

【共同研究報告】

基幹共同研究・コンタクト・ゾーンとしての現代ファッション

国際ファッション専門職大学

田中雅一

本研究は、現代ファッションをさまざまな接触領域（コンタクト・ゾーン）と捉えることで、これまで見過ごされてきたファッションの可能性について総合的な観点から考察することを目的とする。

本年度は最終年ということもあり、これまでと同じく特別セミナーを実施するとともに、公開シンポジウムを年度末に開催した。現地調査を金沢周辺の企業で実施予定であったが、これはまん延防止等重点措置が適用されていたため中止になった。

本年度第1回（通算第9回）セミナーとして、8月5日に津田啓仁氏（博報堂）による講演「エスノグラフィを組み替える——ビジネスの現場での可能性について」を開催した。本講演では、現在多くの企業で求められている、単なる現状改善的な視点に留まらず、中長期的な未来発想をもって社会変革をデザインするためのアイデアやブランディングに向けた取り組みが紹介された。参加者との質疑応答においては、本学の授業における産学連携のR & D型のプロジェクトにおいて、ユーザーを巻き込んだリサーチ手法の可能性などについて議論が展開された。

第2回（通算第10回）セミナーには本学東京キャンパスに非常勤講師の関根麻里恵氏（学習院大学）を迎え、「ギャル（文化）の表象——映画『SUNNY 強い気持ち・強い愛』（2018）を例に」という題の講演が行われた。

『Sunny』に認められるギャル文化・ファッションについて、グローバルな観点から分析を行った。

3月13日には本プロジェクトを総括するシンポジウム「made in Japan のものづくり」を実施した。発表者には、宮脇千絵（南山大学）、白水高広（うなぎの寝床）、高馬京子（明治大学）を迎え、蘆田裕史（京都精華大学）と池上慶行（land down under）にコメントをお願いした。「made in Japan」をキーワードにアカデミアと実務家とが一堂に集まり、アパレルの現場の実態と、よりグローバルな日本のアパレル産業の位置付けについて議論を行った。この内容については『FAB』4号で公開予定である。まず、宮脇氏は趣旨説明として、兎島のジーンズの越境的な性格に言及し、made in Japan とはいったい何だろうかという本シンポジウムの問いが述べられた。つぎに白水高広氏が「地域文化商社として服・店・情報・ツーリズム総合力で伝達」というタイトルで、最後に高馬京子氏が「フランスにおける「メイドインジャパン・ファッション」の表象の変遷」というタイトルで発表を行った。ファッション研究の観点から蘆田裕史氏が、アパレル起業家の観点から池上慶行氏がそれぞれコメントし、その後、発表者とともに議論を展開した。およそ50名が参加した。

