

エシカル・ファッションにみる今日的課題

内村 理奈

(跡見学園女子大学マネジメント学部 助教)

1. はじめに

英語のエシカルethical（倫理的、道徳的）は、近年フランスをはじめ、多くの国で用いられるようになってきた言葉である。特に、この言葉がファッションと結びつき、国内外で話題にされ、注目されるようになってきているのは興味深い。エシカル・ファッション、つまり直訳すれば、「倫理的なファッション」ということになるのだが、いったい、ファッションと倫理という概念が、結びつき、両立するなどということが、これまであっただろうか。歴史的に見ても、そのようなことは思い当たらない。つまり、エシカル・ファッションとは、極めて新しい、21世紀に固有の概念の誕生であると考えられる。

ファッションfashionとは本来、移ろいやすく、短いサイクルで入れ替わる衣服の流行を意味している。多くの英語辞書はこの言葉を「ある時代、ある地域の服装や行動様式などの流行、一時的な風習」と説明し、古くから特に「上流社会、社交界」を意味するものでもあった¹⁾。それゆえ、ファッションとは、基本的に経済的に余裕のある一部の人びとの贅沢な現象として存在してきたものであり²⁾、人間の（場合によっては理不尽なまでの）虚栄心を満足させるものであるため、それがなくとも、人間が生きていくことは可能であると言うことはできる。ファッションではなくとも、物理的に体を覆うことのできる衣服がありさえすれば、それでこと足りるのだと言うこともできるかもしれない。このように、ただ体を覆うだけの衣服ではな

く、流行に乗ったものであるファッションあるいはモードが、その軽佻浮薄さゆえに、道徳家たちから批判されることは、17世紀あるいはもっと古くからヨーロッパ社会にはしばしば見られることであった³⁾。移り変わりの激しいファッションに身をゆだねることは、道徳家たちからすれば、特に18世紀頃から、女性に固有の、軟弱で、浅はかなふるまいであると見做されてきた⁴⁾。それがファッションの歴史であると言ってもよい。そのような歴史を考えると、「倫理的なファッション」とは、まるで宗教家や道徳家たちに見受けられる、禁欲的で、無彩色かつ無装飾の衣服なのではないかと、想像してしまう人もいるのではないだろうか。

しかし、近年、言われるようになった「エシカル・ファッション」とは、そのような禁欲的な道徳家の衣服とはまったく異なる概念であると言わねばならない。そこには、今日の世界の状況、つまり現代のグローバル社会が抱えている種々の問題に対する、ひとつの警鐘のような意味が色濃く見られる。一部の良識ある人びとを中心に、おそらくは、現代社会の諸問題を解決するために、ファッションの世界からも何か発信していかなければならないという、強い危機感をもって、生まれてきたものであり、ひとつの社会運動とも言える現象であると言ってよいだろう。

エシカル・ファッションの誕生は、2004年のパリに始まる。今日に至るまで、なかなか大きなムーブメントにはなりきれてはいないが、徐々に世界に浸透してきている。国内外のファッション誌でも取り上げられる⁵⁾ など、ジャーナリスティック

な記事は少しずつ増加の傾向にある。しかし、学術的な論文は、国内外共に、いまだ見られない。そこで、本論では、エシカル・ファッションを取り上げ、その現状と意義を紹介するとともに、現在エシカル・ファッションが抱えている課題を指摘したうえで、21世紀になって登場したエシカル・ファッションという新しい現象が何を意味しているのかを考察する。

2. ファッションとエコロジー ——グリーン・ファッション、 フェアトレード・ファッション、 エシカル・ファッション

近年、世界中の行政機関および産業界が、喫緊の課題として取り組んでいるのが、環境問題であろう。地球の温暖化問題をはじめ、すべての国々が頭を悩ませている大きな課題である。このような環境問題とファッションとが深く関係しているといっても、実感できる人は少ないかもしれない。しかし、衣類の素材は、木綿をはじめ、その多くを自然界から得ている。それらの素材の栽培、製造の工程では、多くの場合、農薬や殺虫剤を用いなければならず、染めや織り、縫製の段階にいたっては、化学薬品を用いることや、時には有害な汚染水、排気ガスを排出していることがある。ファッション・トレンドの移り変わりの中で、売れ残った商品の多くは、リサイクルされることも少なく、廃棄処分され、焼却されて、大気や土壌を汚染していく。ファッション業界の裏にある、このような環境問題との関わりについて、疑問を感じ始めた業界人が、現代社会の全体的な環境問題への関心の高まりとともに、徐々に増え始めてきたのである。ファッションとエコロジーの問題は、ファッション業界の持続可能な発展のためにも、重要な課題になってきているのは確かであると言えよう。

