

開かれたアート、開かれたデパート：
アートとデパートの結びつきに関する一考察

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2019-02-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 川野, 佐江子, 中村, 圭美 メールアドレス: 所属:
URL	https://osaka-shoin.repo.nii.ac.jp/records/4354

開かれたアート、開かれたデパート —アートとデパートの結びつきに関する一考察—

学芸学部 化粧ファッション学科 川野 佐江子
神戸ファッション美術館 中村 圭美

要旨：カウンターカルチャーのようなアートと高級デパートは、相反する領域にあるもの同士として考えられるかもしれないが、実はそうではない。そのことを考察していくために、まずニューヨークの高級デパートのあり方や歴史について見ていく。次に、カウンターカルチャーが発生する前夜の時代状況と発生のあるり方について、さらに、カウンターカルチャーと親和性のあるアーティストとして草間彌生のアートについて考察する。最後に、デパートの本来のあり方は何かということについて考えるために、最初のデパートができた時代にさかのぼって考察する。

キーワード：アート、デパート、ニューヨーク、カウンターカルチャー、草間彌生

1 はじめに

2017年、東京・銀座に開業したギンザシックスは、高級ブランドばかりを集めた豪華な商業施設ということで話題になったが、建築家・谷口吉生によるデザインの、内部の空間を贅沢に使った建物自体も、この商業施設の大きな売りであろう。その中央に位置している、特徴的な大きな吹き抜け空間、そこに設置されたのが、前衛芸術家・草間彌生による巨大インスタレーション《南瓜》であった。シャンデリアのように吊り下げられた3種類14個の白地に赤い水玉の巨大カボチャは、この豪華な商業施設の「顔」といってもよいような存在感を持っていた。

ギンザシックスは、その業務形態から、「脱百貨店」を標榜しているという¹。しかし、銀座松坂屋の跡地の、海外の高級ブランドを多数配置した商業施設は、利用者から見れば百貨店以外の何ものでもない。そして、それぞれが各ブランドの「旗艦店」という形が取られており、仮にデパートが高級志向を旨とするものであるとするならば²、ギンザシックスは「脱百貨店」と同時に「百貨店の中の百貨店」を目指すものであるとも言えるかもしれない。そして、その「百貨店の中の百貨店」への「顔」として、草間の作品があった。

日本の一等地である銀座は、デパートの激戦区であり、ギンザシックスのような豪華な商業施設がいくつ存在している。東京では他に新宿、関西ならば難波などを、そのような場所として挙げることができるだ

ろう。では他の国ではどうか。世界の首都とも言えるニューヨークには、さらに豪華なデパートが、多数存在している。バーグドルフ・グッドマン、サックス、バーニーズ、ヘンリ・ベンデルなど、あまり考えなくてもサッといくつも頭に浮かんで来るだろう。

これらニューヨークの高級デパートにギンザシックスが飾ったような草間作品が設置されたことがあるかどうかは未確認である。しかしたとえば、2012年に発表されたルイ・ヴィトンと草間とのコラボレーション商品は、ルイ・ヴィトンの路面店だけでなくデパートの各店のウィンドウを飾ったに違いないし、草間作品は、そのときのフィフスアベニューのルイ・ヴィトンのブティックで大々的な水玉デコレーションが行なわれたことからわかるように、高級ブティックや高級デパートと相性がよいとアメリカにおいても考えられているといえるだろう。

草間作品がニューヨークのデパートで販売されたのは、最近のことだけではない。ニューヨークに居を構えていた1960年代の草間は、絵画や彫刻のみならず、映像やパフォーマンスと呼ばれるパフォーマンスなども行ない、幅広く活動していた。さらに、ファッションの分野でも才能を発揮してクサマ・ドレスやテキスタイルなども手掛けるようになり、ブティックを開店し、そしてニューヨークのデパートでも販売された。

しかしこのことは、相反するもの同士の邂逅、といえるような現象だったかもしれない。60年代当時の草間はベトナム反戦運動のような反体制運動に関わっ

たり、カウンターカルチャーの一つと見られるような要素があったりした。そもそも当時のニューヨークのアートシーンは、従来のアートの権威に対する抵抗という部分が確実にあった。そのようなニューヨークのアートシーンの女王のドレスを、ニューヨークの高級デパートが売っていたのである。