静岡県天龍社繊維産地における 別珍・コール天生地製造関連企業の研究

国際ファッション専門職大学
篠原航平

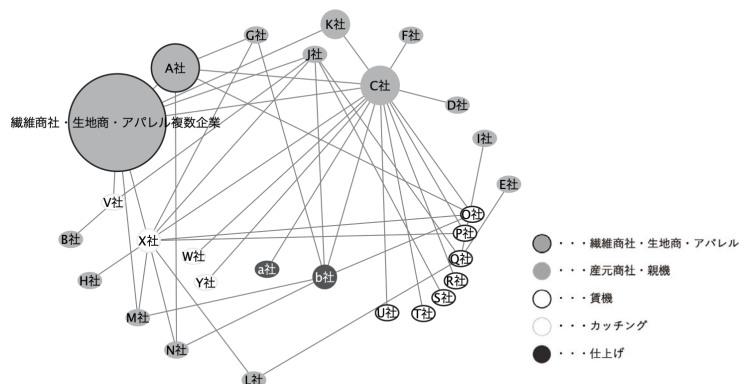


図1 2020年末時点の静岡県天龍社産地のコール天製造業（製造工程）のネットワーク図
出所：ヒアリング調査をもとに Cytoscape を用いて筆者作成。

図1はヒアリング調査をもとに作成した、2020年末時点の静岡県天龍社産地を中心とする、コール天生地製造業に関するネットワーク図である。併せて、推察の域を出ないところもあるが、取引金額も算出した。繊維商社・生地商・アパレルのうち、取引金額が際立って大きいのはA社で金額は26億円であった。産元商社・親機のうち、コール天生地製造に直接に関わる企業は13社である。その中でもコール天に注力するC社が全体の仕入金額の約36.2%（2億3750万円）を占めた。コール天生地製造に直接的に関わる賃機は7社である。受注金額が大きいのはO社とT社で、それぞれ全体の受注金額の41.5%（2730万円）と26.6%（1750万円）を占めた。賃機が受注した仕事を孫請に出すという構図は調査では見られなかった。カッチングは4社で、そのうちX社の受注金額が全体の41.5%（1400万円）であった。別珍を含め、他の生地製造では一切用いられることがないカッチング工程の受注は、流行や

季節に大きな影響を受ける。コール天と別珍の独自工程である仕上げ（毛焼き）工程は2社であった。その中でB社の受注金額が全体の96.9%（4900万円）であった。B社は別珍の独自工程である苛性処理工程も担う。

調査の結果、以下の2点が明らかとなった。

1. いずれの工程においても特定企業への取引の集中が見られた。
2. 天龍社産地におけるコール天生地製造関連業は疲弊が進んでいる。コール天や別珍の独自工程であるカッチングや仕上げ（毛焼き）を担う企業はわずかしか残っていない。取引が集中する企業の事業承継は完了しているが、両工程の承継が進まない企業が増えれば日本のコール天生地製造業は消滅する可能性がある。

本研究では類似する織物である別珍の調査も行っていたが、中心となる企業代表者の病気などの理由により2021年度期間途中で調査を見送ることとした。今後の課題としたい。

【共同研究報告】

東海地域における養蚕業の再興に関する学際的研究

国際ファッション専門職大学
高間由美子

今年度はこれまでに得られたシルクにおける知見および調査をもとに3年間をまとめる最終報告の年度になった。

前年度に開催したN-Labセミナーのテーマ『歴史に学び、未来を思考、創造する——素材・技術・デザイン』では伝統産業のありようを理解することを目的とした。これをともに、①地域産業の活性化、②産学共同のコラボレーション、③商品化のきっかけ、④産業、伝統、文化の理解、⑤素材、技術、デザインの創造などに取り組んだ。そして、商品化と市場の確保を行うことでこの地域の伝統産業の再興にも可能性があると考えた。というのも、名古屋キャンパスでは地場産業との協働を重視しており、本学主導で産学連携の取り組みを行うことができる、貴重な機会になったからである。

本年度はこれまでの一連の経緯を踏まえ、N-Labセミナーの最終目的である商品ビジネスに焦点をあて、伝統産業を生活の中に取り入れようと、シルクの商品化を試みた。セミナーでのテーマは、『シルクが“つなぐ”東海地域の商品ビジネス』である。

セミナーでは、これまで携わってきたシルクに関連し、①今後の商品企画とモノづくりへの開発、②そのためのビジネス展開、③東海地域の伝統産業を活性化する役割、を考え、立案した。講師の岡谷蚕糸博物館学芸員の林久美子氏からは、「何をつくるかを見据えたシルクのモノづくり」、KKコンプレックス・ビズ・インターナショナル村瀬明良氏からは、「素材の役割とヘアアクセサリー」、move on !! 代表兼シルクファッションブラ

ンド Cafco, Dalla 運営、PRSJ 認定 PR プランナー蓮尾智紗子氏からは、「豊田シルクのファッションブランドの立ち上げを通して」をテーマに講演いただいた。その結果、地域産業へのモノづくりを通じた異業種連携を見出すことができた。シルクから発信した繋がりが縁となり、新たなビジネスが生まれていくことがわかった。まさに、縁をつくり、拡げ、継続することであった。それにより地域の強みを生かした雇用機会と商業機会双方の創出への道筋を提供できる可能性を導き出した。東海地域の伝統産業の再興に繋がれたことで、養蚕が地域の活性化に必要なアイデアを還元するという社会的意義の目的を果たした。もちろん社会貢献にもなった。