エコロジーを考慮した、いわゆるエコ・ファッションは、まず1960年代あるいは70年代のヒッピーたちの間で見られたのがはじまりではなかったかと思う。彼らは自然や愛や平和を尊び、人工的なもの

を排除して、時には原始生活に近づくために行きすぎたヌーディズムと結びつくこともあった⁶⁾。人工的なおしゃれを排除し、髪の毛を伸ばし、髭を生やしたファッションに身を包んで、「自然に帰れ」と主張した風俗であったとも言えるだろう。一方、そのような流行とは関係なくエコロジーへの関心を持ち続けている人びとも存在していた。オーガニックの自然素材を用いて、手作業で作られた衣服を愛する人びとは、自然食を愛好する人びとと重なることもあり、ヒッピー以外の人びとの間にも少なからず存在し続けてきたと思われる。

このように、環境との共存を目指すエコ・ファッションは以前からあるが、『グリーンファッション入門——サステイナブル社会を形成していくために』を著した田中めぐみ氏によれば、これをおしゃれではないと感じる人は多く、それゆえに、アメリカではこれらを栄養はあるけれど面白みのないものという意味をこめて「グラノーラ」ファッションと呼んできたと説明している（グラノーラは朝食の定番であるシリアルのこと）⁷⁾。すなわち、従来のエコ・ファッションは、自然への配慮に関心をもっているものの、ハイ・センスなおしゃれとは結びつかないものとして存在してきたと言ってよいだろう。いわゆるハイ・ファッションやトップ・ファッションと、これらが両立することはなかったのである。

しかし、そのような状況が変化を見せはじめたのが近年の状況である。つまり、自然環境に配慮しながらも、格好良い、おしゃれなファッションをあきらめたくないという人びとが増えてきたのである。このような人びとの欲求を満たすべく誕生したのが「グリーン・ファッション」というカテゴリーだと田中氏は言う。田中氏は「言われなければそうとは分らない、おしゃれだが環境や社会に配慮した服や小物を、グリーン・ファッション、あるいはサステイナブルファッションと言う」と定義し、「環境や社会に良い商品しか作らないグリーン・ファッション・ブランドもあれば、通常のブランドがグリーンになっていくケースもある。いずれにせよ、その数は増す一方である」と述べている⁸⁾。アメリカでは多くのアパレル企業のグリーン

化（つまり環境に配慮した素材や生産工程を経ていること）が近年進んできており、その例として、「ステラ・マッカートニー」、「オスカー・デ・ラ・レンタ」などのハイ・ブランドから、「H&M」のようなファスト・ファッションまでを挙げている。アメリカでは、エコ・ファッションからグリーン・ファッションへの移行が堅調に進んできていると田中氏は述べる。もちろん、これらは21世紀になってからの動きである。

日本では、これらに先立って、フェアトレード・ファッションが生まれていた。1991年にイギリス人女性サフィア・ミニー氏が、日本でNGO「グローバル・ヴィレッジ」を創設し⁹⁾、フェアトレード（公正な取引、貿易）¹⁰⁾によって生産されたファッション製品を売り始めていたのである。「ピープル・ツリー」は「グローバル・ヴィレッジ」のフェアトレード事業部門を法人化して作ったブランドであり、WFTO（世界フェアトレード機関）が定めるFair Trades Standardsを守り、環境ポリシーにのっとったファッション製品の生産を行っている。主に途上国の貧困撲滅と生活環境の改善のために、途上国の人々に仕事を継続的に発注し、その土地に固有の伝統技術を生かしたファッション製品を作り、近年では有名デザイナーや、若者に人気の映画女優（エマ・ワトソン）とのコラボレーションなどを通じて、広く世界にフェアトレードの意義を訴え続けている。素材やデザイン、商品に関しての情報は、途上国の生産者から得る一方で、ピープル・ツリーの側からは市場動向や、ファッション・トレンド、商品開発などの情報提供をするという、パートナーシップを結んでいることが特徴的である。このような関係によって、常に途上国の生産者たちをエンカレッジしており、技術面でのサポートばかりか、必要に応じて代金の50%を前払いするという支援を行っているのが特筆すべきことであろう。生産者との全面的信頼関係を築き上げることによって、フェアトレードの仕組みを成功させているのである。さらに、SOFTという日本の学生たちとのフェアトレード推進のための活動も通して、フェアトレード・ファッション・ショーを行うなど、積極的に

