

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]  
**Herausgeber:** Textilverband Schweiz  
**Band:** - (1985)  
**Heft:** 63

**Artikel:** Tokyo fashion : autumn/winter 85/86  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-795124>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 23.08.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**





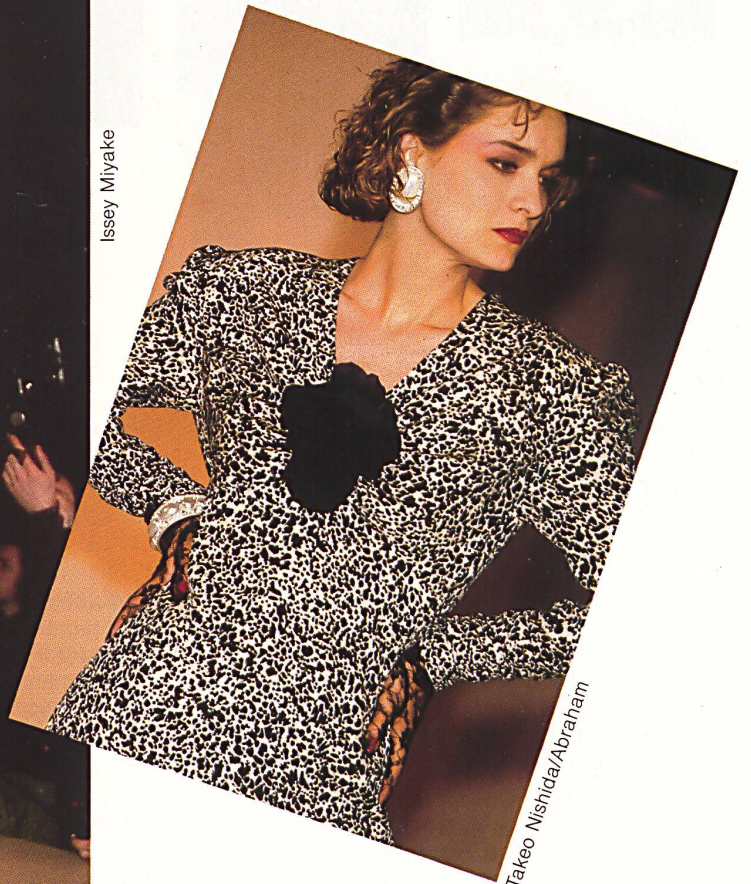
TOKYO FASHION  
AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オータム・ウィンター 85/86

## MELTING CONTRASTS



Issey Miyake



Takeo Nishida/Abraham

## 溶けあう コントラスト

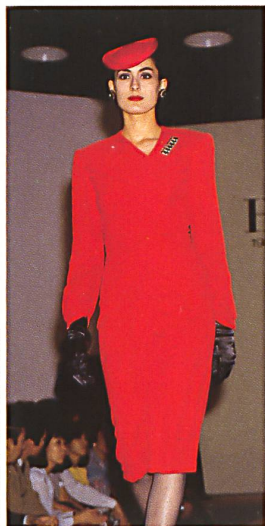




## TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オートム・ウィンター 85/86

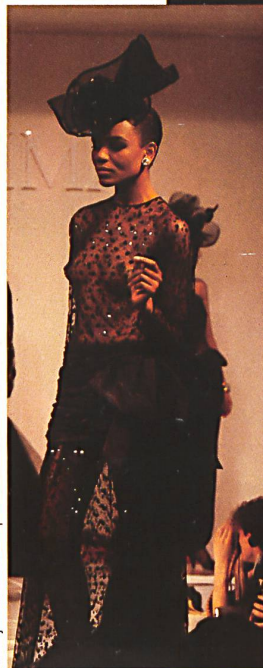
Hanae Mori/Abraham



Comme des Garçons (Rei Kawakubo)



Kimijima/Schlaepfer



Yuki Tori

## BETWEEN ORIENT AND OCCIDENT

In no other country is so much importance attached to the ancient Confucian ideal of perfect styling than in Japan. And the highest ideal of the Japanese is harmony. Already in the seventh century written in 1910 by Professor Kunitake Kume, a government spokesman, "above all else!" This has nothing to do with the disputes, contradictions and tensions to which all of us are susceptible – it refers to the highly developed gifts of reconciliation and concord.

