

# ジェンダーレスファッション

## 1. はじめに

私はジェンダー問題をテーマに探究した。このテーマに興味を持った動機は、ココシャネルという人物を知ったことである。ココシャネルはシャネルというハイブランドをフランスで立ち上げた人だ。彼女は1910年パリに“シャネル・モード”という帽子の専門店をオープンした。そこからウェア、シューズ、ジュエリー、バッグ、財布、時計などのアクセサリ、コスメまで幅広く展開していった。そんなブランドを立ち上げたココシャネルを題材にしたココ・アヴァン・シャネルという映画を見たのがきっかけでジェンダーについて興味を持った。その映画は彼女の人生の序章を写し出した映画だ。彼女が生まれてからどうして服を作るようになったのかが作中で語られていた。彼女は当時主流だった豪華な総称とは対照的に、シンプルで機能性の高い服装を好んだ。そして彼女は新しい現代女性の服装を生み出し、男性社会に最初に踏み込んだ。女性とはこういうあるべき」という概念を崩していくファッションスタイルをみてファッションとジェンダーの関わりに興味をもった。

## 2. 序論

現代のファッション市場は、婦人服と紳士服やメンズとウィメンズなど、男女で分けられている。そこで、性別関係なく着ることができるユニセックスなファッションを取り入れることで自分の着たいファッションを楽しむことができる人が増えると思う。CCCマーケティング調べによると、商品購入時の買いにくさについて聞いた所、圧倒的に「売り場が男女でわかれている」29.6%という声が多く、2位の「自分に合うサイズが分かりにくい」15.3%の倍近くに達している。これは「お店に入りにくい」「試着がしにくい」にも通底している課題と考えられる。…①



この結果から私は売り場が男女で分かれていると、周りの目が気になり商品を購入しづらいのではないかと考えた。

## 3 本論

最近ではコロナ禍でオンラインショップが普及したことによってお店に行かなくても自分が着たい服をどこでも買うことができるようになった。それによりアパレル各社が性別に関係なく着られるジェンダーレスの商品を次々に展開したり、ファッションの好みに対する性差がなくなってきた。そこで私はジェンダーレスファッションをもっと普及させる為に、SNSを使って、ジェンダーレス社会を作ることができるのではないかと問いを立て

た。ジェンダーレスとは、社会的・文化的に求められる性差を表す「ジェンダー」の境界をなくすという考え方のことを示している。つまり、社会で認知されている「男性らしさ」「女性らしさ」といった区別を取り払うことだ。またジェンダーレスは、「性自認」や「性表現」とも関連性がある。性自認は「自身の性別の捉え方」、性表現は「外見や行動を通じた性別の表し方」を示している。社会的に位置付けられた男女の境界をなくすジェンダーレスの視点を基にすると、性自認や性表現でも、「男性」「女性」の枠組みが当てはまらないケースも出てきた。

まずは、ジェンダーレスの現状を知るため世間ではジェンダーレスについてどれだけ注目されているかを調べた。Analyzer公式サイトが実施した調査によると1年間、(2021年3月～2022年2月)のWeb記事における「ジェンダーレス」関連記事の掲載数の推移を見てみると、緩やかな増加傾向にあることが分かった。Web記事においても、「ジェンダーレス」は話題性の高いワードであることがわかった。…②

そこで、私はELLEgirlというWeb記事を元に、フィールドワークから得た情報を分析し興味を持ったきっかけであるファッションに重点をおき、ジェンダーレスファッションについての文献調査をしていこうと考えた。…③

まずジェンダーレスファッションとはどのようなスタイルのファッションなのかを紹介する。海外のおしゃれセレブを中心に「性別関係なく楽しめるコーディネート」や「性別の境界があいまいなコーディネート」、「性別をはっきりと断定しないようなコーディネート」が定番になった。世間では中性的と言われる服装のことだ。この記事ではジェンダーレスファッションを楽しむ世界の有名人のSNSの発信を元におすすめしたいアイテムやブランドを紹介している写真の説明をする。ジェンダーレスファッションの代名詞といえばハリー・スタイルズだ。「着る服がレディースかメンズかどうかは問題じゃない」と明言していてハリースタイルズを基盤にたくさんの有名人がsnsで自分のファッションスタイルをあげている。例えばビリー・アイリッシュだ。ルーズなアイテムを組み合わせた「だぼだぼスタイル」がこだわりでボディラインを隠すファッションをした。そこで彼女はステレオタイプな“女性らしさ”から解放されるうえ、「スリムだとかスリムじゃないとか、体型のことを誰にも言われたくない」と語っている。韓国ではアイドルグループ、Stray Kids (ストレイキッズ)のフィリックスだ。ファッションはもちろん、性別関係なくマネしたくなるようなネイルやトレンドメイクなどもしている。またBTSというアイドルグループで活躍するジンという人は、BTSの新曲「Butter」のティーザービジュアルで、披露したジェンダーレスな着こなしが「おしゃれすぎる」と話題にもなった。そこで、有名人によるSNSの発信による影響力はどれくらい大きいのかを調べて見ました。毎月、17歳～69歳の男女1,100名から回答を得ている、モバイル&ソーシャルメディア月次定点調査によるとファッション情報収集時によく利用するサービスでは、Instagramが大きく伸長し流行のファッション情報」29.4%、「SNSのネタになるようなファッション情報」27.1%ではGoogleを上回り1位となっている。そのほか「人と違うファッション情報」「自分に合ったファッション情報」「コーディネートに関する情報」もInstagramで調べられているとわかった。…④

プライベートでスマートフォンを利用している回答者942人に、「情報収集時によく利用するサービス」では圧倒的にGoogleだったのに対しファッション情報収集時によく利用するサービスではインスタグラムが多く使われているという事からジェンダーレスファッションを布教するにはSNSの影響が大きいと考えた。

#### 4 結論

この調査の結果、SNSによってジェンダーレスファッションが広まっていることが分かった。しかしまだ日本では、ジェンダーレスファッションが普及していない。私は有名アーティストや有名アイドルたちが服や衣装にジェンダーレスファッションを取り入れsnsで自分自身を発信することに興味を示すきっかけになったり、同じ服装を真似したいと思う人もでてくるのではないかとおもった。またジェンダーレスファッションに興味を持っている人やその発信によって興味を持った人向けに着ている服のブランドの紹介やURLを貼り付けることによって身近な人でも挑戦しやすいと思った。BTSのようにティーザービジュアルなどにジェンダーレスファッションを取り入れることによってより多くの人目に留まると思った。またカップルファッションを増やしていくことによって服に対するジェンダーの考えが増えると考えた。

#### 5 おわりに

どのようにSNSを使ったジェンダーレス社会を作ることができるのかという問いについて自分にできることはなにかを考えた。まずはジェンダー平等に興味を持ち理解をすることです。次に身近な人にジェンダーレスの考えを知ってもらうのが大事だと思った。その為には、男らしく、女らしくなどこれまでの既成概念をくつがえし、個人それぞれが男女を意識せずに自由な生き方ができるべきだと思う。

#### 6 参考文献

- ①…富岡晶 (Web担編集部) 2021/12/16 16:00 調査／リサーチ／統計 | 調査データ
- ②…富岡晶 (Web担編集部) 2019/7/16 7:00 調査／リサーチ／統計
- ③…ELLEgirl UNI ELLEgirl Next LAB
- ④…富岡晶 (Web担編集部) 2019/7/16 7:00 調査／リサーチ／統計