

日本の若者のファッションの変遷

原 結愛

本論を取り上げようと思ったきっかけは、いつの時代も若者というのは自分を主張する機会が少ないような気がしていて、そこで自己主張や自己表現を誰でも気軽に行うことのできる場所はどこだろうかと考えた時にファッションにたどり着いた。近年、日本の若者のストリートファッション文化は国内だけにとどまらず、海外へも影響をもたらしているように思える。本研究では、日本の若者のファッションが時代の流れとともにどう変化していったのか社会現象と照らし合わせながら考察した。

本論では 1980～1990 年代、2000～2010 年代の時代別ファッションと 2020 年代へのファッション動向の考察を行った。ファッション時代の中でも 1980 年代の日本での DC ブランドブームは大きな盛り上がりを見せていた。DC ブランド製品は高価格で利益率が高かったため、多くのアパレルメーカーや商社が参入した。しかしバブル崩壊や 2008 年のリーマンショックなどの影響で、百貨店の売上は 1998 年から 2008 年にかけて大きく落ち込み、この時期の景気は低迷し、インターネットが普及したこともありオンラインショッピングが盛んになり、百貨店で買い物する人が減少していたことがわかった。

最近の若者ファッションには、流行（トレンド）に流されずに「自分の着たい服を

着る」という自己表現がみられる。これはファッションが単なる衣服ではなく、個人の価値観やライフスタイルを表すような重要な手段となっていっていることが示されていた。また SNS の普及もあり、一人ひとりのスタイルの発信や共有がされやすくなっていたり、過去のファッションが流行するというリバイバルもみられた。ファッションは衣服という印象があるが、最近では「コスメ」の重要性が増していた。

YouTuber やインスタグラマーといったインフルエンサーたちがコスメを紹介し、自己プロデュースの一環として男性たちにも広がりがみえた。

これまでファッションはその時代の社会や文化を反映してきていたが、これからもファッションは時代や社会とともに進化を遂げ、新しい価値を生み出していくことであらう。私は今後も日本の若者ファッションの未来に注目していきたい。