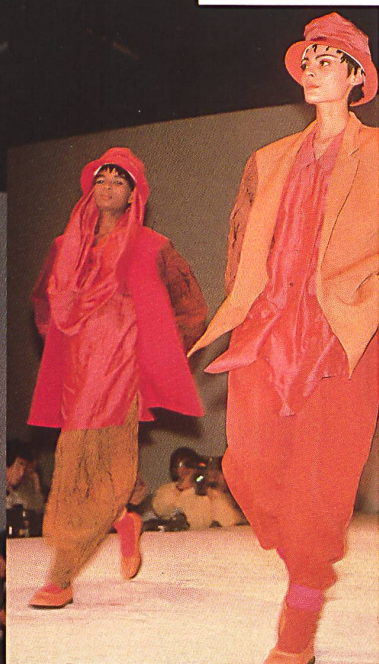
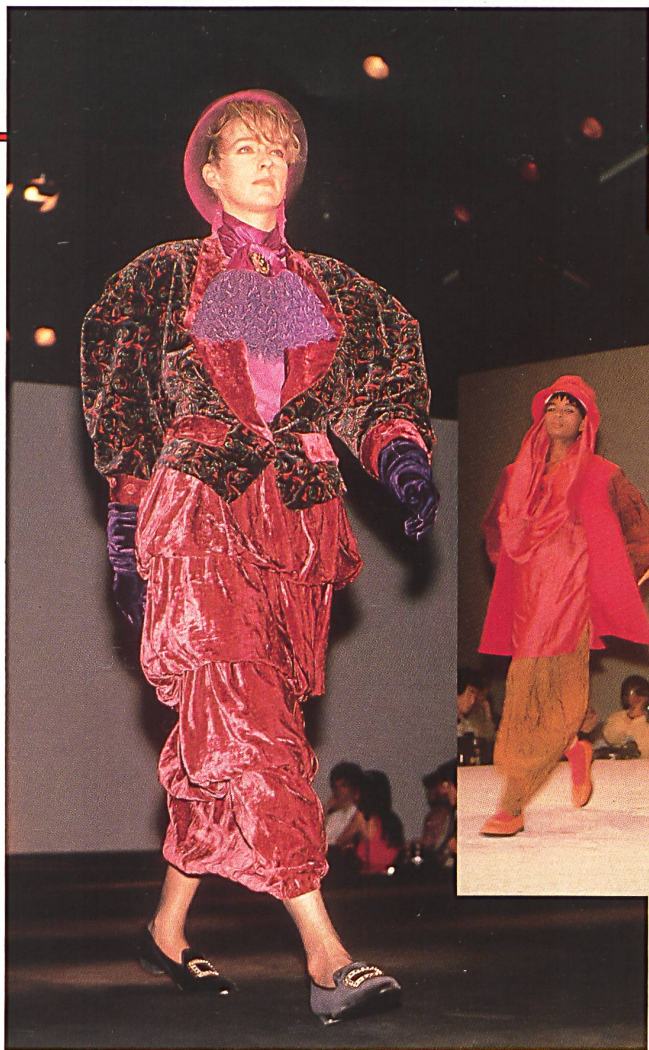
Harmony and perfect styling, albeit materially and not in the Confucian sense of courtesy, are highly significant in the fashion world. Admittedly to reach them a tortuous path has to be trodden in today's world of increasing polarization – not only in fashion. Nevertheless the harmonizing of counterpoints and fusion of contrasts is a new way towards styling employed more and more by haute couture countries in their incessant search for innovations – often with surprisingly interesting results. There is a multifarious interplay between cultural and geographical contrasts and the primeval masculine-feminine polarity. While western fashion houses gain inspiration from traditional oriental elements, designers from the land of the rising sun are stimulated by occidental influences. A world-wide exchange of fashion ideas is in full swing, with the limelight on the alternating East-West fashion interplay.

These Japanese encroachments into Europe have created a considerable stir – which has not gone unnoticed by the press. The ensuing development has already left its mark on three generations of fashion designers in Japan and throughout the world. An opportunity for on-the-spot comparison was provided by the first mutual fashion show for autumn/winter 85/86: the Tokyo ready-made collection, organized on the well-tried lines of Paris and Milan. This was a rendezvous for the establishment, the young celebrities and newcomers. For amongst the 38 fashion houses taking part in the programme were those already long-accustomed to two worlds, such as Issey Miyake, Kansai Yamamoto or Hanae Mori, as well as representatives of the so-called second generation originally connected with the Japanese challenge – such as Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto – who in the meantime have also gained their "dual citizenship" in the fashion world. Moreover a talented new generation has arisen in Tokyo, including ten making their public debut whose initial objective is to enliven the Japanese scene with their allurements.

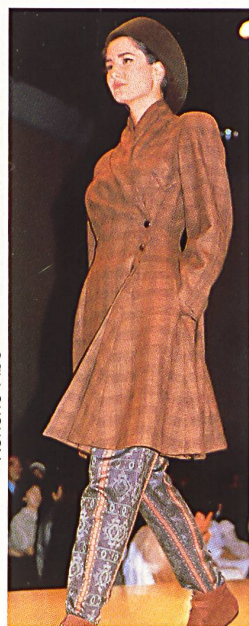
Japanese fashions have clearly been enriched with ideas from traditional European haute couture, in the same way as the Japanese wrapping and draping element still occupies a niche in western fashion – despite trends towards a slimmer silhouette with emphasis on the figure. Indeed the younger generation often remains more faithful to the richly-draped look regarded as typically Japanese than to the renowned internationally established designers, who are more open to the trend towards general femininity and new colour schemes. After all it is they who prefer to work with materials from the traditional European textile centres. Switzerland plays an important role in this scene, as shown in the following report on winter fashions 85/86.



Takeo Ikeda



Kensho Abe



Moga (Yoshie Inaba)



Kensho Abe

## 東の伝統と 西の影響が 緊張する場で

完成された形という孔子の昔の教えに対して、世界のどこにも日本ほど大きな意味をおいている所はない。そして日本人にとって、努力して獲得するのに値するもので「和」以上のものはない。既に七世紀初頭に、日本憲法の根基原則は「和をもって尊しとなす」ととなえている。これは何ら、異論、対立、危機状態という、至る所で人心を動揺させる事柄について述べているのではなく、むしろ、均衡と調和に対する際立った能力について重要な意味を示す。

調和と完成された形、ただしここでは孔子における礼儀作法上の比喩ではなく、具体的な意味合いで、ファッションに対しても大いに意味を持つようになった。現在では、ファッション界だけに限らず、対極化がますます著しくなっている、調和と完成された形に至る道は、当然ながらもつれている。それにもかかわらず、対極するものを調和させたり、コントラストを融合する事は様式上の一つの有効な手段であると認識され、絶えず斬新さを追求している創造的なファッション・リーダーがこれまで以上に応用し、しかもしばしば予期せぬ面白い結果をもたらしている。

