

# ファッションビジネスにおける事業性と社会性の両立 —— 持続可能な開発のための“商品価値”創造は可能か ——

平川 すみ子  
HIRAKAWA Sumiko

## 1. はじめに

日本のファッションビジネスは、製品志向→販売志向→顧客志向とビジネスモデルを発展させ、次々と新しい商品価値を創造してきた。グローバル化により流行の陳腐化のスピードは増し、また行過ぎたマーケット・イン志向が商品の画一化を招き、商品への飽きを加速させた結果、大量生産・大量消費・大量廃棄のサイクルが生まれた。

2008 年秋以降登場したファストファッションによりさらに価格競争と商品サイクルの短縮化が進み、その結果環境負荷の増大にとどまらず、経営・企画・生産・物流・販売の現場にもひずみが生じ、企業利益の圧迫、労働密度の限界を超えた上昇など、ビジネスの存続にかかわる負のスパイラルが起こりつつある。

本研究は、筆者の修士論文「ファッションビジネスにおける事業性と社会性の両立 —— 持続可能な開発のための“商品価値”創造は可能か ——」の「第2章第1節 1.1 手の感覚にこだわる三宅一生」に修正を加えたものである。修士論文においては「三宅一生」、「無印良品」、「ピープル・ツリー」、「パタゴニア」の4社4ブランドにおける商品開発の現状と課題を分析し、「今治タオルプロジェクト」と「有松鳴海絞」の2つの JAPAN ブランド育成事業の事例を研究し、ファッションビジネスにおいて、作り手と売り手と着る人が共生できる商品価値の創造は可能か、そのために必要な要素はなにかを検証した。本研究では、その中から「三宅一生」をとりあげ、手の感覚にこだわる視点がどのようにして新しい価値の創造に結びついていったかを考察する。なぜなら、産地の疲弊と空洞化によって失われてきた日本のモノづくりの再構築を考えると、「流行を作り、その陳腐化を促進する」ことで成り立つファッションビジネスにおいて、三宅一生の陳腐化しない価値を求めた姿勢が、われわれが立ち返るべき位置を示してくれるからである。

## 2. デザインの普遍性

三宅一生は、西洋を起源とする衣服において、日本というローカリティを捨てることなく流行を超えた価値を創造したデザイナーである。欧米の立体的なフォルムにボ

ディを入れる衣服の概念とはまったく違う、「一枚の布」をまとふことにより、身体に沿わせて包み込むというきわめて日本的なアプローチで、しかもシンプルな造形を非常に手の込んだ表現力ある素材で飽きさせない。

三宅一生は彼の素材をデザインしたテキスタイル・デザイナー皆川魔鬼子の作品集に寄せた「素材に求める無限性」の中でその創作意図を説明している。

シンプルな服。それが私の信じられる服だし、そういう服を作りたかったのです。そのためには、素材にそれなりのオリジナリティがなくてはならないというのが私の方法でした。(中略)

「方法」というとき、いまでもわたしはなんらかの試行錯誤を抜きにしては、とてもこの言葉を使えない。そして手さぐりという手の感覚の復帰が、わたしとテキスタイルの出会いを確かなものにしてくれたのだとも思っています。手で感じること、手でさぐること、それがなくなったら形だけになってしまいます。感動がない。(中略)

たしかにここ数年来、テキスタイルの仕事が難しくなっています。これは技術的な問題ではなく、テクノロジーの発達によってすべてが容易になってきたという逆のことを意味しているのです。(中略)が、試行錯誤ぬきで方法だけが一人歩きしている、つまり花を摘む手っ取り早さだけで間に合わされがちな時代だからこそ、種を蒔くところからはじめる我慢づよさと大きなイメージネーションが彼女には求められている——というのがわたしの考え。さらにいえば、それが彼女の葛藤でもあり、わたしの葛藤でもあります。(中略)いま、この本を見渡しながら、一つひとつの仕事によるこびのあったことを思い出します。その公式化は誰か他の人に任せるとして、わたしたちがものを作ることの楽しさでは満足せず、ものを作ることのよろこびを求めていたことに改めて気づかされているところです。また、そのよろこびがあるから、シンプルな服が可能だということも。

(皆川、1988：243-244)

ここには「時間的普遍性」(内山、2005：19)を取り戻し、手の感覚や感動までも取り戻そうとするデザイナーの創造へのこだわりがある。そして、素材へのこだわりの一方で、造形的には「一枚の布」に見られるように「シンプルな服」を目指すことによって、結果として流行のシルエットやラインに縛られないスタイルの確立を目指したといえる。

