

## 現代ファッションにおける「いき」試論

### ～〈風合い〉のロバストネス I

棚 橋 豪  
Tanahashi Takeshi

#### I 黒い白昼夢

恐らく読者はあまりの荒唐無稽さに呆れ果ててしまうに違いない。しかし愚問であることは承知の上で、あえて空説を提起したい。もし、あの日本を代表する哲学者、九鬼周造が現代まで存命して（119歳になるが）、彼の主著『『いき』の構造』の続編を書くならば、おそらく彼はさらなる考察対象としてジーンズに注目したのではないだろうか？と。

#### II 九鬼周造の「いき」

時代劇などを見ていると「あんた、いきだねえ」などというセリフをよく耳にする。九鬼は『『いき』の構造』において、江戸文化の美意識である「いき」なるものの体系化を試みた。もちろん、一介の若輩経営学者である筆者が、ここで彼のテキストを逐一講釈するつもりは毛頭ない。

もはや筆者は開き直りの境地である。そうはいってもやはり、ある種の愚昧さは独創的なアイデアの糧となることもある、はずだ。筆者の見たところ、九鬼の論考もいささか錯綜気味なのだから、この際、読み手側も大胆に解釈して良いのではないか。気休めであるが、大胆不敵にもかような心積もりで臨みたい。

さしずめ『『いき』の構造』について筆者が強調したいのは次の二点である。第一に「いき」は単純に西洋のタームには還元されないという点。一例を挙げれば『『いき』とは西欧でいうところの『ダンディズム』である』などと直裁をしてはいけない。「ダンディズム」には男性に限定的な意味合いを持つが、他方「いき」には原則的に性差はないのである。よって「いき」を短絡的に欧米文化に還元してしまうことは、「いき」理解を放棄してしまうことになりかねない。九鬼にしたがえば、「いき」はかなり繊細な現象として理解されねばならないことになる。

第二に「いき」の考察は主に江戸のファッションを手がかりにして展開されたという点。彼が考察する際の手がかりは、鳥居清長の浮世絵などの江戸中期のファッションであった。東京生まれの九鬼にとって、江戸時代の「いき」はそれほど縁遠いものではなかっただろう。しかし「いき」は空間的にも時間的にも「江戸」に限定されたものなのだろうか。九鬼の「いき」の適用範囲の広さを考えても、そう考えない方が良いのではないか。詳細は後述しよう。

まず、これに関する備考として、そもそもなぜ「いき」が、九鬼にとって注目に値する論題となり得たのか？という点に留意しなくてはならない。この手がかりは『『いき』の構造』が刊行された頃の時代背景に見いだされる。九鬼のヨーロッパ留学から『『いき』の構造』刊行までの1920～30年代、周知の通り、日本では生活慣習の欧米化が劇的に推し進められていた。かような状況下において、日本の「いき」は欧米化から逆反射される形で、己の有

様を浮き彫りにしたのである。ただし「いき」の再発見は、西欧文化へ対抗すべく生まれた大和魂復古イデオロギ一などではない。そこからなにも得るものはないと言う意味で、そのような解釈はナンセンスだろう。

「いき」とは表層の西洋化などでは崩すことのできない、より深い次元に根ざした深層的な美意識であるはずだ。日本人にとって無意識的な「いき」が西欧化という鏡を介してようやくその姿を見つけたのである。「『いき』の構造」というテキストの存在自体が、まさにこういった現象の痕跡として理解できよう。

けだし「いき」は江戸時代固有の一過性のセンスとして捉えるのではなく、より普遍的なものとして考えるほうが自然ではないか。それは時を超えて、我が国の風土とともにいきづいた、ある種の民族意識なのである。

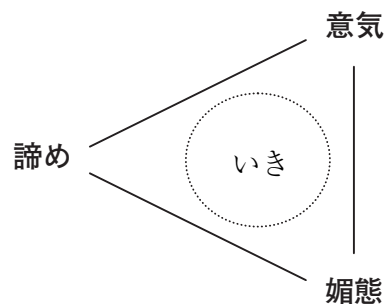
### Ⅲ 「いき」の三態

さて、筆者は憶測にさらなる憶測を重ねようとしている。ただ、さきの推察を容認していただけるならば、つぎの問い自体はそれほど不自然なことではないだろう。さて、九鬼の「いき」は現代ファッションに見いだすことができるのではないだろうか？ 結論を先取りすれば、この問いへの筆者の見解はイエスである。さらに、それは日本のジーンズ文化に顕現するのだ。

