

# 服飾のアップサイクルとデザインペルソナに関する実践的研究 ～クリスマスクリエーション2020のためのワークショップを事例として～

Practical research on Clothing Upcycling and Design Personas  
～ A Case Study of Workshop for Christmas Creation 2020 ～

水谷由美子\* 田村奈美\*\* 山本成美\*\*\*

MIZUTANI Yumiko, TAMURA Nami, YAMAMOTO Narumi

\*山口県立大学国際文化学部教授

\*\* 山口県立大学大学院国際文化学研究科2年 \*\*\*山口県立大学大学院国際文化学研究科1年

キーワード : 服飾デザイン アップサイクル デザインペルソナ SDGs サステナブルデザイン

Keywords : Clothing Design, Upcycling, Design Persona, SDGs, Sustainable Design

## 要 旨

古来より生活の知恵あるいは風習として着物や洋服の古着や残された生地を活用して、新しい衣服や生活小物が作られてきたが、現代のアパレル産業においてもアップサイクルが課題となっている。本論でテーマにしているアップサイクルは、リユースのように、そのままを再利用することやリサイクルのように原料に戻す、つまり布から糸へそしてまた新たな布や別のものを作ることは異なる。古くなって不要なものを捨てずにもともの形状や特徴などを活かしつつ、新たなアイデアを加え、デザインすることで別のものを作ることを意味している。その結果作られた衣服にはより高いデザイン性があり、商品としての価値が高まっているというように、アップサイクルは、新たな価値創造をすることを意味している。

ファッション領域では、マルタン・マルジェラが自身のブランドを立ち上げた1988年頃から脱構築主義や1980年代のバブル経済を背景とした使い捨て文化への対抗として、古着や鬘、エコバックや壊れた陶器など使い捨てられる前のあらゆるものを活かしたコレクションを発表している。彼のコレクションは芸術性が高く、マルジェラの固有のコンセプトとして評価されていたが、ハイファッションにおいて本格的な追随者は多くなかった。

2015年に国連で持続可能な開発目標が採択され、地球温暖化や海洋プラスチックゴミの問題が喫緊の問題となってきた現在、服飾に関する廃棄物はファストファッションや大量生産服のみならず、プレタポルテやオートクチュールにおいても、解決すべき重要課題となっている。ファッション雑誌などのメディアでは「サステナブルファッション」という用語は頻繁に表紙を飾り、特集が組まれている。

本論は、こうした時代背景を考慮しつつ、アップサイクルの1つの開発の手法として、回収された服ではなく、所有者が特定の1人であり、その人の服を使って3つのグループが一定のテーマのもとで、それぞれが1セットの服を作るというワークショップを実施した。マルジェラのようなイノベティブな服飾デザインではなく、服飾におけるデザインペルソナの多様な活用の1つとして実践したワークショップで、服飾デザインのプロセスやその結果について検証し、アップサイクルなデザインの可能性について明らかにした。

## Abstract

Since ancient times, it has been a wise custom to utilize the leftover fabrics of western clothes and kimonos to make new clothes and accessories, but in the modern age upcycling in the apparel industry has become a subject. The theme

of this paper is upcycling, which means to recycle and reuse old materials, such as threading a new cloth from an old cloth or creating something different altogether. Rather than discarding things that are no longer needed, by making use of its original form and characteristics and adding a new concept to it, something entirely new can be created. As a result, by virtue of having a high degree of design, the new garments now possess higher value, and in this way, upcycling creates new value.

In the fashion field, Martin Margiela launched his own brand in 1988 to protest against deconstructivism and the disposable culture of the 1980's bubble era by creating his own collection made from using discarded clothes, wigs, eco bags, and broken pottery. His collection has a high degree of artistry recognized as Margiela's unique concept, but there were not many followers of him in the high fashion world.

In 2015 the United Nations adopted sustainable development goals, and in the current situation with global warming and plastic trash in the ocean, the problems of not only pollutants in apparel goods and fast fashion but also ready-to-wear and Haute couture have also become urgent issues needed to be solved. In media such as fashion magazines, the term "sustainable fashion" is frequently featured on the cover.

In consideration of this current backdrop, this paper discusses the development of upcycling as a method not to collect clothes but to identify the owner and organize a workshop of three groups which all create clothes using a designated theme. The workshop was not to design innovative apparel in the style of Margiela but to make use of various design personas and to investigate the apparel design process and realize the design potential of upcycling.