三宅一生はそのデザイン活動の原点を1968年パリで「5月革命」に出会い「服というものはあらゆる人にアピールするものでなくてはならない、生活の中の服をつくるべきなのだ」という思いにあると語る。「あらゆる人」というのは人種・階層・年齢に制限されないすべての人という意味で、まさに「革命的」視点を持っている。

三宅一生に代表される日本のデザイナーが70年代～80年代に提案したデザインの問題を、深井晃子は次のように要約する。

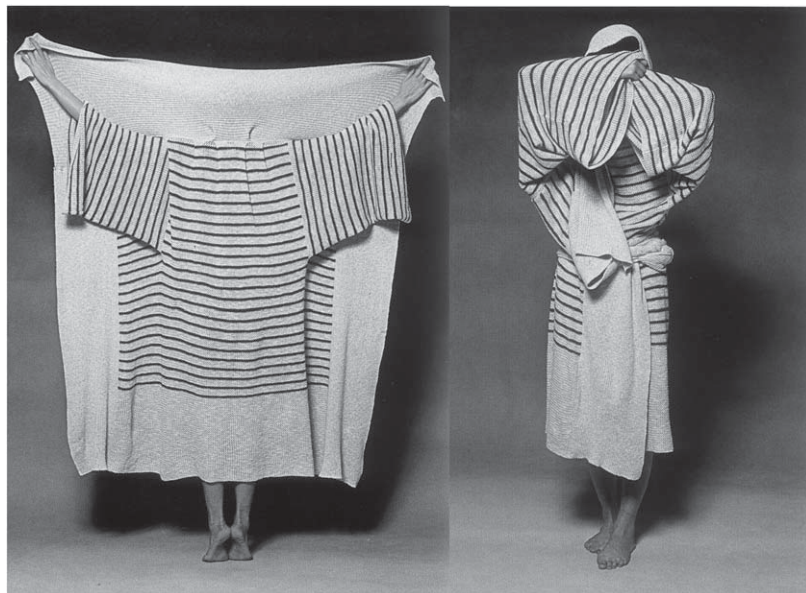
- ①西洋的、東洋的という枠の中にとどまらないで、新たな〈服〉を創造する。
- ②素材は形に優先する。素材は服の形になる以前からデザインの重要な要点である。

③着る人が服を制御する。女性の身体を彫塑する服でなく、抽象的で身体の形とは直接的に関係のない服が、着られたとき始めて着る人と一体化する。

(深井、1998 : 181)

このように、「19 世紀までの西欧的な衣服の象徴作用を解体」(深井、1998 : 181) していく過程で、ファッションの流行のシステムをも解体する衣服が誕生した。1977 年春夏コレクションで発表した「一枚の布」コレクションは、今も「流行」を越えた普遍性を持っている。現在人気のドレープ・カーディガンに通じるニット作品 (写真 1) がそれを実証している。

写真 1. 三宅一生「一枚の布」(三宅、1978 : 108)



三宅一生は、「一枚の布」以前から、『刺し子』(1973 年)、『鬼揚柳』(1974 年)、『しじら織り』(1975 年) など、当時の日本でも置き去りにされかけていた伝統的素材に光を当て、それを日本の日常着の機能的な美しさの中に生き返らせようとした」(新居、2008 : 32)。日本の伝統素材を取り上げることもまた、手の感覚とともに「時間的普遍性」を素材に付加しようとする試みであり、同時に感動を織り込むことであった。

後にプリーツ・プリーズにおいて「通常とは逆の、服を裁断した後にプリーツをかけるという方法で、素材と形と機能とを有機的に組み合わせた新しい服を創造した」(深井、1994 『モードのジャポニズム』 : 24) が、さらにエイポック A-POC<sup>(1)</sup> というブランドで画期的「半商品」を世に問う。それは予め計算され、立体成型で編まれた生地を、着る人がガイドラインに沿ってカットして好きなように完成させるという、ユニークな商品である。

この商品でデザイナーは、ついに「着る人が制御する服」を完成させたのではないか。着る人に対して、受動的に身にまとうだけではなく、ファッションを創るという

「共同」の仕事への参加、コミュニケーションを求めた服ともいえる。ファッション・デザインという仕事に「つくるよろこび・感動」を求め、さらに着る人と共有する価値として形にしてみせた。「人々に力を与えるデザインの力」<sup>(2)</sup>を商品価値として確立し、「顧客を創造する」ことにプロダクトアウトから成功した事例である。