運動を進め、徐々にフェアトレード・ファッションが「おしゃれ」であることを浸透させていっている注目すべき団体である¹¹⁾。

以上のように、世界の各地で、エコロジーや社会貢献的な性格をもつファッションが生まれつつあり、そのような世界的な動きの中で、フランスのエシカル・ファッションは登場したと言ってよい。

3. エシカル・ファッションとは

エシカル・ファッションは、2004年パリにて、エシカル・ファッション・ショー Ethical Fashion Showとして誕生した。イザベル・ケエ氏（Isabelle Quéhé、現在、エシカル・ファッション・ショーのアーティスティック・ディレクター兼「ユニヴァーサル・ラブ」代表）が企画し、主催したものである。2010年、エシカル・ファッション・ショーは、世界最大級のファッション展示会「ブレッド&バター」を主催し運営しているドイツの「メッセ・フランクフルト」株式会社に買収されたが、実質的な運営はケエ氏が行っていると言ってよいだろう。「メッセ・フランクフルト」はベルリンの「グリーン・ショールーム」も買収し、エシカル・ファッションの世界規模での普及に力を入れ始めている¹²⁾。

ケエ氏によれば、まず2004年に、2人の開発途上国（南半球）のデザイナーとの出会いがあり、この出会いをきっかけに、経済格差のある、南半球と北半球のデザイナーを集め、ファッションを南半球の国々の発展に寄与するものにしたいと考えたのが始まりだと言う¹³⁾。そこで、2004年の最初のエシカル・ファッション・ショーではパリをはじめとするヨーロッパ各地をはじめ、アフリカ、インドなどの20組のクリエイターが参加することになった。そして、エシカル・ファッションの意義を報道各社に訴える場を設けたのだと言う。あまりに安価な衣服の背景に隠れている事柄は何か。あるいは、魅力的なモードは、実は、環境汚染工場のひとつになっていることもあり、社会的な搾取の場にもなっていることがあるのではないか、などの問題提起をし、エシカル・ファッションとは、人間と環境に対し敬意を払うものであり、

次世代のために地域に固有の文化や技術を引き継いでいくものだ、と主張したのである。

ケエ氏が述べているように、エシカル・ファッションは、まず南北の経済格差を埋めることが必要であるという問題意識に基づいている。その上で、安価な衣服、つまり世界を席巻しているファスト・ファッションの裏側にある諸問題に立ち向かうこと、さらに環境問題に配慮し、グローバル社会の中で、軽視されがちであった地域社会の文化や技術を守っていくことが重視されている。以上の関心が基盤としてあるため、エシカル・ファッションとは、前述のようなエコ・ファッションやグリーン・ファッション以上に、環境問題のみならず、世界の幅広い社会問題に対しての問題提起になっていると思われる。

それが顕著に窺えるのが、エシカル・ファッション・ショーが掲げる、次の行動憲章（charte de bonne conduite）である。長くなるが、全文、引用しておこう。この行動憲章にのっとったクリエーションのみが、エシカル・ファッション・ショーに参加できると定められているのである。

1. 人権尊重の生産方法であること。

◇国際労働機関（ILO）の協定に従って労働者の労働条件を尊重すること：

- ・強制労働の禁止。
- ・生産ラインに従事しているすべての人々に対し、生存に必要なものや、きちんとした所得をもたらすための公正な最低賃金の尊重。
- ・最大で週48時間の労働時間制限。
- ・健康と労働に対しての安全性。労働者が安全で健康的な労働環境のもとにあること。
- ・労働組合の自由。
- ・結社の自由と、団体権、団体交渉の権利。
- ・差別の撤廃。

