

イギリスおよびフランスのファッションデザイン教育について

FASHION DESIGN EDUCATION of U.K. and FRANCE

小北 光浩 デザイン学部ファッションデザイン学科 助教

Mitsuhiro KOKITA Department of Fashion and Textile Design, School of Design, Assistant Professor

要旨

本報告は、今年度に訪問したノッティンガムトレント大学、セントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザイン及びインスティテュートフランセイズドゥラモードの3校の教育方法について、それぞれの特徴などをその背景とともに説明し、それを踏まえて本学のファッションデザイン教育の今後について考える一助としたい。

学科の区分については、ノッティンガムトレント大学におけるファッションとテキスタイル教育を融合した仕組みが、産業との取り組みについてはインスティテュートフランセイズドゥラモードの取り組み方が、デザイン教育法についてはセントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザインにおけるデザイン教育の方法がそれぞれ有益であると思われる、それぞれの教育や取り組みについて現地の視察および自身の体験を通しての報告から明らかにし、本学ファッションデザイン学科での取り組みのあり方について三つの面に分けて明示する。また補足として、ファッションデザインについてやその教育について、また、日本のファッションデザイン教育についても説明を行う。

Summary

This report is about distinctive ways of fashion design education in Nottingham trent University, Cerntal Saint Martins College of Art and design and Institut francais De La Mode with there backgrounds. Then how to use these ways in Kobe design University for changing fashion design education system is examined.

The way of management of department of fashion and textile design in Nottingham trent University, the way of approaching to fashion industry in Institut francais De La Mode and the way of fashion design education in Cerntal Saint Martins College of Art and design are suitable for our change of education way.

These things are reported through inspections and my experience in student days, and three suggestions are described. And also there are mentioned about fashion design itself, the education and Japanese way of fashion design education.

1) はじめに

本学と提携を結んだノッティンガムトレント大学との共同プロジェクトについての打ち合わせのために、今年度5月に同校を訪れた。それに伴い、私の母校であるセントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザインと、昨年度に本学を訪問されたインスティテュートフランセイズドゥラモードを訪問した。それぞれが特徴のあるファッションデザイン教育を行っており、今後、日本のファッションデザイン教育のあり方を考える時、また、本学のファッションデザイン学科の今後の教育方針についての参考になると思ひ、訪問の体験と訪問時に頂いた各校の大学案内を基に報告としてまとめることとした。本報告では、まずファッションデザインの概要やファッションデザインの教育法について説明を行い、訪問した3校の教育方針についての報告、最後にまとめとして今後の課題や本学科教育の方向性について意見をまとめる。

2) ファッションデザイン及びその教育について

2-1 ファッションデザインと教育について

ファッションといえば、多くの人には衣服について思い浮かべる。ただ「fashion」の日本語訳が流行や服装であるように、ファッションは衣服の造形のみではなく、変化する流行の中で衣服を用いて、どのように装うかという事を示している。デザインをする上で考えなければならない重要な要素に機能があるが、上記を踏まえれば、ファッションにおいては装飾が機能であると言える。もちろん人間が着るものとしての衣服自体の機能性を考える必要はあるのだが、装飾性にこそファッションデザインで考えるべき本質があると考え。その装飾性を持って装う先は世間であり、世間の価値観は流行の名のもと、常に変化していく。衣服そのものを作り出す前に、その衣服が生み出される時代性を踏まえた美を創り出すことがファッションデザインの目指すべき方向であり、教育においてもその面を教えていかなければならないと考える。普遍的な美ではなく、いつの、誰にとっての、どのような美なのかを創り出

さなくてはならないし、その瞬間に誰かにとって最大限に魅力的であるモノを作る必要がある。そうした時代性や感性に価値を見出すデザインであるため、理論や積み重ねの教育のみでは、その本質を教えることはできない。もちろん、基本としての制作技術やデザイン理論は教えるべきではあるが、時代のニーズやウォンツの捉え方が重要であり、単なる技術や知識の教育だけではなく、社会の変化や流行に沿ったデザインを考え、それらを踏まえて技術や知識の活かし方を教えなければならないと考える。