60年代ニューヨークにおけるこのようなカウンターカルチャーと高級デパートの出会いは、なぜ生じたのだろうか。どのようなことを意味しているのだろうか。草間の作品世界だけが、デパートのイメージと親和性があったのだろうか。それともカウンターカルチャー全般をも包摂していこうというような意志がデパートにあったのだろうか。

こういったことを考察するのが、本稿の目的である。そのためにもまず、ニューヨークの高級デパートとはどのような場であるのか、とすることについて考え、ニューヨークのデパートの歴史も簡単に見ていく。それから、1960年代とはどのような時代であったのか、ということについて、カウンターカルチャーに関する状況を軸に、その前後の歴史も含めて、手短かにではあるが見ていき、考察していく。そして、デパートとはどのようなものであったのか。それは現在とどのように繋がっているのか、あるいは断絶しているのか、ということを考えていく。

2 バーグドルフに遺灰を撒いて

「バーグドルフ7階のフロアでの話よ。フランス人女性たちの会話が聞こえたわ。休暇を利用してバーグドルフに来ていたの。買い物は少ないけど、興奮して、“私が死んだら遺灰を撒いてね。バーグドルフの7階フロアに撒いて。”と彼女たちが話していたの。私はこう思ったわ。しゃれた考えね、いいアイデアだわ」。女優のスーザン・ルッチはこう語った。ニューヨークのデパート、バーグドルフ・グッドマンに焦点を当てたドキュメンタリー映画『バーグドルフに遺灰を撒いて』³におけるインタビューの中の言葉である。誰もが憧れるニューヨークの超高級デパートバーグドルフ・グッドマン。デザイナーのヴェラ・ウォンも、次のように語っている。「(遺灰を撒くのに) 最高の場所だわ。魅力、美しさ、ときめき、贅沢。すべてが揃っている」。

映画『バーグドルフに遺灰を撒いて』は、バーグドルフ・グッドマンに出店しているハイファッションのデザイナーたち、デパートで働いている人々、メトロポリタン美術館の衣装部門チーフキュレーター、ファ

ッション関係のエディター、建築家、有名人顧客など、このデパートに関係している多くの人々へのインタビューによって構成され、このニューヨークで最高の超高級デパートが、「誰もが見る夢なのよ。『ティファニーで朝食を』とバーグドルフ・グッドマン。この二つは。」(デザイナー、ダイアン・フォン・ファステンバーグの、映画の中での言葉) という存在であることを示しているドキュメンタリーである。

数多くの、おそらく長時間のインタビューは、分かりやすく短めに切り刻まれ、それらが次から次へと、言葉と映像が押し寄せてくるように繋げられ、バーグドルフの高級感や素晴らしさが畳み掛けるように見る者に迫ってくる。クリスチャン・ルブタンは「バーグドルフ・グッドマンは高級感あふれる本物志向のデパートだ」と述べ、マーク・ジェイコブスは「バーグドルフに自分の服が並ぶのが見たかった」と語る。彼ら高級ブランドのデザイナーにとっても憧れるこのデパートは当然、売上額もすごい。ある売り場店員が、「今日の私の売り上げは6万ドルよ」とさりと語り、外商担当者は、かつてオノヨーコから毛皮のコート70着の注文を受けた思い出話をしていった。エステイローダーの社長は、「バーグドルフの顧客のイメージは、セレブで庶民には理解し難い高い商品に大金を出すんだ」と述べている。

では、バーグドルフ・グッドマンは限られた人のための閉鎖的な空間なのか、といえ、そうではない。映画プロデューサーのジーン・ドゥーマニアンは次のように語っている。「女の子は大学へ行き弁護士か正社員になれば、憧れていた靴が買えるでしょ。みんな出世したいの。高級デパートは人に夢を与え、もっと上に行きたいと思わせるために必要な存在なのよ。アメリカン・ドリーム象徴。夢を叶えたい人は行くべきだわ」。いいものがほしい。いいものを身につけたい。そのためにがんばろう、という人に、高級デパート、バーグドルフ・グッドマンは、開かれている。

