

TDAテキスタイルスクール東京
第3期 テキスタイルマーケティング「エコ、ユニバーサルデザイン」

■3月13日(土)／日本教育会館

第1部 講師:鈴岡章黄氏・井上壽三氏

第2部 講師:新倉 晃氏

第1部:

帝人株式会社のグループ執行役員であると同時に帝人ファイバー株式会社の取締役原料重合事業部長をされている鈴岡章黄氏と、同じく帝人ファイバー株式会社のファイバー事業部で長繊維販売グループ長をされている井上壽三氏を講師に向かえ、「地球環境と繊維製品について——完全物質循環型社会とエコ繊維——」というテーマで講演が行われた。その講演について概略をレポートする。

まず『帝人』という企業グループについてだが、TVではよくコマーシャルも流れているし、故大屋晋三元帝人社長の妻、故大屋政子氏も有名だったし、とにかく繊維業界の中ではとても有名だが、いまい何やっている会社なのか、私には化繊を中心とした繊維メーカーであるということ以外は正直分からなかった。しかし、今回のこの講演を聴いてわすかだが、理解できたような気がする。それは『帝人』という会社が私が思っていた以上に時代の先を行っている会社だということだ。

現在、地球規模でもっとも問題になっていることの一つに環境問題がある。人口の増加がモノの大量生産を生み、その結果大量廃棄が横行し、地球の環境破壊につながっている。リサイクル化が進んだ今日でさえ、生ゴミや容器包装、紙、自動車、家電などの一般のゴミのリサイクル率は14%だそうだ。しかも最終処分場はあと12年ちょっとで容量限界を迎える。汚泥や動物糞尿などの産業廃棄物に至っては、リサイクル率は45%と高いにも関わらず、最終処分場はあと4年弱で埋まってしまうらしい。気になるのは繊維製品だが、一般廃棄物に含まれるこれらのゴミのリサイクル率は何とたったの9%、残りの91%はすべて、焼却され埋め立て処理されるそうだ。何ともしない、何と地球を破壊していることだろうか。

『帝人ファイバー』を含めた『帝人グループ』が、企業理念として掲げてまで現在取り組んでいることは、正にこれらの環境問題を解決する方法を私たちに提供することなのだ。そして、『帝人ファイバー』の主力製品であるテロンなどのポリエステル繊維を低負荷でリサイクルし、より良い製品として再生させる、『循環型社会』の構築を今、『帝人』はほぼ完成させた。そして回収されたペットボトルや、ポリエステル製品、或いは原料等から再生率100%でリサイクルされた『エコペットEC100』と名付けられ繊維は、今ではユニフォームや一般の衣料、そしてインテリア、その他あらゆる繊維製品へと幅広く利用されている。

なんだか分からなかった会社が少しづつ見えてきた。しかし、一般の



講師:鈴岡章黄氏



講師:井上寿三氏



講師:新倉晃氏

人たちにはまだどんなことをしている会社が良くわからないだろう。未来の繊維業界のためにも自分たちが取り組んでいるエコロジカルな事業やそれに伴う社会貢献をもっとアピールし、そして、消費者にはリサイクルについての更なる理解を訴えかけても良いのではないのか。そうすれば『帝人』と言う会社がもっとはっきり見えてくる。

第2部:

NPO団体である『ユニバーサルファッション協会』の理事であり、また『湘南くらしのUD商品研究室』の副室長もされている有限会社エレメント・リンクス代表取締役の新倉晃氏に『ファッションのユニバーサルデザイン／ユニバーサルファッション』というテーマで語っていただいた。その模様をレポートする。

近年、良く耳にする『ユニバーサルデザイン』だが、一体、『バリアフリー』とはどこが違うのだろうか。新倉氏によると『バリアフリー』はあくまでも「障害者に対してその障害から解放する」という考え方であるのに対して、『ユニバーサルデザイン』は「誰もが人生の中で一度は必ず障害を持つ」という考え方に「予め」対処する」という考え方だそうだ。ではなぜ、人は人生の中で必ず障害を持つことになるのか。氏の説明によると、人は誰でも子供の時があり、またほとんどの女性には妊婦という状態の時があるから、らしい。「子供の時」や「妊婦の状態」を一般的に言う「障害」の中に含めるのは私自身ちょっと違和感があるが、とにかく「ユニバーサルデザイン」の概念ではそうなるらしい。

そして、ユニバーサル・デザインセンターのロナルド・メイス氏が唱えたユニバーサルデザインの7原則というものがある。

- 1.誰でも公平に利用できること。
- 2.使う上での自由度が高いこと。
- 3.簡単に直感的に分かる使用方法となっていること。
- 4.必要な情報がすぐに理解できること。
- 5.うっかりエラーや危険につながらないデザインであること。
- 6.無理な姿勢、強い力なしで楽に使用できること。
- 7.接近して使えるような寸法・空間になっていること。

以上の7つの項目がユニバーサルデザインと呼べるものの基準になるそうだが、今の企業は製品を開発する際、これらの原則を基本的に満たしていることが当たり前で、むしろ今では「デザイン＝ユニバーサルデザイン」である、ということだ。

その様な現在の状況を踏まえ、新倉氏は今回の講演のテーマにある、『ユニバーサルファッション』という概念を提案された。それは、今まで供給過剰だった一般的なボリュームゾーン、そしてその対局にある介護用や障害者専用の衣料などの特別なゾーンではなく、今まで見過ごされてきたゾーン、つまり、機能性に配慮しながらも多様な人々に受け入れられる様なファッション、そしてそのためのマーケットを作り上げていくということだ。しかし、新倉氏自身、その考え方には一般的なユニバーサルデザインのプロダクトに比べて、まだたくさん課題があると指摘していた。それは次の4点である。

- 1.ファッションは体と一体化し、絶えず自由に動くことを想定したプロダクトであるという点。
- 2.ファッションは道具(機能)としての範疇にとどめられない、つまり表現の手段になる点。
- 3.ファッションは身につける人によって違って来るものであり、人それぞれの個性や趣味に対する多様性が必要な点。
- 4.ファッションには生鮮食品の様な旬(シーズン)がある点。

これらの点をクリアするための一例として新倉氏は体型や、年齢、肌の色、地域等に縛られた今までの服作りから、どんな人にも適合する服作りの提案をバストサイズと身長統計をもとにして説明されていた。

この講演を聴きながら私が思ったことは、ユニバーサルファッションというものが一般的に定着するにはまだまだクリアする点が多く先が見えない。しかし、100年前には想像もできなかったこと、例えば地球の裏側で起きていることをリアルタイムで映像として見れる時代である。5年後、何が発明されるか分からない。ひょっとしたらその人の体型や肌色に合わせて服が自在に変化する、そんなファッションで満ちあふれているかもしれない。(レポート 中島 良弘)