

ファッションに関連する 文化流用と差別表現

家 田 崇

- I. はじめに
- II. ファッションに関して文化流用および差別表現が問題とされた事案
 - 1. 文化流用が問題とされた事案
 - 2. 差別表現が問題とされた事案小 括
- III. 文化流用と差別表現に関する問題の発生原因と対応策
 - 1. 検討すべき問題と視点
 - 2. 文化流用および差別表現に関する問題の発生原因
 - 3. 文化流用または差別表現の問題が指摘された状況での事後的説明
 - 4. 組織的・制度的な対応
 - 5. クリエータに対する萎縮効果小 括
- IV. 終わりに

I. はじめに

本稿では、ファッションに関連する文化流用 (Cultural Appropriation) と差別表現の問題を検証する¹⁾。ファッションの領域²⁾において、文化流用や差別表現の問題が指摘された事案については、枚挙に遑がない。なぜ、ファッションに関連して文化流用や差別表現の問題が繰り返生じするのか、もし、

問題が指摘された場合、どのように対処していくべきなのか、これらを検討することで、文化流用や差別表現の問題発生を未然に防ぐとともに、仮に問題が発生した状況において適切な対処を可能とする行動指針を探求する。

本稿の目的は、ファッションに関連する文化流用および差別表現の問題に対処する行動指針を提示することにある。本稿が示す行動指針は、ファッションの領域を想定しているものの、その射程はファッション産業に属する企業に限定されるものではないと、筆者は考えている。ファッションはデザインなど外部から認識可能な情報によって構成されるものであり、現代ファッションは商業的活動として展開している。このように、外部から認識可能な情報の存在、および、商業的な利益獲得目的という二つの要因によって、文化流用や差別表現の問題が先鋭化されて発露する領域としてファッションを位置づけることができるだろう。ファッションに関連する文化流用や差別表現への対処策は、ファッションに携わる企業にとどまらず、一般的な企業にも参照となるような示唆を含むとの認識に基づいて、一般的な企業にも敷衍できる行動指針を示す³⁾ことを本稿の終局的な目的としている。

本稿において文化流用と差別表現の問題を検討することが法的にどのように位置づけられるのかを確認する。文化流用や差別表現の問題に適切に対処する行動指針の確立は、業務の適正さを確保させることに貢献するといえるだろう。会社の取締役は善管注意義務・忠実義務の一環として会社の業務の適正を確保するために必要な体制（内部統制システム）を整備する義務を負うと理解されている⁴⁾。文化流用や差別表現の問題に適正に対処できる行動指針を確立し、そのような行動の実現に貢献する体制の整備することは、内部統制システム構築の一環として位置付けられるのではないかと考える。

次に、文化流用や差別表現の問題への適切な対処を目指す行動指針と、企業価値は、以下のように関連づけられるのではないかと考える。まず、文化流用や差別表現の問題を生じさせないような行動によって企業ブランドのイメージが毀損されることを未然に防止できる。また、仮に文化流用や差別表現の問題が指摘された場合においては、適切行動が毀損される企業イメージ

を最小限にとどめさせることになる。これに加えて、文化流用と差別表現の問題に適切に対処する行動指針の確立を目標として掲げる企業は、適正なガバナンス体制を構築する志向と国際的な事業展開への意識を示しているともいえるだろう。このように、文化流用や差別表現への適切な対応を心がけようとする意識は、ガバナンス（Governance）要素として、環境（Environment）および社会（Social）的な要素とともに、いわゆる ESG 投資⁵⁾の観点から企業を評価するベンチマークとして位置づけられることもできるのではないかと考える。

本稿の構成を以下に示す。まず、ファッションで発生した文化流用と差別表現の事案を検証する（II）。その後、芸術における文化流用に関連して展開された議論を参考にしながら⁶⁾、文化流用と差別表現が問題となる要因を検証し、それを踏まえて企業がとるべき行動指針を示し（III）、最後にまとめを示す（IV）。

