

法政大学学術機関リポジトリ

HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

PDF issue: 2025-01-01

ロリータファッションに見る日本のサブカルチャー

Cui, Ke / 崔, 珂

(出版者 / Publisher)

法政大学大学院 国際日本学インスティテュート専攻委員会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

Journal of International Japanese-studies / 国際日本学論叢

(巻 / Volume)

21

(開始ページ / Start Page)

98

(終了ページ / End Page)

126

(発行年 / Year)

2024-03-31

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00030999>

ロリータファッションに見る 日本のサブカルチャー

崔 珂

はじめに

ロリータファッションとは、1990年代以降に日本で流行したファッションスタイルの一つ、または、それを中心とした社会現象、その愛好者たちによる主義・思想である。原宿文化をはじめとするストリートファッションの一つとも見なされる。ロリータファッションにおいて最も顕著な特徴を持っているのは特異な衣装であり、それは、16-18世紀にヨーロッパで流行していた芸術様式——バロック、ロココのデザインスタイルとヴィクトリア時代の服装スタイルを結びつけ、パンク、ゴシックなどの要素を取り入れ、改良を重ねて発展してきた産物である。また、スカートの膨らませ方や、プリント柄、フリルやレースなど華やかなディテール、小物やアクセサリーの組み合わせ方にも特徴があり、そのスタイルは中世ヨーロッパの貴族、あるいは童話などで描かれているお姫様を連想させるものといえる。

「ロリータ」という言葉は、ウラジミール・ナボコフが1958年に発表した同名小説『ロリータ』¹に由来している。2004年以降、嶽本野ばらの小説『下妻物語』²の映画化をはじめ、ロリータファッションを題材に描いた作品が次々と現れ、ロリータファッションはより一般的に知られるよう

になった。

その一方で、日本発祥のロリータ系ブランドが世界各地で開催されるイベントに出展しているだけでなく、フランスのパリ、アメリカのサンフランシスコ、中国の上海などでは、代表的なブランド「BABY, THE STARS SHINE BRIGHT」や「Angelic Pretty」が次々と海外支店をオープンしていることから、ロリータブランドが本格的に世界進出していることが窺える。

サブカルチャーから生まれるファッションは、世間に認知されるまで、そのあまりの奇抜さや斬新さから、時に反社会的と見なされたり、敬遠されたりすることも多い。ロリータファッションは、その系譜に連なるに違いない。一種の正式なファッションジャンルとして受け入れられる前には、日本ではすでに多くの雑誌や作品で取り上げられていたにもかかわらず、ロリータファッションには依然として賛否両論がある。

近年、日本のロリータファッションは、国内での大ブームに先駆けて衰退傾向にある。しかし、日本発祥のロリータファッションが中国で流行しており、いくつかの日本のロリータブランドがファッションのニーズが高まる中国市場に目を向けている。

ロリータファッションが正式なファッションジャンルの一種として取り上げられるようになったのは、ここ30年ぐらいのことである。サブカルチャーというカテゴリーに分類されているゆえ、ロリータファッションを専門的に掘り下げた研究は、十分に行われているとは言い難い。本研究は、ロリータファッションの特徴、発展経緯を整理した上で、文化論の視点からサブカルチャーとしてのロリータファッションの位置付けを考察する。

¹ ウラジミール・ナボコフ (1958) 『ロリータ』 (若島正訳) 新潮文庫

² 嶽本野ばら (2002) 『下妻物語ヤンキーちゃんとロリータちゃん』 小学館

また、ロリータファッションの着用者たちは、しばしば性的なイメージが不当に押し付けられ、社会から疑問や非難を受けることが多い。このような状況を踏まえ、ロリータファッションに対するネガティブに検討する必要があると考える。本研究を通じて、ファッショントレンドの移り変わりによって日本のロリータファッションは今後どのように変容していくのかを明らかにすることが期待している。

1、ロリータファッションについて

松浦は作品『セカイと私とロリータファッション』の中でロリータファッションの特徴を次のように挙げた。

- ①少女性を主張・強調するようなデザイン（レース、リボン、フリルなどのモチーフを多用する）
- ②レーシング（編み上げ）やスカートのなかにパニエを入れて膨らみを作るなど、前近代のヨーロッパのデザインを取り入れたもの（機能は完全に同じとはいえない）
- ③大人サイズではあるが、スタイル全体のイメージが十代の少女の印象にまとまるもの（松浦 2007：36）

ロリータファッションは、少女のあどけない可愛らしさや小悪魔的魅力を表現するスタイルであり、ヨーロッパのバロックやロココ、ヴィクトリア時代の華やかなドレススタイルをベースに、懐古でありながらも新しい日本独自の解釈を加え、ティーン³を中心としたストリートファッションである。ヴィヴィアン・ウエストウッド⁴の影響を受けた「MILK⁵」を皮切りに、さまざまなメゾンがロリータテイストの服を製作するようになり、

現在まで続いている。

近年カテゴリーの細分化が進み、定義づけが難しい状態になっているが、最初にデザインやスタイルによって三種類に分けることができる。パステルカラーを基調とし、お菓子や動物柄が多く見られる「甘ロリ⁶」、茶やワインレッドのようなくすんだ色使いで無地や花柄の多い「クラロリ⁷」、モノトーンを基調とし、薔薇やクロス等ゴシックなイメージのモチーフが使われる「ゴスロリ⁸」に分類される。

「ロリータ」という語源はウラジーミル・ナボコフが1958年に発表した同名の小説『ロリータ』に登場する、中年の文学者に一目惚れされ、彼を翻弄する12歳の美少女ドロレス・ヘイズの愛称の一つである。この小説から由来する「ロリータ」は、今日でも「魅惑的な少女」の代名詞として使われており、さらにロリータ・コンプレックス⁹、ロリータファッションなどの派生語を生んでいる。しかし、この作品はあくまでロリータ文学、ロリータ思考としての原点であるが、ファッション的な影響は一切なく、共通しているのは「少女」というアイコン（＝偶像・記号）だけだと佐藤（2019）が指摘した。性的嗜好としてのロリータ・コンプレックスは、少女（あるいは少年）への性的執着を指す。一方、ファッションとしての「ロ