2-2 日本のファッションデザイン教育について

本学のように、大学でのファッションデザイン教育を行っているところは日本には数少ない。我が国のファッションデザイン教育の主流は専門学校であり、その原点は洋裁学校である。また、数多く存在する女子大や短大に設置されている被服科も洋裁学校の流れを汲んでいる。そこでの教育は、いかに衣服をパターンと呼ばれる型紙どおりに美しく作れるようになるかという技術教育が中心で、何を作るべきかというデザインの本質は脇に追いやられている。例えば、基本的なジャケットの美しい作り方(パターンの引き方や縫製の仕方などの技術面)を習い、それを踏まえて自身のジャケットを制作するという、技術を踏まえた衣服制作として、アレンジの範囲でしかデザインが捉えられていないのである。ここでは、ファッションデザインにおいて最も重要である今の美しさの追及ではなく、既存の美しさの展開のみであり、デザインにおいて最も考えなければならない、何を作るべきなのかという出発点への考察は完全に忘れられている。それは、ファッションデザイン学科と名乗る本学でも、程度の差はあれ、同じ問題を抱えている。日本でのファッションデザイン教育が長く洋裁学校的視点によって支えられ発展してきたため、その呪縛から逃れられないでいる。ファッションとしての衣服の価値が技術に依っていた時代は、技術の違いが即価値になり、そのみでも強い訴求力を持ったが、産業界全体の技術レベルが上がった現在では、どのように作るかというより、何を作

るかという視点の方がより重要度が増してきている。また、技術を強みにするにしても、それがただ高い技術で作られたというだけでなく、その技術を育んできた歴史や伝統、その技術が生み出す差異や価値を、モノの上で、また、モノを超えて構築し伝えていく力が必要となっている。そうした点においても、ファッションデザイン教育が忘れていた、作り出すモノの出発点を問うデザイン的思考の重要性は増しているのである。

3) 訪問大学における教育内容と特色

3-1 ノッティンガムトレント大学

3-1-1 概要

ノッティンガムトレント大学は、ロンドンより北西に電車で1時間ほどの距離にある人口約30万人の都市であるノッティンガムにある。大学自体は総合大学で、9学部26学科あり100を超えるコースを有し2.5万人以上が学ぶ大規模な大学である。130年の伝統を誇るデザインスクールを合併してできた大学ということもあり、アートやデザイン教育についても力を注いでいる。また神戸ファッションコンテストの特典の留学先にも名を連ね、神戸との関わりも深い。産業革命時からノッティンガムはレース産業が盛んだったことや、現在も近郊がテキスタイルの産地になっていることもあり、ファッション及びテキスタイルデザイン教育についてもイギリス国内では有名である。

3-1-2 設備面について

今回の主な訪問理由は、学内の海外研究助成プロジェクトの打合せであったが、打ち合わせ後に、学内施設及び卒業生が働くデザインスタジオの見学等を行った。同校はファッションとテキスタイルを同じ専攻として教育しており、その特徴は充実した設備にある(写真1~4)。授業の進め方は、イギリスで主流とされるチュートリアル形式のプロジェクト主体^{注1)}だが、制作における技術面のサポートについても、テクニシャンと呼ばれるパターンや縫製の専門家の豊富さ、機器の周りに設置されている丁寧な解説書や、モニターを

置いてのビデオ解説などもあり、学生がしっかりと使いこなし、制作に役立てられるようサポートを行っている。特に織りやニットの機器は工場にあるようなプロ仕様のもが多く設置され、そうした設備で、しっかりとデザインと使用方法を習得した学生は、テキスタイル業界への高い就職率を誇っている。まとめにおいて後述するが、ここに、西脇という産地と近い本学の今後についての示唆が含まれていると感じた。また、直接的な機器という設備ではないが、歴史あるレース産業のアーカイブを学内に抱え、資料の整理や研究が行われており、そうした成果は、学生が閲覧することもでき、デザインリサーチのよい資料となっている。



写真1 ミシン室



写真2 自動ニット室



写真3 刺繍ミシン室



写真4 ジャガード織機

3-1-3 コース設計について

ファッションデザイン教育で注目するところは、テキスタイルデザイン専攻がファッションデザインコースの中に含まれていることである。テキスタイルをデザインする際、いかにファッションデザインとして表