男性、女性という大昔からの二元性に加えて、文化的、地理的な点で対照的な緊張の場が、お互いに結び付き、多様な相互作用を及ぼし始めている。即ち、欧米のファッション・デザイナー達は東洋の伝統的要素からインスピレーションを受け、日出ずる国のデザイナー達は日没する国から刺激を受ける。ファッションの世界的な交流は非常に活発であり、相互の影響を通して、ファッションの東西を結ぶ接線は今や注目の的となった。

さて、日本からヨーロッパへ向けてのファッションの進出については、既におびただしく書かれてきた様に、大きな反響を呼んだ。この進出は日本及び世界のファッションにおける発展を促し、やがてその残滓からは、いわゆるデザイナー三世代というものが現れるようになった。このたび初めて共同して催されたショー、秋・冬 85/86 東京プレタポルテ・コレクションは、定評あるパリ及びミラノを模範として開催され、その場で明瞭にこの三世代を比較出来た。このショーでは、名を成した大家や著名な若手、及び新人達の作品が一堂に会した。当日のプログラムには、参加デザイナー38人の中に、三宅一生、山本寛斎、或いは森英恵のような、とこの昔に二つの世界に腰を据えているデザイナー達の名や、そもそも初めて日本の挑戦をもたらし、やがて同様にファッション界の《二重国籍者》となった川久保玲や山本耀司のような、いわゆる二世代の担い手達の名が記されている。そして最後には、東京の才能ある新世代の名前。この中の十人程は公の場にそもそも初めてデビューするという新人で、先ずは日本のファッション界を活気づけ、刺激を与えんとするデザイナー達。

伝統的ヨーロッパ・ファッションの中心地からのアイデアで日本ファッションの内容が豊かになっているのは明らかであり、そしてまさしくその反対に、西欧ファッション界では、ファッションの傾向が今や体型を強調したスリムなシルエットに向かっているにもかかわらず、包み覆い隠すという日本的要素が消えてしまっていない。若手デザイナー達はしばしば、典型的な日本のものと感じられる布地量豊かな重ね・包みルックを、国際ネットワークに既にしっかりと結びついている著名デザイナー達よりもはつきりと維持して居り、逆に、全般的に女らしさを打ち出し、新しいカラー傾向の流れを受け入れ易いのは著名デザイナー達である。そして伝統的ヨーロッパのテキスタイル中心地からのお気に入りの素材で製作するのは、先ず誰よりもこれらの有名デザイナー達。ウィンター・ファッション 85/86を展望した以下に続くレポートが示すものの中で、スイスは重要な役割、地位を占めている。





## TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オートム・ウィンター 85/86

Takeo Nishida/Forster Willi



Jun Ashida/Schlaepfer



Takeo Nishida/Abraham



Jun Ashida/Schlaepfer



## MADE IN SWITZERLAND - MADE-UP IN JAPAN

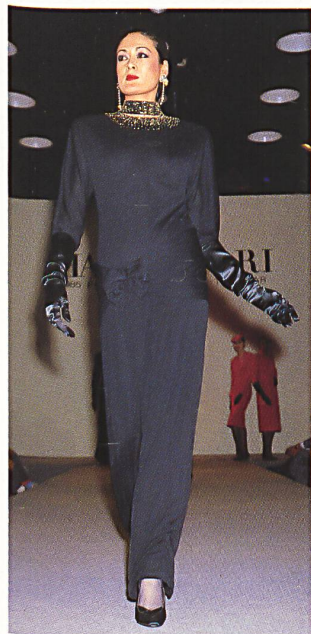
Until a few years ago "Japanese fashion" was unheard of in the western fashion world. But ever since the "Japan shock" in Paris it has been taking constant shape, and is now a meaningful expression. It is defined by a specific combination of silhouette and material. Japan herself only became aware of this fashion trend via Paris, and for the Japanese the definition can only be applied with certain reservations. Indeed it is regarded as ambivalent, or at least as restrictive. For although this characteristic signature is only a facet – it is avant-garde, and its radiance has outshone all other fashion styles in the expanding clothing industry. This is precisely the sore point.

There is no doubt that the Japan Look is making its way to world-wide recognition, and now appears capable of producing genuine

fashion innovations. This is very important to a nation which still suffers a reputation for imitation and whose own creativity has obviously been underrated. The resultant increase in self-confidence reflects upon all the other activities in the fashion branch. However it does not prevent a certain division into two camps – or rather a forking of the roads to fashion. A Japanese designer puts it this way: "There are people who follow the rules of dressmaking, and there are others who have deliberately broken them in a spectacular manner."

As yet fashion has no history in Japan – clothing has always been firmly based on tradition. The enormous step from century-old kimono traditions to the unremitting changes of fashion has taken place in an astonishingly short space of time. It is hardly surprising that the Japanese are still relatively reserved towards this new medium, and that their dressing behaviour newly gained from the western world is mainly conservative. Men rely on the correctness of conventional suiting. Women have no experience yet in self-determined styling and individual self-presentation, and role-changing in fashion is still entirely new to them. Leading personalities are in great demand as suitable examples.