◇エシカル・ファッションは、持続的な方法で投資することで共同体の発展に寄与する：

- ・長期にわたる商業関係。
- ・保証された公正な労働賃金。
- ・インフラの整備と改善。
- ・生き方や考え方や創作の方法を押し付けよ

うとせず、常に対話を重ねて、これらの共同体の慣例や習慣を尊重すること。

◇知的所有権の尊重：

- ・エシカル・ファッションは常にクリエイターの名前を明記する。

2. 生産工程における環境負荷を最小限に抑えたファッションであること。生地を生産から衣服の製造に至るまで、そして、衣服がその役割を終えるまで。

◇エシカル・ファッションは、環境負荷を最小限に抑えた最高級の素材と物質の使用を優先する（制作の際にも廃棄の際にも）。

- ・エシカル・ファッションは回収された最高級の素材や、廃棄物のリサイクル素材や、環境を汚染しないか、するとしてもわずかな素材を優先する。
- ・染色や捺染や糊付けについて：重金や毒性のある化学物質を除いた製品の使用。
- ・生産工程のすべての段階と、廃棄物のリサイクルに注意を払うこと：生分解性の素材、廃棄物再処理企業との協働。
- ・着想の段階から、衣服とアクセサリーの耐久性とメンテナンスの簡便性を研究する。

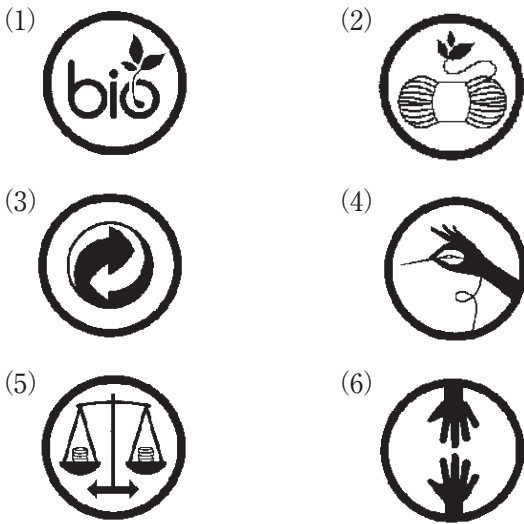
3. 地域の技術を永續させるファッションであること：地域の職人とのコラボレーションを通じて、エシカル・ファッションは、地域固有の技術を可視化し、永續させ、保全していく。

- ・エシカル・ファッションは、クリエイションの非画一化を目指している。これらの地域固有の技術は、豊かさや、クリエイションの多様性をもたらし、異なる文化や個人やスタイルを象徴するものである。¹⁴⁾

このように、エシカル・ファッション・ショーの行動憲章は大きく分けて、次の3つの項目、「人権」「環境」「地域固有の技術」を尊重したファッションの振興を願って、創設されたものであると言える。

さらに、エシカル・ファッション・ショーは独自

図表-1 エシカル・ファッション・ショーの認証マーク



の認証マークを作成しており、上記の行動憲章やエシカル・ファッションの基準を満たしているものを客観的に評価している。図表-1の6つのマークがそれらである。これらのマークはエシカル・ファッション・ショーの会場において、たとえば、配布されるカタログや、ブース展示の場で掲示されており、どのような種類のクリエイションなのかが理解できるようになっている。

図表-1の(1)は有機栽培などのオーガニックな素材を用いていることを表す。特に希少なオーガニック・コットンを推奨している。

(2)は自然素材を用いていることを表している。羊毛や亜麻、麻、絹などである。

(3)はリサイクルしているものを表している。フランスでは今日70万トンもの使用可能な布地が廃棄されているとし、そのリサイクルが大きな課題になっているからだとしている。衣類のリサイクル問題は日本でも同様である。

(4)は地域に固有の伝統技術を用い、それを高めていくような生産工程であることを示している。すでに述べた行動憲章から窺えるように、グローバル社会の中で、失われつつある伝統染織技術を尊重し、保存し、さらに永続的に発展させていくことは、エシカル・ファッションにおいて重視されていることである。そもそも、南半球の開発途

上国の発展に寄与したいというエシカル・ファッションの理念を念頭におけば、当然のことと理解できるであろう。

(5)は公正な取引、公正な対価が、労働者あるいは、生産者との間で取り交わされていることを表す。その意味では、フェアトレードはエシカル・ファッションの中でも、当然、重視されるべき、新しい貿易と経済の仕組みであると言ってよい。

(6)は社会援助に積極的に投資をすることを表している。つまり、開発途上国や様々な理由から社会的にマイノリティーな存在である人びとを、継続的に援助支援していくような取り組みであり、それを推進していく活動に対して、認めるマークである。

