

中国におけるファッション・デザイナーの イメージ変容に関する考察

A Study on the Image Transformation of Fashion Designers in China

張 玲 · 盧 傑

Zhang Ling and Lu Jie

愛知大学国際中国学研究センター・江南大学

International Center for Chinese Studies, Aichi University & JIANGNAN University

E-mail: zhanglingrefresh@outlook.jp

Abstract

This paper examines the image transformation process of fashion designers in China, aims to provide a perspective to understand Chinese fashion culture. It clarifies the image of an early fashion designer is a seamstress. Entering the People's Republic of China in 1949, the space for fashion designers' activities was greatly reduced and completely disappeared during the Cultural Revolution. This also means disappearance of fashion culture in China. In the 1980s, the fashion designers were noticed. The image of fashion designer as an artist was gradually accepted. This means fashion culture was reviving, and dismantling the negative image of fashion. In the late 1990s, the image of a fashion designer as a businessman emerged and is now taking hold. This means a big change in the global fashion culture. In other words, mode creation by fashion designers has changed, and fashion has tended to be more casual and closer to people's lives.

Meanwhile, the meaning of "internationalization" in Chinese fashion culture is changing. Ethnic consciousness is fading, and it is changing from "internationalization" against Western culture to "internationalization" that integrates with Western culture.

Key words: Fashion Designer, Image transformation, China

一 初めに

1949年に中華人民共和国が成立するに伴い、中国社会の政治・経済・文化体制に大きな変革が起きた。それと同時に、都市住民の服装にも大きな変化が見られた。日本の著名な民俗学者である鳥居龍藏は、この変化について、次のように述べている。「いま中国では、衣服は一変し、プロレタリア式になり……大学教授、官吏、工人、商人に至るまで同一様式の服を着る。……婦人はズボンをはき、男子と同様な服装を着ている」(鳥居龍藏 1951「服は銀鼠・黒の一色一変した北京」『読売新聞』夕刊 1951年12月9日)。そして、その後の一連の政治・思想運動、特に文化大革命の展開により、服装に階級性・道徳性を付隨させる見方がさらに普及した。軍服・軍便服こそが最も革命性の高い服装であると認識されるようになり、それまで支持されていたレーニン服や布拉吉や旗袍等は、すべて非労働者階級のものと見なされ、厳しく排除された。山内(2009)が指摘したように、人々の服飾は次第に統一化し、服飾の平均化が日々顕著となっていった。当時の人々の衣生活は「七億人民服」「ファッショントの砂漠」と揶揄されるほどであり、ファッション文化はもはや存在しなかった。

だが、1980年代に入ると、長期の禁欲生活の反動として、良い生活を求める傾向が顕著になった。若者の間では、特にファッション消費に熱がこもった。ファッション文化が再び注目され、急成長を見せた。21世紀に入ると、中国のファッション文化の多様性は世界にも認められるほどになる。アメリカに本社を置く大手コンサルティング会社マッキンゼー・アンド・カンパニー(McKinsey & Company, Inc.)とイギリスのファッション商業評論会社が合同で公表した2019年度ファッション展望報告(The State of Fashion 2019: A year of awakening)では、2019年に中華圏はアメリカを超え、世界最大のファッション市場となるとされた。中国はファッション消費者の数が多く、その需要も多様であるから、世界の有名ブランドメーカーの間では、新商品を世界的に展開する前に、その受容性をテストする地域をアメリカから中国に移す動きが出ている。

周知のように、ファッション・デザイナーはファッション文化の創造者であり、先導者でもある。ある国・地域のファッション文化の理解のためには、その国・地域で活躍しているファッション・デザイナーを軽視してはいけない。本稿は、中国におけるファッション・デザイナーのイメージ変容過程を考察することにより、中国のファッション文化の変容の一侧面を明らかにし、中国のファッション文化を理解する視点を提供する。

本稿は次のように議論を進める。まずは、近現代中国に誕生したファッション・デザイナーが一度消失したのち、再び復活するまでの歴史を概観する。そして中国社会におけるファッション・デザイナーのイメージが変化した過程を考察し、その構造要因を分析しな

がら、中国のファッション文化の変容を明らかにする。

二 中国におけるファッション・デザイナーの誕生・消失と復活

2.1 ファッション・デザイナーの誕生と消失

1920年代半ば以降、様々な西洋の流行や思想が全面的に中国に入り込み、生活のいたるところに浸透した。西洋に学ぶという時代潮流の中、欧米様式の「洋装」も人気を得て、洋風のウェディングドレス、スーツ、ストッキング、ハイヒール、ワンピースも、市民の生活の中で流行した。

当時の服装消費には、主に二つのパターンがあった。一つは、百貨店や服装商店で販売されている服装を購入するパターンである。もう一つは、生地を買って、裁縫職人に作ってもらうパターンである。店で販売していた服装は主に西洋式の洋装であり、商品は殆ど直販であった。つまり店の前を売場、後ろを縫製工房として、服を作ったらすぐに売り出すという販売方法を取っていた。販売している洋装はほぼ欧米のファッションの模倣品である。海外の映画を見て、ヒロインの服装から海外のファッション潮流を推測したり、ヒロインの服装を複製したり、あるいは外国人の洋装を買って、見本として真似して作ることが服装店の一般的なやり方であった。

海外のファッション潮流に左右されるため、毎年の春・秋に開催されるパリ・ニューヨークのコレクションにより提示されたスタイルを精巧に模倣できるかどうかが、店の存亡の鍵となった。そのため、主な服装店は半年か一年をかけて地下室あるいは密室でパリ・ニューヨークから発着した服装を研究・模倣し、作り上げた作品を正式に披露するまで、機密情報のように扱った（仲華 1930）。