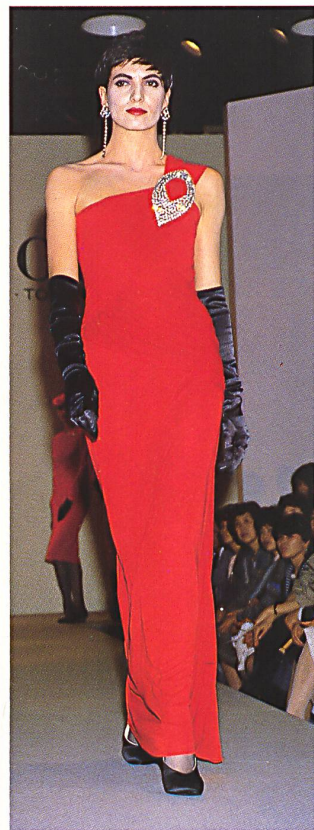




Hanae Mori/Abraham



Kimijima/Abraham



Hanae Mori/Abraham

## メード・イン・スイツァーランド メード アップ・イン・ジャパン

《日本ファッション》、これはわずか数年前には西欧のファッションボキャブラリーにはまったく無かった概念。しかしパリのファッションショーのステージに与えた《ジャパン・ショック》以来、これは最初から精確な輪郭を成し、非常に具体的な一つのスタイルを主張していた。この概念はシルエット及び素材による一種独特な視覚的印象を通して定義され、日本自身パリを通じて回帰のかたちでやっこのファッションの存在に気づく。日本にとってこの定義は条件付でのみ当てはまり、むしろ議論の余地のあるものとしてごく控え目に受け取られている。なぜなら、この特徴ある作風はいわば宝石の、何はともあれアヴァンギャルド的なファセットの一面にすぎず、人を魅了するカリスマ的な力によって、拡大するアパレル市場で自己主張を目論む他のあらゆるファッション表現形態をはるかに凌駕していたためだ。この事実が正に摩擦面を作り出している。

世界中ですぐそれと分かるジャパン・ルックは独自性が開華したのを印し、以前には注目されもしなかった真のファッション革新の能力を示した。これは、天才的模倣者としての評判が付いてまわり、自からの創造性が明らかに不当評価されている国民にとっては、大変重要なことと思われる。ファッション面での自信の強まりはこの分野の他のあらゆる活動にまで及ぶ。しかしそれは、二つの陣営という一種の分裂、良く言えばファッションへ到達する二つの異なった行き方へ分岐せざるを得ない。ある日本人デザイナーはこれについて次の様に簡潔に述べている。即ち「ドレスメイキングの規則を守るデザイナー達がいる一方、人目を引く様な方法でわざとこれを破るデザイナー達もいる」

日本でのファッションの歴史は浅く、衣服は確固たる伝統に基づいていた。何百年も受け継がれて来た着物から変化極まりない流行の衣服へ衣替える事は急激に、驚く程短期間に成し遂げられた。がしかし、日本人がファッションというこの新しい手段をいまだに遠慮がちに扱い、新たに入手した洗練された西欧の衣服の着こなしが大変保守的であるのも別に不思議ではない。男性は正式な型にはまった視覚的印象を大事にし、そして女 113

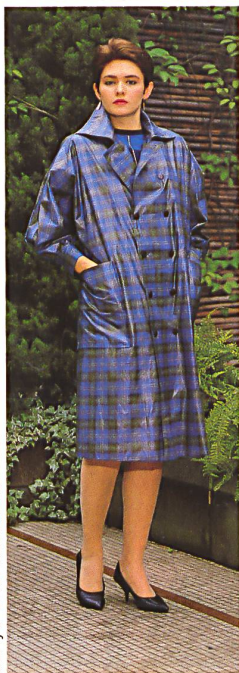




# TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オートム・ウィンター 85/86

Sanyo Shokai/Hausamann + Moos



Coronel/Hausamann + Moos



Aquascutum by Ohga/Hausamann + Moos



Hosono/Schlaepfer



At this stage of development it is quite logical for the Japanese woman to be attracted above all by well-founded fashions with the continuity of famous names – in other words European haute couture. She seems, rather ironically, to be less affected by the new Japanese fashion trends than her fashion-conscious European counterpart, who in turn no longer wins very much from the genuine or affected couture style so loved by the Japanese woman.

The aura of haute couture corresponds in Japan to the high prestige value of clothing, all the more since an impeccable appearance and appealing style have a considerable ethical significance apart from their aesthetic importance. More money is spent on clothing than on living; budgets for hairdressing and cosmetics can be astronomical. And the trend continues: interest in fashion is increasing at all levels. This belongs to the determined efforts towards social progress.

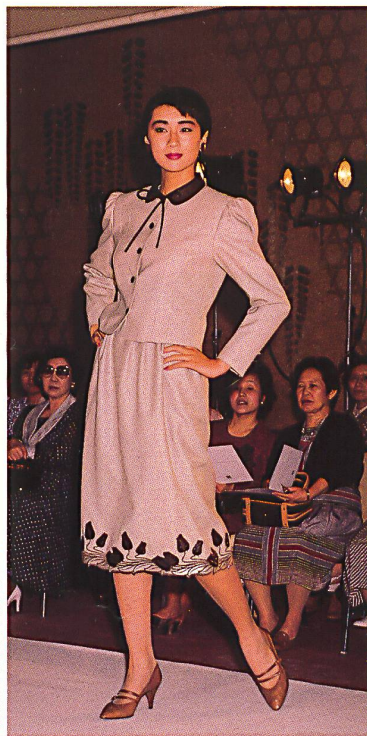
The prestige of outward appearance embraces representation and endows security. For this reason impeccable elegance is regarded more highly than the insecurity of avant-garde fashion trends. Prestige means quality and nobility as well as luxury – in other words superior materials are used for a wide selection of cocktail and evening fashions, to which more importance is attached than in the western world. This is without any doubt a great advantage to the Swiss nouveauté specialists, who are represented in the autumn and winter collections of the great designers and renowned fashion houses mainly with their silks and embroideries.