現されているかを基本としている(写真5,6)。本学も含め日本の大学の多くが、クラフト的感覚や作家的視線でテキスタイル独自のデザインや制作を基本とする考え方と大きな違いがある。(後述するセントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザインでもファッションデザインコースにニットとプリント専攻があるが、テキスタイル自体はテキスタイルデザインコースが別に設置されている。)伝統的にテキスタイル産業との距離が近いこともあり、実務としていかに有益なテキスタイルデザインを生み出すかということに主眼を置きコース編成がされているのであろう。他大学とは違い、コース設計において、テキスタイル作品を制作するのではなく、ファッションデザインの基盤であるテキスタイルとして、社会に通用するテキスタイルデザインの制作を主流とする教育の仕組みとなっているのである。

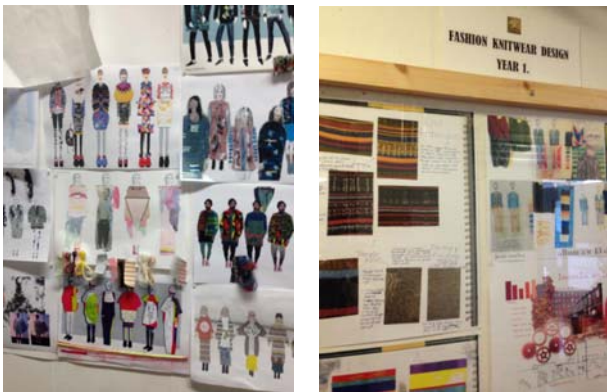


写真 5,6

テキスタイルデザイン室に貼られているデザイン画

3-1-4 産業との取り組みについて

産業とのつながりも、また、注目する点であろう。地元出身で、大学近郊に物流センターとデザインオフィスを構えるポールスミスは、毎年数名の学生に日本などへの留学の資金を援助している。今回の訪問ではデザインオフィスを見学させていただいたが、卒業生がデザイナーとして勤務していた。その後訪問した Acorn というテキスタイルデザイン会社(ルイヴィトンやグッチなどの老舗ラグジュアリーブランド^{注2)}か

らギャップなどの大手カジュアルアパレル^{注3)}まで多くのクライアントを抱えている)にも複数の卒業生がデザイナーとして働いていた。その他にも、多くの学生が地元のテキスタイル産業を支えるデザイナーとして働いていた。教授陣も、そうした卒業生と常に情報交換を行うなど、現場との近さがデザイン教育においてもよい刺激となっている。また、訪問時、2年生がイギリスのアパレルメーカーである NEXT との共同プロジェクトでメンズウェアのデザインと制作を行っていた。その他にも、多くの企業と連携して授業を行っており、大学内だけでは考えづらい、社会で通用するデザインは何かということも教育に取り込んでいた。また、そのような取り組みは、ファッションの中心地であるロンドンから距離が離れているために生じる情報量の少なさを、企業からの情報で補うという面でも、同校の立地上、有益な方法となっている。

3-2 セントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザイン

3-2-1 概要

セントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザインはロンドンにあり、ニューヨークのパーソンズ、ベルギーにあるアントワープ王立芸術アカデミーと共に世界の3大ファッション教育機関である。BAコース、MAコース共に様々な有名デザイナーを輩出しており、卒業コレクションはメディアにも注目される。ファッションデザインコースは長らくロンドンの繁華街の中心であるソーホーに校舎を構えていたが、手狭だったこともあり、現在はユーロスターの発着駅でもあるキングスクロスセントパンクラス駅の近く、中心を少し離れた地に他コースと合同で移転された。大きく立派な校舎となったが、繁華街の中心地による、マーケットリサーチの容易さや、ファッション産業で働く様々な人々との近さという利点は失われた(写真7,8)。今回の訪問では、学内の見学とMAコースの主任であるルイズ・ウィルソン教授と会談したのみであったが、母校ということもあり、その教育システム