II. ファッションに関して文化流用および差別表現が問題とされた事案

1. 文化流用が問題とされた事案

（1）キム・カードシアンによる KIMONO の名称の商標登録

まず、文化流用の例として、キム・カードシアン（Kim Kardashian）による KIMONO の名称の商標登録をめぐる事案の概要を確認する^{6a)}。2019 年 6 月 25 日に、キム・カードシアンが、KIMONO Solutionwear という名称を付した補正下着（shapewear）を発表するとともに、KIMONO の語句の商標登録を計画していることを公表した。キム・カードシアンのこの行動に対して、SNS（ソーシャル・ネットワーク・システム）で日本人を中心に批判が巻き起こった。その批判の根拠は、キム・カードシアンが自分の一連の補正下着について KIMONO と名付けることは、一種の文化の盗用に該当するというものであつ

た。この批判を受けて、最終的には、キム・カーダシアンは、KIMONO の名称を使用することを断念し、SKIMS という名称に変更している。

(2) マーク・ジェイコブスのショーで用いられたドレッドのヘアスタイル

2016年9月に公表されたマーク・ジェイコブ (Marc Jacobs) による 2017年春夏コレクションのヘアスタイルについては、アフリカ系の人に対する文化流用であるとする批判が生じている⁷⁾。このコレクションはキャンディーカラードコレクション (candy-colored collection) と称され、90年代のレイブ・カルチャー (rave-culture) を題材にするものであるとされ、パステルカラーで虹色の縞 (pastel-rainbow-streaked) のドレッド (dreadlocks) のヘアスタイル⁸⁾をまとったモデルたちがランウェイに登場した。

このコレクションは、大半が白人から構成されている一団のモデルたちにドレッドのヘアスタイルを装わせたことについて、SNSを通じて多くの批判にさらされることになり、それらの批判の多くは、マーク・ジェイコブスが文化を流用したとするものであった。

これらの批判が寄せられた直後に、マーク・ジェイコブスは、自分自身のインスタグラム (Instagram) を通じて「ある人種もしくは肌の色の人が、特定のスタイルや様式のヘアスタイルをまとっていることについて、『文化の盗用』だとか、あらゆる無意味なことを嘆いている全ての人が白人以外の女性 (colored women) が髪をストレートにしていることについて批判しないことは滑稽だ。私は人々とその様相に敬意を示し、そこから刺激を受けている。私は人種や肌の色を見ているのではなくて、人を見ている。」とするコメント⁹⁾を寄せている。

マーク・ジェイコブスによるコメントの意図は、批判的な議論を受け流すことにあったと理解されているが¹⁰⁾、そのコメントがさらに批判を招く結果となった。とりわけ「髪をストレートにすることをなぜ批判しないのか」とする部分について、マーク・ジェイコブスがランウェイで公表したヘアスタイルと、白人でない人が髪をストレートにすることを同一に語ることは妥

当ではないと批判されている。この批判では、アフリカ系の人々が、ドレッド、コーンロウ (corn rows)、バンツノット (Bantu knots) の髪型をファッション・ショーで見かけた場合には憤慨しかねない可能性があることを示唆し、その理由として、白人の女性にとって、このような髪型はスタイリッシュに映るかもしれないが、アフリカ系の人々は、このような髪型を理由に、日々の生活、職場および学校で差別されていることがあると指摘されている¹¹⁾。

この議論が生じてからほぼ1年が経過した2017年8月に、マーク・ジェイコブスは論争を振り返り、「おそらく私は無神経であった」とするコメントを公表している¹²⁾。具体的には、「全てのことから学んだこと、そして、あの騒動が少し収まったのち私に思案を促してくれたことは、おそらく私はこの騒動について言及することはもはやなく、おそらく私は無神経だったのであり、それは、私が私自身のファッションという小さいバブルの中にいたからだろう」というものであった¹³⁾。

(3) コム・デ・ギャルソンのショーで用いられたコーンロウのウィッグ

2020年1月に、日本のファッションブランドであるコム・デ・ギャルソン (Comme des Garçon) がパリ・ファッションウィークで公表したコレクションのスタイリングは、白人のモデルにいわゆるコーンロウスタイルのウィッグを着用させたことについて、文化流用であるとして批判の対象となった。ファッション業界における盗作疑惑などについて、インスタグラムのアカウントを介してウィットを交えて指摘することで知られ、ファッションの番犬 (Fashion Watchdog) としても知られているダイエット・プラダ¹⁴⁾ (diet_prada) は、このヘアスタイルが批判の対象となる事柄として、第一に、ウィッグがアフリカ系の人々のヘアスタイルに似せているようにみえる点、第二に、白人のモデルにウィッグを着用させる一方で、アフリカ系のモデルの中には自身の髪でヘアスタイリングを施させてランウェイに登場したものが存在していた点を指摘している¹⁵⁾。これらに加えて、問題とされたヘアスタイルは、