## I 研究概要

### 1 アップサイクルの嚆矢

古来より生活の知恵あるいは風習として着物や洋服の古着や残された生地を活用して、新しい衣服や生活小物が作られてきたが、現代のアパレル産業においてもアップサイクルが課題となっている。本論でテーマにしているアップサイクルは、リユースのように、そのままを再利用することやリサイクルのように原料に戻す、つまり布から糸へそしてまた新たな布や別のものを作ることは異なる。古くなって不要なものを捨てずにもともの形状や特徴などを活かしつつ、新たなアイデアを加え、デザインすることで別のものを作ることを意味している。その結果作られた衣服にはより高いデザイン性があり、商品としての価値が高まっているというように、アップサイクルは、新たな価値創造をすることを意味している。

ファッション領域では、マルタン・マルジェラが自身のブランドを立ち上げた1988年から使い古された服、革手袋、鬘、クラウン（王冠栓）エコバック、壊れた陶器など多様な生活用具を活かしたコレクションに取り組んでいる。脱構築主義や1980年代のバブル経済を背景とした使い捨て文化への対抗として、革新的なコレクションを発表してきた。それ故に、北歐的な新しいライフスタイルを創造するよう

なサステナブルファッションではない。アートとも言えるアヴァンギャルドな作品のために、現在でいうところのサステナブルという概念とは一線を画していた。

パリ市立ガリエラ宮モード美術館における展覧会「Margiela / Galliera 1989-2009」（2018年、パリ）がマルジェラのサステナブルファッションとも言える作品群の全容を示している。デツイオ・ヴィタリ Decio Vitaliが「マルジェラは80年代の消費者社会で広がった衣服を使い捨てる思想に対抗し、アップサイクルを促進する最初のブランドであった<sup>1</sup>」とこの展覧会評で述べている。このような言説から、マルジェラの思想に時代が追いついたと解釈できる。

### 2 アップサイクルの現状

2015年に国連で持続可能な開発目標が採択され、地球温暖化や海洋プラスチックゴミの問題が喫緊の問題となってきた現在、ファストファッションや大量生産服のみならず、プレタポルテやオートクチュールにおいても、重要な課題となっている。雑誌などのメディアでは一般誌のみならずファッション誌でも「サステナブル」という言葉が表紙を飾ることは度々となってきており、サステナブルファッションの特集が盛んに組まれるようになってきている。

2020年の現在、ファッション領域ではファスト

ファッションなどの大量生産服のみならず、オートクチュールやプレタポルテなどの領域で、多くのデザイナーがサステナブルファッションを正面から取り扱うようになってきた。SDGsの「12 つくる責任 つかう責任」に呼応した活動とも言え、SDGsへの関心と実行力がファッション業界でも問われている。

アパレル産業よりも早くカバンなどの服飾品を作り早くからアップサイクルのメッセージを投げかけているブランドにスイスのフライタークFREITAG<sup>2</sup>がある。フライタークはトラックの帆布、車のシートベルトさらに自転車のチューブなどを使用して、デザイン性の高いカバンを作り、ブランドを確立した。現在は世界中のスタイリッシュなセレクトショップで販売されている。また、フィンランドのGlobe Hope<sup>3</sup>は軍用の生地や不使用になり保管されていた生地を使って、若者向けアパレル製品や生活小物などを作り、アップサイクルを先導している。これらの後に続く多くのブランドが見られるようになってきた。

また、身近な例として、Recouture（東京）主宰の高島海<sup>4</sup>はお直し職人と自称しており、顧客の服

のサイズ直しだけでなく、新しいアイデアで元の服を蘇らせる活動をしている。同時に著書『シャツのお直し<sup>5</sup>』や『手ぬいでできちゃう！服のお直し<sup>6</sup>』やNHKの番組「すてきにハンドメイド」への出演などを通して、シャツの再生方法について一般に普及させる活動をしている。