われわれの当面の目論見は、どのような意味において「いき」とジーンズが対応関係をもっているのかという点に絞られる。別言すれば、「いき」の独特な存立様態とジーンズのそれは似通っている、ということの確認が目標となる。

そこで、この対応関係を見るためには「『いき』の構造」の二章「『いき』の内包的構造」で展開された議論に留意する必要がある。これに従えば、「いき」の意味内容は三つの概念から構成されていることになる。以下、それぞれの構成要素を順に追って説明するとともに、各概念について筆者独自の解釈を織り込んでいこう。

「いき」の三要素とは何か。九鬼にしたがえば「いき」は「媚態」、「意気」、「諦め」に分解される。筆者が作成した下図を参照されたい。



#### ・媚態

「媚態」とは、異性関係にまつわる概念である。九鬼によれば「媚態」とは「一元的の自己が自己に対して異性を指定し、自己と異性との間に可能的関係を構成する二元的態度（39頁）」とある。これは男と女という決定的な隔たりを前にして、その超えられない壁をめぐる駆け引きのプロセスそのものといってよい。

逆にいえばその壁は越えられてしまえば意味を成さない。「媚態」とは、成し遂げたいという希望そのものなのだ。そうであるがゆえに、もし希望が現実となればそれはもはや「媚態」ではない（現代風にいえばマンネリであ

る)。すなわち、希望がなくなって「異性が完全なる合同を遂げて緊張感を失う場合には媚態はおのずから消滅する(39頁)」のだ。現代のファッション雑誌になぞらえてこれを表現するならば、「媚態」とはどこまでも満たされることのない「モテ」の追求に他ならない。

さらに、これも九鬼の論とは直接関係ないのだが、異性との関係を取り持ちたいという希望は、将来の可能性についてあれこれと考えを巡らした事柄である。したがって「媚態」は過去、現在、未来のなかでも、未来を司る概念であると解釈できるだろう。

#### ・意気

「意気」とは(誤解をさけるためにあえて強調しておくが、図を見てもわかるように「いき」と「意気」はディメンジョンを離れた存在である)、男性でいえば江戸の町火消、女性でいえば吉原の遊女に象徴されるような「意気地」な態度である。気品ある渋さ、これは武士道にも通じる気構えである。

この態度の特徴は、異性を拒絶するところにある。「意気」は「モテ」の安売りをしない硬派な態度だ。よって「いき」は構成要素の一つである「媚態」と対立概念にあることを意味している。「いき」が「媚態でありながらなお異性に対して一種の反抗を示す(42頁)」のはこのためである。

九鬼は明確に指摘しなかった点であるが、異性への拒絶・反抗的態度は、逆にいえば同性から共感を勝ち得ているということになる。「意気」の現代版はいわば過剰なこだわりやマニヤ的執着心であり、場合によっては異性には理解不可能なものとなるだろう。ただし、それはすぐさま全否定されて無粋なものとはならない。この点が重要である。

これに関して筆者なりの説明を加えるに、とりあえず男性基点の「意気」を考えてみよう。異性を拒絶した、男からの支持は男性そのものとなること意味する。その男臭さは、すべてがそうであるとは限らないが、迂回的に異性へのセックス・アピール「媚態」へとつながる。いわば「意気」は「媚態」のかりそめの否定を介して「媚態」を肯定する。直裁的な「モテ」というあざとい態度を拒絶しながらも、それが「媚態」として迂回的に肯定される渋み「ダサカッコイイ」がここに見いだされるのだ。

また、時間感覚において「媚態」が未来ならば、「媚態」の否定である「意気」は過去となる。筆者の定義であるマニヤ的気質や連続性を維持したポリシーなどは過去への執着として理解できるだろう。