³ ロリータファッションの担い手と賛同者の大半が現在までのところ女性であり、世界の文化でこれまで女性的身体表現とされてきたものがロリータファッションの多くを占めている。しかし、男性にもロリータファッションの愛好者は存在しており、代表的な人物がMANAや嶽本野ばらである。

⁴ イギリスのファッションデザイナーおよび、実業家で、モダン・パンク、ニューウェーブ・ファッションを主流した張本人とされる。「パンクの女王」と呼ばれる。

⁵ 1970年、大川ひとみが旧原宿セントラルアパートで創業した、日本のウエメンズ向けファッションブランドであり、後のロリータファッションに大きな影響を与えた最古のブランドである。

⁶ スウィートロリータ (Sweet Lolita)。

⁷ エレガントロリータ・クラシカルロリータ (Classic Lolita)。

⁸ ゴシック・アンド・ロリータ (Gothic Lolita)。

⁹ ロリータ・コンプレックスとは、幼女、少女への恋愛感情（少女愛）を指す。また、その恋愛感情を持つ者である。

りータ」とは、少女趣味的な志向に基づく服装の系統を指す。

また、嶽本野ばらの小説『下妻物語』は2004年に映画化され、映像メディアで初めてロリータファッションを大きく取り上げた作品である。主人公の竜ヶ崎桃子は、ロリータファッションから見出した「生産性を持たない装飾過剰さ」、「反社会的な享楽性や刹那的な思想を自他ともに感じさせる」という点を「ロココの精神」と認めており、ロリータファッションを「ロココの精神を持つ者」とみなす。彼女にとって、フランスのロココ文化は、彼女の愛する時代、芸術、思想、美学であり、同時にそれを体現することが彼女の生き甲斐であると言える。この映画では、ロリータの愛らしさが直接的な視覚インパクトで表現され、その結果、ロリータファッションというジャンルが一躍有名になり、日本国内に広く認知されるようになった。

2000年以降、クールジャパン戦略の推進に伴い、ロリータファッションを含む日本独特のファッションは、代表的なソフト・パワーとして全世界に発信していた。「BABY, THE STARS SHINE BRIGHT」や「Angelic Pretty」をはじめとするロリータファッションブランドは、海外への進出を増やしていた。また、ファッションモデル青木美沙子が外務省によってカワイイ大使に任命され、海外にロリータファッションの関連活動を行い、2013年に設立した「日本ロリータ協会」の会長に就任した。

しかし、2000年から2015年までがロリータファッションの流行爛熟期と言えるが、2015年以降、ロリータファッションの市場が縮小傾向をたどるようになった。かつての聖地とも言われた原宿や新宿でよく見かけたロリータ愛好者たちの姿も、現在ほとんど消えてしまった。この状況は、たむろする場所の消滅、ファストファッションの流行、最盛期の世代が結婚・子育ての段階に入ることなどが原因として挙げられる。サブカルチャーとしてのロリータファッションはあくまでもマイナーのテイストに迎合するスタイルであり、機能性より装飾性を強調する。コレクションの価値が

あるものの、審美と流行の変わりによって徐々にファッション舞台から退いてしまう可能性があると考えられる。

2、文化論に見るロリータファッションの位置付け

2.1 サブカルチャーとしてのロリータファッション

日本のファッション史において、若者の一部の層が集団的に表現してきた特徴的なファッションが古くから存在している。その多くは反社会的と見なされたり、社会の主流を占める美意識からすれば悪趣味な亜流と見なされたりしてきた。それにも関わらず、これらのスタイルはサブカルチャーとしての地位を確立し、独自の存在として受け入れられてきた¹⁰。ロリータファッションは、当時シンプルな主流の審美に逆行し、思い切って伝統を突破して独自の審美を守り抜くスタイルといえる。

ロリータファッションの社会背景を遡ると、1980年代のDCブランド¹¹の登場がそのルーツの一部だと考えられる。1970年に高田賢三がパリ・コレクションでのデビューをはじめとして、日本発のファッションが海外へと進出し始めた。1980年代にDCブランドのブームが起きると、一気に日本のファッションデザイナーの存在が時代の最先端に押し上げられた。この時期は、日本のファッションにとって重要なターニング・ポイントだったといえる。1981年、川久保玲の「コム・デ・ギャルソン」と山本耀司の「ワイズ」がパリに進出して、欧米のファッション業界に物議をかもした。世界に衝撃を与えた頃、日本国内ではDCブランドの一大ブー

¹⁰ 石田 (2012: 61) 参照。

¹¹ DCはデザイナーズ (Designer's) とキャラクターズ (Character's) の略称であり、DCブランドとは、1980年代に日本国内で広く社会的なブームとなった、日本のアパレルメーカーによる高級ファッションブランドの総称である。

ムが始まっていた。その影響で、日本では社会的・経済的階層性が消失し、横並びの差異化のみが生じるようになった。この結果、ファッションによる平等と自由が実現されたと言える。

少女性・装飾性を強調するロリータファッションは、まさにその時代に広がった個性と自由を求める姿勢だったのではないだろうか。反逆の精神を提唱し、反社会的な要素も溢れている。疎外されやすいファッション・文化であるからこそ、逆に人々の共感を呼びやすい。それによって、ロリータファッションはDCブランドと同じ初志・初心を持ち、画一化・均質化された社会に潜在している個性や差異を呼び起したとを考えられる。

しかし、DCブランドは独自のコンセプトを貫徹するために、様式、色使い、布地、仕立てなどに意匠を凝らして、含蓄的に服装への理解を重視していく。シンプルな形、デザインはかえってファッション・芸術への最高表現である。それに対して、ロリータファッションはあえて逆の方向に進み、派手すぎることも厭わず、何よりも重要なのは個人的な感情・意欲を、服装を通じて直接的に表現できることである。

1990年以降、ファストファッションが日本全国で急速にチェーンを拡大し、DCブランドブームはバブル崩壊とともに消滅しつつあった。手頃な価格でお洒落を楽しめるファストファッションは今もなお全世界で若者を中心に注目されている。衣服にとどまらず、生活雑貨、家具、食品などの領域への積極的な進出を通じて、快適でシンプルな生活理念を特徴とするファッションスタイルの波を巻き起こした。ファストファッションの台頭は、既に衰退傾向にあるロリータファッションに対して、さらなる挑戦となったと考えられる。