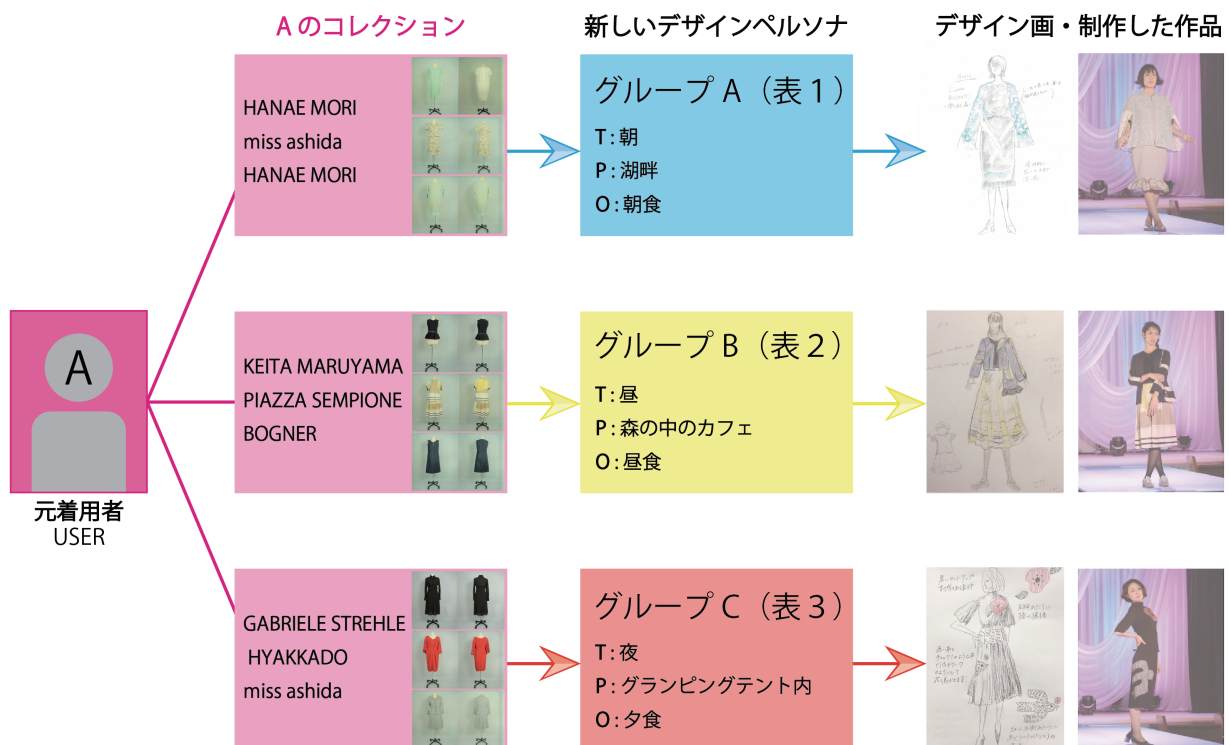
一般社団法人日本アップサイクル協会はアップサイクルは「ゴミを宝物に換えるサステイナブルな考え方だ<sup>7</sup>」と言う。ここにデザインの役割が重要になってくる。

### 3 デザインペルソナ

デザインペルソナはブランドが新たな商品開発やシーズンごとのコレクション創造に向けて活用される。調査によって絞られ設定されたターゲットについて、さらに詳細な理想的顧客（消費者）を設定するのが、デザインペルソナである。ここでは古着のアップサイクルをするために、デザインペルソナの手法を適応して、個々に異なるブランドの服を特定のライフスタイルのテーマの下で、再創造するワークショップを通じて、新しいアップサイクルのデザ

## Upcycling Workshop 2020

グランピング用の朝・昼・夜の服装とペルソナ変換とデザイン



図版1 「デザインペルソナとアップサイクルの関係図」

インの可能性や方法について検証するものである。

デザインペルソナについて、先行事例として、すでにラップランド大学との共同研究において、2013年から服飾デザインへの適応をしたワークショップを行ってきた。その他に女子美術大学とワコールが2016年の産学連携での取り組みで、新しい価値観をランジェリーブランドとして提案するプロセスでデザインペルソナが適応された<sup>8</sup>。

さらに、Tokyo Fashion-technology Lab (TFL)では、ファッションの最先端を目指して、デジタル技術を服飾デザインやマーケティングに活用しており、デザインペルソナについてミュージズとインフルエンサーとの違いから紹介している<sup>9</sup>。