については、私自身の経験も踏まえて報告していきたい。



写真 7,8

新校舎の外観とエントランスの巨大な吹き抜け

3-2-2 クリエイションの追及について

同校の最大の特徴は、クリエイティブビティの追及にある。ファッションデザインはモノづくりとしてのプロダクティブな面と、イメージづくりとしてのクリエイティブな面の2面を持っているが、同校は完全にクリエイティブなデザイン教育を行っている。(ロンドンに在する大学でいえば、ロンドンカレッジオブファッションがよりプロダクティブな教育を目指し、同校と補完的な棲み分けができています。)ファッションデザイン教育で一般的に大きく時間を割かれるパターンメイキング^{注4)}や縫製などのモノづくりの基礎を、同校では、入学直後のわずか2週間ほどで終わらせてしまうのである。私自身の学生時に学んだことは、原型^{注5)}、パンツやスカート、プリンセスライン^{注6)}などのマスターパターン^{注7)}を写し、自身用に所持することと、シャツの台衿とカフスの付け方をシーチング^{注8)}で練習しただけである。それ以上の技術については、自身のデザインに必要なことを、大学に常駐しているテクニシャンと呼ばれるパターンや縫製の専門家に随時教えてもらうというやり方を取っている。前述のように、日本の大学や専門学校はまず技術を教え、その技術を踏まえデザインを考えさせるのに対し、同校では技術的な制限を超えて、まず自身のイメージをデザインと

してどのように成立させるかを考えさせ、その後に必要な技術を考えさせるのである。理論や技術に縛られないクリエイションを生み出すために、他の教育機関とは順序を変えているわけである。

このようなクリエイション重視の方法は、確かに実を結び多くの歴史に残るデザイナーを生み出してきた。しかし、一方では、理論を踏まえず自己肥大した作品ばかりを生み出しファッション業界では通用しない学生も多く生み出している。理論や技術的な制限を超えて魅力的な作品を作れる才能やそれを生かせる職種はごく少数であり、多くの場合は、理論や技術的な制限と折り合いをつけていかなければならないが、そのような面について十分な教育を受けていないため、社会での実務において対応できない者も出てくるのである。同校は教育方針としてクリエイティブの追及を主としている。数少ない天才デザイナーを生み出す仕組みの結果として、ファッション産業での実務に耐えられない学生が生まれることを良しとしており、ここにクリエイティブの追及を主とした教育方針導入の難しさがある。

3-2-3 教育の背景について

同校の卒業制作はメディアにも注目されることは、すでに述べた。例えばBAコースの場合、メディアへのお披露目であるプレスショーに出れるのは4分の1程度の学生である。(私自身の時は、学生数120人強に対して30人程度であった。)同校で学ぶ学生のほとんどが、このプレスショーでメディアの注目を勝ち取り、ファッション業界に一躍デビューをしてファッションのメインストリームを自身のデザインで変えようという野心を持っており、そのために自身のイメージやスタイルを極限まで高めていくのである。個々の学生は、既存のデザイナーの作品を踏まえ、また共に学ぶ他学生の創作に刺激を受けながら、自分のオリジナルが何かということと真剣に向き合いデザインしていく、ここでの教育は教えることではなく、自由に思索し創作できる場を与えることなのである。

そのような放任主義的な教育が成立しているのは、

同校ならではの事情がある。それは、上記でも述べた学生の高いモチベーションである。授業も、週1回のカルチャラルスタディーズ^{注9)}の講義を除けば、プロジェクトによって進んでいき、デザインのみなら2週間、衣服の制作があれば4週間、一つの課題制作に打ち込める仕組みになっている。もう一つは、メディアの存在である。イギリス国内には、パリほどの産業的バックアップや確立したファッション産業の仕組みはないが、多くのエッジの効いたファッション雑誌が存在し、常に若いデザイナーの発掘を行っている。また、伝統的にアバンギャルドな作風の多いロンドンのデザイナーは、老舗のラグジュアリーブランドがイメージを刷新していくために必要なクリエイティブディレクター^{注10)}として登用されることも多く、そのような面でも注目を集める。以前より、アディダスやグッチグループの卒業ショーへのスポンサーがあり、LVMHグループについては、現在、共同プロジェクトを行い、そこで才能を認めればデザイナーとして雇用することも行っている。才能ある若手デザイナーが大きく羽ばたくための仕組みが、雑誌などのメディアや老舗ブランドのスカウトなどを通して作られているのである。