この共同研究はZ世代に繋げていく役割も担っている。学生にとっては、このN-Labセミナーへの参加が東海地域の伝統産業への理解向上、それに国際的にも活躍することを見据えた地域の伝統を学ぶ場にもなった。

このように、本研究の目的は十分に達せられた。東海地域の養蚕業の現況を理解したうえで、東海地域の異業種産業におけるアイデアや成果を養蚕業再興の礎として商品化を目指し、最終的にはシルクの商品を生活の中に生かす方法を提案する一助になった。東海地域の養蚕業の状況を今後も注視していきたい。

最後に、このような研究調査の機会をいただき感謝申し上げます。また、メンバー全員の協力のもと、本共同研究が無事遂行できたことに感謝する。

SDGs と大阪・関西万博、ファッションにできることは

国際ファッション専門職大学
富澤修身

大阪産学連携研究会は、2019～21年度の国際ファッション専門職大学の共同研究の受け皿として、2019年9月に活動を開始した。テーマは、「SDGsと大阪・関西万博、ファッションにできることは」である。

ここ数年ファッションおよびファッション産業に対する風圧がかなり強くなっており、これまでのあり方を変えて生き残るべく新しいプレーヤーと新しいビジネスモデルが生まれつつある。こうした状況は2015年9月に国連で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）に大いに関連している。それゆえ共同研究を通してSDGsに関わって、ファッションとファッション産業にできることを問うことにした。

他方で、SDGsとも関係している2025年開催の大阪・関西万博も大阪ファッションクリエイション・ビジネス学科の所在地で行われる以上、無関心ではいられなかった。それゆえ、大阪・関西万博に関わり、ファッションにできることは、と問うこととした。

共同研究の1年目である2019年度は半年間しかなかったが、メンバーのこれまでの蓄積と大阪商工会議所流通・サービス産業部と協同組合関西ファッション連合事業推進グループの協力も得て、個別報告と討論を踏まえた2019年度共同研究報告書を作成できた。成果の一部は2019年12月11日に大阪キャンパスで開催したシンポジウムで披露した。

2020年度は19年度の活動を踏まえて、SDGs達成に積極的なファッション関連の企業に対してインタビューを計画していた。しかし、新型コロナウイルス禍と緊急事態宣言の2度の発出により対面でのインタビュー

調査は不可能となった。また、未経験の遠隔授業への対応のため2020年度の前期は共同研究の実施は滞った。こうした中で8月28日に関西ファッション連合のSDGsに関する新しい取り組みへのインタビューを皮切りに、研究活動を開始したが、対面調査が困難であることには変わりがなく、ウェブサイトや新聞報道から得られる二次情報で共通テーマに関わる個別研究を進めつつ、11月12日にはズームを用いて河田フェザー株式会社からSDGs推進に関する事例報告をいただくことができた。こうした研究活動の成果を取りまとめて2020年度共同研究報告書を作成し公表した。

最終年度である2021年度の前半は第3回目（4月25日～9月30日）の緊急事態宣言下にあり、対面の調査活動は自粛せざるを得なかったが、研究会は8回開催した。テーマとしては大阪・関西万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」および17のSDGsのうちの3番目に当たる「すべての人に健康と福祉を」を念頭に、「ファッション・ファッションビジネスといのち・健康・ウェルビーイング」を共通テーマに設定し、メンバー各自の立脚点を尊重しつつ、情報と成果の共有を進めて2021年度共同研究報告書（全85頁）を取りまとめることができた。また12月7日には本研究会主催で「シンポジウム ファッションビジネス リボーン」を対面と遠隔で開催した。本研究会の教員3名と関西ファッション連合SDGs推進室長の大西洋市氏並びに本学学生2名の発表と討論を行ったところ、143名のご参加をいただき、好評を得ることができた。