バーグドルフが開かれていることの象徴が、ウィンドウのあり方ではなかろうか。「私がニューヨークに渡った70年代からもうすでに凝ったウィンドウだったよ。初めて見たときは“何だ、あれは!?”って大騒ぎした。とても大事なことだ」。ジョルジオ・アルマーニは語っている。通りに面した、ショー・ウィンドウのディスプレイ。ウィンドウ=窓は、内と外とを隔てて分けるものではあるが、内から外へ開かれたものでもある。そしてバーグドルフのウィンドウのディスプレイは、もはやマンハッタン観光名所とすら言え

るものとなっているほど、開かれている。カメラは、このディスプレイをつくる中心人物、デザイナーのデヴィッド・ホーイの仕事にも迫っている。ホリデーシーズンの到来を告げるウィンドウは1年の中でも最重要の見せ場である。その日に向けて他のアーティスト達と協力しながら、インスタレーションといってもよいようなディスプレイに仕上げていくプロセスを追ったカメラは、バーグドルフにふさわしい高いプロ意識と洗練されたアートセンスを映し出している。そして、ウィンドウに示された高級なインスタレーションに、街ゆく人がみな目を奪われ足を止め、記念写真を撮っていくのである。

ウィンドウは欲望に対しても開かれている。ウィンドウを見て、欲望が喚起される。喚起されるその欲望が、その人がよりよい方向へとすすむ力ともなりうる。デザイナーのマイケル・コースは「客は経営者の鏡だ。バーグドルフの客は世界で一番センスがいい。」と述べる。ニューヨークの超高級デパート、バーグドルフ・グッドマンは、いい商品をいいと思えるセンスの持ち主が、いい商品を身に纏いたいとがんばろうとする人ならば、その人に対して、いつでも開かれている。ウィンドウ・ディスプレイがいつでも見ることができるのと同じように。

3 ニューヨークのデパート

「メイシーズに遺灰を撒いて」とは思わないし、「ブルーミングデイルに遺灰を撒いて」とも思わない。バーグドルフしか頭にないわ。映画『バーグドルフに遺灰を撒いて』で漫画家のヴィクトリア・ロバーツはこう述べている。バーグドルフが高級デパートの中でも特別な存在ではあろうが、メイシーズやブルーミングデイルも、バーグドルフと比肩しうる存在ではあることが分かる言葉である。ニューヨークにはこのようにバーグドルフのライバルであるような高級デパートがいくつも存在し、もちろんそれぞれに歴史がある。

バーグドルフ・グッドマンが創業したのは公式では1901年のこととなっている⁴。前身は、「バーグドルフ・エ・ヴォイド」という、婦人服と毛皮の専門店、ユニオンスクエアに1894年に開業している。「バーグドルフ・エ・ヴォイド」の見習い職人だったE・グッドマンが株を買ひ、「バーグドルフ・グッドマン」に店名を改めたのが、1901年。1906年に、バーグドルフがグッドマンに残りの株を売り払ったが、グッドマンは店名を変えずに、店の場所を西32丁目に移転

した。1914年には五番街に移転。既製服を初めて売り出したのも、五番街に移ってからであった。1935年には、57～58丁目にある1ブロックを占有する大きな建物を購入し移転。現在までその地のその建物でバーグドルフ・グッドマンは営業している。

メイシーズは、ローランド・ハッシー・メイシーが1858年に創業した。当初は小規模な乾物屋であったのだが、1877年までに、隣接する11の建物の地上空間を占める本格的なデパートとなった。1902年にヘラルドスクエアに出店し、1924年には100万平方フィート以上の小売スペースを持つ、当時の「世界最大の店」となった⁵。

ブルーミングデイルは、1860年代にブルーミングデイル兄弟がフープ・スカートの販売を始めたのが起源である。1800年代後半の小売店というものは、一つのお店で種類の衣服の取り扱い、というのが一般的だったのだが、1872年にブルーミングデイル兄弟がイースト・サイド・バザールで取り扱ったのは、バラエティに富んだヨーロッパ風のファッションの数々であった。これがアメリカにおけるデパートへと成っていくのである。1886年には、現在のブルーミングデイル・デパートの地に移転。1920年代まで順調にその地で店舗を拡大し、一つのブロックをブルーミングデイルが全て占有するまでに至った⁶。