ウィッグを着用していることが外見において判別可能となっていることについても批判の対象となることを、本稿では指摘したい。

このような批判を受けて、コム・デ・ギャルソンはコメントを公表し、問題となったヘアスタイルは、エジプトの王子 (Egyptian prince) から着想を得たものであり、いかなる人も軽蔑したり傷つけたりする意図は決してないことを示すとともに、このヘアスタイルに起因して感情を害する結果が生じたことに対しては、深く真摯に謝罪することを示している¹⁶⁾。また、このショーにおいてヘアスタイリングを担当し、コム・デ・ギャルソンの創始者であり代表者でもあるデザイナーの川久保玲と長年にわたってコラボレーションしてきたヘアスタイリストのジュリアン・デイズ (Julien d'Ys) は、当初の段階では、インスタグラムに、このヘアスタイルは、ツタンカーメン王や古代エジプトに感化されたとするコメントを寄せたのみで、特段、謝罪の意を示していなかった。このことから、ヘアスタイルに対して批判が生じた直後の時点で、ジュリアン・デイズは、批判は馬鹿げているとして無視する方針をとっていたことがうかがえる¹⁷⁾。その後、批判が強まり一種の炎上 (backlash) の様相を呈することをを受けて、2018年1月18日の夜に謝罪のコメントをインスタグラムに掲載する¹⁸⁾に至っている¹⁹⁾。このコメントでは、コーンロウのウィッグを装着した白人のモデルと、自分の髪をコーンロウにスタイリングした黒人のモデルが同時に撮影されているコム・デ・ギャルソンのランウェイ画像を掲載するとともに、コム・デ・ギャルソンのショーのためのスタイリングは、エジプトの王子からインスピレーションを得たものであり、それは私が真に美しいと感じ感化を受けた装いであることを示し、今回のヘアスタイルはオマージュ (hommage) であって、誰かを傷つけたり攻撃する意図はないものの、もしそうだったとしたら深く謝罪をすることを示している²⁰⁾。

(4) ヴィクトリアズ・シークレットのショーにおける文化流用

アメリカのランジェリーを中心としたファッションブランドであるヴィクトリアズ・シークレット (Victoria's Secret) は、大規模なファッションショー

を開催することをマーケティングの手法としていた²¹⁾。このファッションショーにおけるスタイリングについては、文化流用であるとして何回も批判の対象とされている²²⁾。

2010年のファッションショーの「ワイルド・シング (Wild Thing)」と題されたセクションのスタイリングでは、ヒョウ柄プリントのランジェリーをまとったモデルの周りに、まき布を腰に装った男性モデルを配し、その全員に先住民族のボディ・アートを模したと思われる黒の形状・線などのボディ・ペイントを施していた²³⁾。さらに、このスタイリングでは、ランジェリーをまとったモデルに、女性が首や腕に真鍮の輪を装飾することで知られているカヤン族²⁴⁾の装身具を模したと推測されるネックレスやブレスレットを装着させていることも、文化流用の問題として批判の対象となることを本稿では指摘したい。さらに、このスタイリングでは、先住民族の装飾とカヤン族の装飾を流用していたことがそれぞれ問題とされることに加えて、異なる文化圏に属する装飾を混在させていることについても問題が指摘できるだろう。このスタイリングのように、複数の文化的な要素を混在させることについては、スタイリングの意図と流用した文化的要素との関連性についての説明とともに、複数の文化に由来する装飾を同時に用いることの意義について説明が要求されることになるのではないかと考える。

2012年のショーでは、一年におけるそれぞれの月をテーマとするセクションが設けられ、各月に存在するイベントや祝日を象徴したとされるスタイリングが、ランジェリーを身につけたモデルたちに施された。このうち11月を象徴するスタイリングでは、頭の羽飾り、スウェード皮のフリンジ、およびターコイズ石のアクセサリーでモデルを装飾していた²⁵⁾。このスタイリングについては、アメリカ先住民族をイメージさせるものであり、11月のサンクスギビング休暇がピルグリム・ファーザーズとアメリカ先住民族との交流に由来することとの関わりを象徴したものと推測できるものの、ヨーロッパからの移民やアメリカ植民者によってアメリカ先住民族が虐殺されたことを美化しかねないとして批判されている²⁶⁾。なお、ここでの批判の対象