【共同研究報告】

サステナブル社会の構築をめざした衣服選択研究

国際ファッション専門職大学
松岡依里子

【研究の目的】

安価な衣服が多く市場に出回ることで、ファッションを手軽に楽しめる環境になったが、その一方でワードローブの中の服飾品が増えて着用できるものできないもの見極めが困難となっている。本研究では、ワードローブ調査を通して、ファッションスタイリングのプロであるパーソナルスタイリスト、学生、ミドルエイジの着装概念を明らかにし、サステナブル社会における次世代ワードローブマネジメント法を考案することを目的とする。具体的には、ワードローブ調査を通して、アイテム数やテイストなどの傾向、ライフスタイル感性や心理特性との関連について検討した。現代服飾史などの文献分析、アイテムの量的分析と質的分析、AIを用いた画像分析というように、複合的に分析することに特徴がある。ここで得られた成果からは、サステナブル社会への貢献と個人のウェルビーイングの向上が期待できる。

【方法】

パーソナルスタイリスト、大学生と専門学校生、一般の方のワードローブ調査を行った。「着用していて好き」「着用しているが好きではない」「着用していないが好き」「着用していないし好きではない」のカテゴリー別に写真を提供してもらった。また、質問紙とインタビューから、ライフスタイルとファッション志向性、ワードローブ調査後の感想などを調査した。これらのデータに対し量的分析(多変量解析、AI分析)および質的分析(テキストマイニング、インタビュー分析など)を

行い、考察した。

【結果】

これまでの調査データをもとに、最終年度(2021年度)では、日本家政学会第73回大会(2021年5月30日)にて「サステナブル教育に関する一考察——ワードローブリサーチを通して」、日本感性工学会大会(2021年9月3日オンライン)にて「ファッションレコメンドシステムのための深層学習の適用の検討」、ファッションビジネス学会全国大会(2021年11月20日オンライン)にて「パーソナルスタイリストのワードローブ事例にみるファッション感性」という題目で発表を行った。また、論文「衣装選択行動に関する一考察——パーソナルなスタイリストのワードローブ調査をもとに」と公開研究会の報告を『FAB』3号(本号)に投稿した。さらに、この研究全期間を通しての研究報告書も作成した。

ワードローブを再考することで、ライフスタイルや心情や思考の整理ができるようになったという研究結果から、個人に最適化したワードローブが、無駄な買い物を省き、サステナブル社会の構築への貢献となっていることが明らかになった。デジタルの発達により「衣服を選択する」ことがより複雑になっており、価値や自分の基準がわからなくなることが、ワードローブ整理を困難にしていることもわかった。今後は、この基礎データをもとに、AIによる画像分析を継続する予定である。

ファッションとアートの連環にみるモードの変遷の研究

国際ファッション専門職大学

今村 淳

本研究では、多様化が加速する現代において、ファッションとアートの境界が曖昧になっている現状を打破する目的から、ファッションとアートの連環を図るモードの変遷を考察の対象とする。具体的には、ファッションとアートの定義の歴史の変遷を明らかにするため、両者に関連する出来事を列記した年表を社会情勢も含めて作成する。とりわけ、アーティスト自身による（人間の正しい生き方の）声明といえる「ステイトメント」に注目し、その発端となった20世紀の芸術概念を取り上げながら、ファッションとアートの連環を明らかにする。また、神戸ファッション美術館の訪問、ファッションデザイナーや現代アーティストのインタビューを通して、ファッションとアートの境界と連環を明確にする。メンバーは、学内から今村淳（代表）、永澤陽一、学外から浜田久仁雄（神戸ファッション美術館・学芸員）、藤元由記子（（株）ブックエンド・代表取締役）の4名である。