『バーグドルフに遺灰を撒いて』では、バーグドルフを支えてきた「黒子」たちにも光を当てている。たとえば前述のウィンドウ・ディスプレイの担当デザイナーもその「黒子」の一人だが、ファッションアイテムを買い付けるバイイング部門の責任者であるファッションディレクターのリンダ・ファーゴも、映画の重要な登場人物の一人であった。彼女のお眼鏡にかなって製品がバーグドルフの売場に並ぶということは、モード界で実力が認められたということと同義である。だから若手デザイナーのみならず全てのデザイナーたちは彼女とのやりとりの重要性を強く認識していることをみな述べていた。しかしもちろん、他のデパートのファッションディレクターからも、デザイナーたちは声を掛けられている場合は多々ある。その中でも、この映画の中で頻繁に聞かれた名が「サックス」である。サックスすなわちサックス・フィフス・アベニューは、アンドリュウ・サックスが1800年代後半に創業した。1900年代初頭にヘラルドスクエアで小売店を開業し、1924年に現在の本店がある五番街に移転した。

日本に支店を設けているニューヨークの老舗高級デ

パートに、バーニーズ・ニューヨークがある。1923年、マンハッタンの7番街17丁目にバーニー・プレスマンによって創業された。彼のリーダーシップの下で、店は小さな門構えの店から規模・品揃えの面で大きく発展していった。彼は1960年代以降まで活躍し、1960年代後半からはバーニーの息子が中心となり高級志向となって、世界でも有数のスペシャリティストアへと転換していった。ジョルジオ・アルマーニをアメリカに初めて紹介したのはバーニーズである⁷。

ここで挙げたデパートは、さまざまな意味で強い創業者が、小さな店から発展させていった、ということが共通している。そして、バーニーズ以外は、みな1900年前後に大きく転換そして前身し、1920年頃には高級店としての地位を確立していることでも共通している。その後、大恐慌や第二次大戦を乗り越え、むしろそういった出来事をステップ台にさえして、現在まで続く大きな繁栄があることも共通しているだろう。そして、保守的で安定的な1950年代を過ごした。こういった歴史を、ニューヨークの高級デパートは持っている。

4 繁栄の50年代

1950年代のアメリカは、経済的には非常に繁栄した時代として語るができるだろう。アメリカ合衆国が生産するすべての製品・サービスの価値を測定する国民総生産（GNP）は、1940年にはおよそ2000億ドルであったものが、1950年にはおよそ3000億ドルにまでなっていた。それがさらに1960年には5000億ドル以上へと飛躍的に成長した⁸。驚異的な経済成長を遂げ、世界で最も豊かな国としての地位を固めたアメリカのこういった状況は、高級デパートの成長を大きく手助けした。

自動車の登録台数が飛躍的に増加していたことが、このような経済成長を促進させたし、そのような成長を証明もしている。1950年は約4,000万台であった。国民4人に1台という割合である。それが1960年には約6,100万台。国民の3人に1台にまで増加した⁹。この自動車の増加に合わせるように、高速道路網が州を跨いで国中に張り巡らされた。

自動車で移動できる郊外には、ウィリアム・J・レビットのような住宅開発業者が、大量生産技術を使ってコストを削減し、どれも似たようなプレハブ住宅を大量に販売した。高級とは言い難かったが、多くの人々が自分の家を持つという「アメリカン・ドリーム」を実現できるようになり、自らを中流階級と考え

る人たちが増加していった。

郊外が発展するとそこには、さまざまな店舗の入った大規模なショッピング・センターが建てられた。第2次大戦末にはわずか8カ所であったがショッピング・センターが、1960年には3840カ所に増えていた。テレビもこの時代に大幅に普及した。1930年代には既に開発されていたテレビであるが、広く販売されるようになったのは第2次大戦の後からである。1946年にはテレビ普及台数は全米で1万7000台未満に過ぎなかった。それが1960年までには、全米の家庭の4分の3が少なくとも1台のテレビを所有するようになった¹⁰。テレビで頻繁に流される商品の購買欲を刺戟するコマーシャルは、消費と生産を加速させた。