また、ロリータファッションは西洋の服装スタイルを原型に発展してきたが、実は日本民族の独特な美意識にも深いつながりがある¹²。日本は島国であり、津波、地震などの自然災害が頻発するため、日本人は昔から自

然に畏敬の念を抱き、もののはれ、幽玄、無常観など繊細な感情や情緒が自然に生み出された。これらの伝統的な日本民族の美意識に基づいて、日本人は心から豊かで繊細な感情と優雅、含蓄、機微の情緒を洗練して匠の技・職人精神を形成してきた。細部へのこだわりと美の極致を追求する姿勢を、ロリータファッションがアイテムに緻密なデザインや装飾に工夫を凝らす点にも反映されているのではないだろうか。さらに、ロリータファッションは引き算の美学から離反して、「可愛い」という核心の特徴を表現するために多くの可愛い要素を積み重ね、主流社会の中で伝統的な美意識を崩せるぐらいの力強いメッセージを持ち合わせる独特な美学・美意識を作り出した。

2.2 ロリータファッションとカワイイ文化

日本のポップカルチャーを形容する「かわいい」という日本語が世界に定着し、その「かわいい」要素を含むコンテンツに注目した「カワイイ文化」の人氣が海外で高まっている。その中で、海外の手本となっている日本の若者の化粧や服装が用いた特定の身体表現を、「カワイイファッション」と定義されている¹³。可愛い要素が溢れているロリータファッションはサブカルチャーの一つであると同時に、「カワイイファッション」の好例であり、「カワイイ文化」の代表的なファッションスタイルと見なされている。

「カワイイ文化」とは、日本発の可愛いものに幅広く使われる言葉で、アニメ、漫画の登場人物の扮装を楽しむコスプレ、ゆるキャラ、ハローキティ、ポケモンに代表されるキャラクター、携帯電話などを飾り立てるデ

¹² 寧 (2019 : 14-15) 参照。

¹³ 石田 (2012 : 57-58) 参照。

コ盛りなどが含まれている。日本の現代芸術においても、「描く顔は子供っぽい」という特徴を持っている村上隆の作品と、「ときとして怖い、つねにキュート」という特徴を持っている奈良美智の作品が、ときに「かわいい」と称される。

日本の「かわいい」について、四方田犬彦（2006）の著書『「かわいい」論』が代表的な研究として挙げられる。同書の中で四方田は、11世紀の「もののはれ」、13世紀の「幽玄」、16世紀の「わび」、18世紀の「いき」に比肩しうる21世紀日本の美学として「かわいい」を定義づけしようとしている。彼は「かわいい」を、「うつくしい」とグロテスクの間に位置づけ、ノスタルジアとの関連性を指摘している。

また、「かわいい」が日本から世界に広がった理由として、日本文化に未成熟を容認するところがあるからではないかと四方田は推測している¹⁴。日本文化では、

小さなもの、繊細なものが愛でられるのと同様に、いまだ完全に成熟を遂げていないもの、未来に開花の予感を持ちながらもまだ十分に咲き誇っていないものにこそ、価値が置かれるという事態が、日常生活のいたるところで見受けられるからだ。日本人とは、人に花を贈るのに蕾を好んで贈る民族であるとは、しばしばいわれるところである。

（四方田、前掲書、122頁）

このような「不完全・未成熟」という「かわいい」を構成する概念・要素は、日本文化の美的価値として強調されており、特に日本型ポップカルチャーにおけるアイドル文化や「萌えアニメ」の中に典型的な特徴である。

¹⁴ 篠原（2012：2-4）参照。

以上の内容を踏まえて、ロリータファッションのスタイルは、四方田が主張している「不完全・未成熟であり、小さい」ものと、グロテスクな要素が含まれているものの概念の複合体として認められる。人形のような肌を求め、無垢であどけない少女のイメージを強調し、装いから生活方式に至るまでロマンチックな雰囲気こだわりの、キティちゃんをはじめとするキャラクターグッズを愛用することなど、あらゆる面から「カワイイ文化」の特徴を捉えることができる。

さらに、石田（2012：59-61）は、日本のカワイイファッションの特徴を、次のように挙げた。

- (1) 担い手の年齢の特定性
- (2) 装飾指向性
- (3) 西洋服飾史における 18 世紀から 20 世紀の様式の独自解釈による採用
- (4) ファンタジー性
- (5) マルチミックス性
- (6) ドレスコードからの逸脱性
- (7) 縮小性
- (8) 幼児性・未成熟性
- (9) 女性性

ロリータファッションには、石田が挙げたカワイイファッションの特徴が多く見られる。女性として性的に成熟している年代の者が未成熟な少女を装うこと、あるいは未成熟な少女や子供の表現と社会から看做されているリボンなどの装飾要素や色彩の組み合わせをすることなど、幼さを取り

入れた表現が多く見られる。(8)の幼児性・未成熟性が体现されている。

それ以外に、例えば、ロリータの着用者は、全体的なファッションバランスを考えず、人を包み込むほどの大量のフリル、リボンやレース、ブラウスのヨークを飾るおびただしいタック、あどけない表情を作る大きな丸襟、ふんわりと膨らんだフレンチスリーブあるいは大きく開かれた「姫袖」とも呼ばれるフレアスリーブ、パニエで大きな釣り鐘型に膨らませたスカート、夢幻で鮮やかな色使いや数え切れないほどかわいいプリント柄など、自分の好きな要素を全て体に重ねる。(2)の装飾指向性が体现されている。

そして、好きな童話や物語の主人公を想起させる装い、パール、ビジュリーなどの装飾品、キャンディーやケーキ、マカロンなどのスイーツ柄や動物、ぬいぐるみモチーフの多用は、(4)のファンタジー性のある表現である。また、定番の甘いロリータと異なり、「ダーク（暗黒性）」、「ミステリアス（神秘性）」といった嗜好、いわゆる「ゴシック趣味」を内包するゴシック的なスタイルもある。黒、白、青、赤などのダークな色調を基本とし、クロスやコウモリ、髑髏などゴシックの定番モチーフ、修道女やヴァンパイアを思わせるデザインが多く見られる。19世紀イギリス風の様式美と童話に内包される怪奇性を融合させたものといえる。(5)のマルチミックス性が体现されていると考える。