そして流行を超越する服であるがゆえに、プリーツ・プリーズ<sup>(3)</sup>も A-POC も ISSEY MIYAKE コレクションとは別ブランドとして位置づけられ、ショッパ展開やプロモーション、顧客層においても独自の位置づけを持つのは象徴的である。日本の伝統素材である緋や刺し子は、シーズンごとに新しいテーマが発表されるコレクション・ラインから消えた<sup>(4)</sup>が、プリーツはこうして ISSEY MIYAKE の変わらないスタイルになったのである。

### 3. 再生から再創造へ

8月に発表され、2010年11月からスタートした新シリーズ『132 5. ISSEY MIYAKE』が「REALITY LAB ——再生・再創造」展<sup>(5)</sup>(2010年11月16日～12月26日まで開催)で紹介された。

開発を手がけたのは、「Reality Lab (リアリティ・ラボ)」という研究・開発チームで、2007年から活動を開始し、三宅一生をはじめとしてテキスタイルやパターンのエンジニアなどのメンバーで構成されている(ファッション業界では従来、テキスタイル・デザイナー、パタンナーという専門職名で呼んでいるが、ここでは「社会と密接にデザインを実現していく」ための技術者という意味合いから、テキスタイル・エンジニア、パターン・エンジニアと呼ばれている)。

今回の開発の背景にあるのは、現在の日本の製造の現場に対する危機意識である。

生産コストの削減が優先される製造の現場は、残念なことに優れた人材の流出や産地の弱体化を引き起こしてしまっています。技術の継承や人材育成の課題もあり、広く地球に眼を向けてみれば、地球環境や資源に対する深刻な問題も横たわります。私たちをとりまくさまざまな状況が大きな曲がり角にさしかかっていることを自覚しながら、再び生活に喜びをもたらす創造の可能性を探る活動が、今、求められています。

(「132 5. ISSEY MIYAKE」プレスリリースより)

つまり環境・社会・生活と結びつくデザインを探求して、今回のブランドが生まれたのである。

リアリティ・ラボのチームがWEBを検索していて出会ったのがコンピュータ・グラフィックスによる不思議な幾何形状であった。1枚の紙から滑らかな曲面を持つ立体折り紙を設計できる三谷純筑波大学大学院准教授のCGアプリケーションをベースに、紙模型を布に置き換え、平面と立体とを結びつける研究を続けた。立体造形を完全に平面にたたむためには、コンピュータが描いた展開図以外の「折り線」や「切り込み」が必要となる。また張りのある紙と違って、布はたれたり、たわんだり造形に

も変化が生まれる。衣服としての美しさや着心地への配慮も必要となる。リアリティ・ラボのスタッフの服づくりの経験が加えられて、たたんだ時の美しさ、人が身につけたときの美しさ、歩いたときの美しさを折り込んだ衣服が作られた。

どれも四角い1枚の布を折りたたんで作られる。折りたたまれた一部を手に取り、布地を持ち上げていくと、不思議なことに衣服としての造形が現れる。折りによって生じる造形はすべて鋭角、三角形で立体造形が構成されているのが特徴である。

全10種類の基本形態(折りたたみ形状)が切り込み線の位置の違いによって、シャツやスカート、パンツ、ワンピースになっていく。生地幅は一定なので、ワンピースやパンツなど大きなものや、1枚では不可能な構造は、2枚の布をスナップでとめて造形する。そして四角い布をそのまま使うので、裁断ロスが出ないのも環境に配慮している。

仕上げに、たたんだ状態で箔加工が施される。立体になったときに意外な面に箔が出てきて面白い効果が出る。三宅一生は「REALITY LAB——再生・再創造」展で上映されているドキュメンタリー映像の中で「美意識だけでは訴える力が足りない、実用と好奇心を満足させるために、折りや箔を加えた」と説明しているが、この服を見ているとメビウスの輪のように、不思議な感覚や疑問が駆け巡る。

写真2. 132 5. ISSEY MIYAKE 平面から立体へ

写真3. 132 5. ISSEY MIYAKE  
ブラウス、スカート

(写真提供：三宅デザイン事務所、写真：岩崎寛)