こういった状況の中で、中流階級を「もっと上へ」と思わせる高級デパートの存在は、時代にもマッチしていたといえるだろう。

この繁栄の時代、若者は何を考えどのように過ごしていたのか。

映画『エデンの東¹¹』が公開されたのは、1950年代の真ん中、1955年3月のことであった。アメリカ文学の巨人、ジョン・スタインベックによる原作を、名匠、エリア・カザンが監督したこの作品は、何よりも主演のジェームス・ディーンが存在を世に知らしめたことで知られているだろう。

正しさや清らかさを息子たちに求める保守的な父親。ジェームス・ディーン演じる次男キヤルは、そのような父親から愛されていないという思いを常に抱いている。しかしもちろん父親から愛されたい。だが何をやっても認めてもらえない。親に理解されないキヤルの抱いていた憂鬱を、自分の存在を丸ごと賭けたように演じたジェームス・ディーンが存在は、親の世代の保守的で安定した繁栄の中に、時代の綻びを感じはじめていた当時の若者の心情の、表徴だったといえるのではなかろうか。

5 カウンターカルチャー

1960年代アメリカの最大の出来事の一つとして、ジョン・F・ケネディの大統領就任を挙げることに異論がある人はいないだろう。1961年、第35代アメリカ合衆国大統領に就任。43歳で史上最年少の大統領となった彼は、長くない在任期間であったにもかかわらず、その若さにふさわしいエネルギーなふるまいで、いくつもの印象的な出来事をたくさんの人々に記憶させた。特に雄弁さは際立ち、彼の大統領就任演

説における一節は、21世紀の現在でも知らない人はいないと言ってよいくらいであろう。「国が諸君のために何が出来るかを問うのではなく、諸君が国のために何が出来るかを問うてほしい」。このあとに彼は次のようにも述べている。「世界の友人たちよ。アメリカが諸君のために何を為すかを問うのではなく、人類の自由のためにともに何が出来るかを問うてほしい¹²⁾」。

このケネディの言葉にまるで触発されたかのように、1960年代は世界中の人々が、さまざまな問題を浮かび上がらせ、さまざまな問いを突きつけ、さまざまな異議申し立てを行なった。その中でもやはりアメリカにおけるさまざまな動きは、他の動きを触発し、また他の動きに触発され、大きなうねりを生んだ。

そのような動きとしてたとえば、アフリカ系アメリカ人の、自由そして平等を求める闘争は、1960年代半ばにピークに達した。マルコムX、ストークリー・カーマイケル、マーティン・ルーサー・キング・ジュニアといった人たちが活躍したのはこの60年代であった。公民権運動に触発されて、労働市場に参入する数は増えても賃金が男性に比べて低く抑えられている女性たちや、家事労働の価値が低く見られていることに不満を持つ女性たち、そして、自分の身体は自分のものだと主張する女性たち、彼女たちによる女性解放運動が高まりを見せた。世界各地の植民地における解放闘争はベトナムの地にも影響を及ぼし、アメリカがそこに介入することとなったが泥沼化して、アメリカ国内でベトナム戦争に対する反戦運動が激化したのも1960年代のことだった。レイチェル・カーソンの『沈黙の春』が先兵を切った環境保護運動は、1960年代の社会運動の中でも最も具体的な成果をあげたといえるものになっていった。

これらの運動の中心にいたのは若者であった。これらの運動は、自分たちの親の世代が築いてきた、保守的な、支配的な体制、それに対抗する、問いかけであり異議申し立てであった。史上最も若い年齢で大統領に就任したケネディは「松明は新しい世代のアメリカ人に引き継がれた」と宣言したが、その言葉通り、1960年代は若者のエネルギーが爆発してそれまでの体制の中でメインだったものに対抗していった時代であった。