2.3 ロリータファッションと少女趣味

ロリータファッションの世界で、何よりも大切なのは永遠の少女趣味・少女志向である。少女趣味とは、少女に共通した好みや傾向、甘美で感傷的・夢想的な情緒を好む傾向であるが、転じて少女が好みそうな華やかでかつ、フリルやリボンなどに代表されるかわいい事象・物品への偏愛と嗜好を指す。可愛らしい要素が溢れているロリータファッションは、古典的

な少女趣味のイメージを極端的に表現するファッションスタイルといえる。そのため、ロリータの愛好者たちは、少女趣味・少女志向を最大限に表現するロリータ洋服を着用し、永遠の少女を演じつつ、豊かなイマジネーションを持ちながらロマンチックな童話世界を楽しむことができる。

例えば、日本で人気のあるカワイイキャラクターの代表として、サンリオのキャラクターは、ロリータファッションとよく結びつけている。ハローキティ、マイメロディ、シナモロールなど、キャラクターグッズからカフェ、テーマパーク、イベントに至るまで、かわいい物事ならロリータの愛好者たちに愛されている。また、ロリータ愛好者同士は、交流を深めるために、「お茶会」をはじめとする多くのイベントを開催している。お茶会の場所は、ロマンチックな雰囲気が溢れているお洒落なスイーツカフェ・喫茶店にすることが多い。「ロリータさん」は盛装で出席し、アフタヌーンティーを飲みながら、ロリータファッションの情報を共有・交換したり写真を撮ったりして、のんびり時間を過ごすことができる。そのほか、ロリータ洋服のブランドショップ、美術館、ライブやイベントも愛好者たちがよく訪れる場所であるが、特に愛されている聖地は、各地のディズニーランドに違いない。ディズニーの世界では、ロリータの洋服は童話の風景に見事に溶け込み、着用者に夢のような体験を提供する。さらに、ミッキーマウス、ダッフィー、ステラルーなど夢の国のキャラクターたちもロリータ愛好者の間に人気があり、これらの愛らしいキャラクターグッズを身につけることで、ロリータコーデインートの魅力を一層高めることができる。お茶会やお城に対する情熱を通じて、ロリータの愛好者たちはヨーロッパの貴族の華やかで上品な生活への憧れを垣間見ることが可能であろう。

また、小説『ロリータ』の作者ウラジミール・ナボコフは、ルイス・キャロルの小説『不思議の国のアリス』で創造された永遠の少女アリスというキャラクターを原型として、ヒロインのロリータのイメージを作り出した

と言われている。アリスは、ナボコフだけでなく、時空を超えて現在も少女趣味に大きな影響を与え続けているとト（2019）が推論している。時計を持って白いウサギを追いかける少女アリスは、不思議の国に迷い込み、しゃべる動物や動くトランプなど様々なキャラクターと出会いながらその異世界で奇妙な冒険を経験した。小説は1951年にディズニーよりアニメ化され、1865年のジョン・テニエルのイラストに基づいた少女アリスの服装デザインは、現在でも多くのロリータファッションブランドに愛用され、それをテーマにした製作販売もしばしば行われている。

さらに、ロリータファッションの愛好者によって形成される集団は、アイデンティティを構築する過程で、少女趣味・少女志向の精神性を貫くために、集団内の自己規範意識を強化している。具体的にいえば、従来少女にのみ普遍的に見られる「華やかで可愛らしい」や「無邪気で気紛れ」または「精一杯背伸びをしても抜けきれないあどけなさ」などに合致するイメージを強調するため、露出を控え、性的な要素を排除することが一般的である。そのため、スカートの下に、パニエを着けてきれいな形に仕上げただけではなく、さらにドロワーズやオーバーニーソックス、タイツなどを穿き、肌の露出を最小限に抑えている。

2.4 ロリータファッションの脱マクドナルド化

ロリータファッションは他の流行を追従せず、個人のためのファッションであり、ファッションの脱マクドナルド化の産物だと認識できる¹⁵。マクドナルド化は、社会学者であるジョージ・リッツァの『社会のマクドナルド化』で提示された概念で、ファストフードの代表的な存在としてのマクドナルドの効率的・分業的な経営理念とその背景にある近代の普遍的な

¹⁵ ト（2019：10-11）参照。

合理主義精神が、現代社会のあらゆる領域に浸透・拡散しているという現象を指す。

20世紀から主流になったファストファッションは、ファッション業界のマクドナルド化の典型と見なされ、安価で量産を目的とし、大量生産・大量販売の方式で合理性や効率性を追求する。「本来ファッションとは、生まれた土地の社会文化生活を反映し、自然に形を変化してきて、強い地域性を持つものである。ヨーロッパの産業革命以降、資本主義社会が形成され、合理的かつ効率的な生産方法が様々な分野に波及し、無論ファッション産業にも及んだ。被服生産の装置や技術が飛躍的な向上を果たして、それまで手作業生産していた服装は量産が可能となったことにより、下流階級では既製服が発達し、普及していった」(ト2019:10)。ファストファッションは服装の根本的な機能に着目し、最新、再先端の流行を追いかけるために、流行遅れとなった服は短いサイクルでごみへと化していく。その結果、流行や安さだけに踊らされ、多様性を失い、服装自体に対する愛着の喪失が問題として浮上してきてしまう。

それに対して、ロリータファッションは流行を追従せず、独自のスタイルを存続させていたため、90年代以降に際立った存在として認識されるようになったと考えられる。生産の効率よりも着る人の気持ちや精神性を重視し、伝統的な服装の機能性を保持するだけでなく、均一化・同質化されつつある現代社会での差異、個性、グロテスクを自由に表現することをモットーにしている。

その上、ロリータファッションは自分自身のためのファッションなので、購入者は最新の流行トレンドよりも、洋服自体のデザインや自分の好みで選ぶ。ファストファッションのように1シーズンで使い捨てるのではなく、大切に扱えば10年後でも着られる。人気のあったデザインは流行遅れになっていくどころか、中古品でも当時の売値より高価で流通できるし、何

年か経った後に復刻されて販売することもある。流行に支配されないロリータファッションは、アイテムの質、デザイン、過剰といえるほどの装飾にこだわり、合理化、標準化、大量生産・大量販売を必要としないと考えられる。この意味で、ロリータファッションはファストファッションと正反対側に位置づけられ、ファッションの脱マクドナルド化の産物といえるのではないだろうか。