#### ・諦め

「諦め」とは、世界に対する無情的態度に代表されるような仏教的人生観である。それは「つれない浮世の洗練を経てすっきりと垢抜した心、現実に対する独断的な執着を離れた(44頁)」ような心境である。筆者の考えでは、「諦め」はファッションそのものへの諦念として理解される。ファッションにおける「諦め」はイケテナイですらない。

ここで「イケテナイですらない」とは、すなわち「浮世の洗練」とは無縁の領域にある衣装(意匠)である。イケテル/イケテナイに拘泥するナルシズムの彼岸。見た目などどうでもよいような、ふだん着の世界である。「ふだん着」とは深夜に最寄りのコンビニに牛乳を買いに行く時の、己の見栄えなどどうでも良い衣服を指す。この「深夜・最寄りコンビニ空間」では、他者への「顕示的」な要素が徹底的に剥奪されている。これに加えて、ファッションとしての衣服を究極的に否定する労働着も、純粋な仕事のツールという意味で「諦め」に属している。

しかしその一方で、ファッションへの諦念は、「意気」や「媚態」へ転ずる可能性に開かれている。例えば、自

分の好みのタイプの異性を表現するさいに「白シャツとジーンズが似合う人がタイプです」と答えることがあるように。「諦め」は、日常性に根ざした背伸びしない等身大の衣服・身体としての肯定可能性を有している（余談だが、バブル崩壊後の「無印良品」に代表されるチープ・シックの流行は、ブランド消費への「諦め」の体現として理解可能だ）。この潔さが他者の審美公共圏へ再編され、時として「媚態」を肯定するものとなる。「諦め」はファッションの果てであると同時に中心を担っている。

最後に「諦め」の時間感覚について見ておく。「諦め」は「媚態」（未来）や「意気」（過去）への無常である。言い換えれば、「ふだん着」や「等身大の私」とは、「モテ」や「こだわり」を捨て去った流れゆく今の肯定である。しかるに「諦め」は現在として見いだされるだろう。

こうしてわれわれは「媚態」、「意気」、「諦め」の三項を見た。以上から察するに「いき」は単純に三要素に還元されるのではなく、それぞれが否定しつつ肯定するというキワドイ連関をその生成の契機としている。いわば「いき」はこの矛盾した三概念の拮抗関係そのものである。さて、筆者は九鬼の考察に俗悪極まる拡大解釈を付記したわけだが、これはさらなる暴挙の下地にすぎない。本稿の文脈において、「いき」は現代ファッションへの応用が可能だ。その格好の雛形がジーンズなのである。というのもアパレル業界におけるジーンズという衣服も、本来なら相容れない矛盾めいたトリロジーとして理解できるのだから。

#### IV ジーンズの三態

ジーンズという衣服はファッション界において奇妙な位置を占めている。ジーンズを履くということは時にドレスダウンを意味し、時にドレスアップを意味する。今どき、上品にして野暮という両義性をもった衣服はジーンズをにおいて他に類を見ないだろう。この謎は、ジーンズもまた「媚態」、「意気」、「諦め」を携えていると考えれば納得がいく。

ジーンズにとって「媚態」とは、異性を意識した「モテ」のことである。いわゆる異性の目を引くような、魅惑的で洗練された衣服として存在している。本稿ではこれを Mode と呼ぼう。シルエットの美しさや装飾性に代表される80年代初頭のデザイナーズ・ジーンズや昨今のプレミアム・ジーンズがこれに相当する。確かに、ジーンズだけでなく多くの衣服は「媚態」を有している。ファッション消費（またはそれを鼓舞する広告）にとってセクシーさは不可欠だ。しかし、「媚態」だけでなく同時に「意気」や「諦め」を有するところがジーンズの特徴なのだ。

ジーンズでいうところの「意気」とは、希少価値をもとめたレアモノの収集に相当する。かつては70年代のリーバイスは舶来モノとしての希少性が見いだされていた。さらに現代における希少価値の対象は空間ではない。それは時間的なものに変貌を遂げている。すなわち現代におけるジーンズの希少性は、「アメリカ製のリーバイス」という空間的懸隔からくる価値から、「あの時のリーバイス」という失われた時間に由来するものへと変化したのである。

