

# ジェンダーレスファッション市場の可能性

3年2組28番 豆原 百音

## 1. はじめに

私は幼い頃、母が買ってきてくれた洋服を着るのが普通だった。だが、今では自分で洋服を買いに出かけることがほとんどである。何度も1人で洋服を買いに行く度に、ファッション市場の違和感を感じるようになった。私は洋服を買う時に、デザインを見て買うことを決める。その時いいなと思ったデザインの服がメンズ服だったので、メンズ服エリアでサイズを合わせていると、周りからジロジロと見られたり、店員さんに「ウィメンズ服はここにありますよ」と言われたことがあった。それ以来、メンズ服を実店舗で買うことに抵抗を覚えるようになった。この経験から、洋服の種類をメンズとウィメンズとで大きく分けていること、そしてファッション市場がメンズとウィメンズとで2分割されていることに違和感を覚えた。この探究を進めていこうと思ったのも、現状を維持しているだけでは、ファッションを心から楽しむことが出来なくなるのでは無いかと考えたからである。この論文が、周りからの偏見の目をなくし、誰もがファッションを楽しむことが出来る社会を作るきっかけになればいいと思う。

## 2. 序論

ファッションとジェンダー規範の関わりはとても根強いものである。現代では、ほとんどのファッション市場はメンズとウィメンズで分けられている。“ジェンダーレス”という言葉が普及し、「ジェンダー平等の実現」というSDGsの達成目標も設定されるなど、社会が変化していく中で、ファッション市場はいつまでもメンズエリアとウィメンズエリアに分けられている。ファッション市場はなぜこのように2分割するのであろうか。ファッション市場をメンズとウィメンズに分けるのは区別なのか、それとも差別につながってしまうのか。そこで本論では、ファッションがメンズとウィメンズに分けられるようになった背景と現在への影響、そしてファッション市場を二分割することは差別を助長しているということを明らかにする。そのために、実際に市場に行き、どのように分けられているのかを自分の目で見て確かめ、公式オンラインショップなどをリサーチする。

## 3. 本論

まずはファッション市場で商品がどのように陳列されているかを自分の目で見て確認しようとGU梅田店、そしてユニクロOSAKA店に向かった。この店舗では階数によってメンズとウィメンズに分けられていた。(図1ユニクロOSAKA フロアマップ 1F~4F より)次にユニクロ原宿店のフロアマップを見てみると、メンズは青、ウィメンズはピンクで表されている。(図2 ユニクロ原宿店 B1F フロアマップより)