"Rich mix" is the motto for a collection which is likely to have a wide appeal, based as it is on sumptuous materials. A preference above all for the soft glow of flowing silks and the glitter of spangles is everywhere apparent to a high degree. The material often inspires the style, which usually makes effective use of generous and uncomplicated silhouettes. The eye is also drawn by a magical luminescence of colour.





Hanae Mori/Abraham



Hosono/Bischoff



Takeo Nishida/Abraham

性も、ファッションナブルなものを独自に採り入れ、自からの個性を出すのにはまだ慣れてはいないし、変化のあるファッションナブルな役割遊びは未知のものだ。従って、定評あるお手本が求められる。

発祥源と連続性があり、名声鳴り響く名前に支えられたファッション、すなわちヨーロッパの、それも特にオートクチュールこそ、日本の女性達にとって先ず第一に手に入れるに値する模範であるのは、この発展段階では至極もつともと思われる。日本女性には、ファッション面で開放的なヨーロッパの女性程には、日本の新しいファッション・デザイナーによる影響を受けず、逆にヨーロッパ女性には日本人に好まれる（本物の、又はその影響を受けた）クチュール・スタイルからは得るものは無いとして居り、ここにこそ正しくちょっとした皮肉がある。

日本ではオートクチュールの威光はそれが表出する高い名声度に一致する。非の打ち所のない衣服や、心を引きつける外観が美的な意味に加えて倫理的に大変重要な意義をも有しているから、なおさらである。住よりも衣に対する出費の方が大きく、髪型や化粧品への支出は驚く程の額に達し、なおも増える傾向をみせる。ファッションへの関心はあらゆるレベルでさ

らに強まっている。これは社会的向上を目指すひたむきな努力の一部だ。

外観が表わす威信や名声は立派な体面を形成し、安心感を与える。従って、ファッションの持つ洗練されたエレガンスは未知数で前衛的な側面よりも高く評価される。威信とは品質や気品、時として豪華さを意味し、西欧におけるよりも重要視されているカクテル・ファッションやイヴニング・ファッションの広範な商品供給のための高級素材をも意味する。以上の事はまぎれもなくスイスの新作専門業者には有利な前提条件であり、特に新作スペシャリストによるシルク地や刺しゅう類が著名デザイナーや一流クチュールハウスによる秋・冬のコレクションに入っている。

《リッチ・ミックス》はあるコレクションのモットーであり、他の多くのコレクションにも当てはまりそうであり、皆いっせいに豊富な素材を基盤に出発点を構成。何よりも、しっとりときらめき流れるシルク地や、パイエットのきらめく光の遊びなどへの嗜好が高級品のあちこちに目立つ。布地は度々ファッションナブルな刺激を与えるし、原則として、大変簡潔なシルエットで布地は非常に効果的な表現となり、幻惑的な発光色が時として視線をキャッチするアクセントになる。



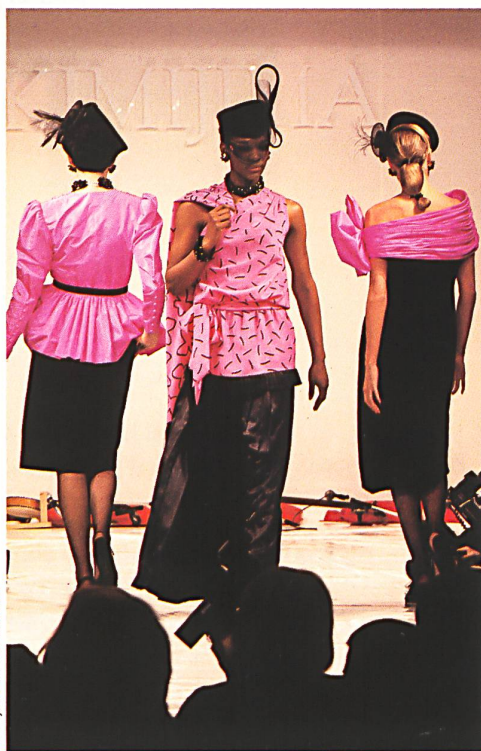


# TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オートム・ウィンター 85/86



Kimijima/Schlaepfer



Kimijima/Abraham



Kimijima/Schlaepfer

## LIVING FASHION - AND STILL LIFE

The new roads to fashion presentation, originally based on Italian ideas, also lead to Tokyo. The renowned designer Kimijima, who likes to stage his fashion shows imaginatively and loves action, has populated his salons with life-like mannequin dolls. His clients are thus presented with a practically permanent show of his latest collection, while the window displays attract the gaze of passers by.

It is almost as if his life-like displays have been frozen in action for an instant – the mannequins seem to be holding their breath. Fashion is paradoxically brought to life by Still Life.

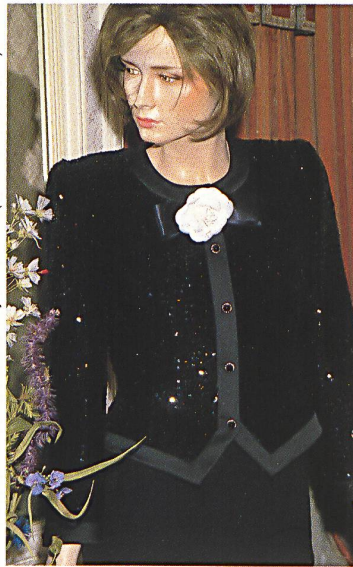




Kimijima/Taco (Kleid blau/ weiss) – Schlaepfer (Panther)



Kimijima/Schlaepfer (Pailletten)



Kimijima/Schlaepfer

## ファッション・ライフ そして静物画

ファッション・プレゼンテーションの新技术は元イタリアで発生したものであり、東京にも波及。かの著名デザイナー君島一郎は自分のファッションをステージ上で効果的なシーンによく置き、動きを好み、自分のチュールハウスを本物と見紛うばかりのマネキン人形で満たし、自然にサロンにまで配置している。これらのマネキンは継続的に新しいコレクションを顧客にみせ、一方ショーウィンドーの演出は通行人の目を引き、足を留めさせる。自然主義的に構成された舞台上での動きは、あたかも登場人物がたった一度、ちょっとだけ呼吸を止めたかの如く、ほんの一瞬その動きを止める。正に逆説的光景、ファッションに活気を与える静物画。





## THE JAPANESE CHOICE

What succeeds on the Japanese fashion market? Which Swiss textiles appeal to the Japanese fashion houses?