以上のように、エシカル・ファッションが目指しているのは、自然環境への配慮はもちろんのこと、人権問題、労働問題、経済格差の問題など、広範な地球規模の課題に果敢に取り組むことである。ファッションから、より良い世界を目指そうという非常に大きな理念を掲げていると言える。そして、それこそが、これまでのファッションの歴史の中では見られなかった、まったく新しいファッションの形なのである。

さらにエシカル・ファッション・ショーは、次の6つの項目を「我々の目標」として掲げている。この目標はメッセ・フランクフルトに買収されてから、特に強調されるようになったものである。

- ◇エシカル・ファッションは、創造的であり、好ましいものであると、立証すること。
- ◇すべての国際的なエシカル・ブランドに、展示機会を与えること。
- ◇あらゆる分野のファッション・デザイナーと、染織産業のパイヤーとの出会いの場を設けること。
- ◇円卓会議において、エシカル・ファッションの考えを推進すること。
- ◇エシカル・ファッションを、本物の社会現象として価値を高め、市場を拡大させること。
- ◇パリをエシカル・ファッションの都にし、年に2回、あらゆる国際的な提唱を結集させること。¹⁵⁾

このようなエシカル・ファッション・ショーが掲

げる目標からも読み取れるように、元来ファッションの都であるパリを、未来に引き継ぐべき持続可能なファッションの都にしようという意気込みと、エシカル・ファッションを単なる一部の人たちの奇特定の好尚に終わらせずに、大きな社会運動につなげ、さらに市場としても魅力あるものに発展させようという意味が明確になっている。ファッションである以上、ビジネスとしての成功は当然、必要である。一見、現実とはかけ離れた理想のようにも思われるかもしれないが、真剣に、新たな次世代のファッションのあり方を問いかけ、現代社会の諸問題へのひとつの回答を、ファッションを通して提示していく運動であると言えるだろう。

エシカル・ファッションの理念は、1999年に国連で採択された、国連グローバルコンパクトを思い起こさせるものでもある。国連グローバルコンパクトは、当時のアナン事務総長により採択されたものであるが、国連と企業とのパートナーシッププログラムであり、その目指すものはエシカル・ファッションの目指すものに酷似している¹⁶⁾。このことから、エシカル・ファッションは、ただの新しい流行というものではなく、やはり世界規模での大きな社会運動としての側面が強いということができようであろう。

4. メディアでの扱いから見えてくる エシカル・ファッションの課題

このように高邁な理想を掲げるエシカル・ファッション・ショーについて、徐々にメディアで取り上げられることも増えてきている。当初は小さな集団による、ささやかなファッション・ショーであったが、現在では、「メッセ・フランクフルト」に買収されたこともあり、年に1度であったショーが、年に2回の開催になり、通常のパリ・コレクションの期日に合わせて開催することによって、その主張をより広く普及させようとして努力が進んでいる。参加団体も2011年9月開催の折には90を突破し、多くの新聞やファッション誌、そして、テレビやインターネットのブログなどにおいても取り上げられるようになってきている。それらの

中から、メディアを通して見えてくるエシカル・ファッションが抱える課題の代表的なものを指摘しておきたい。

2010年9月の『ル・モンド』紙である。そこには、「食品とは異なり、エコで公正な衣服は、未だにフランス人にはあまり知られていない。それらは今なおババ・スタイル¹⁷⁾に結びついている」¹⁸⁾という見出しで、記者エリザベス・ピノーによるエシカル・ファッションに関する記事が出ていた。その中で、エシカル・ファッション・ショー主宰のイザベル・ケエ氏が「エシカル・ファッションは、1970年代のババ・ファッションとはかけ離れたものである」と強調していることや、「シック（おしゃれ）とエシック（倫理）は両立しないどころか、その反対だ」という、あるファッション・ブランドの社長の言葉が紹介されている。これらのことからわかるように、すでにエシカル・ファッション・ショーが開催されてから、6年経過した時点においても、実際には、フランス人の間においてさえ、エシカル・ファッションはまだ市民権を得ておらず、大半の一般の人びとにとっては、ヒッピーやババと同じものという程度にしか認識されていないことが窺える。さらに、その原因として、『ル・モンド』紙は、圧倒的な広告の欠如を挙げており、エシカル・ファッションは今後きちんとした広報によって、認知されるべきであるとしている。記事によれば、エシカル・ファッションを手掛けているルトリシア・アモラン氏が、ア・プリオリにエシカル・ファッションがヒッピーなどに結び付けられてしまうことを残念がっており、そうではなくて、「我々はカテゴライズされたいとは思わない。第一にモードなのであって、その次に倫理的であればいいのだ」と述べている。そして記者のピノー氏は、今後、食品と同じように、消費者は衣服がどのような工程を経て自分の元に届くのかを気に留める人は増えてくるだろうとして、エシカル・ファッションの可能性を展望し、記事を結んでいる。