3、まなごしの交錯に生きるロリータファッション

ファッションスタイルは様々な形で流行っているにもかかわらず、ロリータファッションは極めて目立つ存在として愛好者に熱狂的に愛されている一方、反対側から否定されたり軽蔑される宿命に直面していることも認めざるを得ない。本章では、ロリータの愛好者が形成する集団以外の一般人の視点に焦点を当て、ロリータファッションに対する批判的な分析を行う。

3.1 性的なイメージが押し付けられる

第1章で「ロリータ」という言葉はナボコフが発表した小説『ロリータ』に由来することに触れたが、また、この作品は「ロリータ・コンプレックス」などの派生語も生み出した。ロリータコンプレックスは、未熟な少女を恋愛対象にする成人男性の性的嗜好、またはそのような恋愛感情を持つ者のことも指すことがある。日本では、「小児性愛者」、「ペドフィリア¹⁶」を指す言葉として一般化している。それに対して、「ロリータ・ファッション」は、「ロリコン」が広まった後に十年近い間を空けて台頭したファッショ

¹⁶ 幼児・小児（通常13歳以下）を対象とした性愛・性的嗜好のことである。

ンムーブメントの名称である。

ナボコフの『ロリータ』は少女特有の美しさを性愛の対象とした小説なので、この作品は「いかがわしい作品」と思われている場合がある。「少女特有の残酷な無邪気さで無意識に年上の男性を振り回しつつ、自分の魅力が中年男性を惑わせていることを自覚して行っている毒婦のようなしたたかさ」というような性的なイメージが強い少女のキャラクターを作り出し、世間に深く影響を与えた。

実際に、ロリータコンプレックスと全く関係がないロリータファッションがしばしば無意識的に「ロリコン」と混同され、その結果、「ロリコン」にみられる性的なイメージが押し付けられてしまうのである。この問題は、ウェブサイトで「ロリータ」を検索すると真っ先に幼女を性の対象とする成人向けのポルノサイトが表示されることで一目瞭然である。ロリータファッションのユーザーが同じ趣味をもつ女性を対象に開設しているウェブサイトにも、逆に「ロリコン」の男性が紛れ込んでくるといったことも度々起きている（松浦 2007:29）。日本文化では、「成人の中に存在する少女性」をハイカルチャー・芸術的に表現した作品が極少数に留まり、大概男性的指向であり、男性原理主義的なロリータコンプレックスの意味が一般的であるため、芸術的要素のない露骨な性的表現、反社会的な児童ポルノのニュアンスを指す言葉としての認識が依然根強い¹⁷。

ロリータファッションがファッションジャンルの一種として確立された現在では、ロリータの愛好者たちはナボコフの『ロリータ』を知らないかもしれないが、彼ら自身が性愛の対象にされることを嫌がるのは肯定的である。「年上の男性に色気を振りまく目的でロリータ洋服を着ているわけ

¹⁷ Ameba (2009) 「Wikipedia が、ゴスロリで、すごいことに !???」
<https://ameblo.jp/cp21/entry-10367480477.html>

では決してない」、「あくまでファッションとして着ているのであって、ロリコン趣味の人から変態的な目で見られるつもりはない」というような意見が代表的である。『『男性』という『視線の権力者』によって、ロリータという自由な『思想・思索そしてその表現』を制限されたり抑圧されたり搾取されたりすることを意識し、拒んでいる」（松浦 2007：184）。そのため、「ロリータ」という表記を「ロリィタ」、「ロリキタ」と意図的に書き換える人もいる。またロリータファッションが一部の男性から熱狂的に好まれるのを嫌がるロリータの愛好者は「ロリィタ」、「ロリキタ」という表記に大変こだわりを持っている¹⁸。

3.2 「コスプレ」と「メイドカフェ」と誤解される

ロリータファッションを代表とする原宿発祥の青文字系カルチャーが存在する一方、もう一つ秋葉原発祥の萌え系カルチャーがあり、どちらも日本の「カワイイ文化」として切り離せない重要な一部である。秋葉原といえば、漫画やアニメなどが源流である「萌え系」、「オタク」文化の中心として全世界での認知度が高いとともに、「コスプレ」、「メイドカフェ」などのカルチャーが現れており、「オタク」をはじめとする群体に人気を博している。そのため、ロリータファッションをコスプレ、メイドと見なす人が多い。2015年に出版された植田裕子の『ロリータ衣装道楽』の中でも、ロリータファッションのエプロンの着こなしについて「アニメコスプレに見えてしまう危険が大きいのが難しいところ」という記述がある。

コスプレ（コスチューム・プレイ）とは、漫画やアニメ、ゲームなど架空の登場人物やキャラクターに扮する行為を指す。1995年のアニメ『新

¹⁸ 佐藤遊佳（2019）『ロリータファッション入門～現実世界とのバランスを考えた楽しみ方～』、Webon 第2章「流行の変遷」

世紀エヴァンゲリオン』の大ヒットにより一般化し、コミケ¹⁹から広まったコスプレファッションが、原宿や秋葉原を中心とした街にロリータファッションをした女の子たちのスタイルと共に広まるようになった。

しかし、両方ともカラーヴィッグをつけたり派手な服を着たりしているが、ロリータファッションとコスプレは全く別物である。ロリータファッションはあくまでファッションの一つで、自分自身のために自由な意志で服を選び、組み合わせて身に付けることが前提である。そして今では、個性的なファッションスタイルとして、日常生活の中でも受け入れられるようになってきた。一方、コスプレは特定のキャラクターを模倣するため、特定のスタイリング、メイク、コーディネートしか選べない。いつでもどこでも着られるというわけではなく、イベントなどの限定された場所で楽しむ趣味である。ロリータファッションは可愛い物事への憧れやアイデンティティの構築を強調する一方、コスプレは架空人物像を再現することに重点を置く。

