

ファッションとファッション産業の課題と適応 共同研究「SDGs と大阪・関西万博、ファッションにできることは」の報告

国際ファッション専門職大学
富澤修身

本稿は、国際ファッション専門職大学共同研究「SDGs と大阪・関西万博、ファッションにできることは」（代表：富澤修身、2019～2021年度）の報告書である。2019年度の成果については第1章と第2章で、2020年度の成果については第3章で、2021年度の成果については第4章で、共同研究代表者の成果のみ紹介する。この点をあらかじめお断りしておく。

1 SDGs とファッション、ファッション産業

ファッションとファッション産業に逆風が吹いている。国際連合広報センターの文書で、ファッション産業は第2の環境汚染産業と指摘され、ファッション産業は浄化（原文は *cleaning up the fashion industry*）されなければならないとも指摘された。ミレニアル世代とZ世代の地球環境危機への関心の深まり、若者のファッション離れも指摘される現状である。こうしたいくつかの動向を踏まえれば、ファッションとファッション産業を取り巻く環境が大きく変化していることは確かである。こうした条件の変化に適応できないファッションとファッションビジネスが消費者の支持と社会的存在価値を失い、市場から退出を迫られることは明らかであろう。

他方でファッションとファッション産業の歴史を振り返ると、さまざまな条件変化に適応するだけでなく、変化を先取りし、しかるべき変化を促す役割を両者が果たしてきたこ

とも確認できる。そうであればこそ、現在の条件変化の中、時代を先取りするファッションとファッション産業のもう1つのDNAの始動（新風）が期待されているとも言える。

それでは、新風につながるファッション、ファッション産業の立ち位置をどのように捉え直したらよいのであろうか。手がかりは2つある。周知のSDGs（Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標）と2025年大阪・関西万博である。

まず、国際連合の説くSDGsの達成への貢献は、国や産業、企業、消費者を問わず求められている。ファッション、ファッション産業にも当然当てはまる。ファッション、ファッション産業のあり方を構想する場合、SDGsとの関係性が問われるのもこれまた当然である。国際連合がファッションナブルであることの環境コスト（*the environmental cost of staying fashionable*）を問いかけ、ファッション産業の浄化を掲げる以上、真摯な取り組みが必要である。その場合、現状の確定と、推し進めるための方策の検討が重要となる。先進企業の取り組みはそれ以外の企業にとって大きな手がかりを提供してくれよう。1つ補足しておけば、SDGsは17SDGsとも書かれるように17の目標を掲げている。つまり、多様な発想、多様な貢献があつてよいということである。

続いて、2025年に開催される大阪・関西万国博覧会である。ここでもSDGsの達成が目標の1つになっている。企業と消費者が共通の場で、あるべき未来を構想し、可視化

し、共感によって推し進める場として重要であり、そこでお荷物ではなく、ライフスタイルを革新する、ファッション、ファッション産業のあり方を世界に向けて発信することが求められている。その際、企業と消費者の目標の設定、ロードマップも必要となろう。業界団体としての取り組みも求められよう。

以上から、ファッションとファッション産業の現状を確定すること、両者とSDGs及び2025年大阪・関西万博との関わりを検討することが求められている。以下、第2章では筆者のファッション史研究の成果を踏まえてファッションの大きな変化を確認したうえで、これとSDGs、2025年大阪・関西万博との関わり方について、大阪の特徴を踏まえてつつ検討する。第3章では多様性軸と時間軸を念頭にファッションとファッション産業のあり方に影響を及ぼしている、ないし及ぼすであろう諸要因を整理する。これによって大転換のベクトルを知ることができる。第4章ではファッションとファッション産業のメリットとデメリットを多面的に明らかにするために、2025年大阪・関西万博のテーマと関連し、社会的関心も高い「いのち・健康・幸せ」をキーワードに論じる。

2 ファッションの大変動と大阪のファッション産業

ファッションの役割や評価は時代によって異なる。今日では自己表現のための必須のツールと考える場合が多いが、他方で計画的陳腐化を繰り返す、地球環境に負荷をかける元凶の1つとも考えられている¹⁾。国際連合