この時期の中国近代ファッション文化の転換に大きな役割を果たしたのが、「紅幫裁縫」だと言われている。いわゆる「紅幫裁縫」は、近代中国で洋装・スーツを専門とした裁縫職人である。古代中国で西洋人は「紅毛人」と呼ばれたため、西洋人によりつくられた洋装・スーツを専門とする職人が「紅幫裁縫」と呼ばれた（盛羽 2010）。董有華（2001）によると、中国歴史上初めてスーツ、そして中山装を制作したのが「紅幫裁縫」であった。また中国で初の「スーツ専門店」、初の「洋裁学校」を開き、初の洋裁理論書を執筆した。彼らはスーツをアジア人の体格に適合するように改良し、中山装を創製した。そして満族女性の伝統服装を基にしながら、西洋要素を取り入れた旗袍も彼らの傑作である。

一方、伝統文化と西洋文化が激しくぶつかり、人々の衣生活が急変し、ファッション文化の多様化が顕著であったこの時期には、富裕層の中に、ファッションを楽しむ、ファッションのデザインを試みる女性も現れた。例えば著名作家であった張愛玲は、友人の炎櫻と共同で服装店を開いて、商品のデザインを担当した。張は「炎櫻衣譜」というコラムを

執筆し、自らデザインした服装をよく紹介し、自作の「奇装異服」を着用することもしばしばあった。周りからは「clothes-crazy」(衣服狂)と呼ばれ、張愛玲はこれを自ら認めた(張愛玲 1942=1994)。

ファッション・デザイナーとして成功した女性もいた。その名は張菁英である。張菁英は張靜江の五女である。張靜江は中華民国時代に浙江省の初代政府主席を務めた人物であると同時に、実業家でもあり、浙江財閥の指導者の一人としても知られている。その娘の張菁英は1930年代に裁縫店「錦霓服装社」を開いて、服装デザイナーとして活躍した。彼女のデザインの特徴は、赤、黒、緑三色を基本に、職業婦人服を中心とするものであった(張南琛・宋路霞 2006)。

このように、洋装のトレンドに追随し、研究する紅帮裁縫とファッションを楽しむ当時の上流階層の女性から、近代中国のファッション・デザイナーは誕生した。しかし、長年の戦争により経済は困難を極め、生活状況も激動の時代を迎えていたことで、ファッション・デザイナーという職業は大きな進展を見せることがないままに、中華民国から中華人民共和国(以下は新中国と略称)という新時代を迎えた。

長年の戦争により、建国初期の中国の経済は貧弱な状態にあり、「近代的工業が約一割、農業と手工業が約九割を占めている」(毛沢東在中国共産党第7回中央委員会第二次全体会議上の報告)参照¹⁾と評されていた。中国共産党は経済復興のため、以下の方針を決めた。すなわち、官僚ブルジョア階級が握っている一割の近代的工業を没収して、社会主義的国営経済とすること、九割を占める個体的な農業経済と手工業経済に対して、合作社として次第に集団化すること、そして近代的工業の中で副次的な位置を占める私的資本主義企業(民族資本と称されている)に対しては「利用と制限」の政策をとることである。

この政策方針により、手工業者は小団体に組織され、原料購入や製品販売を供銷合作社、国営商店と共同で行うようになり、やがてそうした団体から、生産手段を共有し、集団的生産を行う手工業合作社へと発展する。1956年に、裁縫を含めた90%以上の手工業者が、手工业生産合作社に組織された。

それと同時に、私営工商業に対する改造、すなわち「公私合営化」(国家と共同で運営する)も行い、私営工商業に対する国家の支配、例えば加工、発注、買い上げ、販売等を強め、私営商業の活動の余地を狭めた。解放前に一世を風靡した中国の初の服装公司である鴻翔時裝公司も国有化された。これに伴い、私営服装公司の裁縫職人も国家の職員となり、国家経営の「服装鞋帽公司」の「設計工作者」あるいは「技術顧問」と名付けられ、職を継続したが、仕事の内容はデザインとは関係ないことが多くなった。こうした大転換により、ファッション・デザイナーという職業は活気を失い、徐々に衰退していった。

新中国建国後、政治・経済・文化体制の大変革により、中華民国時代に西洋化や斬新さ、

贅沢さを求めていたファッション文化は、180度転換した。労働階級（善）と搾取階級（悪）の単純な二元構造の下で、貧困・地味・質素は労働者階級のもので、貧しければ貧しいほど道徳持の良い人間であり、逆に奢侈・装飾・豪華は搾取階級のもので、追求すればするほど道徳の低下につながるという認識が、一連の政治・思想運動により全面的に普及し、ほとんどの国民はファッションを放棄した。中山装、人民服、レーニン服（女性用）が国民の常用服となり、これらの服装は労働者階級のシンボルとして使われ、質素・儉約という禁欲的な美德を表出していると認識された。人々の服装消費も、破れるまで着る、破れたら縫ったり繕ったりしてまた三年間同じ服で我慢するという、いわゆる「新三年、旧三年、破れたら縫ってまた三年」という方式だった。

1966年に文化大革命に入ると、着装の逸脱を容認しない紅衛兵の暴力もあり、服装に道徳性・階級性を重ね合わせる見方はさらに極端になり、階級の境界が曖昧な服装や労働者階級以外の服装は敬遠された。社会全体は制服社会の様相を呈して、ファッション文化は存在しないに近い状態であった。当然ながら1930、40年代に芽生えたファッション・デザイナーという職業は成長することもなく、静かに歴史の舞台から消え去った。

2.2 ファッション・デザイナーの復活・活躍

改革開放後、経済の発展による収入の増加や、商品流通体制の改革による民生用品配布制度の廃止などにより、長い間抑圧されていた国民の消費への欲望が一気に噴出し、良い生活を求める傾向が顕著に表れた。若者の間では、特にファッション消費に熱がこもった。1984年10月18日の『中国青年報』は、「おしゃれの欲望—広州青年の消費に関する見聞録」（雲想衣裳花想容——广州青年消费见闻之一）という記事を掲載し、当時の広州における若者の消費の様相を次のように紹介した。