さらに、「オタク文化」を取り入れ、店員がコスプレをして接客を行う飲食店が増えている。サービスコンセプトとして「癒し」や「萌え」などをテーマに、喫茶店や居酒屋などの形態を採る店舗が多く見られる。特に萌え系と称される漫画のキャラクターのような可愛いメイド服を身に付け、秋葉原のメイドカフェでアルバイトする女性が代表的なイメージとなっている。そのような「メイドカフェ」「メイド喫茶」では、客を旦那様のお屋敷に招かれたかのように、パーラーメイドが給仕を行う。また、客を「ご主人様」や「お嬢様」と呼び、メイドが給仕をする場合もある。

ロリータファッションには「タブリエ」と呼ばれるエプロンドレスが元々

¹⁹ コミックマーケットとは、コミックマーケット準備会が主催する世界最大の同人誌即売会である。毎年8月と12月の年2回、東京国際展示場（東京ビッグサイト）に開催される。

含まれている。中世ヨーロッパのメイド服が持つ禁欲的で清楚なイメージは、ロリータ服の憧れのモチーフとされていた。このエプロンはロリータファッションのアイテムとして、有名な雑誌『ゴシック&ロリータバイブル』にも頻繁に掲載されている。以上の原因で、ロリータファッションがメイドの一種と誤解されることが少なくない。メイド服とロリータファッションは一部が重なる関係にあるものの、本質的には異なるものである。メイド服のエプロンが「給仕」を目的としているのに対し、ロリータファッションのタブリエはピクニックやティータイムを楽しむためのアイテムとして位置づけられている。

また、男性向けのメイド服は、ワンピースよりも膝以上のミニスカートを着る場合が多い。小女の無垢な愛らしさを表現している服なので、今も昔もロリータファッションには過度な露出が避けられる傾向が見られる。特にメイド文化が流行り始めた頃から、露出に敏感なロリータファッション愛好者が更に増えた。性的なアピールを意図していないため、露出を極力避けたいと考えている。そのため、ジャンパースカートのような袖のないワンピースはブラウスとの重ね着が推奨される。現在では、流行が始まった当初よりも互いの反発は薄れて、メイド服も新しいファッションジャンルとして落ち着いてきたようだ²⁰と佐藤が推論を下した。

3.3 「現実逃避」の傾向がある

愛好者がロリータファッションに対する熱狂は、集団外の人々の誤解を招きやすいものである。仮想のお城に溺れているロリータ少女たちの姿を見て、「大人の年齢に達しているにもかかわらず精神的に大人になってい

²⁰ 佐藤遊佳 (2019) 『ロリータファッション入門～現実世界とのバランスを考えた楽しみ方～』第3章「ジャンル」

ない」というピーターパン症候群、または「素敵な王子様が現れて迷っている自分を救ってくれる」という幻想に陥っているシンデレラコンプレックス・シンドロームのようなイメージと連想する場合が多いだろう。また、ロリータファッションの世界では、ロマンチックな雰囲気にな少女の夢やそこに潜む心の闇にしか耽らないという極端的な精神論になってしまうことがある。そのため、ロリータファッションに心酔する愛好者たちは、永遠の少女に憧れ、日常的な世界構成を放棄し、現実の不安感から逃避しようとする傾向が強いと考えられる。彼女たちにとって、ロリータファッションは既定の価値観や社会規則から解放を求める願望を具現化するものである。

精神分析学者の土居健郎の著書『「甘え」の構造』の観点に基づいて、その「現実逃避」の精神構造が解明できると思う。「甘え」とは、他人に好かれ、依存できるようにしたいという気持ち・行動を指し、日本人の心理と日本社会の構造をわかるための重要なキーワードである。親に要求する子供がその典型例である。ほとんどの日本人は母親に対して一生の依存・依頼の気持ちを持っていて、土居はそのような「特殊な子供っぽさ」を日本人には特有の感情と定義している（土居：1971）。ロリータファッションを愛する人は、子供の頃への未練があり、精神的に成長することを拒んでいるのではないかと普遍的に思われている。若年層を中心に人気を博した「未熟な少女」のイメージを強調するロリータファッションの背後には、「甘え」という心理的な基盤が影響していると考えられる。

また、ロリータファッションの「現実逃避」の傾向につながる別の要素として、人形及びそれに由来する人形文化が挙げられる。2000年以降、「人形」というジャンルはロリータファッションに関連する雑誌で頻繁に取り上げられている。代表的なのは、スーパードルフィーというブームになった球体関節人形であり、「今の気分」を表現することをコンセプトにした

ファッションドールプーリップなども人気を集めている。

「人形」というものは、狭義には人間の姿を、広義には人間以外の動物や架空の生物も含めたものの姿に似せられたものを指す。人形の歴史は長くて、日本では「からくり」と呼ばれる伝統的な機械仕掛かりの人形があり、西洋では、ビスク・ドール、バービーなど、有名な種類が多い。特にビスク・ドールは、19世紀にヨーロッパのブルジョア階級の貴婦人・令嬢たちの間に流行した人形であり、アンティーク・ドールとも呼ばれる。磁器製であったことに端を発したビスク・ドールは、磁器のような真っ白で無垢な肌があり、ブルジョア階級のお嬢様を模倣してリース、フリルやリボンなどを華やかに飾り付けられる装いが特徴である。ロリータファッションの原型とも言える存在である。

お人形遊びは、伝統的に少女の遊びとされてきた。女性たちの手によってカスタマイズされるスーパードルフィーからは、女性の立場からの身体イメージの解体と再構築のプロセスを窺うことができるようになった。通常、親たちは男の子には、自動車や列車など「操縦性が必要となり、動くものを支配すること」をイメージさせるおもちゃを与えがちが、女の子には、洋服や人形など動かないものへの興味を誘導する。それについて、松浦は、それは社会が男性に期待する、物事をマネジメントする役割への志向を象徴する暗喩だと指摘した（松浦 2007：170-177）。一方で、女の子は、その支配から逃げるための護符を求めている。それが、動かない洋服や人形である。彼女たちの人形への接し方には、現代の女性の身体イメージが強く現れている。スーパードルフィーが象徴しているのは、女性たちが抱いている、穏やかながら抑えがたい身体と、人生のオルタナティブへの欲求である。