昨今、1950年代に生産されたリーバイス501xxが高騰し、特に状態の良いものは100万円を超えている。「あの時」の501xxはもはや衣服ではなくフェティシズムの対象であり、ノスタルジアを具現化した神具である。おそらくコレクターは勿体なくて履くことなどできないだろう。まさに神棚に飾るかのごとく崇めるのみである。このような過去への異常なまでの執着やこだわりは、もはや「モテ」の論理では説明がつかない。そこに「意気」がはたらいっていることは明白である。

さらに「あの時」の生産方式や生地質感を再現したレプリカ・ブランドがこの神格化をさらに促している。日本の岡山県倉敷・児島で展開されているレプリカ・ブランド群は実物の「あの時」の代わりにレプリカとしての「あの時」を提供する。そしてよりマスレベルにおいてリーバイス伝説がレプリカを介して神話となっていく（後述するが、現在ではこの神話のもと、現行のリーバイスよりもレプリカ・ブランドの方が「あの時」のリーバイスに近い、という声を聞く。オリジナル／コピーの転倒がここに発生している）。以上のようなトレンドを超越した年代物への執着を、Vintageと呼ぼう。

そして最後の「諦め」とは文字通りにファッションの諦めとして存在する。もはや他者の視線など意識しない服。カジュアルウェアですらない「ふだん着」としてのジーンズ、またはアルバイトのちょっとした作業着としてのジーンズ。文字通りのワークウェアである。これらは着飾らない日常性に根ざした衣服という意味でDailyと呼ぼう。

別の角度から補足しておけば、この三態はジーンズが普及していく史的観点からも説明がつく。ジーンズ（正確には「ジーンズ」という呼称はラングレーが名付け親であり、当時は「オーバーオール」と呼ばれていたが）の歴史を振り返れば、まず19世紀後半のアメリカ西部でリーバイスが労働着として生み出され、次第に子供服のふだん着として定着してゆくなか、西部劇のカウボーイの象徴として、すなわち伊達男の「意気」に近い存在となる。

さらに時代を経てハリウッド映画黄金期、1954年の『乱暴者』ではマーロン・ブランドが馬ではなくオートバイを駆る近代的カウボーイ像を提供した。これは後の『イージーライダー』に代表されるような、ロック、バイク、そしてジーンズという、世間へのアンチテーゼ的「諦め」を潜ませた男臭いロマンチズムへと結実していく。