が提唱する17のSDGsの達成への貢献が求められる中、ファッションは何ができるのであろうか。ファッションは自己表現というプラス面と環境コストというマイナス面を併せ持つ、いわば必要悪に留まるのであろうか。あるいは、より積極的に課題を解決する手段となり得るのであろうか。以上の問題意識を念頭に、『国際ファッション専門職大学共同研究2019年度報告書』の第1章「ファッションにできること——ファッションの大変動と大阪のファッション・ビジネス」の第2節「ファッションの大変動、SDGs、2025年万国博覧会」ではファッションの4つの大変動とSDGsと2025年大阪・関西万博の関係を論じ、第3節「大阪・関西のファッションビジネス」ではファッション産業の視点からSDGsの達成を目指す大阪の産業界の可能性を取り上げた。

SDGsと万国博覧会との関係、SDGsと大阪との関係は図1の通りであり、教育、学び、ライフスタイル、経営理念がキーワードである。

3 現代ファッションの消費と創造のあり方に作用する諸要因

現代のファッションとファッション産業に対する視線には厳しいものがある。問題発生源として、そのあり方が問われているからである。他方で問題解決のツールとしてのファッションとファッション産業のあり方も模索されている。

こうした状況を多面的に位置付けること、そして時間軸を長く取って位置付けることが

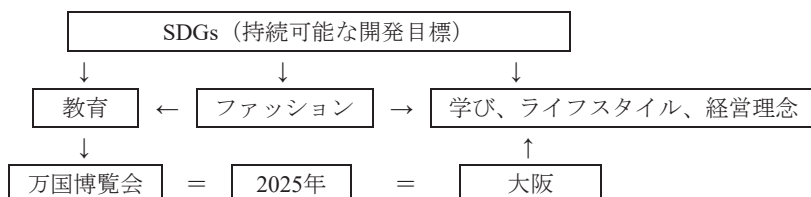


図1 SDGsと万国博覧会との関係、SDGsと大阪との関係 (富澤作成)

事態を正確に理解するために必要であろう。これによって現在進行している事態が一過性のものでなく、時代の大きな動きと連動していることがわかるし、どのように対応していくかを的確に見定めることができるからである。

以上の問題意識を念頭に、『国際ファッション専門職大学共同研究 2020 年度報告書』の序論「現代ファッションの消費と創造のあり方に作用する諸要因」では、多様性軸と時間軸を念頭にファッションとファッション産業に影響を及ぼしているないし及ぼすであろう諸要因を整理した。第2節「ファッションとファッション産業のあり方に作用する諸要因」では、多様な諸要因について検討した。第3節「時期区分の視点で考えよう」では時期区分を踏まえて整理し、それまでの諸要因がSDGsに集約され、不可逆的な事業環境となっていることを確認した。第4節『『ファッション業界が今すぐやるべき5つのこと』、中小企業、デジタル化』では新しい動きを紹介し、第5節「むすび」では事業環境変化への適応の方向性を示した。

4 ファッション・ファッション産業と「いのち・健康・幸せ」

第4章の論題を「ファッション・ファッション産業と『いのち・健康・幸せ』」とした理由は2つある。1つは、不安・焦燥感・閉塞感・幸せのあり方の再考とその反面である人々の心身の健康への強い関心といった今日の問題状況を踏まえてである。もう1つは、大阪・関西万博のメインテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」を意識してである。こうした社会からの課題提起に対してファッションとファッション産業はどう答えることができるのか。この問いに答えることが本章の目的である。グローバルな課題であるSDGs達成に関わり、SDGsの目標3「すべての人に健康と福祉を」にささやかなりとも貢献したいと

いう思いがある。

先行研究として、日本家政学会被服衛生学部会編『アパレルと健康——基礎から進化する衣服まで』（井上書院、2012年）を取り上げよう。同書は第1章「健康で豊かな衣生活のために」において、「アパレルの身体的生理的保護機能と、社会的心理的表現機能がともにバランスよく満足されることが求められる」[2012: 15]ことを指摘したうえで、「暑さ寒さと健康」（第2章）、「衣服による圧迫（衣服圧）と健康」（第3章）、「皮膚の清潔・肌触りと健康」（第4章）、「おしゃれと健康」（第5章）、「機能特化が必要な衣服」（第6章）の構成で論じた。第5章が社会的心理的表現機能に該当する章であり、ファッションという用語も頻出している。第6章では乳幼児と妊産婦の衣服、高齢者の衣服、障がい者の衣服が取り上げられた。