ユーザー・センタード・デザインの時代に、理想あるいは代表的な顧客を想定することで、ブランドあるいはコレクションの物語性をより作りやすく個性を出すのに有効な手段がペルソナを活用する意義

である。

## II アップサイクルのワークショップについて

### 1 ワークショップの方法

ワークショップは3組のグループを組み、各グループに3着の服を用意する。特徴は特定の人物Aが全て着用していたものであることだ。元のブランドがわかり、着用者が特定されていることで、これらの服は、ブランドイメージに着用者の好みが反映されたコレクションといえることができる。

ワークショップの全体テーマは、ペルソナにおいて共通している自然を愛好する人物で、グランピングや戸外でのドライブや散歩などアウトドアライフを楽しむ時の服装へとアップサイクルすることを目標とした。ここでこの関係図を示す(図版・1)。

次章にて、具体的なデザインペルソナや作品の制作プロセスについて記す。

## 2 ワークショップの実践例

### (1) 一部改変によるアップサイクル

(グループA: 角谷優華・升田有紀・林于玲)

	名前	白井 瑠璃子 (しらい りりこ)
	ニックネーム	るり、りん
	性別 (男性・女性・LGBT)	女性
	年齢	27歳
	最終学歴 (大学名を含む)	山口県立大学 看護栄養学部 栄養学科
	職業	管理栄養士
	性格	穏やか、優しい、芯がある、努力家
	個人の目標	コーヒーの原産国に行ってみたい(アフリカなど)
	価値観	環境問題を自分事として捉える、物を大切にする、丁寧な暮らし
	よく使用するデバイス	PC、iPhone
	愛読雑誌	すてきにハンドメイド、FRaU(フラウ)、朝日新聞、ドゥーパ!(DIYの月刊誌)
	情報源	Instagram、YouTube、Facebook
	居住地	山口県 山口市
	収入 (年収)	350万円
	趣味	ハンドメイド、DIY、コーヒーを淹れること、カフェ巡り
	家族構成	父、母
	友達のタイプ	穏やか、優しい
	平日の過ごし方	犬の散歩、コーヒーを飲む、家で映画鑑賞
	休日の過ごし方	演劇鑑賞、カフェ巡り、図書館に行く、家でゆっくり
	車種 (自転車、バイク、自動車)	VOLVO(電気自動車)、自転車
ペット (種類)	ゴールデンレトリバー	
インテリアのコンセプト	北欧風(IKEAで買ったものなど)	
好きなファッションブランド	MURUA (ムルーア)、JILL STUART (ジルスチュアート)、MERCURYDUO (マーキュリーデュオ)	
食生活のコンセプト	地域のものを食べる、廃棄物を極力出さない 調味料にこだわる	
季節感への対応	季節の花を飾る、旬の食材を取り入れる	
サステナビリティへの対応	電気自動車や自転車に乗る、料理をする上で廃棄物を極力出さない	
ブランドを選ぶ理由	素材がよかったから、一点もののような特別感があり上品だから。	

表1 グループAペルソナ表



写真1 グループA使用衣服



図版2 グループAデザイン画

この作品は1-3をベースにして、1-1の部分を使用し、袖を作り、1-2のスカートのヘムに付けられたギャザーフレアの装飾を1-3のヘムの切り返し部分に付けた。

その結果、1-3はHラインのために、レースの上着が少し長かったため、バランスに課題が残った。ボレロにする方法もある。さらにモデルと元の着用者の身長が異なるために、ワンピースのヘムの位置を上げると全体がすっきりするし、朝の散歩にも都合がよいと思われる。グランピングにおける湖畔での朝食用なので、少し歩くことから、低い靴を用いた。また、レースの上着によって、ラグジュアリー感を演出した。



写真2 グループAクリスマスクリエーション2020での発表の様子

(2) アイテム変更によるアップサイクル  
(グループB: 田村奈美・山本成美)

