

モノ学の冒険(鎌田東二)

第Ⅲ部 モノと装置と知覚

モノと感覚価値 – マネキン研究の立場から……藤井秀雪

1. はじめに

- ・マネキンとは着ている衣服に視線を集めるために、商業空間に無言で佇む等身大の人形。
- ・生誕の国フランスでは「マヌカン」と言うが、日本で「マネキン」と呼ぶのは、招福人形“招金”説が有力。
- ・マネキンとファッションモデル(マヌカン)はモノと人の違いはあるが、目的は同じ。
- ・モノであるマネキンから醸し出される感覚価値はすべて人が与えるもの、つまりマネキンは人間の創造力や美意識の産物であり、人間の飽くなき美の探究の結晶。
- ・蠟製のリアルなマネキンがパリに登場してほぼ1世紀半、日本に洋装マネキンが登場して90年、素材は変わっても昔も今も100パーセント職人の手仕事から生まれる超ローテク製品。

2. マネキン成立以前

- ・17世紀：見世物としての蠟人形製作技術がヨーロッパで開発された。
- ・1770年：世界初の蠟人形館がパリに誕生。(マダムタッソー蠟人形館)
- ・幕末から明治：人形師松本喜三郎や安本亀八らによる「生き人形」が見世物興行として成功。

3. マネキンの登場

- ・19世紀半ば：パリで世界初の百貨店ボンマルシェが誕生、ショーウィンドウに人目を惹きつけるべく写実的な蠟人形登場。しかし服を着脱させる機能性や移動の際の重量が課題。
- ・日本でも映画産業の興隆に従い、生き人形による見世物が衰退。
- ・1925年の銀座松屋百貨店の開店時に3代目安本喜八製作による100体の和装マネキンが登場。
- ・一方明治以来人体解剖模型を作っていた京都の島津製作所が、1925年に島津マネキンを創業(島津良蔵社長)。洋装マネキンのパイオニアとして、日本型モダニズムと京都の職人のものづくり技術を融合。
- ・1937年にはシェア80%に、戦後島津マネキンに関わっていた作家、職人を中心に3つの会社が京都で再スタート。(七彩工芸、吉忠マネキン、ヤマトマネキン)

4. マネキンの変遷

* 引き継がれたものづくり精神と職人の技

- ・当時の素材はこうぞを主とした楮製紙(ちよせいし)で、針の先ほどの微細な傷でも見落とさない職人の思いの深さは1950年代にプラスチックに移行しても基本的に変わらない。

* 1950年代前半のマネキン

- ・戦後日本人の生活は急速に欧米化、1950年代には百貨店の婦人服売場にマネキンが林立、オーダーメイドからイージーオーダーへと変化するも、マネキンの着る服は憧れの対象に。
- ・七彩所属の村井次郎作のFW-117(弥勒菩薩を彷彿とさせる作品)は年間1650体という記録的大ヒット
→需要に生産が追いつかない→1959年 素材が楮製紙製からFRP製に。

* 高度経済成長期のマネキン

- ・七彩工芸がジャン・ピエール・ダルナ氏をフランスから招聘、ダイナミックなポーズにエレガントさとセクシーさを表現した作品で、強い衝撃を日本のマネキン界に与えた。

- ・1960年代前半、当時の日本女性が欧米人に抱く理想の身体(高身長、括れたウエスト、八頭身など)を投影したリアルマネキンが主流に。一方顔はファニーフェイスで、従来の日本型美人から国籍不明型美人へと変化。また販売システムもレンタルが基本に。
- ・1960年代後半、アパレル産業が急成長し、かつて「吊るしの服」と言われた既製服が中心となって、大量のマネキンがお払い箱に。またマネキンの身体形状は標準サイズの既製服にフィットする事が求められた。

* 低成長期からバブル期までのマネキン

- ・1973年、第一次石油ショックにより、マネキンにとって冬の時代到来。しかしこの間、七彩では実在する人間を型取りする、画期的な超リアルマネキンの製作技術を開発。
- ・1980年代デザイナーズブランドが台頭すると、基本的にマネキンは不要とされたが、イッセイ・ミヤケのイベントを契機に、デザイナーやクリエイターがアート指向のマネキンを独自に制作する試みが盛んに。

* バブル経済崩壊以降のマネキンの状況

- ・バブル崩壊により、手間隙のかかるリアルマネキンは退けられ、ボディと言われるヘッドレスマネキンが売場を制覇。
- ・具象と抽象にマネキンは二極化した、人々をファッションや空間に惹きつける関係のリアリティこそマネキンの本質。

5. マネキンの感覚価値

* マネキンの身体的特性

- ・課題は衣装の着脱機構と重量。(当初は100kgもあった)
- ・幼児と同じく衣装の着脱に手間隙がかかる分、可愛いと思う感情が感覚価値に結びつく。さらに軽くする事により、可愛さが増幅する。
- ・リアルマネキンの顔は「怖い」「不気味」という否定的な評価から「まるで生きているよう」という肯定的な評価に転化したが、やがて人々は現実の美しさに慣れ、この世のものとは思えない魅惑的な顔が求められるようになって来た。
- ・欧米の場合は顔のモデルが存在することが多いが、日本では実在しない理想のイメージを造形作家が創作する。その瞳孔に白い絵の具で一点の星を入れた瞬間、眼がいつそう輝きを増し、生気を帯びる。
- ・半抽象マネキン＝顔はリアルだが、ヘアは彫刻的な造形。完全抽象マネキン＝目鼻口のない顔、さらにヘッドレス。
- ・体型は60年代はウエストがくびれていたが、最近では実際の(とは言え理想の)体型に近づいて9等身。標準サイズの服の袖丈に合わせる必要上、背丈や足の長さ比べて腕が短い分、バランスをとるべく手の指は長く大きい。
- ・マネキンはすべての肌色を積層し皮膚に記憶させている。年月と人の思いが加わるほど、味わい深く趣を増す。
- ・マネキンのポーズは静止ポーズだが、360度いずれの角度から見ても美しく、時として人間を超える訴求力を持つ。さらに装う(サングラス、ネックレス、etc.)ことにより、訴求力が一段と高まる。

* 日常の中に異形を見る

- ・モノやコトを見る場合、日常と非日常の両面からとらえる事が重要。マネキン自体は非日常的なハレの空間における異形の存在だが、いまや日常の都市の風景に埋没している。ヘッドレスマネキンは存在感を極力消す事により服を目立たせ、顔がないことにより服を選ばず、コストも安いので多用されているが、筆者はそれを本流とは認めない。

* マネキンの生と死、マネキンを供養する

- ・マネキンにも「人生」「生涯」があるが、マネキンの死は人から見放されることによって訪れる。
- ・マネキンに精気と命を吹き込めるのは、そのものをいとおしく感じ続け、思いを投影し続ける、人の感覚の作用があったこと。
- ・マネキン供養祭を毎年創業記念の月に歴史的資料マネキンの保存と合わせて再開。その背景は「もののあわれを感じるころ」であり「感覚価値を重んじてやまない人のころ」である。