It is clear right from the outset that only the very special has any chance at all of being imported, since after all Japan has her own highly developed textile industry, although this is more geared to large-scale mass-production and cannot cover trends on the fringe, specialities and exclusive articles. Basically the Japanese textile importer keeps his eye mainly on fashion innovations, sophisticated accessories and outstanding quality.

The average Japanese woman is usually described as conservative and quality-conscious as far as her fashion habits are concerned. However too much reliance on the behaviour of a mere statistical average would bring an unnecessarily restricted outlook. For Japan is also developing towards diversification and target-group thinking. Above all in the capital there are various needs and life-styles reflected in a wide variety of fashions.

This psychology of classified selections and bundled themes, which has caused a general alteration in the fashion market, can be observed from the Japanese textile importer's tendency to deliberately seek out the very special products of the most notable specialists in their particular field. This for example is how Swiss Cotton achieved its impeccable reputation in Japan, and that is why the Japanese are such faithful clients of the St. Gall embroiderers and Zurich silk merchants. Since the prices of Swiss materials – at least for the upper middle class ready-made collections – have now reached their ceiling, the innovative element of fashion appeal or special-effect accessories is essential.

Examples of Swiss textiles selected for the autumn/winter of 1985/86 and made up for prestigious couture, designer and ready-made collections, demonstrate the range of expression which can be achieved by textiles – from napped winter cottons, fine worsteds and printed woollen muslins to moiré, organza, coarse-ribbed Ottoman or decorative border embroidery, richly printed woven silks and spangled velvets.





Bleiche

Bleiche

Abraham

Naef

Fisba

Fisba

Fisba

Hausammann + Moos





## 日本の選択



Naef

Naef

Stünzi

Stünzi

Abraham

日本のファッション市場に何がやって来るだろうか？スイス製のどんな布地が日本のファッション・デザイナーの支持を得るのか？日本に輸入されるには或る特別なチャンスでのみ可能であるのは初めから明らか。なぜなら結局日本にも高度に発達した繊維産業があり、ややもすれば大量生産志向で、特別品、独占的高級品を十分にカバー出来ない、それ相應の傾向を有しているから。基本的には、日本の織物輸入業者は何よりも流行の斬新さ、巧緻な仕上げ、卓越した品質の出現に常に配慮を怠らない。

ファッション購入者としての平均的日本女性が話しのテーマになると、いつも決まって彼女達の保守的な好みと品質への気遣いが話題となる。元来統計上でのみ存在する、いわゆる平均的な行動様式にこだわり過ぎるとかえって視野が不必要に狭くなる、というのは、日本でもはっきりと多様化へ、目標グループ思考へと発展しているから。特に東京では種々の欲求やライフ・スタイルが反映され、それに応じた様々なファッションが提供されている。

提供商品区分や企画テーマの多種多様化という考えは、ファッション市場を変え、さらに日本の織物輸入業者の所では、西欧側の提供するテキスタイルの中から、まったく自分達の目標にかなった特選品を、スペシャリティーで名の通っている専門業者の所で捜し出すという事実になって表われている。かくしてスイス・コットンは日本で卓越した評価を得る様になり、サンクト・ガレンの刺しゅう元やチューリッヒのシルク会社にとって日本人は終始変わらぬ常連の顧客であるのが証明されている。スイス製布地の価格は少なくとも高級中クラスのレディメード・コレクションには限界であるため、斬新な要素、即ちファッションナブルな刺激や特別な仕上げ効果があるかどうか絶対的な決め手となる。

クチュールやデザイナーのコレクション、或いは既製服コレクションの秋・冬85/86年用に、スイス製布地コレクションから選び出され、いずれも一流ブランド名をつけて加工された多くの例は、テキスタイル表現の幅の広さを示す。けは立てたウィンター・コットンから精緻な梳毛糸織物やウール・モスリンを含め、モアレ、オーガン、粗い畝織りオットマンまで、或いは装飾的なふち取り刺しゅう、リッチなプリントのシルク・ジャガード、さらにはきらめき光るカット・ヴェルヴェットまでも。









## TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オータム・ウィンター 85/86



...and European influence.

.....そして欧米の影響

## WEDDING IN JAPAN

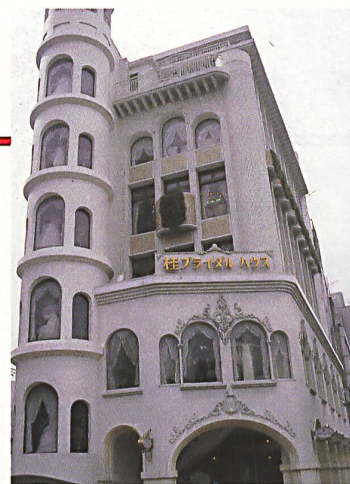
"I turn to Shinto priest in case of public festivals, while the Buddhist priest is my ministrant for funeral service. I regulate my conduct according to Confucian maxims and Christian morals." This was written in 1910 by Professor Kunitake Kume, a government spokesman.