そして、1960年代の主にアメリカにおいてそういった運動を展開していった若者たちを中心とした文化の総称が、カウンターカルチャーと呼ばれるものである。

中心となった担い手がそのような若者であるから、カウンターカルチャーは、それまでメインである文化、旧来の保守的でブルジョワ的な文化、既存のハイ・カルチャーへの、対抗、異議申し立て、すなわち「カウンター」の、文化であった。テリー・アンダーソンは、戦後アメリカの支配的な政治体制、そして前の世代の「冷戦文化」への対抗としてカウンターカルチャーは発展した、と指摘している¹³⁾。ベトナム戦争の拡大、人種問題、女性の不平等の問題などは、当時の若者たちの親の世代の支配的な文化の中から生まれてきた。そういった事柄、事件、有り様に対して、疑問符を突きつけ、異議申し立てを行なった若者たちが、カウンターカルチャーを牽引していったのであった。

6 草間彌生の精神

1960年代に異議申し立てを行なった若者の中に、当時の草間彌生を加えてもよいだろう。

草間彌生は、1929年長野県松本市に生まれた。生家は種苗業を営む旧家で、経済的には裕福な家庭であったが、婿養子に入っていた父と母の関係は仲睦まじいと言えるものではなく、家庭的には幸せに恵まれた幼少期とは言い難い環境であった。小さい頃から絵を描くのが好きな草間だったが、幼少期から物体のまわりにオーラが見えたり、植物や動物たちが話す声が聞こえたりといった幻視、幻覚を体験しており、精神的な不安をぬぐい去るために絵を描いて心を落ち着けるといったことも多々あった。長野県松本高等女学校（現在の長野県蟻ヶ崎高等学校）在学時に、美術教師で画家の日々野霞徑に日本画を学び、1945年には全信州美術展覧会において《稔り》が入選した。しかし、草間の母は、当時の良家の子女のほとんどがそうであったように嫁ぐことを期待し、画家として生きていくことには反対であった。しかし草間は絵を描くことをやめなかった。京都市立美術工芸学校（現在の銅駝美術工芸高等学校）の4年最終課程に編入、その後卒業し、以降も勢力的に創作活動を行った。この若さで、女性で、しかも地方で、という何重もある困難をもとせず、1952年に松本市第1公民館において初の個展を開催し、1954年には東京での初個展「草間彌生作品展」を白木屋で開く。この頃から日本ではなく、海外へでて画家として生きていくことを考え始め、1957年に、アメリカのシアトルのゾーイ・ドゥザンヌ画廊での個展開催が決まり単身渡米。1958年には、ニューヨークへ拠点を移し、1959年にニュー

ヨークでの初個展「草間彌生」をプラタ画廊にて開く。1960年代に入ってから、アメリカだけではなくヨーロッパでも作品を発表し始め、絵画作品だけではなく、布に詰めものをしたソフトスカルプチュア作品、鏡や電気をういたキネティックアート、パフォーマンス、映画制作、ドレスなども制作し、幅広い創作活動を展開した。

草間の創作活動の根本には、現実の認識、現在への問いかけ、そして異議申し立てがある。幼いときには、幻覚や幻聴に襲われる恐怖という、当時の草間にとっての現実を、認識し乗り越えようと、必死に絵を描いた。草間は次のように書いている。「苦しみや不安や恐れと日々闘っている私にとって、芸術をつくり続けることだけが私をその病から回復させる手段だった¹⁴」。そして当時の自己をめぐる環境を、乗り越えていこう、突破していこう、と自己の存在の仕方を常に模索していた。その結果の渡米であった。「芸術への道を発展させ、より大きく開花させるためには、この日本においては絶対にダメだったのだ。ここには、両親があり、家があり、土地があり、しがらみがあり、因習があり偏見があった。(・・・)私の芸術にとって、この国はあまりにも小さく、卑しく、封建的で、女性への軽蔑に満ちていた。私の芸術には、もっと限りなく自由で、限りなく広大な世界を必要としていた¹⁵」。

「限りなく自由で、限りなく広大な世界」としてのニューヨークで草間は、創作活動に没頭した。没頭したといってもその作品は、内側へ籠るようなものではなく、外へ外へと「開かれた」ものだった。開かれてどんどん「増殖」していくものであった。

渡米して数年は絵画の創作に没頭していた。その絵画作品も変化していく。渡米前は小さな水彩画のモチーフだった水玉が、大型の油絵にも描かれるようになった。小さな水玉を、自分よりも遥かに大きいキャンバスに、来る日も来る日もいくつもいくつも描き続けた。水玉がどんどん「増殖」していったのだ。その結果、ニューヨークのアートシーンで大成功を収めるに至った。