つまり、今なお、「倫理的」なファッションには、いわば偏見がつきまといっていると言えよう。「おしゃれとは思えない」という偏見であ

図表-2 エシカル・ファッション・ショーの会場にて
(2011年9月3日、筆者撮影)



る。ファッションにおいて、おしゃれであると見做されないのは致命的である。これを打破すべく、適切な広報やコマーシャルが求められているのが現状と言えるだろう。そのせいか、たとえば「倫理はおしゃれ (L'éthique, c'est chic!)」という駄洒落のようなキャッチコピーも、雑誌記事には見られることもあり¹⁹⁾、エシカル・ファッションが決して野暮ではないことを広めようと懸命である。おそらく、一般の人びとに、おしゃれで洗練されていると思われるか否かが、エシカル・ファッションの成否にかかってくる重要な問題なのではないかと思われる。先に述べたアメリカの「グリーン・ファッション」と同様、まずおしゃれであることが必要なのである。

5. 結論

以上のように、エシカル・ファッションは、冒頭で触れたような道德家が身に着ける禁欲的なファッションを指し示しているのではなく、倫理的に正しい生産工程や労働環境や取引によって成り立つファッションであり、さらに環境への配慮も行き届いたファッションのことを指しているということが理解できる。つまりファッションとい

う言葉が本来持っている、移り変わりの激しい一時的な流行や、軽薄さなどといった概念とは、相反するものと言ってよいかもしれない。ファッションというよりは、これは社会運動であり、世界規模における啓蒙運動であると言ってよいだろう。移り変わるのではなく、持続性、持続可能性をファッションに求めるものなのである。グローバル社会に対する、一種の警鐘であり、平たく均一化されてしまった世界の服飾文化に、いま一度、地域固有の豊かで多様な染織の彩りを

復活させようとするものでもある。そのような意味において、エシカル・ファッション・ショーの中で明確に示しているわけではないが、今日、世界的に広まっているファスト・ファッションに対してのアンチ・テーゼであるのは間違いない。生物多様性や文化の多様性が、求められ始めている今日において、エシカル・ファッションがどれだけ、世界に浸透していくかは興味深い。歴史を振り返れば、常に贅沢と二人三脚であったファッションは、「倫理」や「道德」とは相いれないものであり続けてきた。たとえばパンク・ファッションのように、「倫理」に反するがゆえに格好良いと見做される現象も歴史の中には多くあったことを考えると、エシカル・ファッションの登場は、これまでのファッションの概念を覆すかのような出来事のようにも思われる。21世紀がこれまで人間が経験したことのないような局面に突入していることを、エシカル・ファッションは、ファッションという人間の素朴な欲望の側面から、照射しているように思われてならない。華やかにおしゃれをしたいという人間の欲求と、エシカルな考え方が両立していくのか。エシカル・ファッションは発展していくのか、それとも、一握りの人びとの間の流行に終わるのか。ファッション（流行）である

のならば、いずれ消えていくのが宿命である。しかし、もし、「倫理はおしゃれ」が浸透し、大きく発展していくのだとしたら²⁰⁾、それは、ファッションの歴史の中でも、ひとつの大きな転換点になっていくように思えてならない。