今の広州青年は、お金でおしゃれになることは価値あることだと語っている。10月4日にオープンしたばかりの広州華夏公司服装百貨店で、若者たちは60人ぐらいのファッションモデルを囲んで、熱く相談している。百貨店の店員唐さんによると、ここでは1700種類及び花模様の服装がある。売行きは好調で、百元以上の高級な服装はもっとも人気がある。……唐さんは微笑んで、“今の若者は、お目が高い。高級衣料例えば280元もするファーコートは、展示してすぐ買われた”と紹介した。以前私（記者）は、金のアクセサリーは富裕層が買うものと認識していたが、ここではお客様がたくさんいて、にぎやかだった。百貨店の欧經理は、今はいかに売るではなく、どうすれば仕入先を確保できるかを心配していると言った。（『中国青年報』1984年10月18日記事「雲想衣裳花想容——广州青年消费见闻之一」）

北京紅都ファッショングループ設計部主任の張寶興の回想²⁾によると、1980年代には、紅都の営業部でオーダーメードのシャツを希望する客が、深夜2時、3時まで長い行列を作ったという。1983年に北京で開催された第一回春夏ファッション展示会では、商品陳列のカウンターが、売り場に押し寄せてきた客の人波で壊された。

縫製職人への需要も高まった。1986年6月13日の『中国青年報』は「北京での服装の注文作製難は緩和された」(北京做衣難已緩和)との記事を掲載した。同記事は、北京での縫製職人は4000人以上に上り、他の地域からも2000人以上の縫製職人が流入したことによって、服装の注文作製難問題がやや軽減したことを報じている。図1は1982年、福建省泉州の青空市場で、ミシンによる裁縫サービスを行っている様子である。これを見て分かるように、北京だけではなく、他の地域でも服装制作・加工業は繁盛していた。

裁縫職人への需用が高まるにつれ、裁縫職人育成の必要性が提起された。例えば雑誌『中国婦女』1981年第10期は「農村のため裁縫職人を育成しよう」(原名:为农村培养缝纫技术人员)、1984年2月16日の『中国青年報』は「今日勤学芸、明日巧裁縫」(今日技を学び、後は優秀的な裁縫職人になる)等の記事を掲載し、裁縫教育を推奨した。

裁縫職人の人気により、新聞や雑誌等では、洋裁学校の募集や洋裁の通信教育の広告が随所に見られた。それと同時に、ファッション・デザイナーという職業も注目されて、新聞や雑誌等にファッション・デザイナーをテーマとする記事が頻繁に見られた。

ファッションが注目され、ファッション文化が活気を取り戻しつつある中、高等教育の中でもファッション・デザイナーの育成が始まった。まずは中央工芸美術学院がトレーニングコースを設け、ファッション・デザイナーの育成に着手した。続いて1980年に清華大学は服装デザイン専攻を設立した。そして、1983年には蘇州丝绸工学院(現蘇州大学芸術学院)が全国初の服装学部を設立し、ファッション・デザイナーの育成を高等教育に正式に導入した。その後、例えば浙江工程学院(浙江丝绸工学院)や、上海東華大学(原中国紡織大学)等も続々と服装学部を設立した。そして1988年5月10日に、中国初の服装専門の大学——北京服装学院が北京で設立された(袁仄・湯傳毅2001)。

その後ファッション高等教育は大きな進展を見せた。王一名(2017)によると、2017年時点では、中国では300以上の大学が服装デザイン専攻を設立している。さらに20校以



図1 福建省泉州の青空市場でミシンによる裁縫サービスを行う露天商

出所:「写真に見る中国の変貌—30年前と現在との比較」「人民網日本語版」

上は学士・修士・博士までの教育体制を整えている。こうしたファッション高等教育体系の成立により、ファッション・デザイナーは、教師・医者等と同様にその専門性が認められて、正統な職業として高い社会地位を得た。

また、1993年7月、中国ファッション・デザイナー協会が北京で成立した。1995年に同協会により「全国ファッション・デザイナーベスト10」が選出された。その後、ファッション産業の発展、ファッション文化の繁盛を背景に、ファッション・デザイナーは上等な職業としてのイメージが定着して、現在でも若者の人気職業の一つである。

三 ファッション・デザイナーイメージ変容

中国におけるファッション・デザイナーの誕生・消失・復活の過程は、ファッション・デザイナーに対するイメージの変容過程でもある。このイメージの変容、さらにその変容の構造を明らかにすることにより、中国のファッション文化をより深く理解することが出来ると言えよう。以下では、これについて考察してみる。

3.1 職人としてのデザイナーと贅沢な趣味としてのデザイナー

前述のように、近代中国のファッション・デザイナーは「紅幫裁縫」と富裕階層の女性ファッション愛好者に起源を持つ。「紅幫裁縫」は西洋の立体裁を導入して、洋装やスースを専門とする裁縫職人である。中国の伝統社会において、工匠職人の社会的地位はそれほど高くない。「職人はしごと場に居て、しごとがものになる。人間は学問をして、真理が身につく。」(原文：百工居肆以成其事、君子學以致其道)³⁾。学問を究める君子と対照に、工匠職人は粗卑、下流階層の代名詞である。「紅幫裁縫」の伝承者江継明も、当時の状況を次のように回想している。「当時、我々は小裁縫、小瘪三（チンピラ）と言われて、軽く見られていた」(龚寒 2010)。上流階層あるいは富裕層に呼ばれると、暑くても寒くとも客のところへ行き採寸し、客の需要に合わせて徹夜することも少なくなかった。