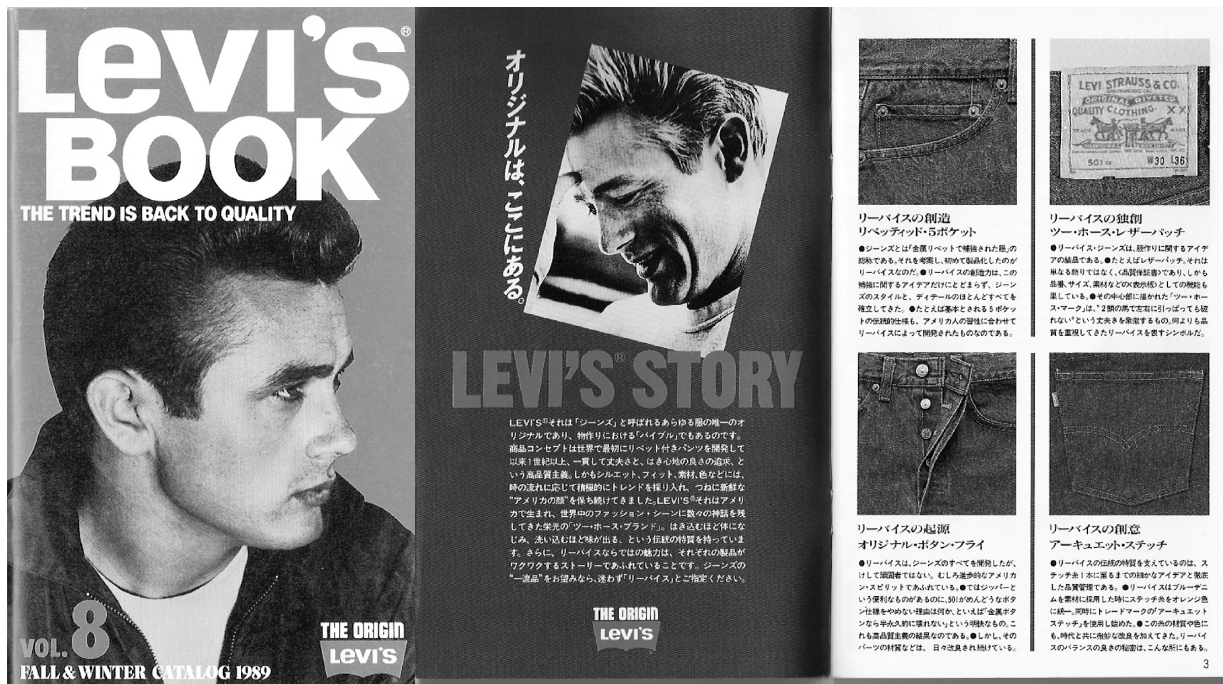
そして、『乱暴者』から1年後の1955年、『理由なき反抗』におけるジェームス・ディーンの好演より、ジーンズは劇的な変貌を遂げる。白のTシャツ、赤いスウィングトップ（和製英語である）、リーのジーンズという出で立ちのディーン演ずるジムは、同性のプラトオやバズを惹きつけ、同時にヒロインのジュディも惹きつけた。映画後半ではディーンとジーンズは一心同体である。異性からみてもイケてるファッションとしてアメリカ国内のみならず、同時期にヨーロッパや日本にもこのイメージが流通する。こうして『理由なき反抗』以降、ジーンズはふだん着の「諦め」や男臭くて渋い「意気」だけでなく、ファッションアイテムとしての「媚態」を獲得していくのだった。

ところで、ディーンがこの危ういバランスの三態を一気に引き受けることができたのは、やはり彼がバイセクシャルであったこと、いわゆる両性具有性に求めることができる。また、直後の事故死を思えば、彼の自然体の演技もなにか意味深なものに映るのだ。そこには「諦め」にも似た哀愁がある。以後、夭逝したディーンの時間の止まったイメージは、永遠の青春像となり、また古き良き時代のアメリカの象徴となった。そして、これを積極的に活用したのがリーバイスの日本法人である。

「オリジナルは、ここにある。」—1980年代後半～90年代半ば、リーバイス・ジャパンはディーン（もちろん生前の頃の写真）をカタログの表紙に用いた。リーバイスの伝説や伝統の演出は、ジェームス・ディーンのコピーによってより強固なものとなった。

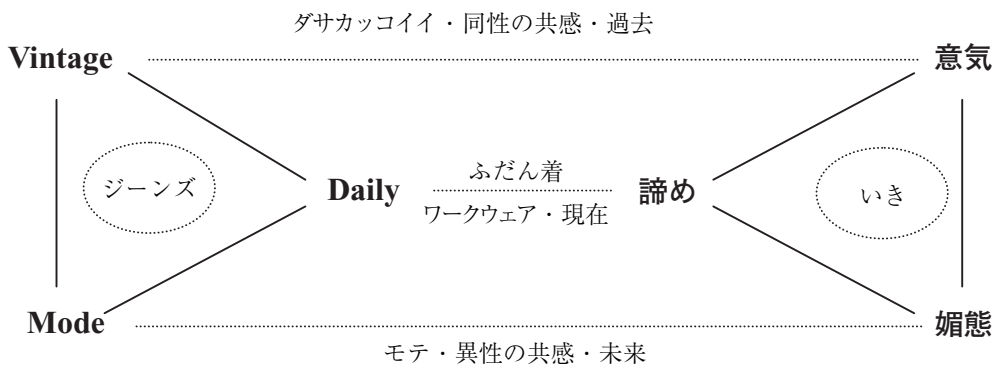
これにより、リーバイス・ジャパンは、すでに飽和しつつあるジーンズ業界において、リーバイスこそジーンズの起源でありアメリカン・カジュアルの正当な継承者であることを消費者に印象づけることに成功する（『ジーンズ物語』では誤解されているが、ジェームス・ディーンが公私で愛用したジーンズはリーだったにもかかわらず！）。これに派生して、このカタログをヒントにして方針転換を図った雑誌「BOON」が、日本の90年代後半のヴィンテージ&レプリカブームの台風の目となる。さらに、歌手のパフィーの影響も手伝って、このブームは女性のトレンドにも波及したのだった。