4F

WOMEN  
ウイメンズ      MEN  
メンズ

HT・AIRism  
MEN インナー

TAX-FREE COUNTER

免税柜台

면세카운터

店舗受取カウンター



3F

MEN  
メンズ

KIDS MATERNITY  
キッズ マタニティ



2F

WOMEN  
ウイメンズ  
WOMEN インナー

補正受取カウンター



1F

WOMEN  
ウイメンズ      MEN  
メンズ

TAX-FREE COUNTER

免税柜台

면세카운터



B1F

WOMEN  
ウイメンズ

TAX-FREE COUNTER

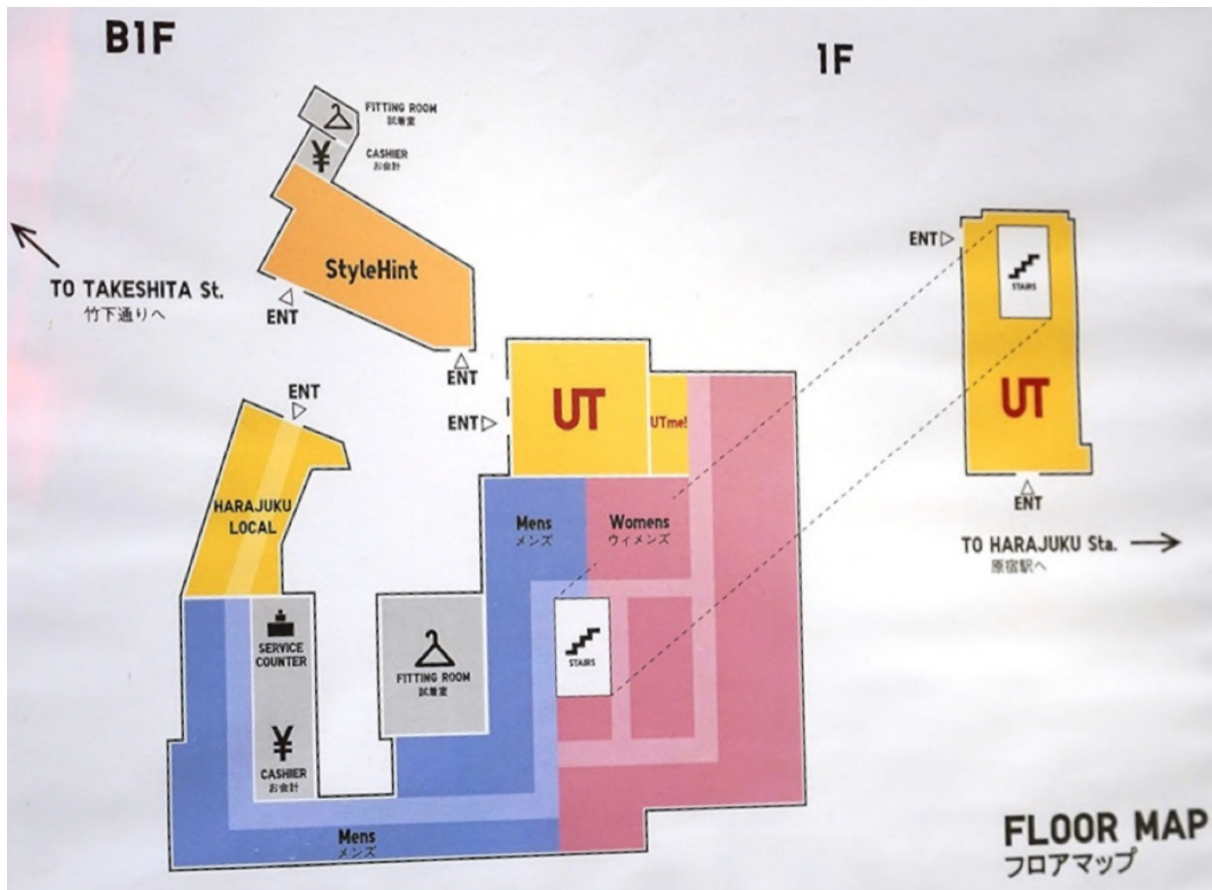
免税柜台

면세카운터



B2F

WOMEN  
ウイメンズ      MEN  
メンズ



これはGUやユニクロに限ったことではなく、ほとんどのファッションブランドもメンズとウィメンズに分けられ、市場が2分割されている。そして、もう一つ気づいたことがある。それはメンズはパンツスタイル、ウィメンズはスカートスタイルが主流だということだ。例として、2020年の冬に公開された「Niko and…」のコンセプトフォトがある。男性モデルはパンツスタイル、女性モデルはスカートスタイルを身に纏っている。



これは男性はパンツ、女性はスカートという意識からくるものだと考えた。なぜこの現状がいつまでも変わらないのかという問いを「みんな違うから、みんなで支え合う」ゼミ生に

問いかけてみると、「当たり前になってしまっているため、変えてしまうと変化についていけないから。」などという意見がでた。だが、本当にこのままでいいのだろうか。メンズとウィメンズで分けることやフロアマップをピンクと青で色分けをすることは、区別ではなく、差別を助長するものになってしまっているのではないか。この問いを探究するため、まずはいつから男性はズボン、女性はスカートという考え方になってしまったのかを調べた。

日本では明治時代以降、富国強兵の影響で男性は雄々しい戦士となるべく、それまでの女性的な服飾は排除されることになったようだ。さらに、明治期 から大正期にかけて産業社会化が進み、就業などの男女の役割分担が徐々に浸透していった。そして生産者である男性は、労働がもたらす富を服装であらわすことを制限され、シンプルで地味な服装がよいという規範が確立していった。それとは対称に、女性は夫や父親の財力を被服行動で 表すことが許され、形も色も華やかになり被服行動におけるジェンダーが確立して行ったと言われている。（佐藤歩「性役割観が衣服の購買行動に及ぼす影響について」から引用）

そして、英語には“Wear the pants in the family”という表現がある。直訳すると、「家族の中でズボンを履く」となるが、このフレーズは家庭内で権力を持っている人物、すなわち父親を表す意味で使われている。ズボンを履いている人は男性で、男性が家族の中で1番権力を持っているというイメージからこのような意味で使われるようになったそうだ。フランスでは1800年11月7日にパリ警察庁による条例が制定された。警察令は、以下のような前文と五つの条項からなる。