給料もそれほど高くなかった。「上級職人は月に銀貨2、3元の収入があるが、修業の内弟子は銅貨何十枚しか貰えない」⁴⁾(徐華龍 2010: 249)。つまり一人前の裁縫職人は穏やかな暮らしを維持できるが、贅沢は決してできない水準だった。超一流の職人として裁縫工房と服装店を経営する少数の成功者、例えば「鴻翔女子服装公司」の創業者金鴻翔等もいるが、上流社会に仲間入りできる人は稀で、しかも裁縫職人、ファッション・デザイナーの身分以外に、経営者のアイデンティティは必須条件であった。一般的に言えば、ファッション・デザイナーは裁縫職人の別の顔と見なされて、下流階級の工匠職人であると位置付けられた。

一方、ファッションを楽しむため、富裕階層の女性の中からファッション・デザイナー

も誕生した。その背景に、当時ファッショングループ文化の繁盛と共に、洋裁教育の展開があったことも重要である。19世紀30年代に西洋人による教会女学校がはじめて中国で設立され、それをきっかけに女子学校が中国各地で続々と設立された。1925年になると、教会による小中学校は中国のほぼ各省に分布していた（崔淑芬2008）。程岩（2017）、邹丹丹・劉平（2016）によると女学校では、洋裁教育が教養として行われて、その対象はほぼ上流階級・富裕層の娘であった。洋裁教育の展開は、上流社会の若い女性に洋裁の基本知識を教え、服装デザインに興味を持たせて、ファッショングループ・デザイナーになるための基礎を築いた。張菁英のようにファッショングループ・デザイナーとして名を成した女性もいたが、その数は非常に少ない。また張菁英自身も、その作品よりはむしろ自立を目指す時代の新女性の姿が評価され、名声を得ていた。上流社会では、ファッショングループ・デザイナーは一種の職業ではなく、恵まれた階層の趣味としての認識に留まっていたと言えよう。

このようなファッショングループ・デザイナーのイメージは、家父長制の伝統社会から飛び出して、女性の身体解放を求め、服装を手段に自立を図る中国女性が立ち上がる過程を記録した。それと同時に、洋服文化が中国に浸透し、暮らしの深いところにまで西洋文化が浸透していることを物語っていた。初期のファッショングループ・デザイナーは、厳密に言えば、服装の造形を提言する裁縫職人である。彼らは服装製作の技、服装の出来具合を重視していたが、ファッショングループの理論や服装の芸術性等は欠如していた。

3.2 芸術家としてのデザイナー

1949年以降、中華人民共和国の時代に入ると、ファッショングループ・デザイナーの活動空間は大幅に縮小され、1930、40年代に人気絶頂であった金鴻翔さえ、高級注文服から人民服の生産に経営方針を転換した（左旭初2010）。文化大革命中に、ファッショングループ・デザイナーは静かに表舞台から姿を消して、この状況は1970年代前半まで続いた。

1980年代になると、ファッショングループ文化が活気を取り戻す中、ファッショングループ・デザイナーという職業が注目され、マスメディアにより好意的に報道された。例えば雑誌『中国婦女』1985年第1期は、報道記事「織綴春天的人—記女服装設計師李艷萍」を掲載し、女子ファッショングループ・デザイナーの李艷萍を女性の衣生活を豊かにする美の伝道師として称賛した。

また1990年2月11日の新聞『中国青年報』は「国際ファッショングループ界に姿を現す中国の娘」（原名：闯入国际时装界的中国姑娘）の文章を掲載した。そこでは、1987年9月19日に開催されたパリ・コレクション（Paris Fashion Week）での中国のファッショングループ演出について、海外マスメディアの評論を援用し、「フランスの新聞『ル・パリジャン』は中国の赤黒陣營のパフォーマンスで、ショーは最高潮に達したと述べた……フランスの新聞『ル・フィガロ』は、中国上海の娘たちは、ロングスカートのフランス代表に勝ち、ミニスカート

トの日本代表にも勝ったと絶賛してくれた」と述べたうえで、モデルの服を設計したファッション・デザイナーの陳珊华を国家の名誉を背負い、その勝負に出た国家の英雄と見なして称賛を送った。

この時期において、「ファッション・デザイナー」と「裁縫」ははっきりと使い分けられたが、ファッション・デザイナーの専門性が既に成立したとはい難い状態であった。例えば上述の陳珊华の例を再び取り上げてみると、その記事は陳の背景を次のように紹介した。

陳珊华は幸運である。学歴も職歴もないままで、1980年に上海服装研究所の求人募集で、百何人の応募者の中から選ばれて、一流のファッション・デザイナー唐水斌、宋福生の指導を受け、ファッション・デザイナーの仲間入りを果たした（『中国青年報』1990年2月11日の報道記事「闯入国际时装界的中国姑娘」より）。

このように、この時期において、ファッション・デザイナーは素人でも運が良ければなり得る職業であり、その育成は師父、弟子の関係による徒弟制のような伝統方式であった。

一方、すでに紹介したように、中国高等教育におけるファッション教育体系の構築も1980年代の初期から積極的に推進されていた。1980年代後半になると、ファッション高等教育を受けた大学卒業生が続々と社会に進出し、急速に発展しているファッション文化と商業文化を背景に、頭角を現した。例えば1989年の中国第一回青年ファッション設計コンテストで、広州美術学院服装設計系（服装デザイン学部）の卒業生劉洋は一等賞、二等賞、二つの三等賞を獲得し、会場を驚かせた。この時期によく報道され、活躍した吳海燕、謝鋒、馬可、郭培等も、大学でファッションの専門教育を受けた学生である。彼らは各地で開催されたファッション・デザインのコンテストの優勝者であり、その人気ぶりは、もうほとんど、1980年代初期に素人からその道に入った先行者たちを上回っている。彼らは注目されたが、その作品は殆どコンテストのためのものであり、日常生活で着る服よりも舞台装という性格を強く帯びて、大胆な色使い、新・奇の造形を強調していた。また高等教育におけるファッション・デザイナー育成のコースが芸術系に分類されていることもあり、芸術家としてのファッション・デザイナーというイメージが1980年代末から徐々に成立した。