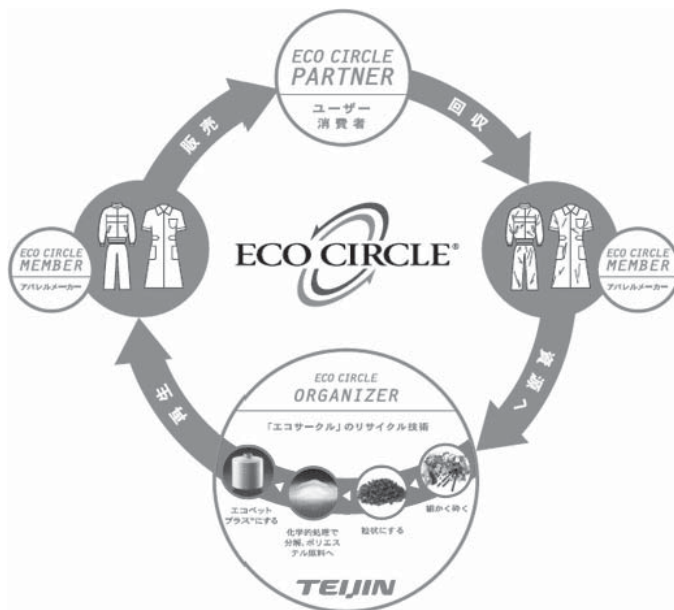


「132 5. ISSEY MIYAKE」プレスリリースによると、ブランド名の「132 5. ISSEY MIYAKE」の数字はこの造形のプロセスを表している。「1」は一枚の布を、「3」は三次元の立体造形を意味し「2」は折りたたんで平面（二次元）にすることを示す。1文字分の余白の後に続く「5」は折りたたまれた造形を人々が着用することで衣服としての生命力が広く放たれること、服にこめた考え方がさらに次段階に進んでいくことへの思いがこめられている。

たとえば、「REALITY LAB —再生・再創造」展に展示されている作品には、鮮やかな色の箔が加工されているが、11月26日にオープンするショップで扱う現物商品ではブルーとグリーンは扱わないという。この箔は従来のものに比べ摩擦強度、耐久性に優れたものだが、それでも色によって退色、剥離の問題が生じるので、試行錯誤はまだ続いていく。

また「132 5. ISSEY MIYAKE」では、地球環境への配慮から帝人ファイバー株式会社の再生ポリエステル繊維<sup>(6)</sup>が使用されている。帝人の再生ポリエステル技術は、世界初となる完全循環型リサイクルを可能にしている。2002年にスタートした「エコサークル<sup>®</sup>」(図1)というそのシステムでは、ペットボトルなどから1回限りで行われる従来型のリサイクルと違い、服から服へと半永久的に資源を循環させることができる、画期的なシステムである。しかも、回収したポリエステル繊維製品を化学的に分子レベルまで分解し、原料まで戻すことで品質を劣化させることなく何度でも新たな製品として再生することができるという優れものなのだ。

図1. 帝人の循環型リサイクル・システム「エコサークル<sup>®</sup>」



(帝人WEBサイト<sup>(7)</sup>より)

同様に「エコサークル<sup>®</sup>」を採用しているパタゴニア社が帝人からデータ提供を受け作成した、バージン原料からDMT<sup>(8)</sup>を製造する工程（原料の抽出および輸送とDMT

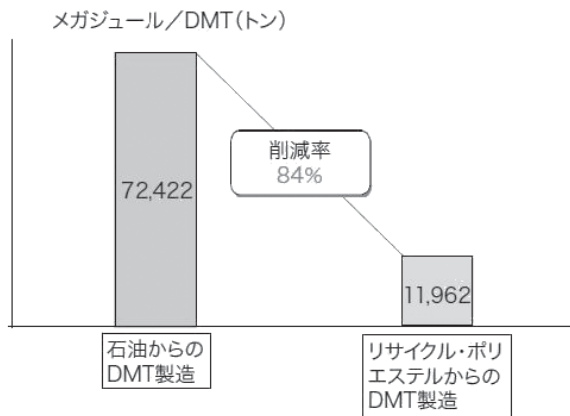
の製造) とリサイクル・ポリエステルから DMT を製造する工程 (日本国内でのポリエステル回収と DMT の製造) の比較は図 2. のとおり、リサイクル・ポリエステルではエネルギー消費量を 84%削減し、二酸化炭素排出量を 77%削減することができる。