The religious open-mindedness and tolerance of the Japanese has probably never been described more precisely. They have no trouble at all in extracting from the various faiths and philosophies anything which seems to make life and death more logical and purposeful. And they succeed in fusing all these elements into a personal devoutness and a self-determination of the rituals which they love above all else.

This open-mindedness to various different influences is also reflected in the Japanese wedding, the most important event of a lifetime which can bring the bride's father to the edge of ruin – for he feels compelled to present a spectacle to his relations, colleagues and business acquaintances which is often far beyond his means. It is quite common for the bridal pair to be dressed in accordance with ancient Japanese tradition for the church service, but for the young bride to change her kimono afterwards for a white wedding dress in the European manner – adorned with the costliest possible embroidery. When the mood has relaxed after the rites and speeches she may appear in yet another garb – in colourful, richly decorated party dress reminiscent of state robes. Getting married is an extremely prestigious matter.

An entire store dedicated to the bride:  
Yumi Katsura's  
bridal fashion speciality store in Tokyo.

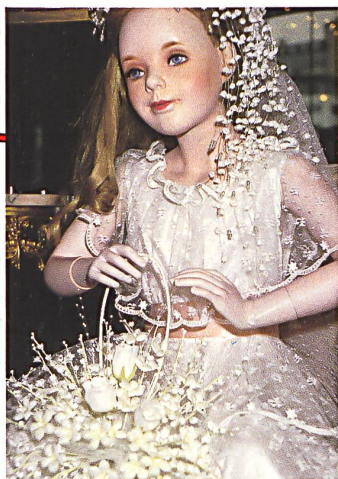
全館婚礼用品で一杯：  
桂 由美の東京の  
ウェディング  
ファッション専門店



Yumi Katsura with  
a model wedding  
dress of Forster  
Willi embroidery.

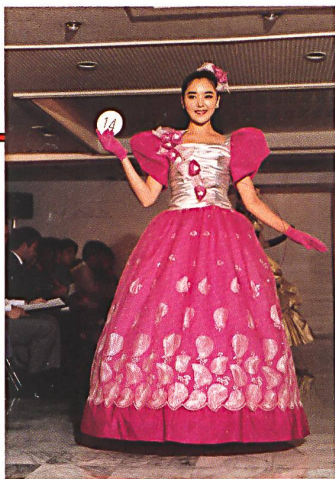
桂 由美とフォスター  
ウィリー社の刺しゅう  
によるクチュール  
ウェディング・ドレス





The bridesmaids  
are also  
looked after.

新婦に付き添う  
少女達も考慮して



Bridal fashion show at Tsujitai, Kyoto: models with Naef embroidery.

京都のスペシャリスト、ツジタイによる  
ウェディング・ファッション・ショー：ネフ社製刺繍付モデル



One of the floors in the bridal store.

婚礼用品店内のようす



## 日本の結婚式

「公の催事には神主に頼み、葬式の際には仏教の僧侶が我が司祭者である。我は己れの行いを孔子の格言とキリスト教倫理でもって律する」。この様な意味の事を1910年に当時の政府広報担当で東大教授であった久米邦武は記している。どこにも表現されていないが、この日本人の宗教上の自由と寛大さは意味深い。日本人は、さまざまな信仰上の教えや哲学から自分の生と死にとって有意義であり、目的にかなうと思われるものを何の苦もなく採り入れ、独特な信心深さや、何よりも好きな儀式のために自から決めた作法手順にうまく融合させてしまう。

いろいろな影響に対して開けっぴろげなさまは、生涯で一番大事な出来事である結婚式にも反映していて、親族一同や勤務先の上司や同僚を招いて、たとえ超豪華に贅沢に出来ない例があるにしても、可能な限り盛大な祝宴を執り行うので、花嫁の父親はほとんど破産の浮き目にあいかねない。新郎新婦が宗教上の式には伝統的な着物で臨み、のち程新婦が西欧式衣装、それも出来るだけ高価な刺しゅうの施こされた白いウェディング・ドレスに着替えて来るのは極普通のこと。挙式後の披露宴の雰囲気がつろいできると、花嫁は多分もう一度、今度は色も鮮やかでデコがあふれ、盛装ローブを思わせるパーティードレスに着替えて現われる。結婚式とは最大限の威信と名声を披露する催事。

結婚式はまた同時に好況産業でもある。普段は他のちゃんとした職に就いている縁談の仲介人がそもそも話しを持ち込み、結婚から利益を得ているし、一流百貨店も全く同様で、細部に至るまでの婚礼準備をそれに必要





# TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オータム・ウィンター 85/86



Kuraudia/Forster Willi



Kuraudia/Naef



But getting married is also a flourishing industry. Amongst those with a financial interest is the matchmaker, who was responsible for the whole idea in the first place and operates a respected business. Then there are the leading department stores which offer entire wedding arrangements with all the trimmings right down to the last detail. Great care is taken that the wedding day does not coincide with a portentous "butsumetsu", which according to the Chinese-Japanese lunar calendar occurs every five or six days – the great event must fall on a happy "taian" day. However on such days the wedding houses, more like palaces, are overcrowded. From roof to basement, from ceremonial room to Japanese garden, they are fully equipped to ensure a smooth-running wedding. Or rather weddings, for on "taian" days dozens of marriages and receptions are efficiently managed at adeptly arranged intervals. From the bride's elaborate traditional wig to the sumptuous wedding breakfast, from the priest to the photographer – nothing is forgotten. And if any guests still have no wedding present, they have an enormous boutique at their disposal. The ornate packing – in Japan almost as important as the present itself – is often made of artfully knotted perfumed silk for such occasions. Advice on wedding arrangements, at least as far as appearances are concerned, is given by many leading periodicals concerned exclusively with bridal fashion and the society dresses and formal wear so important in Japan. At regular intervals special bridal fashion shows are held, which are very popular especially with future mothers-in-law. Since 1976 the Japan Formal Wear Association has been looking after the specific interests of manufacturers in this branch, and even a