さらに、1993年5月に北京で「中国服装設計師協会」（中国ファッション・デザイナー組合）が設立された。1995年4月に、「中国服装設計師協会」は全国トップ10ファッション・デザイナーのコンテストを開催した。その後も、「中国服装設計師協会」による活動は定期的に開催された。これを通じてファッション・デザイナーの個人活動がより規範化、

定期化され、芸術家としてのファッション・デザイナーの社会的認知度を高めた。

「芸術家としてのファッション・デザイナー」の成立は、中国におけるファッション文化の巨変を示唆している。改革開放以前では、人間のすべての欲望は「悪」と見なされ、貧困・地味・質素こそ道徳的に美であるという貧乏美学が社会の主流意識であり、ファッション不要、ファッション・デザイナー不要と認識されていた。しかし、1980年代に入ると、ファッションに対する「負」のイメージは雪解けのように、急速に消えていった。服装に階級性・道徳性を付随させる考え方は解体され、ファッション文化の存在の正当性が広く認められた。

このような変化は、1980年代に中国全土で起こった政治・経済体制の改革や、社会イデオロギーの解放運動を背景としている。1966年から1976年までの10年間にわたって継続した文化大革命により、中国の経済は停滞し、政治状況も非常に不安定で、社会は混乱状態に陥った。こうした毛沢東時代の負の遺産を徹底的に清算し、国家を正常な軌道に戻すため、1978年12月18日から12月22日にかけて、中国共产党は第11期中央委員会第3回全体会議（第十一期三中全会と略称）を開催し、国家の重点をそれまでの階級闘争中心から経済発展へ、鎖国から開放へと転換した。

経済改革の一環として、建国以来実施された布配給切符制が廃除され、商品流通の自由度も増大させられた。これにより、人々は自由に好きな生地を購入することが出来るようになり、これを裁縫店に持ち込み、希望する洋服を注文することもできるようになり、個人の自由意思の表現であるファッションの復活への扉が開いた。さらに、文化大革命終結後の一連の思想運動の展開により、社会文化思潮に新たな風が吹き、人間の欲望をすべて「悪」と見なす禁欲主義が急速に壊れていく。長期の禁欲生活の反動として、良い生活を求める傾向が顕著に表れた。このような消費の高まりという社会現象に対して、マスメディアは一連の議論を通して、消費は生産力の発展に伴い必然的に生じるものであり、社会主义の優越性の表出でもあり、消費を道徳から分立させる必要があるとし、消費の正当性を謳った。これによりファッション産業、ファッション文化が発展できる外部環境が整備された。

1986年9月に、国務院は「服装は経済発展の牽引力」という考えを明確に打ち出して、ファッション産業を大いに発展させる方針を示した（袁仄・胡月2010：388）。政策の支援を受け、外資や海外生産設備・技術が積極的に導入され、ファッション産業が急成長を見せた。図2から分かるように、1962年は2.4億着が生産されたが、その生産量は1987年から急上昇している。2002年にはその37倍の87.7億着に激増した。また1990年代を全般で見ると、服装の生産及び販売の増加率は最も急速である。このことは既製服の普及を意味していると言えよう。

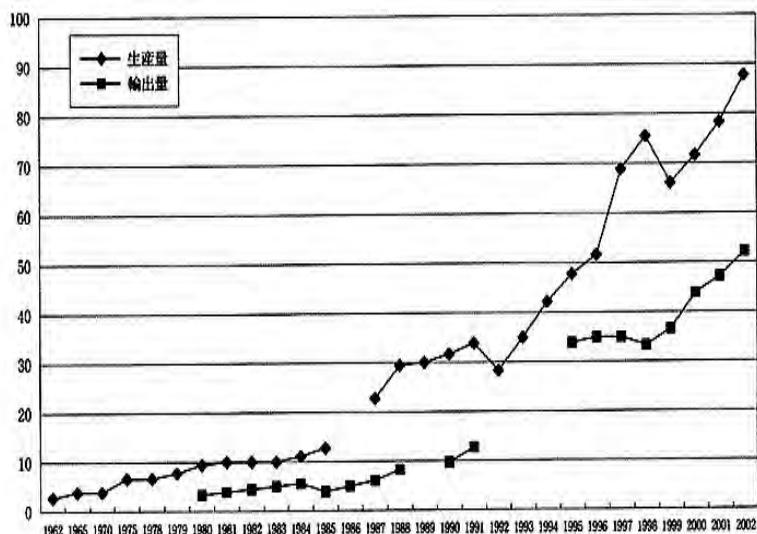


図2 中国のアパレル生産量と輸出量（単位：億着）

出所：佐野孝治（2005）より引用

既に辻（1999）、佐野（2005）が指摘しているように、1980年代以降の中国のファッション産業は、主に先進国のブランドメーカーのファブレス（Fabless）化に対応する形で、アメリカ・西洋先進国をターゲットとする委託加工生産に依拠して発展してきた。このため、ファッションの生産・流通システムは、最初から西洋基準に迎合する形を取っていた。急速に発展してきたファッション産業により、既成服である「洋装」が辺鄙な地域の農村まで浸透し、全面的に普及した。既成服の普及は、家庭によるホームメイドの習俗の衰退を物語る一方、人々の衣生活に対する商業文化の影響の増大を示唆している。ファッションは単なる個人的な好みだけではなく、市場・広告・ファッション誌などに巻き込まれることになった。

3.3 実業家としてのファッション・デザイナー

前述のように、1980、90年代はファッション・デザイナーが注目され、その専門性が認められる時代であった。しかしながら、日本の三宅一生、山本耀司、川久保玲のような世界的な影響力を持つファッション・デザイナーは誕生しなかった。国際社会における中国ファッション業界の影響力を大きくするために、1996年春に行われた第四回中国国際服装服饰博覧会において、主催者は「国際ブランドを目指す」（向国際名牌進軍）というスローガンを掲げた。そして同年4月26日に、全国服装行業工作會議（服装業界工作会议）が沈阳で開催され、「著名なファッション・デザイナーの育成プロジェクト」（原文：名師工程）