3-3 インスティテュートフランセイズドゥラモード

3-3-1 概要

インスティテュートフランセイズドゥラモードは、1986年に創立された大学院大学である。設立当初は、ビジネスやマーケティングに特化し経営のプロを養成するマネジメントコースのみであったが、2000年にクリエイションを教えるファッションデザインコースが設立され、現在では、マネジメントやファッションデザインだけでなく、イメージデザインやアクセサリーデザイン、ラグジュアリーマネジメント等、多彩なコースを設けている。当初、オートクチュール組合をマネジメントする人材育成のために産業のバックアップを受けて設立された学校であり、同校の場所もオートクチュール^{注11)}の現場の近隣にあったが、現在はオーステルリッツ駅近く、セーヌ河畔の近代的な

ビルに移設している。

3-3-2 ビジネスを踏まえた教育について

同校の教育で最も特長的であるのは、教育カリキュラム上のプロジェクトの多くが企業と提携して行われていることである。当初より、マネジメントの教育機関であった同校らしく、教育上のプロジェクトとはいえ、いかにビジネスとして成り立つかという視点を基本に実施されている。プロジェクトに臨むチームについても、マネジメントコースとデザインコースの学生がチームを組み、ビジネス上でのチーム同様に、ビジネスとクリエイションに携わる学生双方が共同でプロジェクトを進めていく形式になっている。ただ単にモノを作るだけでなく、マーケット規模や原価などを踏まえたビジネスとしての損益、そしてプロモーションの仕方まで、実践同様にチームとしてプロジェクトを進めていくのである(写真9)。訪問時には、エントランスに飾られていたディズニーとの共同プロジェクトの成果を見せていただいた。作品は、実際にディズニーストアで販売できるよう工場での縫製のしやすさを考えた仕様や原価率なども踏まえてデザインされていた(写真10~12)。



写真9 ミーティング風景



写真10 ディズニー作品



写真 11,12 ディズニー作品

3-3-3 企業を引き付ける背景について

そのような教育が行えるのは、同校がフランスの高等専門教育機関であるコンフェレンスデグランゼコールの一つに数えられ、その教育水準に高い評価を得ていること、パリというファッションの中心地にあるということ、また、前述したように、設立において産業のバックアップを受け、そのつながりが今も深いことが挙げられる。設立に大きく寄与したのは、イブ・サンローランの良きパートナーであったピエール・ベルジェであり、その縁でサンローラン寄贈のレクチャールームが学内に設けられていた(写真 13)。教育面でも述べたが、マネジメントが同校の基本になっていることも、企業を引き付け様々な提携を受けたプロジェクトを行いやすい点になっている。さらに企業を引き付ける点は、同校が単に教育機関というだけではなく、研究機関として、市場調査やその分析、マーケティングやトレンドなどについて多くの研究を行い、その成果を産業へ提供している点にある。年2回、独自の研究誌である『モードドゥルシャルシュ』を発行しているほか、トレンド分析についてなど特集ごとに様々な研究誌の出版や企業へのセミナーを行っている。



写真 13 サンローラン寄贈のレクチャールーム

3-3-4 ラグジュアリーコースについて

今回の訪問では、エグゼクティブディレクターであるシルビー・エベル女史より、同校の教育システムや各コースについて説明を受けたが、その中でも最も興味深かったのは、インターナショナルラグジュアリーマネジメントコースである。このコースは、マネジメントコースから独立した、フランスが最も得意とするラグジュアリーブランドのマネジメントに特化したコースである。日常の衣服としてのアパレルやファッションを超えた嗜好品としてのラグジュアリー製品をいかに生み出し、そのイメージを管理していくか、ビジネスをいかに運営していくのか、ルイヴィトン、シャネル、エルメスやディオールなどフランスが誇る歴史あるメゾン^{注12)}の協力のもと研究や教育を進めていくのである。私が興味を持ったのは、高い技術を誇る日本のテキスタイルやアパレル製品は、日常的な消費材としてではなく、嗜好品としてのラグジュアリー的な捉え方のもと製品開発やブランド運営を行う必要があると思ったからである。フランスのラグジュアリーブランドが、自社の高い技術や伝統ある歴史をどのように捉え、また、刷新しているのか、そのようなことを学ぶことは、閉塞した日本のファッション産業を