その後も草間の作品世界は「増殖」していく。絵画作品だけでなく、彫刻作品、立体作品も創作するようになった。たとえば男性性器を思わせる突起状のものが密集するように覆いつくされた家具を創作したが、それは、父権社会の中で生まれてしまった性への恐怖を克服するための「オブセッション・アート」であり、男性社会への異議申し立てであった。また、イン

スタレーションも頻繁に制作するようになった。作品が、パブリックアートの色濃くなり、より外へと広がっていった。

1960年代後半になると、草間のアートの場がさらに外へと広がる。従来の美術館やギャラリーを飛び出して、現実社会と直接ぶつかりあう「ハプニング」といわれるパフォーマンスを行なうようになったのだ。

「ハプニング」とは、路上に繰り出した草間が率いる数人の若い男女が、突如、服を脱ぎ裸になって踊り、草間が彼ら彼女らの肉体にペイントする、そのような肉体による瞬間の芸術である。男女共にもっている肉体の素晴らしさ、その肉体がベトナム戦争によって傷つけられることの愚かしさ、そのような愚かしい戦争を押し進める体制への批判。こういったメッセージを瞬間的に強烈に発する高度な芸術が「ハプニング」であった。

このような「ハプニング」をより多くの人々にアピールするために草間は、多くの人々が集まる場所で行ない、そしてマスコミの手段を重要視した。より外へと「開いて」いったのだ。

外へ外へと「開いて」いくことで、自己の作品世界を広げていき「増殖」してきた草間の作品世界の、1960年代後半にたどり着いた、一つの到達点といえるものであった。そしてこの「ハプニング」に込められた、ベトナム戦争反対や男性優位社会への批判は、草間が育ってきた文化の支配的なあり方の中から出てきた、その支配的な文化への異議申し立てであった。政治的社会的なメッセージを、より広めるために、メディアを巻き込み、市民を巻き込んだパフォーマンス。ここに至って草間のアートの精神は、同時代の「カウンターカルチャー」のあり方と重なりあうものとなったといえるだろう。

7 開かれたデパート

そして、デパートも本来、「開かれている」ものである。

世界で最初のデパートは、1852年にパリで開店した「ボンマルシェ」だといわれる。しかしその最初のデパートに先んずること73年。1779年に、パリにパサージュと呼ばれる大規模商業建築物がつくられた。店名は「パサージュ・デ・プッチ・ペール」。以後19世紀を通じて40以上のパサージュが出現した。一見、日本にあるようなアーケード街のような、商業区画であるパサージュは、デパートが一般的になる前の大規模商業施設であった。

パサージュとデパートを比較すると、デパートが「開かれた」ものであることがわかる。「パサージュがそれ自体閉じられたシステムであるのに対して、デパートは開かれていることによって発展したシステム¹⁶」であることを指摘しているのは、北山晴一である。北山は、「道」をどのように考えるか、「道」をどのように採り入れるか、ということの違いに、パサージュとデパートとの違いが端的にあらわれている、と述べている。

パサージュは、さまざまな危険に満ちたものである。「道」の両端に柵を設けて、内部を安全化する、という考えのもとにつくられている。パサージュにおける「道」は、外部からの隔離であり、そのように外部を排除する「閉じた」システムがパサージュである。

一方、デパートは「室内空間を「道」化すること」によって成り立っている。「道」の延長としての空間がデパートであるようなあり方。「道」を室内の奥にまで通す、あるいは、建築内部に「道」を再現する、そのようなものの拡張としての「都市」までをも再現しようとする、そうして外部を取り入れる。そのように外部に対して「開かれた」システムを目指すものがデパートである。