の展開が公表された。まもなく杉杉集団⁵⁾は400万元（5700万円相当）の年収を条件に、トップデザイナーの張肇達と王新元をデザイナーに起用することを発表した。この桁違いの金額の年収は当時の中国人に大きな衝撃をもたらした。その後、雅戈尔、七匹狼、太和等のファッショング企業もこれに追随して、大金で武学偉、劉洋等の名デザイナーを迎えた。

1997年4月に、中国服装設計師協会は「中国国际服装デザイナー—新世紀からの呼びかけおよび挑戦」（原名：中国国际服装設計師—跨世紀的呼喚与挑戦）をテーマとする国際研討会議を開き、中国のファッショング業界は国際化を図り、名デザイナー、名ブランドを育成することで一致した。そして同年の12月5日から8日までに、中国紡織総会主催の「第一回中国服装設計博覧会」が北京で開かれて、中国のファッショング・デザイナーをランク付け順位で示したうえで、最も優れていると認められるファッショング・デザイナーに“金頂賞”を授与した。その年の受賞者は張肇達である。1997年の「中国服装協会の工作報告」の中で、「三名」すなわち有名な企業、有名なデザイナー、有名なブランドが再度強調され、今後中国ファッショング業界の発展方向として明確にされた。

この方針の下で、21世紀の初期から、中国のファッショング・デザイナーの活動は、企業のブランド創出活動との関連が顕著となる。ファッショング・デザイナーの張肇達を例にみると、次のように言われている。「2003年の張肇達は特に忙しい。彼の活動は主に市場とブランドを中心に展開している。張肇達に対するイメージは商品と緊密に繋がっている。『馬克・張』という彼のファッショングブランドは既に中国女装の中で、最も豪奢なブランドとなっている」（筆墨 2004：190）。そのほか、郭培は高級注文礼服製作工場「玫瑰坊」を設立し、大繁盛している。謝鋒はファッショングブランド「吉芬」を設立し、2006年に「吉芬」はパリファッショングウイークに呼ばれて、ショーを披露した。これにより、謝鋒は中国で初のパリファッショングウイークで作品を展示したデザイナーとなった。呉海燕、王新元等も自分の会社を持ち、自らのファッショングブランドを展開している。このように、「少し前には、ファッショング・デザイナーにとって、名が知られなければ重要視されなかつたが、近年では、企業を経営しなければ、重要視されないという状況に変わつた」（筆墨 2004：190）。近年になると、ファッショング・デザイナーとファッショング・ビジネス、ファッショング・マーケティングの関係はもはやコインの両面のように語られている。「今の時代、ファッショング・デザイナー業界は完全に変わつてしまつた。革新のモードは存在しない。注目されるために、デザイン以外に、ブランド、営業業務も同時に行わなければならない」（羅欣桐 2013：55）。

実業家としてのファッショング・デザイナーのイメージ変容について、先に述べたように、ファッショング産業を発展させるための「三名」方針、すなわち有名な企業、有名なデザイナー、有名なブランドの育成を推進する方針と密接に関連している。

1978年から始まった経済改革、対外開放は、1980年代を通して中国全土へと徐々に広がり、中国社会に大きな変動をもたらした。1990年代に入ると、その変動の結果が表面化した。その最も突出した社会的事実として、貧富格差の進行、階層の変貌そして消費社会の到来があげられる。アメリカの社会学者ヴェブレンは『有閑階級の理論』において、人々は異なる階級へ移動する過程で、消費をすることで成功や富、自らの優位を示し、階級への所属が承認されると指摘した。ヴェブレンの見解は、まさに当時中国の様相に一致している。階層変動が激しい、そして新興中産階級が急速に形成しつつこの時期では、商品の使用価値よりはその記号性が重視され、財と身分を区別するための顯示性消費が盛行していた。このため、ファッション消費において、ブランドものを求める傾向が強まった。このような態勢の中、ファッション産業の「三名」方針が推奨され、有名ファッション・デザイナーもこの波に乗り、自身の名を売りに、次々とファッションブランドを創出し、ファッション・ビジネスを展開した。この流れは今でも続いている。これにより実業家としてのファッション・デザイナーのイメージが徐々に受容された。

他方、芸術家としてのファッション・デザイナーのイメージは、21世紀初期からだんだん崩れていく。その要因は、ファッション業界の産業再編とストリートファッションの台頭、情報社会の進展によるファッションに対する個人の影響力の増大が挙げられる。1990年代以降、ファッション業界の再編が急速に展開され、大企業がブランドを買収してコングロマリット化され、資本力や競争力の乏しい服装メーカー等が大企業により買収され、あるいは倒産する動きが後を絶たない。その結果、少数の大企業が世界中のファッション商品の生産・流通・販売ルートを独占しつつある。このため、ファッションのトレンドは世界中どこでも同步調となり。ファッション・デザイナーによるモードの創造が見られなくなる。芸術家としてのファッション・デザイナーのイメージが崩れていく。そしてストリートファッションの台頭やIT革命により、個人でも社会に発信できる権利を手に入れ、素人の個人がファッションの受け手であるだけではなく、ファッションの創造者となったことも、このイメージ崩す過程を加速していく。

ファッション・デザイナーの芸術家としてのイメージの消失、そして企業家としてのイメージの形成は中国で起きたのみならず、日本でも同じような現象が生じた（小形2016）。各国の間では時間及び程度の差があるが、これはグローバル化を背景とする世界的な傾向の一つと言えよう。