商品カタログ『リーバイス・ブックvol.8』（1989年）

さしあたって、これまでの考察である「いき」の三態とジーンズのそれとの対応関係を図示しておこう。



例えば、リーバイスの商品ラインナップ内に限定して考察すれば、同じ「501」でもVintageとDaily ではその意味合いは大きく異なる。前者は革パッチやステッチなど、過去のディテールを可能なかぎり再現することに惜しみない努力がなされる。消費者はこの商品を通して、こだわりぬいたアメリカという歴史を買うのだ（現在ではその再現性を求めると「日本製」になるのだが）。ここで「あの時」の501は、時間を宿した一種の記憶のメディアとなる。消費者はまさに「あの時」を買い、そして身体と同一化を試みる。ここに時間への欲望を垣間見ることができよう。Vintage という、ダサカッコイイ「意気」の体現である。

後者 Daily としての501はアメリカ合理主義の産物としてある。生産のコストパフォーマンスを優先させるには人件費を抑えなくてはならない。皮肉にもアメリカ資本主義の精神を徹底させるとMADE IN U.S.A.は存在しなくなる。事実、オイルショック以降、アメリカ工場は次々と閉鎖されていく。そのあたりの事情にあまり明るくない

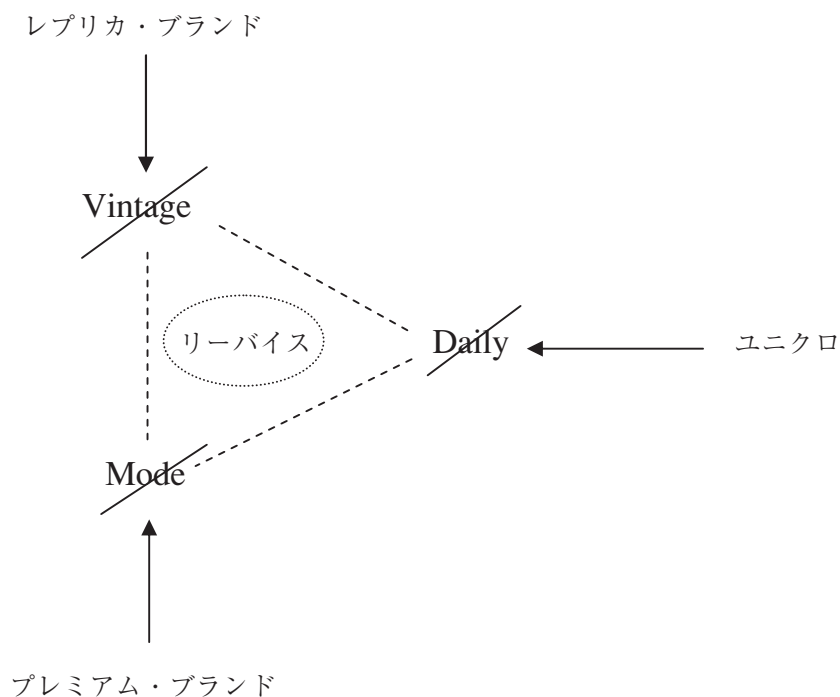
消費者は、リーバイス＝アメリカ製だと思って購入するのだが、内側のタグをよく見ると生産国がフィリピンだったり、時にはガラパゴスだったりして面食らうことがあるようだ。しかし、「本来ワークウェアであるジーンズに細かいことをごちゃごちゃいってるんじゃない！」という言い分もまたアメリカ精神の産物である。ジーンズはやはりどこかでファッションへの「諦め」を潜在させているのだ。