捉えなおし、再構築する上で有益な考えであると思った。

4) まとめ

今回の報告のまとめとして、ここでは、本学のファッションデザイン学科が進むべき道について考えてみたい。訪問したそれぞれの学校は特徴的な教育を行っており、取り入れるべき点は多々あるが、ここでは本学の長を踏まえて取り入れるべき方針を三つに分類し明示したい。

4-1 ファッションデザインとテキスタイルデザイン分野を融合する利点

当初の訪問理由であった共同プロジェクトでも目指しているところであるが、本学もファッションデザイン学科内にテキスタイルデザインコースを設置していること、また西脇というテキスタイルの産地を近郊に持っていることから、ノッティンガムトレント大学と同様、ファッションデザインの基盤として、テキスタイルデザインとの融合を積極的に取り組むべきと考える。特に、産地との産学連携を円滑に推進していくためにも、学生に対し、素材から最終製品まで踏まえた一貫したデザイン教育を行い、地場産業発展に寄与できる人材の育成をめざしていく必要がある。現在の大学に求められる地域社会への貢献という面からも、また、大学では教えることが困難なマーケットを意識したモノづくりを行っていく上でも、産地と大学の双方にメリットがある授業を行える体制を作っていくには、現状のようにファッションデザイン教育とテキスタイルデザイン教育が孤立してはならないのである。

4-2 産業との取り組みについて

産業との取り組みという点では、インスティテュートフランセイズドゥラモードの例が参考になるであろう。本学は残念ながら、同校のように日本のファッション産業の中心たる東京にはないが、研究機関としての側面を持つ大学という立場を積極的に利用していく必要がある。授業での共同の取り組みだけでなく、施設を開放したセミナーや会合、新規製品の共同開発や

トライアルの引き受けなど、教育の枠を超え研究機関としての取り組みを通して強く産業と結びつくことが、ファッションデザインという常に変化を求められるデザインを教育する上で、大学に変化を内包するためにも必要なのである。前述したように同校のラグジュアリーコースの考えを学び、日本のファッション産業に伝えることもそうした結びつきを強固にする一助となると考える。

4-3 ファッションデザイン教育におけるデザインの思考について

ファッション産業の変化に教育が一番追いついていないデザインの思考を中心に据えていくことに関しては、セントラルセントマーティンズカレッジオブアート&デザインの例が参考になるであろう。残念ながら、日本のファッション業界にはクリエイションのみを追い求めたデザインの需要はほとんどなく、本学が育てべき人材としてもふさわしくはない。しかし技術よりも自身のイメージを優先する方法は、何を作るべきかということを出発点におくデザインの思考の獲得にとって最も適した方法である。技術の習得のための授業をサポートの授業として確保することや、産業との取り組みを積極的に行いプロダクティブな面やビジネス的思考を補助した上で、そのような方法を取り入れれば、産業での実務に耐えられるだけでなく、より産業の発展に寄与できる人材を育成できると考える。

注

- 1) 制作をする授業は、日本のようなコマ割りでなく、設定されたテーマのもと、その制作期間中、先生との個別面談を受けながら自主的に作業を進めていく。
- 2) 高級な嗜好品を扱うブランドのこと。
- 3) 日常着を扱うブランドのこと。
- 4) 衣服の設計図である型紙づくりのこと。
- 5) 人間の上半身を、単純化し平面にした衣服設計の基本となる型紙。
- 6) 人体の立体に合わせて、半身で前後それぞれ2面ずつ、計4面で切り替えたワンピース型で、人体にフィットした衣服を制作するときの基本となる型紙。
- 7) 衣服を様々な形に展開する時に、基として使う基本的な形の型紙。
- 8) 衣服設計の試作づくりに使う安価な平織りの綿製の

布。

9) 多領域にわたる文化全般を横断的に分析、研究する学問。政治や哲学などからサブカルチャーまで幅広く扱う。

10) ファッションにおけるクリエイティブディレクターは、ブランド全体のイメージをコントロールする立場であり、単に衣服のデザインをするのではなく、広告などのイメージ戦略や店舗デザインやパッケージなどの監修まで幅広く監督する。

11) 高級な仕立服のこと。高級な既製服はプレタポルテと呼ばれる。

12) 高級品を扱う会社やブランドへの敬意を込めた呼び方。