装いに意匠を凝らしているロリータ少女は、まさに童話世界から現実世界に踏み込んだ「お人形」ではないだろうか。ロリータファッションの世

界では、愛好者自身は自分の人形師になり、心の中に雛壇をしつらえて、「理想の身体像」を組み合わせることを楽しんでいる。ロリータファッションは「鎧」としての機能があり、愛好者たちが現実社会で実現し難い欲求・要望を「実体化」できる「キャリアー」に違いない。それは同時に、時間を止めて、美しい少女のままで老いにならないということの意味するのだろうか。ロリータファッションは「老いない、負けない、高貴な乙女のイメージのまじない」を帯びた「鎧」なのだという松浦の観点（松浦 2007：192）は、非常に説得力があると思われる。

4、中国に広がるロリータファッション

中国ではロリータ洋服と言えば、必ず一緒に頭に浮かぶのは、JK 制服と漢服である。近年中国のネットでは、ロリータ、JK 制服と漢服といった三つのファッションスタイルは「ハマり始めると際限なくお金がかかる」、「買うなら破産するほど値段が高い」という理由から「破産三姉妹²¹」と呼ばれている。これらは中国のサブカルチャーに欠かせない三大ファッションとして確立されており、2020年の中国青年節の際にテンセントが発表した「00 後興趣報告（2000年代生まれの注目レポート）」でも、この三つのファッションスタイルが注目トピックスとして挙げられた²²。

日本のロリータファッションは東京、大阪などの大都市を中心にしており、大都市以外の地域では、人々の関心や受容度がそれほど高くない。中国におけるロリータファッションもそれと同様に「地域性が強い」傾向が

²¹ 「“破産三姉妹” 的鄙视链」

<https://mp.weixin.qq.com/s/5uqBBaVCLdXFA5wQDDHoDA>

²² 「00 後興趣報告」

<https://m.weibo.cn/2508053484/4500837852743772>

ある。地方の小さい町に比べて、北京、上海、広州などの大都市は経済が相対的に発達しており、異文化への受容度も高いため、ロリータファッションがより一般的に認められるようになる。特に上海は、中国におけるロリータファッションの聖地と見なされる。

2010年前後、日本の代表的なロリータファッションブランド「BABY, THE STARS SHINE BRIGHT」、「Angelic Pretty」などが次々と上海で出店し、代理チームを設立して現地化運営を始めた。毎年、各ブランドは大規模のお茶会などのイベントを主催しているが、参加できる人数が限られている。近年では、地方でもロリータファッションの愛好者たちによって自発的に開催される規模の大きなお茶会が増えているが、多くの中国のロリータファッション愛好者たちは、「lo娘」と自称し、SNSを利用してネット上で活躍している。

中国におけるロリータ愛好者集団のアイデンティティの構築は、ソーシャルメディアと深い関係がある。YouTube やビリビリ動画などの動画サイト、Weibo、小紅書などの情報発信ツールの流行にしたがって、ロリータファッションはより多くの形式でネット上で広がっている。ロリータファッションの関連知識の普及、個人のコーディネート、手作り作品やコレクションの展示、国内外のロリータブランドの新作の試着など、ユーザーたちはそれらのプラットフォームを利用して、写真やビデオの形式で多種多様な内容を投稿する。

中国におけるロリータの愛好者が増えているにつれて、ロリータ洋服への購入ニーズに応えるために、多くのロリータファッションブランドが続出している。2010年頃から、「BABY, THE STARS SHINE BRIGHT」をはじめとする日本のロリータファッションブランドが潜在的な消費力を持つ中国市場を狙って現地化運営を始めた。その後、日本のブランドより価格が低くて手に入れやすい中国国産のロリータファッションブランドが

相次いで創立されている。2015年頃に、中国のインディーズブランド、オリジナルブランドは一定規模の量産を実現し、主にタオバオをはじめとするオンラインショッピングモールで店舗を運営し、独特な中国のロリータファッション消費市場を作り出した。

しかしながら、ロリータファッションはあくまでもマイナーのファッションであり、過剰に華やかなスタイルは複雑で高度の工芸技術を要求するため、日本のブランドないし中国のブランドを問わず、現段階では、ファストファッションのように大規模の量産を実現するのは難しい。デザイナーのインスピレーションや創造力が最も核心的な生産力であることは言うまでもないが、取材、生地、プリント、製作工芸などにこだわりがあって、様々な工夫を凝らしているため、大量の生産コストを投入してようやく一定数の製品が完成できる。さらに、新しいデザインを求め続けている消費者のニーズが絶えず変化するため、市場における不安定な要素が多く、生産側のブランドはリスクを減らすために機械生産への投資を控え、大規模の量産を避けている。販売方法としては、前払い保証金付きの予約販売が一般的である。このような状況を前提として、不正な気風が助長された。

一つは、需給のアンバランスによる価格が不当に吊り上げられる現象である。数量が希少なため、数年前のデザインであっても、人気のある限定デザインならば当時の売値より更に高値で流通していることが可能である。しかし、一部の人は閑魚などの取引プラットフォームを利用して不合理な高値で転売を行い、転売を希望するアイテムを他のアイテムと強引にセットにして相手に買わせることもある。

もう一つは、消極的な競争心理による集団内の「見下す連鎖」現象である。簡単に言えば、これは「正版（本物、ブランドの正規の商品）」を購入した人が「山寨（模倣品、ニセモノ）」を見下ろすこと、また価格に基づく優劣感から、日本のブランドを購入した人が中国国産のブランドを見

下ろすこと、さらには高値の限定デザインを購入した人はより安価で一般的なデザインの購入者を見下ろすということなどである。このような潜在意識はロリータファッションだけではなく、JK制服や漢服など他のマイナーなファッションにも存在する問題である。

ロリータファッション・文化の普及につれて、この特異な集団の個性独特性は徐々に失われていき、ロリータファッションの愛好者たちは自身のアイデンティティを守るため、ブランド意識や文化への帰属感を強めている。

おわりに

以上の内容を踏まえて、起源から繁栄、そして消滅を繰り返し、脱皮するように進化してきたロリータファッションの様相を明らかにした。主流文化を中心とするマジョリティの社会において、反逆の精神や反社会的な要素を唱えたこの風変わりなファッションは、最初は社会から敬遠されたりすることもあった。しかし、次第に世間に認知され、マジョリティの社会に受け入れられ、メインストリームでの地位を確立する過程で、商業主義によって利用されるプロセスへと進んでしまう。サブカルチャーは基本的に主流文化に飲み込まれる結末を避けられないため、しばしば「抵抗すると同時に妥協せざるを得ない」という曖昧で複雑な姿勢・態度を表現する²³。