本章との関連でみると、いくつかの相違を確認できる。①ファッションではなくアパレルが対象であること、それゆえ②サステナビリティ視点が射程に入らないこと、これと関わって③「健康」の捉え方が人に限定されていること、④効果あるいはベネフィット視点は取り上げられてはいるが他方でコスト視点が弱いこと、⑤企業・産業の視点が欠けていること、を挙げることができる。同書が被服衛生学をベースにしていることからすれば、異なる視点からのこうした指摘は外在的ではあるが、逆に現時点でファッションの代表としてウェア（衣服）を取り上げる本章の意義を確認しているとも言える。

「ファッションと健康」に関わる先行研究としてはアリソン・デービッド著／安部恵子訳『死を招くファッション——服飾とテクノロジーの危険な関係』（化学同人、2019年）も取り上げる必要があるが、その内容から判断して『国際ファッション専門職大学共同研究 2021 年度報告書』の第1章第2節の冒頭で取り上げることにした。

以上の問題意識を念頭に、まず先述の

『2021年度報告書』の第1章第2節「フィジカルヘルス」でファッションが関わっているフィジカルヘルスを、第3節「メンタルヘルス」でメンタルヘルスを位置付けた。ついで第4節「ワンヘルス」で健康の範囲をワンヘルス（one health）概念に拡張した²⁾。こうしたうえで第5節「企業からの発信—服の力、ファッションの力、美の力」で企業からのマスメディア上での発信内容を確認し、第6節「ファッションとファッション産業の社会的損益計算表」で社会的損益計算表を使用価値論とコスト論の視点から作成し

た（表1）。同表はファッションと関連してよく紹介されるスノブ効果・バンドワゴン効果・デイドロ効果の視点とは異なる。これを踏まえて第7節「健康指向型ライフスタイルとファッション」で損を減じ益を増やす健康指向型ライフスタイルへの転換を目指して、ウエアをライフスタイルの中に位置付ける作業をし、転換のプロセスを論じ、第8節「ファッションの反発力と共感力」でこのライフスタイル転換の起動力としてファッションの力とそのための条件を論じた。

表1 ファッション及びファッション産業の社会的損益計算表（富澤作成）

ベネフィット	私的コストと社会的コストなど
(ファッション) ライフスタイル及び手段の提供 個人の自由 自己表現、表現の自由 多様性と個の尊重 自己新発見（仮面効果） 自己奮起（勝負服）効果 自信創出効果 エンパワーメント効果 リラックス効果 転地効果 審美効果 コンセプト表現効果 他者との共感効果 所属表示効果 非言語的コミュニケーション効果 印象創出効果 自己演出効果 時代先触れ効果 プロテスト表現効果 セラビー効果 ビタミンカラー効果	(企業における私的コスト) 企画開発関連コスト 生産関連コスト 物流コスト 販売関連コスト 産業廃棄物処理コスト (社会的コスト) 計画的陳腐化・依存効果による社会的浪費 廃棄物による汚染・火災 農薬・化学肥料による土壌汚染 河川水質汚染 温室効果ガス排出 水の大量使用 石油由来プラスチック排出 マイクロプラスチック・海洋プラスチック 森林伐採 絶滅危惧種 動物福祉への影響 化学薬品による人体・環境への影響 生産過程における人権侵害・健康被害
(ファッション産業) ライフスタイル及び手段の提供 創造性と革新性 多様性の確保 量産とファッションの民主化 雇用創出、技術移転、産業移転 新素材の開発 素材の高度加工 情報処理技術の活用による効果	(消費過程におけるコスト) 過剰支出・過剰消費 身体拘束 身体圧迫 摂食障害 買い物依存症 製品使用時の事故（転倒・引火） 計画的陳腐化による心理的廃棄

※規制の強化による社会的コストの内部化の結果、私的コストの内容は変わる。

今後は残された課題として、消費生活者と企業の各々ないし協働の新たな対応が具体的にどのように力強く進展しているかについて調査研究を行う必要がある。

<注>

1) 国際連合広報センター「国連、ファッションの流行を追うことの環境コストを『見える化』する活動を開始」(2019年4月30

日)を参照(https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/32952/ 2022年12月18日閲覧)。原文はUN launches drive to highlight environmental cost of staying fashionable (2019年3月25日) (<https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161> 2022年12月18日閲覧)。

2) 第2, 3, 4節は世界保健機関(WHO)の健康の定義であるフィジカル(physical)、メンタル(mental)、社会的幸福(social well-being)に対応している。