図 2. 帝人ファイバーにおけるエネルギー消費量・二酸化炭素排出量の比較

帝人ファイバー LCAエネルギー消費量

ケミカルリサイクル工場における  
DMT製造のLCAエネルギー消費量比較

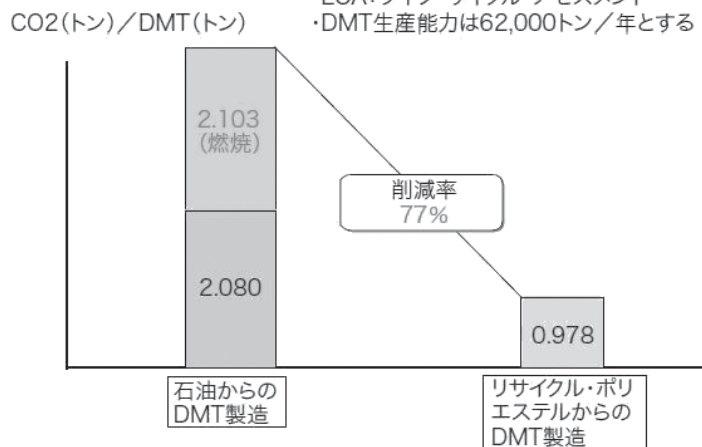
・LCA:ライフ・サイクル・アセスメント  
・DMT生産能力は62,000トン/年とする



帝人ファイバー LCA二酸化炭素排出量

ケミカルリサイクル工場における  
DMT製造のLCA二酸化炭素排出量比較

・LCA:ライフ・サイクル・アセスメント  
・DMT生産能力は62,000トン/年とする



(パタゴニア「つなげる糸リサイクルプログラム」: 環境分析報告書)<sup>(9)</sup>

ケミカルリサイクルでの

- ①細かく砕く
- ②粒状にする
- ③化学的処理で分解、ポリエステル原料へ
- ④エコサークルファイバー「エコペットプラス<sup>®</sup>」にする

という各工程の状態は「REALITY LAB ——再生・再創造」展で展示されていて実物を見ることができる。「エコサークル<sup>®</sup>」が成立する前提には、2000年に開発された使用済ポリエステル製品から石油由来の原料と同等の高純度原料を回収できる「新原料リサイクル」技術があったのだが、そこには「原料まで戻す」ということが本当にまっさらになることなのだを確認できる、きれいな白い糸が並んでいる。

写真4. 帝人「エコサークル<sup>®</sup>」



(写真提供：21\_21 DESIGN SIGHT、写真：吉村昌也)

しかし実を言うと、実物に触れるまでは「品質を劣化させることなく」に疑問を持っていた。筆者は1990年代後半にオフィス・ユニフォームの企画をしていたが、当時の技術ではペットボトルから再生したポリエステル素材は、落ち感がなく、カシャカシャした手触りで、ワークウェア用はともかくオフィスウェア用には使いにくい素材だった。

「REALITY LAB ——再生・再創造」展で展示されている「132 5. ISSEY MIYAKE」の素材は、当時とは比較にならないしなやかさであった。それでもここに至るまでには、何回も試作を繰り返したと三宅一生は先述のドキュメンタリー映像の中で語っている。やはり最初は硬く「カサカサ」と音がするくらいだったそうで、糸の撚りを変え、織りを変え、染色を工夫し（再生ポリエステルは熱による縮みが大きく、細心の調整が必要となる）完成していったそうだ。展示作品は3回目くらいの試作品で、11月26日に開店する新ショップに並ぶ現物商品は、さらにソフトになっているとのことで、試行錯誤はここでも続けられている。またそれに応じて、日本の人件費の高さに見合う付加価値をつけ国内生産を続けたい、という産地の職人さんたちの心意気と、とも



にモノづくりにこだわってきたデザイナーとの協働関係がそれを可能にしている。

#### 4. 創造からコミュニケーションへ

かつて、着る人に「衣服以上の何かを着てほしい」(三宅、1978:16)と語ったデザイナーが「再生・再創造」をテーマにした新シリーズに託したのは、なにか。一過性の「ファッション(流行)」ではなく、普遍的な「衣服」を作ることをめざし、「国境や階級、性別を越えた普遍的な服」をプリーツ・プリーズに結実させたあと、なおも追求したのはなにか。社会とのかかわりの中でデザインをとらえること、現代社会における環境問題、産地の疲弊と空洞化、そしてあれほどこだわった「手の感覚」が効率の名の下に切り捨てられていくことを「人々に力を与えるデザインの力」によって、押しとどめたいという思いではないか。だからこそ「きちんと思いを説明したいから、たくさん作ってたくさん売ってもらうつもりはない」と世界6店舗での限定販売としている。