2021年度は、東京藝術大学美術教育研究会の大会（2021年11月7日、オンライン）

にて口頭発表を行い、永澤が担当する本学のゼミ生を交えた研究会（2022年2月19日、本学東京校）を行った。また、20世紀のファッションとアートを照合するための資料収集と並行して、ファッションとアートの連環をめぐる「ステイトメント」ならびに「モード」に関する資料収集を行った。そこから、20世紀のアートとファッションの歴史を見直す作業として、キュビズムからポップアートまでの変遷を9項目に分類して関係資料をまとめることができた。

2021年度の活動は、資料収集が中心になったが、この作業を通して、アートとファッションの関係性を主題とする文献が近年増加していることに気付くことができた。永澤が出品する2022年1月から東京都庭園美術館で開催された「奇想のモード——装うことへの狂気、またはシュルレアリスム」展は、2022年度の進行に大きく影響するものと思われる。その意味においても2021年度の研究活動は準備段階として大変有意義であった。

表1 東京藝術大学美術教育研究会にて発表した表（一部改変）

年	アート	ファッション	社会情勢	モード
1907	バプロ・ピカソ 《アヴィニョンの娘たち》	ポール・ボアレ コルセットを放棄 (1906年)	・英仏露による三国協定の成立、 独逸伊の三国同盟との対立 ・「ベル・エポック」フランスの繁栄	人類の危機的 事実からの 反動
1919	マルセル・ デュシャン 《L.H.O.O.Q.》	ココ・シャネル オートクチュールを 本格的に開始	・ドイツが連合軍とヴェルサイユ条約 を締結 ・ドイツでヴァイマル憲法が成立	オリジナル/ コピーの価値
1952	ジョン・ケージ 《4分33秒》	クリスチャン・ ディオール アルファベット・ ライン発表 (1954年)	・冷戦構造の固定化によるアメリカを 主とする西側諸国の経済復興 ・大量生産システムの確立	感性の均質化 / 集団的模倣 との対峙

【共同研究報告】

皮革素材の利用と技術に関する領域横断的な調査研究 循環型ビジネスモデル構築のために

国際ファッション専門職大学
平井秀樹

1. 研究活動の概要

経営学を専門とする代表者に加え、サステナブル・ファッションや皮革素材の製造・流通やデザインに携わる実務家と国内外の地域研究を進める文化人類学者が参画し、領域横断的な調査研究を行った。具体的には、以下の調査研究を分担して実施した。

- (1) 国内外のタンナーによる皮革素材のブランド化事例の比較研究
- (2) 国内のタンナーの環境汚染問題などへの取組み
- (3) 害獣として駆除された野生動物の皮革を地域自然資源として利活用するファッションビジネスの事例調査
- (4) 生業や宗教、食文化、歴史などとの関係も含めた、国内外の多様な地域の皮革の生産・流通・使用のサイクルに関する比較研究

2. 本年度の報告

上記の(2)と(3)についてはおもに、皮革製造に伴う環境負荷や動物福祉などの問題に取り組む、一般社団法人やさしい革の関係者に対して、実地とオンラインで調査を実施し、皮革素材を取り巻く環境や社会問題とその解決を目指す取り組みの現況を包括的に

理解することができた。(1)については作り手の視点から、国内外のタンナー企業の皮革素材を比較する座談会を実施して、その内容を『FAB』3号に寄稿した。(4)については、2021年度に文化人類学を専門とする3人の共同研究メンバーが各フィールドの皮革文化について報告する一般公開研究会「人の営みと皮革文化」を開催した。

以上のような調査研究を通じ、本共同研究の主眼である「循環型ビジネスモデル構築」を見据えて皮革素材の利用について考察するには、(a)～(d)のような問題の把握が不可欠であることがわかった。

- (a) 食文化との関わり
- (b) 地域資源として、特定の域内での効率的な生産・流通ネットワークの構築
- (c) 皮革素材を使う作り手や消費者のニーズを満たすような量と質を兼ね備えた素材の安定的な継続供給を可能とする方法
- (d) 皮革素材をめぐる消費動向に大きく影響するエシカル消費志向などの歴史・文化的背景の理解

今後はこのような問題関心からさらに調査研究対象を広げて、研究を推し進めていく計画である。