	名前	安堂美月 (あんどうみつき)
	ニックネーム	ミン
	性別 (男性・女性・LGBT)	女性
	年齢	27歳
	最終学歴 (大学名を含む)	福岡女学院大学 国際キャリア学部 国際キャリア学科卒業
	職業	山口銀行 総合職
	性格	明るくサバサバした性格
	個人の目標	35歳までに子供を2人産むこと 管理職に就く事
	価値観	周りをよく見て行動する 質の良いものが好き
	よく使用するデバイス	iphone, ミラーレス一眼 (オリンパス「PEN」E-PL)
	愛読雑誌	BAILA, IMA (イマ 写真雑誌)
	情報源	ネット 雑誌 テレビ
	居住地	山口県 下関市
	収入 (年収)	500万円
	趣味	ドライブ, グランピング, カフェ巡り
	家族構成	夫 (39) 一級建築士 年収 900万
	友達のタイプ	明るく、しっかりしたタイプ
	平日の過ごし方	仕事後買い物をして帰宅、夜ご飯は家で食べる。家ではゆっくりと過ごす。
	休日の過ごし方	夫と出かける、景色の良いカフェや行ったことのないお店の開拓、グランピング
	車種 (自転車、バイク、自動車)	VOLVO XC40 白
	ペット (種類)	なし
	インテリアのコンセプト	自然素材を取り入れつつも、華やかな雰囲気。
	好きなファッションブランド	M'S GRACY (エス・グレイシー) JILLSTUART (ジルスチュアート) IENA (イエナ)
	食生活のコンセプト	なるべくオーガニックのものを取り入れるようにしている 見た目も大切
	季節感への対応	日本の四季それぞれの良さを楽しむ
	サステナビリティへの対応	洗剤やシャンプーなど下水に流れていくものは環境に配慮したものを選んでる
	ブランドを選ぶ理由	上品で華やかさがあるブランドだから。

表2 グループBペルソナ表



写真3 グループB使用衣服



図版3 グループBデザイン画

この作品は3着の服から、ワンピースと上着とショルダーバックの3アイテムへとアップサイクルした。まず、ワンピースは2-1に2-2を縫い付けた。上着は2-3のノースリーブワンピースのスカート部分を袖にして、ワンピースの身頃の上部をそのまま上着の身頃にし、2-3のスカート部分と2-2の上着部分の一部を使用し、袖を作成した。ショルダーバックは2-2の袖を活用した。チェーン部分には2-2の素材を紐状に細工し絡ませ、一体感を出した。森の中のおしゃれなカフェでのランチに行くため、やや小さめのバッグを制作した。森の散策で非日常感を演出するための工夫である。

2-1のニットの上着のウエスト部分に、ビースがあしらってあった。そこを、ワンピースのウエスト部に残し、ベルトのような効果を出した。



写真4 グループBクリスマスクリエーション2020での発表の様子

### (3) 装飾によるアップサイクル

(グループC: 藤本めぐみ・本田真悠・矢吹毬衣)

	名前	秋山 英里香 (あきやま えりか)
	ニックネーム	えりか
	性別 (男性・女性・LGBT)	女性
	年齢	27歳
	最終学歴 (大学名を含む)	山口県立大学 国際文化学部 文化創造学科
	職業	主婦 (市内北欧系のカフェでパート)
	性格	明るい
	個人の目標	元気で豊かな生活を送る
	価値観	自分らしく
	よく使用するデバイス	iphone, ipad
	愛読雑誌	&Premium
	情報源	SNS, TV
	居住地	山口県山口市
	収入 (年収)	100万
	趣味	グランピング、散歩
	家族構成	夫、犬
	友達のタイプ	社交的
	平日の過ごし方	パート、家事
	休日の過ごし方	グランピング、散歩
	車種 (自転車、バイク、自動車)	VOLVO XC40
ペット (種類)	フレンチブルドッグ	
インテリアのコンセプト	北欧 ナチュラル	
好きなファッションブランド	FRAY I. D、UNITED ARROWS、TOMORROWLAND	
食生活のコンセプト	心と体が元気になるもの	
季節感への対応	旬のものを食べる	
サステナビリティへの対応	一つのを長く使う	
ブランドを選ぶ理由	サステナビリティへの思想に共感するため。	

表3 グループCペルソナ表



写真5 グループC使用衣服



図版4 グループCデザイン画



写真6 グループCクリスマスクリエーション2020での発表の様子

この作品は3-1をそのまま活用した。ペルソナが北欧系のカフェでアルバイトをしており、北欧デザインに興味をもっている。そこで、モチーフを北欧系の少し大柄で抽象的な花や鳥のパーツを作り、3-1のワンピースにパッチワークした。具体的に花は3-2の赤いワンピースから、鳥は3-3のチェック柄から取り出した。

