により、原宿以外でも発展し、日本文化の一部として世界的に注目されるようになった。

3, 「カワイイファッション」と呼ばれるファッションスタイルの時代的変遷

本論では、資料を基に「カワイイファッション」を計29個、細分化すると65個確認した。1970年代には子供服を大人が着用するスタイルが登場し、1980年代には「ゴスロリ」「パンク」などに類似したスタイルが見られた。1990年代にはそれらのスタイルが確立すると共に「ヴィヴィ子」「女兒系」などが登場した。2000年代にはそれらをミックス

した「ロリータ」や「デコラ」などが誕生し、2010年代には「病みカワイイ」などサブカルチャー（以下サブカル）要素の強いスタイルも現れ始めた。現在ではスタイルのカジュアル化が進み、新たなスタイルが確立されている。「ロリータ」は「NEOロリータ」や「中華風ロリータ」などを生み出し、「ゴスロリ」や「パンク」は「地雷系（トヘ横界限）」などを誕生させた。一方で「デコラ」は、より装飾的な「NEOデコラ」へと発展を遂げている。4, 「カワイイファッション」が日本のポップカルチャーとして形成された経緯

「カワイイファッション」は、日本のアニメを通じて幼少期からファッションを含む日本文化に触れていた外国人が評価したことで、価値が見出された。海外での評価を受け、日本政府が「クール・ジャパン戦略」等の文化外交に「カワイイファッション」および「カワイイカルチャー」を取り入れたことで、日本を代表するポップカルチャーとして認められた。

5, 日本語の「かわいい」が「カワイイカルチャー」として変容する経緯

大正時代から戦前にかけて少女文化が発展し、1950年代半ばに内藤ルネが「可愛らしいもの」をキーワードに新しい価値観を提案した。1970年代には、ファッションやキャラクターグッズの登場により「カワイイ文化」が確立した。1990年代には大人もキャラクターグッズや人形を楽しむことが普通になり、新聞でも「カワイイ文化」と紹介された。2000年代に入ると海外では「kawaii」という英語表記が日本のポップカルチャーと共に広まっていった。2009年の「カワイイ大使」制定を機に、原宿の若者文化やストリートファッションを象徴する言葉として国内でも広く定着した。これにより、「カワイイ」はポップカルチャーを示す固有名詞となり、日本のポップカルチャーとして国内外で認知されるようになった。

付記

本研究は大妻女子大学人間生活文化研究所の令和6年度大学院生研究助成 (B) (DB2416)「日本のポップカルチャーとしての「カワイイファッション」の形成と社会的影響」を受けたものです。