は、アメリカ先住民族の装飾を用いたスタイリングに加えて、アメリカ先住民族と関連づけてサンクスギビング休暇を象徴的に表現すること自体についても、アメリカ先住民族が歴史的には抑圧してきたことへの理解不足を指摘される可能性があるといえるだろう。

2014年および2016年のショーにおいても、文化流用の観点から、批判が提起されるスタイリングが登場している。2014年のショーの「エキゾチック・トラベラー (Exotic Traveler)」と題されたセクションにおいては、先住民族の部族のデザインを模したビスチェと鳥の羽でできた翼を用いたスタイリングが批判の対象とされ、2016年のショーでは、伝統的な中国風のプリントを用いた装飾的なアイテムに、伝統的な衣服が露出度の高いランジェリーの外観を強調させる装飾品のモチーフとして利用されていることと、そのスタイリングが中国人以外のモデルになされていることが批判されるとともに、モデルの腰と背中を包むような装飾品として羽でできたドラゴンのモチーフが用いられたことが論争を巻き起こしている²⁷⁾。

2017年のショーにおいても、アメリカ先住民族の文化を流用したとする批判が再び提起されることになった。このショーでは「ノマディック・アドベンチャーズ (Nomadic Adventures)」と題されたセクションにおいて、アメリカ先住民族の部族のドレスを模したスタイリングがモデルに施され、その中には、羽でできたヘッドドレスが装飾品として用いられていた²⁸⁾。2012年のショーにおいて、サンクスギビング休暇とアメリカ先住民族とを関連づけたスタイリングが批判されたにもかかわらず、2017年に再度、アメリカ先住民族の文化的なモチーフをスタイリングに取り入れていたことは、ビクトリアズ・シークレットが、先回の批判から何の教訓も得ていないことを示すものであり、そのような企業の姿勢そのものも批判の対象となったことが指摘されている²⁹⁾。

2. 差別表現が問題とされた事案

(1) ドルチェ&ガッバーナのインスタグラム広告

2018年11月に上海での開催が予定されていたドルチェ&ガッバーナ (Dolce & Gabbana) のファッションショーが突如中止されることになった³⁰⁾。その原因として、ドルチェ&ガッバーナのインスタグラムに一連の広告として、中国人を思わせるモデルが、ピザなどのイタリア料理を箸で食べるという映像を掲載したことが指摘されている³¹⁾。このような映像が、インスタグラムに掲載された経緯は不明ではあるものの³²⁾、この映像には中国人に限らずアジア人を嘲笑するような意図が含まれていることが指摘されている³³⁾。

問題が指摘された後の対応も、状況を悪化させる大きな要因となった。ブランドの創始者でデザイナーの一人でもあるステファノ・ガッバーナ (Stefano Gabbana) と思われる人物が、ファッション・モデルのミカエラ・トラノバ (Michela Tranova) とインスタグラムで交わしたとされるメッセージがリークされ³⁴⁾、そこでは、ステファノ・ガッバーナが中国および中国の人々に対して差別的な感情をあらわにした内容が含まれていた³⁵⁾。

このようなやりとりが掲載されたこともあり、中国でのドルチェ&ガッバーナに対する反発が強まっていった。まず、中国のSNSであるウェイボ (Weibo) を中心に、ドルチェ&ガッバーナをボイコットしようとする働きかけが生じたことに加えて、ショーに招待されていたゲストが出席の取りやめを表明したり、出演予定のモデルが出演の拒否を表明していることが中国のモデルエージェンシーによって明らかにされている³⁶⁾。

このような状況を受けて、ドルチェ&ガッバーナは、予定していたファッションショーの中止を、ショーの当日に決定しなければならない状況に追い込まれた。ドルチェ&ガッバーナ側は、ブランドとデザイナーであるステファノ・ガッバーナは、SNSを通じて、両者のインスタグラムがハッキングされたとする趣旨の説明をしている。この説明では、一連のインスタグラム

