

みえないものをみるとき

表層のその先に、毅然として佇む光、或いは影を眼差すとき、対象の真髄を仄かにみる

EC 市場の規模拡大や SNS の普及により、私たちの前には、膨大な情報が絶えず溢れ、視界を目まぐるしく横断する。片手一つでもものの巡覧及び購買が可能となり、発信/受信のハードルは限りなく低くなった。

いま危惧するのは、一つ一つの消費行動が軽率化しているということだ。殊にファッションという分野においてその傾向は著しい。ネオ・デジタルネイティブとも呼ばれる私たちの世代は、このような時代性から如実に影響を受け、また体現している世代であることは言うまでもないだろう。"映え"や価格といった目先の表面的側面に目を眩ませ、作り手の意図や想い、生産背景といった「みえない」側面がおざなりにされながら、消費だけが独り歩きしている現状に空虚を感じる。一方でこれに相関して作り手側もまた、視覚的インパクトによって確実に消費者の目に留まる表現へとシフトする風潮が見受けられる。芯あるクリエイションを守り抜く作り手が日の目を浴びづらい時世となったことで、中身の伴わないプロダクトばかりが流通し、真摯に生み出された作品は正当に評価されることなく見過ごされる、虚ろのサイクルがいま形成されつつあるのではないだろうか。仮に "ファッションはあくまでも商業でありアートではない" という通説に則るならば、この問題を重要視する必要はないのかもしれない。しかしここで、"ものを作る" 行為はいかなる形態であれその過程に責任とリスペクトが持たれるべきであり、軽んじられるべきではないと唱えたい。私たちがいま見失っているものは何か。

本ショーでは、ファッションの本質を再考するべくその手段として、ファッションから視野を広げ、広義の「みえないもの」に目を向ける。例えばそれは、知らないはずの情景が自分の記憶であるかのように想起されること。或いは、ふと呼び起こされる亡き者の面影。音楽における休符や文章における行間にリズムや趣をみることを例にとっても明らかであるように、私たちは視覚できる次元のその先に、その奥に、「非物理の何か」を知覚する。その何かは時に、人を突き動かすほどの活力になったり、救いともなり得るほどの効力を発揮したりするだろう。私たちは、それがもたらす力の何にも代えがたいことを、元来知っているはずなのである。

私たちは本ショーにおいて、「みえないもの」の具体化、または一人ひとりに潜在する「みえないもの」を見出す想像力の再起を促す表現を追求する。それらに宿る価値を再び認識したときファッションへと焦点を戻したならば、現代ファッションにおける消費の在り方、もといファッションそのものの本質を捉えた在り方に立ち返る糸口となるのではないだろうか。

文 = 小山 萌恵