

ジェンダーフリーウエディングドレスの制作

A20AB037 衣川 ひまり

1. はじめに

現在、日本ではSDGsをきっかけにジェンダー平等の実現が求められている。ブライダルシーンにおいてパートナーズ婚などといった自然体で、他者にとらわれることなく自分らしさや個性を大切にしたいという意識が高まっている。しかし、ジェンダーレスファッションについての研究は数多くあるが、ジェンダーフリーなウエディング衣装に関する研究はほとんどみられない。

図1に示したように株式会社マリアローザはANTEPRIMAのウエディングコレクションで国内ブライダル業界初の「ジェンダーフリーウエディングドレス」の発表を行った。しかしながら日本にはまだまだジェンダーフリーのウエディングドレスを展開しているブランドは少ない。

その中で筆者は「ジェンダーフリーウエディングドレス制作」において、ウエディングの衣装のスタイルに新たな装いを提示し、ジェンダーフリー対応のウエディングの衣装を制作し、ブライダルシーンに新たな選択肢をつくるという機会を提案したいと考える。

なお、今回のブライダルのジェンダーフリーに関する要因説明が新しいニーズに応えることに呼応し、それらのデザイン及び企画などに応用でき、業界の活性化に貢献できるものと考え



図1 ANTEPRIMA
ジェンダーフリーウエディングドレス
ANTEPRIMA gender-free アンテプリマ ジェンダー・フリーウエディングドレス『マリアローザ (MARIAROSA)』より引用

2. LGBTについて

「ジェンダーフリー」とは「固定的な性別に基づく役割分担にとらわれずに、一人ひとりが自由に、平等に行動、選択をできるようにしよう」という考え方である。「誰もが性にとらわれずに、自身の望む選択をできるようにしよう」というのがジェンダーフリーの本来の意味である¹⁾。「ジェンダーレス」とは「男女の区別がない状態を指し、社会的または文化的な性別による差別をなくそうとする」考え方である²⁾。

電通グループが行った「LGBTQ+調査2023」では、57,500人を対象とした回答者に占めるLGBTQ+層の割合を9.7%と発表した。2020年の調査では8.9%となり2023年では増加したことが明らかになった³⁾。メディアやSNSの発信により、社会的にLGBTに関する情報が増加したことが要因で、自身の性自認を考えるきっかけができ、世間的にLGBTが浸透したため自分の性的指向を表現する人が増えたと推測する。

ジェンダーの観点からファッションをみるとアパレル業界では近年、ジェンダーレスな要素を取り入れている。

さらに芸能界では、モデルのKemioや俳優の板垣李光人などが着用している衣装に対して、ジェンダーレスファッションとして注目を集めており、2020年東京オリンピックの開会式では国歌斉唱をした歌手のMISIAが性の多様性を表現した



図2 芸能人の着用衣装
(3人それぞれの公式Instagram・公式Xより引用)

レインボーカラードレスで登場し注目を集めた。世間的に新たな装いを有名ブランドや有名人が提案していることから社会的に認めざるを得ない状況であると推測された。

NHK世間調査より「ジェンダーに関する世論調査」を実施したところ、同性婚を認める賛否とその理由についての結果を図3～5に示した⁴⁾。

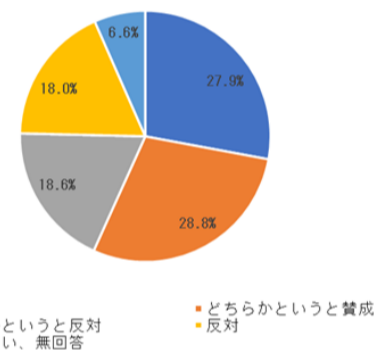


図3 同性婚の賛否⁴⁾

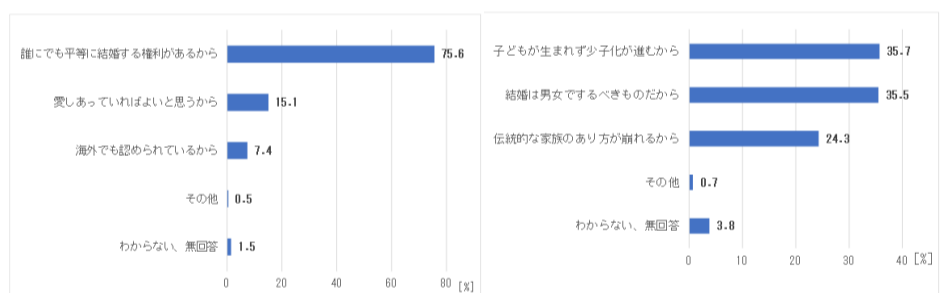


図4 同性婚に賛成の理由⁴⁾
(回答者数856人)