の投稿は無許可のものであるとして、同社の法務部門が調査していることを示し、このような無許可の投稿によってもたらされた苦痛に対して謝罪するとともに、中国および中国の人々に対しては尊敬の念を示していることなどを表明している³⁷⁾。予定されていたファッションショーが中止に追い込まれたことを勘案すると、ここで示された弁明と謝罪のコメントは、批判への対応としては不十分であったといえるのかもしれない。

上海で予定していたファッションショーが中止に追い込まれたことの間接的な原因として、過去にもドルチェ&ガッバーナが差別的な発言を頻繁に繰り返してきたことが指摘されており、具体的には、今回の問題が生じる以前にも、ドルチェ&ガッバーナのデザイナーでブランドの代表者でもあるドメニコ・ドルチェ (Domenico Dolce) とステファノ・ガッバーナが受けたインタビュー記事や、インスタグラムのステファノ・ガッバーナの個人アカウントのコメントで、差別的なニュアンスを含むと捉えられても仕方がないような無神経な発言を行ってきたことで知られていたことが示されている³⁸⁾。

(2) プラダがデザインしたキャラクター

2018年11月に、ファッションブランドのプラダ (PRADA) は、新たなマスコットとしてプラダマリアと呼ばれる一連のキャラクターを公表した。このプラダマリアは、7種類の架空生物からなるキャラクターで、ニューヨークを拠点とするデザインカンパニーである 2x4 とのコラボレーションとして制作された³⁹⁾。プラダによると、これらのキャラクターは機械的でありながらも、どこか生物的でもあり、超自然的な力と、気まぐれな性格を持ち合わせていると説明されていた⁴⁰⁾。プラダマリアのうちオット (Otto) とトット (Totto) と称されるキャラクターについては、有史以前のプラダのマスコットであるモンキー (the oldest Prada mascots: the monkey) をイメージしたとされ、オットには、黒い顔に大きな赤い唇が、もう一方のトットについては、黒い顔に大きな緑の唇がデザインされていた⁴¹⁾。

これらマスコットが公表された後の約1カ月間は、ファッションメディア

で大々的に取り扱われていたにもかかわらず、人種差別的であると指摘されることはなかった⁴²⁾。ところが、SNSによってこれらのキャラクターはいわゆるブラックフェイスを彷彿させるものであり⁴³⁾、人種差別的であるという批判が噴出することになる。その発端は、ニューヨーク市に在住のチニエレ・エジエ (Chinyere Ezie) 弁護士が12月13日、ソーホーにあるプラダの店舗の前を通りかかった際に、このマスコットの人種差別的なブラックフェイスについて「怒りに震えた」とする投稿を、ショーウィンドウにディスプレイされているプラダマリアのオットの画像とともに、自身のフェイスブック (Facebook) のページに書き込んだことだった⁴⁴⁾。これを受けて、プラダは12月14日、公式のツイッター (Twitter) でプラダマリアについて「想像上の生物であり、現実世界を意識したものではありません。ブラックフェイスとは無関係です」とする声明を発表し、差別的な意図がなかったことを説明するとともに、店頭から該当キャラクターを撤去し、販売を中止することを明らかにした⁴⁵⁾。

プラダマリアのブラックフェイスには、ニューヨーク市人権委員会からも問題が提起されることになった。ニューヨーク市人権委員会は、人権侵害行為に対して最高25万ドルの課徴金を課す権限を有するとともに、被害者に対して賠償を命じる権限を有しており、さらに、ニューヨーク市人権法⁴⁶⁾に関する研修を実施するように命じる権限なども有している⁴⁷⁾。2018年12月14日に、ニューヨーク市人権委員会は、プラダに対して公式な調査を開始したことを公表している。ニューヨーク市人権委員会によると、この調査は、人種差別的な図像を特徴とする商品の販売と商業的ディスプレイをしていることに加えて、このディスプレイに対して不満を申し立てた従業員が報復に直面したとする報告がなされていること⁴⁸⁾に基づくものであるとされている⁴⁹⁾。ニューヨーク市人権委員会では、このようなディスプレイについて、ニューヨーク市として容認できないことを示し、プラダに対してニューヨーク市の人権条例を遵守し、内部慣行を検討し、謝罪することを求めるとともに、この種の有害で差別的な行為が今後はなされないように迅速な行動