しかしながら、この変容過程において、中国特有の変化も見られた。前述したように、1980年代以来、国際的舞台で活躍し影響力を持つことが、一貫してファッション・デザイナーの目標として提唱されたが、その内実に大きな変化が見られた。

1980年代、90年代に活躍したファッション・デザイナーが「国際化」を意識して発言

する際、ファッションを通して中華文明、民族文化を継承・高揚することが決まり文句のようになっていた。中華文化の復興という重責を、彼らは自ら意識して背負っていたといえる。例えば張肇達は『中国紡織報』のインタビューで次のように述べた。

これまで、服装デザインの原理はすべて洋裁・西洋文化に基づいている。……私は民族主義者である。……私は中国服装の体系の構築、中国デザインの影響力の増大のための斬新な切り口を探している。(路妍 2016)

ファッション流行傾向を予測した資料を無料で配布していた吳海燕も、「この資料の作成に、私は責任感を感じている。……私たちはこれを作ることによって、ヨーロッパに見せることが出来る。そして彼らに我々の文化を知らせることも可能である」と述べた(劉興文 2005)。

近年、国際的なファッションシーンや若手ブランドのコンテストで、中国出身の若手デザイナーの存在感が年々高まっている。例えば2005年にVera WangはCFDA(The Council of Fashion Designers of America、米国ファッション・デザイナー協会)の年度女装デザインの最優秀賞を、Derek Lamは最優秀新人賞を獲得した。2007年、2009年の最優秀新人賞の受賞者も、中国出身のデザイナーである。彼らはファッション・デザイナーの第三世代と呼ばれている。「国際化」あるいは国際的な影響力を持つことについて、彼らは新たな解釈を提示している。

第三世代若手デザイナーの代表者は、殆ど华裔(外国の国籍を持つ中国人)、あるいは海外留学経験者という背景を持っている。华裔デザイン、例えばJason Wu、Vivienne Tam等は外国で生まれ、海外で教育をうけ、その文化・価値観とも欧米人と全く同様である。一方、中国本土で生まれたデザイナーは、ほぼ海外でファッションの高等教育を受けた経験者である。例えばMasha Maは北京出身、セントラル・セント・マーチンズ(Central Saint Martins)で女装デザインの修士学位を持っている。Uma Wangの王汁は中国の東華大学卒業後、セントラル・セント・マーチンズで研修の経験がある。両者とも長年海外を拠点に仕事している。第三世代のファッション・デザイナーの西洋文化に対する理解は、彼らの先行者たちをはるかに超えている。ある意味では、彼ら自身は既に国际人という性格を持っている。彼らにとって、国際社会に進出し、国際社会に受容されることに対する文化上の障害は比較的少ない。

以前のデザイナーと同様に、第三世代ファッション・デザイナーは世界進出を目標にしているが、その意識はかつてとは異なっている。たとえば、Masha Maは次のように語っている。「私たちの時代のデザイナーは海外のファッションウイークに参加する際、中華

文化に対する使命感はそれほど持っていない。中華民族の要素を作品にたくさん取り入れることもあまりない。私の創作過程は自由であり、若者を表現することを特徴にしている」(羅欣桐 2013)。このように、西洋文化に対抗できるような東方文化の復興、西洋ファッション体系の浸食に矮小化された中華ファッション体系の復興等の強い民族意識は彼の中では色褪せており、中国文化の要素よりも彼らはデザイナーの個性を打ち出すことに重心をおき、「中国」という枠を超える「美」の創造に力を注いでいる。

このように 1990 年代とその以前の中国ファッション・デザイナーにとって、「国際化」は国際に進出し、国際社会における中国の立ち位置を確保し、拡大するという、欧米文化に対する「対抗」的な意味合いを持っていた。しかし、21 世紀の第三世代ファッション・デザイナーにとって、「国際化」は中国、中華民族という枠から脱出し、欧米文化に「融合」する意味合いを持っているのである。

四 おわりに

本稿は、中華人民共和国において、ファッション・デザイナーが誕生、消失したのち、再び復活し、活躍しはじめる歴史を概観し、ファッション・デザイナーのイメージの変容過程を考察した。それにより、中国におけるファッション文化の変容及びその構造要因を明らかにし、中国のファッション文化を理解する視点を提供した。

近代中国のファッション・デザイナーは、「紅幫裁縫」と富裕階層の女性ファッション爱好者から誕生した。ファッション・デザイナーの誕生は、家父長制の伝統社会から飛び出して、女性の身体解放を求め、服装を手段に自立を図る中国女性が立ち上がる過程と重なっている。それと同時に、ファッション・デザイナーの誕生は、洋服文化が中国に浸透し、暮らしの深いところにまで西洋文化が浸透していたことを物語っている。初期のファッション・デザイナーのイメージは、服装の造形を提言する裁縫職人であった。彼らは服装製作の技、服装の質を重視していたが、ファッションの理論や服装の芸術性等は欠如していた。

1949 年に中華人民共和国の時代に入ると、ファッション・デザイナーの活動空間は大幅に縮小し、文化大革命中に、完全に表舞台から姿を消した。この状況は 1970 年代前半まで続いた。これは、ファッションを「悪」「贅沢」と見なし、貧困・地味・質素こそ道徳的に美であるという貧乏美学が社会に横行した結果と考えられる。

1980 年代になると、ファッション文化が活気を取り戻す中、ファッション・デザイナーという職業が注目され、美の伝道師としてマスメディアにより好意的に報道された。少し時間を経ると、芸術系と分類されたファッション高等教育を受けた大学生が続々と社会に進出し、各地のファッション・コンテストで活躍していた。彼らは注目されたが、その作