#### パリ警察庁 1800年11月7日

警視総監は、多くの女性たちが異性装をしているとの通告を受け、いかなる女性も健康上の理由以外で、自身の性別の服装を放棄することはないと信じている。異性装 をする女性は、必要な場合には提示すべき特別な許可書を携帯していなければ、かなりの不快感や警官の侮辱にさらされることになる。許可書は一様であるはずが、今日までいくつもの当局者により、さまざまな許可が与えられてきた。警察令の公布後は、定められた手続きを経ず異性装をするすべての女性に対し、異性装を悪用する意図があるものと見なす。警察令は、次の通りである。

第1条 セーヌ県の副知事や区長ならびにサン=クルー、セーヴル、ムードンの市町村長、および警察庁によって今日までに与えられた、いかなる異性装に関する許可も無効とする。

第2条 男性服の着用を望むすべての女性は許可書を得るため、警察庁に出頭しなければならぬ。

第3条 公認の署名がなされた医師の証明と、申請者の氏名・洗礼名・職業・住所が 記された区長や警視の証明に基づいてのみ、許可書は発行される。

第4条 前述の措置に従わない異性装が発覚した場合、女性は逮捕、警視庁に連行される。

第5条 この警察令は、セーヌ県の全地域とサン=クルー、セーヴル、ムードンの市町村において公示、公布される。また、軍の第 15・17 師団およびパリの駐 屯部隊の指揮官、セーヌ県とセーヌ=エ=オワーズ県における憲兵隊長、区長、警視、警部といった、法令の确实、な遂行者に向けて発令するものである。

警察令で「男性服の着用を望むすべての女性は許可書を得るため、警察庁に出頭しなければならない。」と述べられている通り、フランスでは女性の服装の自由は奪われてしまったと言える。これらのことから、男性はズボン、女性はスカートという考えが根付いてしまったのはイメージや国の状況によるものだと分かる。

そんな状況でも、ファッションの自由を主張した人がいた。洋服やコスメを扱うブランドYSLの創業者、イブサンローランである。『Stiletto』誌ディレクターであるローレンス・ベナイム氏によると、1968年にイヴサンローランが発表した「パンタロン」が登場したことにより、女性のスカートに変わるスタイルとしての日常着としてパンツスタイルを定着させることができたようだ。ジェンダーレスファッションに革命を起こした人物は、もう一人いる。ローマの休日などでよく知られる、オードリー・ヘップバーンだ。俳優という職業でありながら、ファッション界にも大きな影響を与えた。それが彼女が『麗しのサブリナ』という映画で着ていたサブリナパンツだ。彼女が着ていたことで当時の流行ファッションとして女性の日常にパンツスタイルが広まっていった。「麗しのサブリナ」が日本で公開された1954年9月28日の翌年、1955年のトルー・ストーリィ(雑誌)、そして1972年の装苑ではサブリナパンツの特集が組まれていることから、日本でも流行していたと言える。他にも1960年代後半から1970年代前半ではパンタロン、1990年代ではフェミ男と呼ばれるジェンダーレスファッション(オリーブ 1994年6月3日号特集)、2016年ではスカンツ(2016年CHANTO10月号をはじめとするファッション雑誌より)、2020年頃からはメンズライク(BELCY編集部による)などと、他にも沢山のものが映画や雑誌、SNSによって流行ファッションとして取り上げられた。このようにジェンダーレスファッションのようなものが日本でも流行ったのにもかかわらず、ジェンダーレスな服装を身に纏っている俳優やインフルエンサーがSNSなどで誹謗中傷を受けているということから、ファッションに「男らしさ」「女らしさ」を求められているというのが現状だと私は考えた。

そこで、ファッション市場をメンズとウィメンズに分けるのは差別なのか区別なのか、という問いを立て、2022年5月17日に行われたゼミ交流会で国際高校の1年生から3年生の生徒たちに問いかけた。24人を8つのグループに分け、1グループずつ意見を発表してもらったところ、「女性がメンズエリア、男性がウィメンズエリアにいると、嫌な目で見られるから差別だ」という意見が2グループ、それ以外の6グループが「サイズが違い、仕方がないので区別だ」「作り手から見ると区別だ」などという意見が出た。この結果から、ほとんどの人が区別だと考えていることがわかった。人それぞれ価値観や考え方が違うので、意見が対立することがあって当然だと思う。だが、その大多数の意見によって苦しめられる人がいるのは、本当にジェンダー平等な世界になると言えるのだろうか。そこで周りの目にとらわれず自分のしたいファッションを楽しむためにはどうすればいいのだろう、という問いを再度立て考え直した。そこで考えたのがメンズとウィメンズが混合された市場である。現在、ほとんどの市場ではメンズとウィメンズが完全に分けられており、それによって周りの目が気になってしまうのではないかと考えた。だからアイテム別で陳列することによって、どこにいても周りの目を気にすることなく買い物やファッションを楽しめるのではないかと思いこのような解決策を考えた。このような市場に1番近いのが、ユーズドセレクトショップ、いわゆる古着屋である。商品はメンズ・ウィメンズがあるものの、商品配列はアイテム別で置かれている事が多い。実際に古着屋に行くと、男性がウィメンズの商品を、女性がメンズの商