2000年以降、リーバイスはよりアパレルの常道としてのデザイン性を意識するようになる。Mode の充実を図ったのだ。「RED」や「エンジニアド・ジーンズ」シリーズがその先鋒となった。これらの特徴はマリテ+フランソワジルボーから受け継いだ立体裁断によるパターンを採用した点にある。立体裁断とは身体の起伏に沿ってパターンを構成する手法で、西欧の伝統的なテーラーの発想に近い手法である。動きやすさなどの人間工学的側面とデザイナーのリッキー・コフの意匠を融合し、従来のリーバイスと一線を画した未来志向のモードラインとして誕生したのだった。

## V リーバイスの低迷

しかしながら現在、これらのラインにかつての勢いは無い。総じてリーバイス・ジャパンの業績も落ち込んでいようだ。織研新聞が毎年調査をしている「ジーンズに関する消費者調査」における「過去1年間に購入したジーンズブランド」では、2007年女性部門においてユニクロが1位になり、それまで不動の1位を保っていたリーバイスが大幅な差をつけられて2位に陥落している。男性部門でも Mode としてのジーンズは6位ディオール・オムや7位チープマンデーなどのヨーロッパ系ブランドに押されている。

リーバイス低迷の理由も先のトリニティから理解可能である。端的にそれはリーバイスのトライアングルの解体として見る事ができる。日本のレプリカ・ブランド、ユニクロや GAP などの SPA、そしてヨーロッパのプレミアム・ブランドの台頭により、リーバイスの Vintage-Daily-Mode が浸食され解体されつつあるのだ。そのイメージを下に図示しよう。



リーバイスの苦境は、本来その「伝説」とは何の縁もないはずの日本の企業群が大きく関わっている。まずリーバイスの Daily 的側面を崩したのはユニクロだが、SPA という生産システムはアメリカ合理主義の精神そのものだ。ユニクロのスキニーに代表されるように、価格と品質のコストパフォーマンスの追求は、リーバイスが為しえなかった合理化を徹底させたのである。その意味でユニクロはアメリカ以上にアメリカ的であるといえるだろう。

他方、Vintage の領域を浸食した岡山県倉敷・児島に群生するレプリカ・ブランドは、「あの時」のアメリカに完全にこだわった製法により、その独自性を獲得している。一見すると非合理的で、かなり手間暇のかかる工程へのこだわりは、職人達の強烈なアメリカン・ノスタルジアに求めることができる。まさにジェームス・ディーンと同じく、彼らのなかのアメリカは50年代でストップしたままなのだ。当時のままの製法を固守し、またそれが不可能な場合には代替の製法や素材を模索することにより、現代のジーンズが合理化の代償で失ってしまった風合い（コットンの伸縮性や色落ち加減など）を再現するのである。

80年代、リーバイスを筆頭に、アメリカ合理主義によりジーンズの品質が無自覚的に低下していくなか、「それはリーバイスではない！」ときっぱりとその方向性を拒絶し、そしてあくまでも「あの時」のアメリカを指向する倉敷・児島の職人達の態度は、ユニクロとは違う意味においてアメリカ以上にアメリカ的なのだ。

そして Mode の側面は、さきに挙げたディオール・オムが代表的であるが、このフランスの高級ブランドのジーンズは実は岡山で作られている。倉敷・児島のアメリカン・ノスタルジアは単なる懐古趣味ではない。そこで蓄積されたデニムのノウハウは世界が認める品質を獲得しているのである。

そもそもデニムは、ポリエステルを入れてストレッチを効かせたり、立体裁断で動きやすさを確保したりせずとも、コットンのみで伸縮性や馴染みを生み出すことができる素材である。ジーンズを履く者の身体に合わせて伸縮していき（シュリンク・トゥ・フィット）、時間の経過とともに色落ちがさらに風合いを加えていく。このような縮みや退色といったデニムの基本特性は、アパレルの常識から見ればネガティブな側面であり（デザインの破綻としてみなされるから）、ないがしろにされる傾向がある。しかし、倉敷・児島のデニムメーカーはこれを積極的に評価して、繊細なモノ作りを行ってきたのであった。いうなればデニムはローテクすぎるがゆえに、ある意味でハイテクな側面を持っていたのである！ こだわりぬかれたジーンズには「いき」がある。すでにその一着のジーンズのなかに Vintage-Daily-Mode の三態が紡がれているのだ。