Yumi Katsura/Forster Willi







Tsujitai/Forster Willi



Yumi Katsura/Forster Willi



Kuraudia/Naef



Kuraudia/Forster Willi

な諸々のものを一切取り揃えて営業活動にしている。婚礼の日取りは、《仏滅》即ち中国・日本の太陰暦で五日ないし六日毎に巡り来て不吉を意味する日ではなく、縁起の良い日 《大安》に当ようきちんと考慮される。が、しかし、そうとなると宮殿と呼んでも良い様な結婚式場はどこも超満員。式場は上から下まで、式典の広間から日本庭園までも、祝宴が、より正確に言えば祝宴の数々が滞りなく進行するように整備されている。なぜなら、この縁起の良い日には常に何組ものカップルが時間割当てに従って挙式、披露、祝福されるからだ。見事に結われた伝統的な花嫁のカツラから豪華な食事に至るまで、神主からカメラマンまで、すべてが用意されている。そして婚礼祝いの贈物をまだ用意していない招待客のためには、ブティックが広範な品々を取り揃えている。見事で巧妙な包装は日本人にとって中味同様大事であり、婚礼用にはたいてい、しっとりとして巧みな結び目がついた絹製の布が用いられる。

人気があり売れ行きの良いいくつかの雑誌が結婚式、又は少なくとも婚礼衣装に関する入門手引きを載せる。これらの雑誌はもっぱら花嫁衣装及び、日本で特に大事な社交ドレスである正装着、フォーマル・ウェアをテーマに扱う。特別ウェディング・ファッション・ショーも定期的に催され、特に花嫁の母親達の間で大変な人気を呼ぶ。1976年以来、製造業者独自の団体、日本フォーマル・ウェア協会が自分達特有の利益を守っている。日本フォーマル・フェアはニューヨークでもう既に催された。そして会員数1500を数える日本ブライダル・コンサルタント協会は既に1970年





# TOKYO FASHION AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オートム・ウィンター 85/86



Kuraudia/Forster Willi



Kuraudia/Forster Willi

Japan Formal Fair has been organized in New York. As long ago as 1970 the Japan Bridal Consultant Association numbering 1500 members was founded by its president Yumi Katsura, probably the best-known specialist in this field whether as designer and business-woman or as the author of several books. Her luxurious bridal fashion speciality store in Tokyo offers everything the bride could possibly desire for herself, her bridesmaids and the rest of the bridal procession to make the most beautiful day of her life even more beautiful.

On average 770,000 couples get married every year in Japan. While 20 years ago 97 percent of the brides wore the traditional, extremely costly wedding kimono, there is a growing preference today for European styles (as we know, however, the one does not exclude the other). At the present time about 100,000 white or pastel coloured wedding dresses are sold every year to happy young brides. Textile manufacturers, including namely the St. Gall embroiderers, should have no trouble in estimating what chances this means to them – especially as a further 100,000 wedding dresses are ordered every year by rental companies who hire them out on the great day for charges which can hardly be regarded as modest. In fact the expanding rental business is prospering. Kimonos for example are nearly always hired – for the simple reason that a fine lined silk or richly brocaded kimono costs as much as a good car.

"East is East, West is West, and never the twain shall meet" wrote the English poet Rudyard Kipling, who had a lifetime fascination for the land of the rising sun. But his words no longer ring so true. In some areas the twain do in fact meet, and there are indeed points of contact.

126 One of them is bridal fashion – and fashion in general.



Kuraudia/Stünzi





Kuraudia/Bischoff



Kuraudia/Schlaepfer



Yumi Katsura/Forster Willi

に活動を開始し、設立者で会長である桂由美はデザイナーで実業家、同時に数冊の本の著者として、最も名の知られたこの分野の専門家。東京の彼女の豪華なウェディング・ファッション専門店には、花嫁が、介添人や付添人共々一緒に、その佳き日にさらに美しく麗わしく装うためのあらゆるものが揃っている。

日本では年に平均77万組が結婚する。20年前にはまだ花嫁の97%が伝統的な、非常に高価な着物の婚礼衣装であったが、西欧式ウェディング・ドレスに対する好みがずっと増え続けている。（既述の如く、その際には両者が併存する）現在、毎年ほぼ10万着もの純白又はパステルカラーのウェディング・ドレスが幸せ一杯の若い女性に売られる。さらに10万着ものウェディング・ドレスが貸衣装業者に納品され、この盛大なる日のために決して安いとは言えない料金で貸し出されるので、布地供給業者にとって、特にサント・ガレンの刺しゅう元をも含め、自分達将来の明るいチャンスを予測するのはむずかしくない。ところで、この貸衣装業者は我が世の春を謳歌している。つまり極上絹製や絢爛豪華な錦欄どんすの華麗な着物はちょっとした自動車位い高くつくので、ほとんど貸し出される。

《東は東、西は西、両者会いまみえることなし》と、日出ずる国に生涯魅せられていた英国の作家で詩人のラドヤッド・キプリングは書いた。彼の言うことがまったく正しいわけでもない。現に接断面と結合点がある。それはウェディング・ファッション、そもそもファッションそれ自体。





TOKYO FASHION  
AUTUMN/WINTER 85/86

トーキョー・ファッション  
オータム・ウィンター 85/86



Hosono/Forster Willi