品を、試着したり購入したりしている場面をよくみる。私が実際に古着屋フロリダ アメリカ村店や西海岸 ANCHOR アメリカ村店、KINJI BIGSTEP店などに行った時、店員さんに「メンズの商品を大きめに着こなす」ということを勧められた。古着屋ではメンズ・ウィメンズという表記に縛られず、ファッションを楽しむことができるのではないかと感じている。

しかし、ユニクロなどのファストファッションブランドでは下着などの商品展開が行なわれている。先程述べたゼミ交流会のなかで「下着などの見られたくないものもある」と言っている人もいた。そういうものに関してはインターネット販売などでの対応を考えているが、すぐに手に入れたい時に困る、実物を見ないとサイズ感がわからない、などのデメリットも挙げられる。

一般的によく知られているGUやユニクロでは男女兼用のものやユニセックスの商品が沢山ある。公式オンラインショップで「ユニセックス」というキーワードで検索したところ、GUでは45件、ユニクロではなんと254件もの商品が見つかった。(2022/09/30 15:00時点)このようにユニセックスの商品があると知らない人も多いと思う。実際、発表時に聞いてみると知らないと言っていた人が多かった。だが、存在を知ったことで、買ってみようと思ったと言ってくれる人もいた。このことから、商品を取り扱っているお店やブランドを広めていくことが、ジェンダーレスファッションを広める第一歩なのではないかと考えた。

#### 4. 結論

ウィメンズとメンズに分けることは区別なのか差別なのかという問いを立てて検証した。沢山の人から意見をもらったが、私はこの探究活動を始めた時から今まで変わらず、ウィメンズとメンズに分けることは差別だと思っている。本論文では、ウィメンズとメンズを一体化させたジェンダーレスファッション市場を解決策として紹介した。だが、探究を進めるにつれ、この市場を作ることだけでは解決しないのではないかと感じた。ジェンダーレスファッションの本質は、ただ男性がウィメンズの商品を、女性がメンズの商品を着ればよいということではなく、自分らしくいられるファッションを選択するというところにあると考えた。

#### 5. おわりに

探究を始める前は、すぐに解決策が見つかると思っていたが、この活動を通して、一つのことを解決しようとする多くの問題点が出てくるということに気づくことができた。それがこのような問題が解決されない一つの理由なのだと思う。だが、その問題に目を背けず探究を続けることが解決に導く一番の方法だと感じた。この論文がファッションを楽しめる社会への第一歩になることを願っている。

#### 6. 参考文献・出典

株式会社ジーユー (GU) , GU公式ファッション通販サイト, <https://www.gu-global.com/jp/ja/> , (2022/09/30 15:00)

株式会社ユニクロ (UNIQLO) , ユニクロ公式オンラインストア, <https://www.uniqlo.com/jp/ja/> , (2022/09/30 15:10)

ローレンス・ベナイム, 2008, 「パンタロン——イヴ・サンローランの反逆のクラシック」, ドレスタディ, 第 54 号

菅原敬太, 2018, 「【映画にみるファッション】『麗しのサブリーナ』—映画とファッションの幸せな関係—」

株式会社アダストリア, ニコアンド (niko and ... ) オフィシャルブランドサイト, <https://www.nikoand.jp>, (2022/09/30 15:20)

馬場まみ, 2018, 「ジェンダーの視点からみた学校制服の課題 -女性差別撤廃条約の理念を軸として-」, 日本衣服学会誌, 62 卷 1 号 p. 9-14

新實五穂, 2013, 「警察令にみる異性装の表徴」, ドレスタディ, 第64号

佐藤歩, 2019, 「性役割観が衣服の購買行動に及ぼす影響について」