パッチワークのパーツのために、スーツやワンピースの一部を使い、多くの部分が残っていて、次の活用を考えると、少し無駄な使い方になったとも考えられる。

やや贅沢なアップサイクルになってしまった。

### Ⅲ 結果

以上、3名のペルソナを作る時に、共通の特徴として北欧における自然とともにあるライフスタイルを愛好している27歳の女性で、Aは独身、BとCは既婚者という想定であった。それ故にどのグループも共通した車やインテリアの好みであり、食に対す



る態度もサステナブルなものだった。

Aグループのペルソナ、白井瑠璃子は、趣味のあった友人たちとグランピングをして、翌朝、少しいつもとは異なるおしゃれをして湖畔のカフェで朝食を食べる時の装いがデザインされた。

Bグループのペルソナ、安堂美月は一回り上の経済力のある夫と暮らしていて、まだ子供がいないので、週末には時々自然とともにある戸外生活を楽しんでいる。今回はグランピングで戸外に出かけ、森の中のおしゃれなカフェでランチを楽しむための服装がデザインされた。

Cグループのペルソナ、秋山英里香は夫と犬と暮らしている。まだ、子供がいないので2人の趣味の時間を大切にしている。週末には犬とともにグランピングにでかける。犬と一緒にいながら食事をする場所はなかなか見つけることができない。そこで、レストランではなくテントの中なら、ペットと一緒に楽しみながら食事ができるので、グランピングを選んだ。グランピングだけでもディナーの演出のために、上下黒のセットアップでまとめている。このデザインでは、北欧好みを演出するために大きいモチーフの花や鳥をパッチワークしている。

#### IV まとめ

今回のアップサイクルは、同一人物の持ち物で一定のラグジュアリー感が感じられることと少し年齢が上の人の衣服から、27歳のペルソナ用の服を制作した。

マルジェラのような脱構築的な発想ではなく、自然を愛好するライフスタイルに自然に馴染むようなデザインを志すワークショップであった。

アップサイクルにはさまざまな方法があるが、今回の方法を実践してみて、元々のブランドの服はそれ自体で完結しているために、一部を変更したりパッチワークをして装飾する方法の場合に、調和させることはかなり難しいように感じた。また、パッチワークでは余り布が多くでる。それ故にまたこの残りから他の服を作るということも必要だろう。

Bグループのように3着をかなり解体して、再構成したものは、ある程度、新しいペルソナのイメージを表現することができたかもしれない。

今後はゼロ・ウェストを目指した課題設定をしたアップサイクルについてのワークショップをしてみたいと考える。

#### 謝 辞

上記ワークショップが実現されたのは、安倍昭恵前内閣総理大臣安倍晋三夫人が12着の服を企画デザイン研究室に寄贈したことで実現したものです。

この場を借りて、安倍昭恵夫人に心から深くお礼を申し上げます。

- 
- 1 Margiela at Palais Galliera Paris by Decio Vitali 'COLLEZIONI INTERNATIONAL FASHION MAGAZINES' <https://www.collezioni.info/en/margiela-al-palais-galliera-di-parigi/> 2020年12月2日取得。
  - 2 FREITAG 誕生秘話 <https://www.freitag.ch/ja/about/history> 2021年1月4日取得。
  - 3 サステナビリティーレポート「GLOBE HOPE」 <http://www.globehope.com/en/> 2021年1月4日取得
  - 4 山口県立大学大学院国際文化研究科、2004年修了。
  - 5 スカフェ『シャツのお直し』文化出版局、2011年。
  - 6 高島海『手ぬぐいでできちゃう！服のお直し』新星出版社、2015年。
  - 7 アップサイクルとは？「一般社団法人日本アップサイクル協会」 <https://upcyclejapan.org/upcycle/> 12月21日取得。
  - 8 ワコール×女子美 産学連携作品「織研新聞社」2016年8月2日 <https://senken.co.jp/posts/wacoal-joshihi-160802> 2021年1月4日取得。
  - 9 「ミューズ (muse)」と「ペルソナ (persona)」そして「インフルエンサー (influencer)」 「Tokyo Fashion technology Lab」 [http://tfl.tokyo/blog\\_20180722/](http://tfl.tokyo/blog_20180722/) 2021年1月4日取得。