品は殆どコンテストのためのものであり、日常生活で着る服よりも舞台装という性格を強く帯びて、大胆な色使い、新・奇の造形を強調していた。

さらに、「中国服装设计师协会」（中国ファッション・デザイナー組合）の設立や、この協会による関連活動の定期展開等もあり、芸術家としてのファッション・デザイナーのイメージが徐々に受容された。このようなファッション・デザイナーに対するイメージ的是正、イメージ向上は、ファッションに対する「負」のイメージの解体を意味する。服装に階級性・道徳性を付随させる考え方は解体され、ファッション文化の存在の正当性が広く認められた。

1990年代末になると、実業家としてのファッション・デザイナーのイメージが浮かび上がって、定着しつつある。このイメージ変容は、ファッション産業を発展させるための中国政府の「三名」方針と密接に関連しているが、ファッション業界の産業再編、ストリートファッションの台頭と情報社会の進展によるファッションに対する個人の影響力の増加といった、世界的な潮流の結果でもある。これは世界規模のファッション文化の変革を端的に示している。つまりファッション・デザイナーによるモードの創造という構図に変化が生じ、ファッションの中心と周縁の境界線が曖昧となり、ファッションは、より人々の生活に接近したカジュアルなものに変わってきている。

一方、中国ファッション文化における「国際化」の意味合いにも変化が生じている。民族意識は薄れ、西洋文化への対抗を内包した「国際化」から、西洋文化に融和する「国際化」へと変わりつつある。

小形（2016）、深井（2010）が主張しているように、多くのファッション史は、デザイナーの生涯と彼らの代表的作品を中心的な内容としている。ある意味ではデザイナーとデザイン、そしてブランドが、ファッション史、ファッション文化の三大要素と言えよう。本論は中国におけるファッション・デザイナーの誕生・発展の歴史を概観したうえで、ファッション・デザイナーのイメージの変容、及びその構成要因を明らかにすることで、現代中国のファッション文化を理解する視点を提供したといえる。

-
- 1) 「毛沢東在中国共产党第七屆中央委員會第二次全體會議上的報告」は2006年に刊行された姜華宣・張尉萍・肖甡主編の『中国共产党重要会議記事 1921-2006』増訂本、中央文献出版社:195 - 196参照。
 - 2) 北京紅都ファッション公司設計部主任の張寶興張寶興の回想は『中国婦女報』1999年9月22日の建国50周年の記念特集に掲載されている。
 - 3) 「百工居肆以成其事、君子學以致其道」は『論語』「子張第十九：7 子夏曰」参照。
 - 4) 銀貨1元は約60kgの米を買える。銀貨一枚は銅貨128枚に相当する。
 - 5) 杉杉集團（シャンシャンしゅうだん）は中国の衣料業界で初めて上場を果たした企業グループである。

引用参考文献

中国語文献

- 筆墨 2004 「設計師 職場新貴」『中国紡織』2004年第1期：190-191
- 程岩 2017 「近代女子職業学校的弁学特色及啓示」『职业教育研究』2017年第5期：90-96
- 董有華 2001 「我国近代服装之源—宁波红帮裁缝」『今日浙江』2001年第6期：30
- 龚寒 2010 「紅幫裁縫江繼明：讓學生不再靠偷學成才」『今日中國』2010年4月27日
http://www.chinatoday.com.cn/ctchinese/second/2010-04/27/content_266989_2.htm
 2019年12月18日アクセス
- 羅欣桐 2013 「中国棟梁—新生代設計師海外綻放」『紡織服装週刊』第38期：55
- 路妍 2016 「張肇達：中国服装缺一個“寡頭”」『中国紡織報』2016年1月29日
- 劉興文 2005 「吳海燕 我要飛得更高」『中国紡織』2005年第10期
- 盛羽 2010 「中国服装現代性转型中的红帮裁缝」『蘇州工芸美術職業技術学院学報』2010年2期：29
- 王一名 2017 「我国高校服装設計專業发展浅析」『美術觀察』2017年第10期：122-123
- 徐華龍 2010 『上海服装文化史』東方出版中心：249
- 袁仄・湯傳毅 2001 「中国服装教育的發轫、發展和思考」『寧波大学報（教育科学版）』2001年第23卷第2期
- 仲華, 1930 「現代婦女的ファッションの熱」『婦女雑誌』第16卷第12号
- 張愛玲 1942 [Chinese Life and Fashions] 『对照記－看老照相薄』皇冠出版 1994
- 張南琛・宋路霞 2006 「張靜江的五朵金花」『档案春秋』2006年6期
- 邹丹丹・劉平 2016 「从地方史志資料谈近代中国东北教会女子教育」『兰台世界』2016年第22期：130-132
- 左旭初 2010 「中国第一個獲世博大賞的服装商標」『中国發明与專利』

日本語文献

- 小形道正 2016 「ファッション・デザイナーの変容—モードの貫徹と歴史化の行方」『社会学評論』2016年67卷第1号：56-72
- 佐野孝治 2005 「中国アパレル産業の現状と課題一「縫製工場」から「アパレルメーカー」へ一」福島大学地域創造第16卷第2号：66-104
- 崔淑芬 2008 「近代中国における教会女子学校」『筑紫女学園大学短期大学部紀要』2008年第3号
- 辻美代 1998 「纖維産業の発展と外資」『中国経済と外資』第488号：187-224
- 深井晃子監、2010 『世界服飾史』(増補新装カラー版) 美術出版社
- 山内智恵美 2009 「漢民族の服飾統一化への変遷—五十年代から六十年代を中心に—」『北海道文教大学論集』2009年第10号：1-11

図版出典

図1は「写真に見る中国の変貌－30年前と現在との比較」「人民網日本語版」

2014年11月18日から引用

<http://j.people.com.cn/n/2014/1118/c94659-8810571.html?urlpage>

2020年1月25日最終アクセス

図2は佐野孝治 2005「中国アパレル産業の現状と課題一「縫製工場」から「アパレルメーカー」へ一」
福島大学地域創造第16卷第2号により引用

本研究は、中国高校哲学社会科学研究重大項目(2019SJJZDA130)の成果の一つである。