注

- 1) 『ジーニアス英和大辞典』(大修館書店, 2010)、fashionの項目。
- 2) ヴェブレン『有閑階級の理論』小原敬士訳、岩波書店、1961。
- 3) たとえば、17世紀フランスを代表する喜劇作家モリエールの『亭主学校』(1661年)の第一幕第一場においての、スガナレルとアリストという兄弟のファッション(モード)談義は有名である。兄アリストはモードに従った服を着ているのだが、弟のスガナレルは、やや時代遅れの衣服に固執しており、兄の姿を批判する。しかし、17世紀フランスにおいて、モードは宮廷で認められる最大公約数的な風習を意味するものであったため、この作品の中では、流行遅れのスガナレルのほうが、分が悪い。しかし、この時代からファッション批判があったことは窺える(ロジェ・ギシュメル、廣田昌義、秋山伸子共編『モリエール全集 第3巻』臨川書店、2000、9-10)。
- 4) 中世フランスにおいて、モードmodeは「流儀」および「慣習」を指し示していた。それが17世紀になると、「宮廷で受け入れられている慣習に従った衣服の身に着け方」を意味し、宮廷規範を意味するようになったため、モードは権威づけられていく。しかし、18世紀になると、モードは単なる「気まぐれ」の産物であると見做されるようになっていく。たとえば、モンテスキューの『ペルシア人の手紙』(1721年)には「ちよいとパリから半年ほど田舎へ行っていた女たちは、まるで3年も留守をしていたように流行遅れになってしまう」と述べられており、モードが極めて移りやすく気まぐれなものとして、受け止められていることが窺える。またモードの中心がパリであり、その担い手の中心が女性になってきていることも、この文章から窺える。デイドロ&グランベールの『百科全書』においても、modeは女性の服装に関わるものとして定義されており、この時代から、モードつまりファッションは、「女性の気まぐれにまかされた衣服の流行」という意味が強くなってきたと言える。
- 5) 日本では『マリ・クレール』誌が2008年にいち早く紹介した。
- 6) ブリュノ・デュ・ロゼル『20世紀モード史』西村愛子訳、平凡社、1995。深井晃子監修『世界服飾史 カラー版』美術出版社、1998。ゲルトルート・レーネルト『絵とたどるモードの歴史』黒川祐子訳、中央公論美術出版、2011。
- 7) 田中めぐみ『グリーンファッション入門——サステイナブル社会を形成していくために』織研新聞社、2009、9。
- 8) 同書、9。
- 9) サフィア・ミニ『おしゃれなエコが世界を救う——女社長のフェアトレード奮闘記』日経BP社、2008。
- 10) 渡辺龍也『フェアトレード学——私たちが創る新経済秩序』新評論、2010。
- 11) 2006年に設立されたバッグのブランド「マザーハウス」もフェアトレードの代表的な会社である。さらに、日本では、1990年代初頭にオーガニック・コットンの普及をいち早くはじめた株式会社アバンティも、エシカル・ファッションの登場以前から活動している先駆的な会社として知られる。
- 12) *Fashion Mag.com Japan*, 2011年7月13日の記事による。
- 13) *Melting Pop*, 2010, mars, 58-59.
- 14) *Ethical fashion show le mag*, Paris 2011, Carrousel du Louvre, 1er > 4 Septembre, 38-39. (本書は2011年9月1日から4日まで行われたエシカル・ファッション・ショーのヴィジターに配布されたカタログである。訳文は筆者による。以下も特に断っていないものは同様。)
- 15) *Ibid.*, 5.
- 16) 国連グローバルコンパクトの10原則は次の通り。「人権: 原則1、企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。原則2、人権侵害に加担しない。労働: 原則3、組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。原則4、あらゆる形態の強制労働を排除する。原則5、児童労働を実効的に廃止する。原則6、雇用と職業に関する差別を撤廃する。環境: 原則7、環境問題の予防的なアプローチを支持する。原則8、環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。原則9、環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。腐敗防止: 原則10、強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む」。
- 17) ババ・スタイルとは1970年代後半に登場した、ヒッピーの次世代にあたる、自然志向の反体制的な若者たちのファッションのこと。
- 18) *Le monde*, septembre 2010.
- 19) *Air Le Mag*, 10 mai 2008.
- 20) ファッション・ジャーナリスト生駒芳子氏は、エシカル・ファッションの可能性を高く評価している。生駒芳子「環境配慮の衣・食・住 エコ・ファッション『エシカル』ファッションは心のエコロジー」(『環境会議』34, 2010, 110-115) 参照。

うちむら・りな 跡見学園女子大学マネジメント学部 助教。主な論文に「アンシャン・レジーム期フランスの服飾にみる秩序の表象」(お茶の水女子大学大学院博士學位論文, 2012)。フランス服飾史、服飾文化論専攻。(uchimura@atomi.ac.jp)