ロリータファッションも同様の過程を経験している。マイナーのファッションスタイルとして誕生したロリータファッションは、世間に受け入れられるようになるまでは、紆余曲折した道を渡っていった。新しいインス

²³ 陳（2012：19-27）参照。

ピレーションや美意識の流行を促進する一方、他のファッションや文化との間に新たな矛盾も生み出している。サブカルチャーとしてのロリータファッションは、主流社会から乖離し、大衆文化に飲み込まれて商業主義に利用される結末を避けられないと考えられる。

風変わりなロリータファッションは、今後も独自の美学スタイルを貫きつつ、異なるファッションや文化との結びつけなど、様々な方向へ試行する必要があるのではないかと、まずは結論づけたい。

ロリータファッションにとって、何よりも大切なのは独自の美学スタイルを貫くことではないかと考えられる。引き算の美学やシンプルなライフスタイルを追い求める現代社会で、ロリータファッションは固有の審美意識から脱皮し、グロテスクな方式で「かわいい」に対する独自の理解を徹底すれば、文化発信も続けられると考えられる。

そして、ファッションの本質は、時代によって変わっていくものである。ロリータファッションは、それに対する世間の認知と受容度があるからこそ活発することができる。飲み込まれる傾向を避けるために一途に伝統の姿を固守すれば、逆に時代に見捨てられる結末になってしまう。近年流行っている「大正ロマン風²⁴」という和洋折衷のアンティーク着物のように、元々優雅で懐古の中世ヨーロッパの生活スタイルへの憧れから生まれたロリータファッションは、固有のデザインの「粹」から逸脱し、日本ひいては海外の民族思想と伝統文化を結びつけて新しい試みをしたことがあった。

また、現在のファストファッションをはじめとして、度々提唱される「引

²⁴ 大正ロマン（大正ロマンチック）は、大正時代の雰囲気伝える思潮や文化事象を指す言葉である。大正時代には、19世紀を中心にヨーロッパで展開した精神運動である「ロマン主義」の影響を受け、個人の解放や新しい時代への憧れに満ちた風潮をかぶせることから、このように呼ばれるようになった。

き算の美学」や「シンプルなライフスタイル」のトレンドと結びつける可能性があるという構想を示す人がある。ロリータファッションの核心的な特徴を保持しつつ、全身のコーディネートに違和感がないことを前提にして、完璧さを求めるのではなく、「ミスマッチ」を取り入れて新しいスタイルを楽しむのは良いアイデアだろう。例えば、日本ロリータ第一歌姫と称する北出菜奈は、ロリータ洋服がサンローランやヴィヴィアン・ウエストウッドなどパンクの要素が多いブランドのアイテムとの「ミスマッチ」を楽しんでいる。彼女によると、定番のロリータスタイルに通常は合わせない網タイツやハイヒールなどを組み合わせることで、新しいロリータスタイルの創造を楽しむことができる。

ロリータファッションを生み出すデザイナーやクリエイターと、それを身に纏う愛好者たちは、世間の試練や批判に直面しながらも、あらゆるかわいい物事への真摯な姿勢と初心・初志を保ち続けている。そのためにこそ、ロリータファッションは今日も存在し続けているのであろう。今後、ロリータファッションは流行のトレンドによってどのような新しいスタイルを作り出すのか、また、様々なファッション・文化の間にどのように融合していくのかを期待している。

参考文献

- 石田かおり (2012) 「日本のカワイイの特質・来歴とその国際的発信について」、『駒沢女子大学研究紀要 第19号』、57-68頁
- 植田裕子 (2005) 『ロリータ衣装道楽』 マーブルトロン
- 佐藤遊佳 (2019) 『ロリータファッション入門～現実世界とのバランスを考えた楽しみ方～』 Webon
- 篠原資明 (2012) 『「かわいい」の構造』、京都大学学術情報リポジトリ、1-11頁
- 松浦桃 (2007) 『セカイと私とロリータファッション』 青弓社
- 土居健郎 (1971) 『「甘え」の構造』 弘文堂
- 四方田犬彦 (2006) 『「かわいい」論』、ちくま新書
- 卜妍杨 (2019) 「服飾与文化：洛丽塔时尚中的二重性」上海外国语大学
- 陳桂 (2012) 「洛丽塔服装風格原型分析及応用」北京服装学院

寧佳磊 (2019) 「洛丽塔服飾芸術研究」 西安工程大学

ウェブサイト：

FASHIONSNAP (2016) 「原宿・新宿から消えた？ ロリータは今どこにいるか」

<https://www.fashionsnap.com/article/lolita/> 2023年10月20日閲覧

Ameba (2009) 「Wikipedia が、ゴスロリで、すごいことに!!??」

<https://ameblo.jp/cp21/entry-10367480477.html> 2023年10月25日閲覧

「“破产三姐妹” 的鄙视链」

<https://mp.weixin.qq.com/s/5uqBBaVCLdXFA5wQDDHoDA> 2023年10月30日閱

覧

「00 後興趣報告」

<https://m.weibo.cn/2508053484/4500837852743772> 2023年10月30日閲覧

ロリータファッションに見る 日本のサブカルチャー

崔 珂

要旨

日本発祥のロリータファッションは、「カワイイ文化」につながるストリートファッションの一つである。過剰に華やかで膨らんだスカートが代表的な特徴であり、全身にリボン、レースなどが溢れているこのスタイルは、少女のあどけない可愛らしさや小悪魔的魅力を表現するといわれている。中世ヨーロッパのお姫様への憧れに基づき、懐古的でありながらも新しい日本独自の解釈を加えたロリータファッションは、誕生してから数十年を経て、日本の代表的なサブカルチャーの一つにまで発展してきた。一時流行し、賛否両論のロリータファッションは、近年日本で衰退しつつある傾向があるが、海外では、ロリータファッションへの注目が続いている。

本研究は、サブカルチャーとしてのロリータファッションは文化論の視点からどのように位置づけられるのか、どのようなものを内包しているのかを明らかにすることを目標とする。本論文を通して、ロリータファッションはこれからどのように独自の精神性を守っていくか、またそれと同時に、どのように新しいファッションの流れに乗るかを展望することを試みる。