このような、「閉じた」システムとしてのパサージュと、「開いた」システムとしてのデパートの、両者のあり方の違いは、両者のさまざまなところに現れ出ている。たとえば、パサージュに店を構える商人たちの商法は旧態依然たるものであり、一度店に入った客が何も買わずに店を出るということはほとんど不可能な雰囲気のパサージュにはあった。新しいものを取り入れようとしないう「閉じた」あり方がここにあらわれている。これに対しデパートは、都市を再現しようとするあり方を意図するものである。都市とは自由な空間である。さまざまな人が自由に散策する。だから商品をまったく買う気がなくても自由に気楽にそこを訪れることができる。それは結果的に潜在的な消費者を生むこととなり、将来の売り上げへと繋がっていく。このように「開かれた」デパートは、さまざまなものを取り込むことによって、さらに大きくなる要素を常につくり出していく。そのような「開かれた」あり方が、デパートが成立したときからの本来のあり方であったのだ。

全く買う気のない人も自由に気楽に近づけるような、そしてそのような人を将来の消費者にしていくようなあり方は、現在ではたとえばバーグドルフのウィンドウ・ディスプレイに、見ることができるだろう。

これを見ると、「開かれた」デパートの精神は、現在も健在であるといえる。

そしてそのように「開かれた」デパートは、同じように「開かれた」アートの世界を展開する芸術家・草間彌生と、親和性がある、と言うと言い過ぎであろうか。いや、決して言い過ぎではない。そのことを、ギンザシックスに飾られたときの草間のバルーンの素晴らしさが、あらわしているのである。

注

- 1 <https://www.fashionsnap.com/article/2016-11-02/ginza-six-future/> 2018/9/25参照
- 2 デパートの高級志向については、木綿良行、「わが国の百貨店の歴史的経緯とその評価」などを参照 <http://www.seijo.ac.jp/pdf/faeco/kenkyu/162/162-kiwata.pdf> 2018/9/25参照
- 3 2013年、アメリカ、監督：マシュー・ミレー。原題は“Scatter My Ashes at Bergdorf’s”であり、それを訳すと「バーグドルフに遺灰を撒いて」となる。日本公開時の邦語タイトルは『ニューヨーク・バーグドルフ 魔法のデパート』であった。
- 4 https://www.bergdorfgoodman.com/The-Store-Bergdorf-Goodman/About-BG/cat140026_catstore_cat000000/c.cat?navpath=cat000000_catstore_cat140026 2018/9/25参照
- 5 <http://www.macysinc.com/about-us/macysinc-history/overview/default.aspx> 2018/9/25参照
- 6 <https://www.bloomingdales.com/b/about-us/history/> 2018/9/25参照
- 7 <https://www.barneys.com/about/aboutus> 2018/9/25参照
- 8 <https://americancenterjapan.com/aboutusa/translations/3491/#enlist> 2018/9/25参照
- 9 Matthew J. Bruccoli, Richard Layman, ed., *American Decades 1950-1959*, Gale Research Inc. 1994, 266
- 10 <https://americancenterjapan.com/aboutusa/translations/3491/#enlist> 2018/9/25参照
- 11 1955年、アメリカ、監督：エリア・カザン “East of Eden”
- 12 ジョン・F・ケネディ、黒田和雄訳『ケネディ大統領演説集』、原書房 1963年、p.221
- 13 Terry H. Anderson, *The Movement and the*

Sixties, Oxford University Press 1995

14 草間彌生『無限の網－草間彌生自伝』新潮文庫、
2012年、p.99

15 『無限の網－草間彌生自伝』 p.100

16 北山晴一『おしゃれの社会史』朝日新聞社、1991
年、p.208。デパートとパサージュについては、
『おしゃれの社会史』第四章を参照。

Open Art and Open Department Stores: Consideration about The Relationship between The Art and The Department Stores

Faculty of Liberal Arts, Department of Beauty and Fashion Studies

Saeko KAWANO

Kobe Fashion Museum

Tamami NAKAMURA

Abstract

The art such as the counterculture and the luxury department store may be considered as the things in the contradicting domain, but, in fact, it is not necessarily the case. At first, I consider the state and the history of a luxury department store in New York. Then, I look at the situation of the times of the previous night when the counterculture occurs and how it occurred. Furthermore, Yayoi Kusama is considered as an artist who has an affinity for counterculture. Finally, to consider the original way of the department store, the discussion is retrospective to the time when the first department store opened.

Key word: art, department store, New York, counterculture, Yayoi Kusama