「21\_21 DESIGN SIGHT」を開設してデザインの可能性を探求し、被爆体験を公表して核廃絶を訴えるなど、三宅一生は近年とみに社会へ働きかけを強めている。「人々に力を与えるデザインの力」を信じるデザイナーは衣服を越えて社会をデザインする領域に達したのだろうか。

たしかなのは、三宅一生が常に衣服以上のものを着る人に伝えようとしてきたことだ。普遍性、自由、よろこび、感動、いずれにせよ着ることは「一枚の布」を身にまとうことであり、三宅一生の「デザインの力」を身にまとうことになる。そして同時に ISSEY MIYAKE は、他のどのブランドよりもそれを伝える力を持っている。販売員の素材知識、コンセプトの説明能力はファッション業界でも高く評価されているからだ。「きちんと思いを説明したい」というデザイナーの意図は、五感に訴えるプレゼンテーションの一部に、販売員の説明能力も含まれて実現されているのである。

三宅一生のデザインは「クリエイションとテクノロジーの融合」とよくいわれる。筆者はこれにコミュニケーションを付け加えたい。着ることによるコミュニケーションを、視覚的・触覚的領域にとどめず、言葉によるコミュニケーションが補填・誘発し、作り手と売り手と着る人の「デザインの力」を共有する関係がそこにはある。テクノロジーの発達によって「方法だけが一人歩きしている」(皆川、1988:244)ことがモノづくりの喜びを奪っているという三宅一生が、モノづくりの喜びとともに再創造した衣服は、着ることの喜びや楽しさばかりでなく、社会的満足をもたらす「デザインの力」を持っている。

#### ■註

- (1) 「A Piece Of Cloth (一枚の布)」と「Epoch (時代)」を合わせた造語。1998年春夏コレクションで発表。ISSEY MIYAKE WEB サイト <http://www.isseymiyake.com/> 2010.9.10 取得
- (2) 高校時代にイサムノグチ設計の平和大橋を渡り「デザインの力」に感銘を受け、三宅一生のデザイン活動の原点となった。日本経済新聞 web 版 2010年11月4日 <http://www.nikkei.com/news/headline/> (2010.11.4 取得)
- (3) 1993年別ブランドとしてスタート。

- ISSEY MIYAKE WEB サイト <http://www.isseymiyake.com/> 2010.9.10 取得
- (4) 皆川魔鬼子のテキスタイルは2000年秋冬スタートの HaaT に引き継がれた。
  - (5) 2010年11月16日～12月26日まで六本木ミッドタウン 21\_21 DESIGN SIGHT で開催。  
三宅デザイン事務所および 21\_21 DESIGN SIGHT にてインタビュー実施 2010.11.17
  - (6) 帝人ファイバーによる循環リサイクル・システム「エコサークル」の再生糸。
  - (7) 帝人 WEB サイト <http://www.teijin.co.jp/eco/eco10.html> 2010.5.30 取得
  - (8) ポリエステルの製造に用いる主要な出発原料であるテレフタル酸ジメチル。
  - (9) パタゴニア WEB サイト [http://www.patagonia.com/pdf/jp\\_JP/enviro/common\\_thread\\_whitepaper\\_j.pdf](http://www.patagonia.com/pdf/jp_JP/enviro/common_thread_whitepaper_j.pdf) 2010.5.30 取得

#### ■参考文献

- 内山節『「里」という思想』新潮社 2005年
- 北山晴一『衣服は肉体になにを与えたか 現代モードの社会学』朝日新聞社 1999年
- 北山晴一「モードの中の身体」『大航海 No.53』新書館 2005年
- 新居理絵「三宅一生のクリエーションと方法論——国内外の研究者・キュレーター諸氏に聞く」『ドレスタディ 54号』京都服飾文化研究財団 2008年
- 平川すみ子「ファッションマーケティング昨日・今日・明日⑦『専門店 721号』pp38～41 日本専門店会連盟 2010年
- 平川すみ子「ファッションマーケティング昨日・今日・明日⑧『専門店 722号』pp32～35 日本専門店会連盟 2011年
- 深井晃子『モードのジャポニズム』京都服飾文化研究財団 1994年
- 深井晃子『ジャポニズム イン ファッション』平凡社 1994年
- 深井晃子『世界服飾史』美術出版社 1998年
- ボードリヤール『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店 1995年
- 皆川魔鬼子『TEXTURE』講談社 1988年
- 三宅一生『East Meets West 三宅一生の発想と展開』平凡社 1978年
- 三宅一生「REALITY LAB——再生・再創造展」『チビコト』2011、1月号 木楽舎 2010年