

### 【研究背景】

現在、大量廃棄・大気汚染や人権侵害・動物虐待などの環境問題や社会問題が取り上げられている。その中でも、服の大量廃棄によるCO2排出や森林破壊、川や海の汚染は大きいと考えられる。その問題を解決するため、CHANELやLouis Vuitton、GUCCIなどの高級ブランドが社会活動を行っている。そのブランドの中のひとつである、ヴィヴィアン・ウエストウッドも自身のファッションショーより社会活動を優先させるなどして社会活動に力を入れている。

各ブランドが主に行っている社会活動・環境活動

ブランド名	事例・内容
CHANEL	・Pygmalion Days(ピグマリオンデイズ) →若手音楽家に演奏の機会を提供する音楽プログラム。
Louis Vuitton	・コア・バリュー →サヴォアフェール(匠の技)とのイノベーション。 メゾンの製品の卓越性の源である共有自然資源に対する敬意。
GUCCI	・教育支援 →2012年からユネスコ協会就学支援奨学金-GUCCI奨学生を展開 ・再生プラスチック →ペットボトルなどのプラスチックをなくすため、従業員に個人的ブランド化された再生利用可能なスチールウォーターボトルを与えた。 ・Chime For Change →女性支援を目的。

各公式ページより引用後、筆者編集

### 【研究目的】

デザイナーが社会活動を行うことで、ブランドとしての価値を高め消費者に認知させることができるのか。また、大量生産をなくすためにどうしたらいいのか示唆となることを目的とする。

### 【先行研究】

「なぜCSRなのか？企業が行うCSR活動のメリットと国内外の事例」(2019年9月23日)は、メリットを以下の通り記述している。

①「企業がCSRを通じて社会貢献をすることで、社会からの評価が向上するという側面がある。」②「地域の団体や企業、顧客を巻き込んだCSR活動を行うことで、自社企業の認知向上や製品の理解促進に役立つケースもある。」③「CSR活動は部門を超えた全社的な取り組みになることが多く、推進プロジェクトを通じて、これまで関わりの薄かった部門のメンバー同士のコミュニケーションが活性化し、会社全体の意識が強まる。」

### 【仮説構築】

研究背景、映画「ヴィヴィアン・ウエストウッド 最強のエlegance」(2019年7月5日)から、以下の2つの仮説を構築した。

①デザイナーが環境活動や社会活動を行うことで、ブランドのイメージが上がることでブランドとしての認知度が広がり、ブランドとしての価値を高めることができる。  
②デザインに特徴のある商品生産することで、大量生産を防ぐことができる。

### 【調査・分析方法】

インターネットを利用し、ヴィヴィアン・ウエストウッドがこれまでしてきた社会活動の内容や活動を通しての商品企画などを調べる。

### 【研究内容】

第1章では、背景や目的、先行研究をまとめ、これを基に仮説を構築した。

第2章では、最近のアパレル業界についてをまとめた。

第3章では、ヴィヴィアン・ウエストウッドの生い立ちや今まで開いてきたお店の名前と特徴、現在のブランドをカテゴリー別にまとめる。また、ヴィヴィアン・ウエストウッドが今まで行ってきた社会活動や環境活動、社会問題や環境問題を訴える商品をまとめ、ヴィヴィアン・ウエストウッドが何を伝えたいのか分かった。

ヴィヴィアンウエストウッドの社会問題や環境問題を訴えた商品



引用:FASHIONSNAPO.COM  
Vivienne Westwood公式

第4章では、仮説の検証を行った。1つ目の仮説は、環境活動や社会活動、オーガニック素材やリサイクル素材を使用して商品を生産している「Amazonlife」や使い捨てペットボトルを減らすため「24 ボトルズ」とコラボレーションすることで、ブランドとしての認知度が広がり、ブランドとしての価値を高めることができると考えられる。2つ目の仮説は、特徴のあるデザインにすることで、手間暇かかるため多く生産することは難しいと考えられる。また、他ブランドとのコラボレーションで生産した商品は数量限定であることから、大量生産を防ぐことができていると検証することができた。

「24ボトルズ」・バーバリーとのコラボ商品



引用:AFPBBNews  
Vivienne Westwood公式

### 【まとめ】

デザイナーが社会活動を行うことで、ブランドの価値を高めるとともに認知度を広げることができた。また、大量生産をなくすためには、特徴のあるデザインしたり、数量限定で販売することが必要であることがわかった。これからは、アパレル業界から社会活動や環境活動に関わっていければ問題が緩和されるのではないかと考えた。