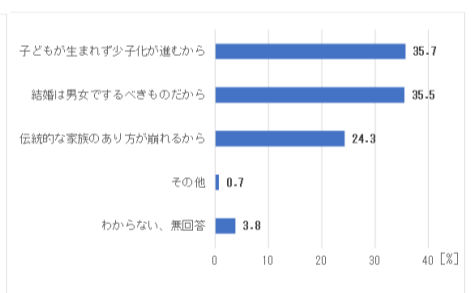


図5 同性婚に反対の理由⁴⁾
(回答者数552人)

3. 結婚式の文化・コロナの影響について

時代別に結婚式の特徴を見ると「お見合い婚やハデ婚、ジミ婚、つながり婚」など時代において変化を遂げていた。

新型コロナウイルスが流行したことでブライダル業界は大きな影響を受けた。日本ブライダル文化振興協会とリクルートが共同で発表した内容では「新型コロナ流行後の損失は、合計で約1兆円と考えられる」とされていた⁵⁾。しかし、このような逆境にあたって2022年では、ウエディングイベントの実施率は回復基調にある。

図6に示した株式会社リクルートの結婚総合意識調査2022によると、ウエディングイベント実施者は75.7%となり、ウエディングパーティー実施者は59.6%と共に昨年比が増加した。安全に結婚式を挙げられる新たな選択肢が増えたことにより、定番や形式にとらわれず自分らしさを表現できるようになったことが実施率増加の要因であると推測される⁶⁾。

さらに、ウエディングイベント実施率とコロナ影響によるキャンセル・延期率の積み上げを図7に示す。

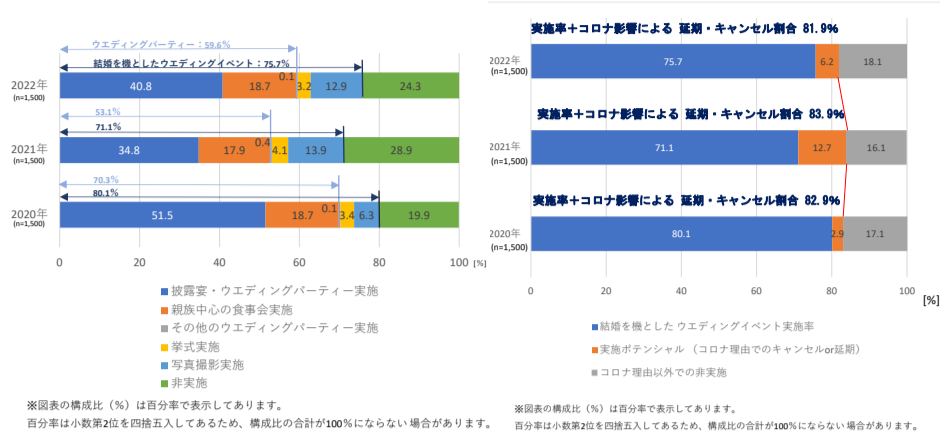


図6 ウエディングイベント実施率⁶⁾

図7 ウエディングイベント実施率とコロナ影響によるキャンセル・延期率の積み上げ⁶⁾



図10 トワールによるドレーピングの様子

図11 袖ぐり

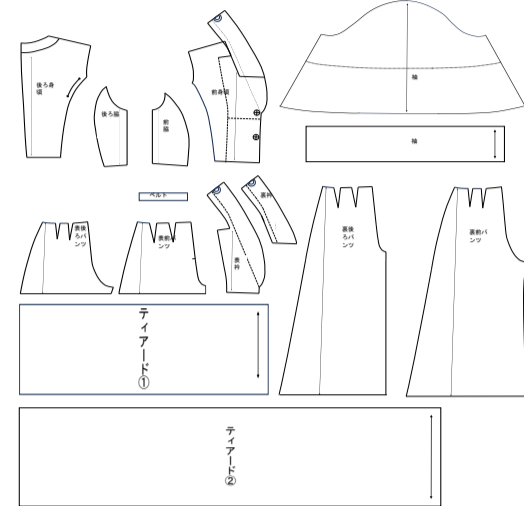


図12 パターン

4. KJ法によるイメージ分析

- 1) 調査対象：若年女性10名
- 2) 調査期間：2023年6月
- 3) 調査方法：「ジェンダーフリーなウエディング」に関するイメージ用語を10種、カードに挙げてもらい計100枚のカードをグループ化した。KJ法の集約結果を図8に示す。
スカートスタイルは少数であったため、パンツの方が男女の差別をなくすことができるアイテムであると考えられる。

