「若者文化としてのファッション」そのシミュラクルをよみとく ～「定点観測 40 年の記録」からの考察

高野公三子（慶應義塾大学大学院）

本発表の目的は、書籍『ストリートファッション 1980-2020 定点観測 40 年の記録』をベースに、記号学の領域から「若者文化としてのファッション」の変遷のよみとき方を示すことである。

「服装は社会の表現である」¹というように、時間軸で移ろっていく人々の服装を観察することが、時代や社会をよみとくひとつの手段であるという考え方は、服飾社会学という学問領域においては一般的である。

服飾社会学とは、1960 年代に荻村昭典によって提唱された比較的新しい学問領域で、社会学、社会心理学を基本軸に、服装と社会、服装と文化、服装と心理という三つの領域において研究する²と記されている。欧米では、ファッションに関する学問は、T. カーライル、G. ジンメル、G. タルドら为先頭に、哲学、社会学、社会心理学、さらにファッション産業やアパレルに関するビジネスの分野をも取り込んだファッション学（ファッションスタディーズ）として発展してきた。

その流れを受け、日本でも、服装社会学が社会科学の多方面にわたる領域との連携が必要であるという論調になり³、ユースカルチャー＝若者文化としてのファッション研究の論文も増えている。

一方、「社会学的若者論に於ける消費文化論的視座の再考が必要ではないか」という問題提起も出てきており⁴、改めて、消費社会論・記号論的社会分析が盛んになり、若者文化論の確立へと導いた「新人類（1961～1970 年生まれ）」が台頭した⁵とされる 1980 年より、2021 年現在まで、毎月若者とファッションを観察・インタビューを継続的に研究している実践者としての立場から、その「記号的価値（シミュラクル）」を振り返り、若者文化としてのファッションの現在地を確認する。

¹ バルザック（著）、山田登世子（訳）『風俗研究』1992、藤原書店

² 荻村昭典『服装学への道しるべ—服装社会学入門』1987、文化出版局

³ 濱田勝宏『現代社会と服装に関する一考察—社会学的アプローチの提案』『ファッションビジネス学会論文誌』1995

⁴ 梅津颯一郎『社会学的若者論に於ける消費文化論的視座の再考—シミュラクルの消費を中心に』2022

⁵ 宮台真司、石原英樹、大塚明子『サブカルチャー—神話解体—少女・音楽・マンガ・性の 30 年とコミュニケーションの現在』1993、PARCO 出版