リーバイスはジェームス・ディーン of 広告戦略では功を奏したのだが、肝心のモノ作りにおいて、己のコア・コンピタンスを見失ってしまったと結論づけざるをえない。この結果、リーバイス・ブランドの「いき」、すなわち Vintage-Daily-Mode のトリニティに歪みが生じ、そこに込められていた過去・現在・未来の円環が断ち切られてしまったのである。

## VI 次稿への展望 ～時間に開かれたデザイン（論）へ

当初、筆者は九鬼の「いき」について、デザイン論を展開する際の枕詞程度にしか考えていなかった。しかし、「いき」は良く読めばなかなか意義深く、急きょ、当初の構想を逸脱し「いき」とジーンズの議論を独立させた形で筆を執った次第である。

筆者は現在、神戸大学経営学研究科の石井淳蔵が率いるデザイン研究会に参画しており、そこで「デザインと時間」について関心を抱くようになった。近年、デザイン論は多岐にわたり枚挙にいとまがないが、それらの論考の多くが時間を考慮していないことに不満をおぼえていた。

例えば、フェラーリのデザインを考えよう。フェラーリには時間がない。それがどのように劣化していくかまで



デザインとして考慮されていないから。フェラーリ（もちろん自動車一般もだが）はショールームにあるときが最も美しい。そして、乗れば乗るほどデザインの価値は原価償却されていく…

それはそれで良いのだが、しかしデザインには時間を経るにしたがって、愛着や馴染みのようなものが生まれてくるモノもある。風化を肯定するデザイン、時間に開かれたデザインは、使用環境などの予想不可能な変化に対して頑健性、ロバスト性を持っている。このようなデザインをロバスト・デザインと定義しておこう。これは次稿以降にも採用される定義である。これにしたがえば、日本のわび・さびもロバスト・デザインである。

さて筆者にとって、このロバスト・デザインの雛形は、ジーンズが最適であるように思われた。その理由を鷺田清一の言葉を借りて今一度確認しておこう。なぜならジーンズは「糸にしみこんだ時間の澱、インディゴの色落ち、大ぶりなしわが、そのひとつひとつが布がくぐってきた時間を、あるいはそれを身につけてきたひとの人生の時間を映す（207頁）」からである。ジーンズは時間をまとう衣服なのだ。

そこで本稿は九鬼周造の「いき」を拡大解釈してジーンズとの対応を図ったわけだが、釈明すれば、「いき」には時間概念が希薄であることが、筆者の確信犯的誤読を助長していたといえる。確かに九鬼は『『いき』は過去を擁して未来に生きている（129頁）」などということもあるが、しかし基本的にその対象や思考は幾何学的であり、スタティックな構造に終始しているように思われる。

よってわれわれが九鬼の指向を汲み取るならば、より時間に開かれた「いき」に留意する必要があるだろう。ここで九鬼の「いき」と時間に開かれた「いき」を峻別するために、後者を「風合い」と定義しておく。

サブタイトルにある「〈風合い〉のロバストネス」シリーズは、ジーンズを基点としたデザインと時間をめぐる論考になるだろう。その構想はおおきく三本の支柱に帰せられる。ひとつは、モードの哲学として。ひとつは、デニム産業のケースとして。ひとつは、ジーンズをめぐる消費文化として。これらの詳細は次稿に譲ることにしたい。

#### 【参考文献】

- 市村一（1998）『職人達のジーンズ』光琳社出版  
小池りうも（2004）『大ヒット雑誌GET指令』新風舎  
九鬼周造・藤田正勝（2003）『「いき」の構造』講談社学術文庫  
田中久文（2001）『九鬼周造—偶然と自然』ペリかん社  
大東俊一（1999）『九鬼周造と日本文化論』粹出版社  
日本繊維新聞社（2006）『ヒストリー日本のジーンズ』  
三井徹（1990）『ジーンズ物語』講談社現代新書  
鷺田清一（2006）『てつがくを着て、まちを歩こう』ちくま学芸文庫

『織研新聞』2007年8月16日「ユニクロ、リーバイスを抜く」