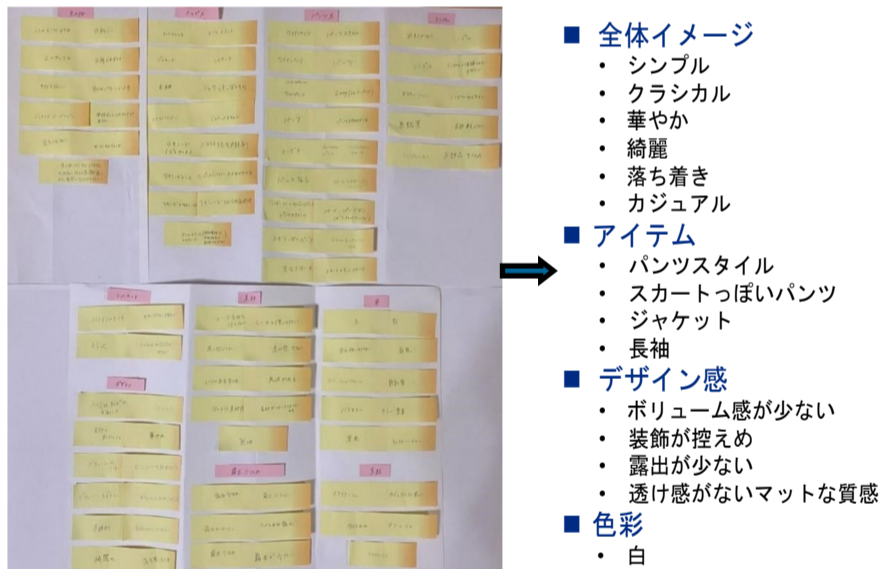


図8 KJ法の集約結果

5. ドレス制作

5-1 デザイン

デザインのテーマは「シンプル＆クラシカル」とした。KJ法にて検討を行った結果、アイテムでは「ジャケット、スカートに見えるパンツスタイル」、デザイン感では「肌の露出が少ない」のテイストを取り入れたデザインとした。

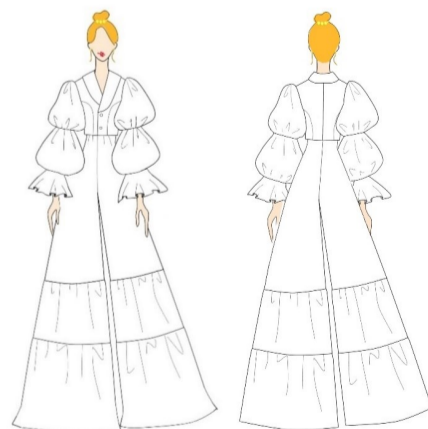


図9 デザイン画

5-2 制作過程

デザイン画を元に、立体的裁断法、平面裁断法を併用しパターン設計を行った。図10にドレーピングの様子を示し、図11に袖ぐり、図12にジャケットとパンツの型紙を示す。

ジェンダーフリーウエディングドレスの制作ということからジャケットとパンツのあきを男性仕立てに仕上げた。

5-3 完成作品

完成作品を図13に示す。



図13 完成作品

6. おわりに

本研究では、ジェンダーフリーウエディングドレスに関するイメージを明らかにした上で、「シンプル＆クラシカル」を表現できる作品を目指し、ウエディングドレス制作を行った。本研究を通して今後のブライダルシーンで時代を超えたニーズに応えることにより活発化していくと考えられる中で、それらのデザイン及び企画、消費者の立場に貢献になれば幸いである。

7. 参考文献

- 1) ジェンダーフリーとは？LGBTQとは？～誰もが自分らしさを大切にできる時代～： <https://2020.leapday.jp/2020-11-07/>
- 2) ジェンダーの概念とは？ジェンダーレスとジェンダーフリーの違い： <https://biz.trans-suite.jp/52743>
- 3) 電通グループ：2023046-1019.pdf (dentsu.com)
- 4) 株式会社NHK：ジェンダーに関する世論調査 単純集計結果： https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20210628_1.pdf
- 5) 株式会社リクルート： https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2021/0616_8931.html
- 6) 結婚総合意識調査2022 pp.4-5・pp.11 https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20221026_marriage_01.pdf