をとることを要求している⁵⁰⁾。

この問題については、2020年2月に、ニューヨーク州人権委員会とプラダとの間で和解が成立している。和解案の主な内容としては、第一に、ニューヨーク州の従業員およびミラノの経営陣は人権平等に関するトレーニングを受けること、第二に、歴史的にファッション業界内で過小評価されてきた人々への奨学金プログラムを設立すること、第三に、2019年2月にプラダ側が設置した3～5人のメンバーから構成される多様性とインクルージョンに関する諮問委員会を最低6年にわたって配置し、定期的に委員会にその活動内容や進捗状況を報告すること、および第四に、多様性とインクルージョンに関する諮問委員会のメンバーに、ニューヨーク州立ファッション工科大学のジョイス・ブラウン (Joyce Brown) 学長を加入させて、そのコンサルティングを受けることが含まれていた⁵¹⁾。

(3) ニューヨーク州立ファッション工科大学のファッションショーにおけるスタイリング

2020年2月7日にニューヨーク州立ファッション工科大学 (Fashion Institute of Technology, 以下では、FIT とよぶ) 主催で開催されたファッションショーのスタイリングが、人種差別的であると批判された⁵²⁾。このファッションショーは、FIT では初となる美術修士課程 (Master of Fine Arts: MFA) の修了生10名の作品をランウェイで披露するものであり、FIT の教授で、新設されたファッションデザイン美術修士課程の学科長 (Chair of MFA Fashion Design) を務めるジョナサン・カイル・ファーマー (Jonathan Kyle Farmer) がダイレクションを担当し、英国のファッション制作会社 NAMES LDN のクリエイティブ・ディレクターであるリチャード・ソーン (Richard Thornn) のプロデュースによるものであった⁵³⁾。このショーにデザイナーとして参加した修了生のジュンカイ・ハン (Junkai Huang) による作品のスタイリングで、誇大化された耳、唇および眉毛のアクセサリーが用いられたことが、差別的であると批判された。

このスタイリングに対する批判の発端は、ショーにモデルとして出演したエイミー・ルフェヴル (Amy Lefevre) が、これらアクセサリーを人種差別的であるとして着用を拒否しランウェイを歩いたことであった⁵⁴⁾。この過程において、デザイナーであるジュンカイ・ハンはアクセサリーなしでランウェイを歩いても良いとする意向を示したにもかかわらず、プロデューサーであるリチャード・ソーンが、モデルのエイミー・ルフェヴルに対してアクセサリーを着用するよう圧力をかけていたことが証言されている⁵⁵⁾。

この批判を受けて2020年2月18日にFITの学長であるジョイス・ブラウンは、関係者に向けてメッセージを発送し、謝罪の意を表している⁵⁶⁾。このメッセージでは、問題となったファッションデザインおよびスタイリングについて「……デザインの本来の意図、アクセサリーの使用、そしてショーのクリエイティブディレクションは、人種についての意見を表明することではなかったようだ……」としながらも、このスタイリングが人種差別的な表現を結果として導いたことは明白であったとする認識を示し、ショーに参加した人々、学生、そしてこのショーによって気分を害されたすべての人に対して謝罪を表明している⁵⁷⁾。

ジョイス・ブラウンは、2020年2月21日にも再びメッセージを発送している⁵⁸⁾。ここで示されたのは、第一に、今回のスタイリングが導入された過程など、ショーに至る経緯とその後の経過を外部の法律事務所に調査させること⁵⁹⁾、第二にジュンカイ・ハンによるデザインには人種差別の意図はなかったことが、彼の論文のメモやスケッチから確認できること⁶⁰⁾、第三に、問題となったアクセサリーはデザイナーであるジュンカイ・ハンによって選択されたのではなく、彼が大学のスタッフに相談して示唆を受けた結果として導入されたこと、さらに、第四に、ファッションデザイン美術修士課程の学科長のジョナサン・カイル・ファーマーと、大学院研究科長 (Dean of Graduate Studies) のメリー・デイビス (Mary Davis) に停職の処分を下したことである⁶¹⁾。

小 括

ここまで、2016年から2020年の前半にかけて問題とされた文化流用と差別表現の事案を検証してきた。これら事案からファッションにおいて文化流用と差別表現の問題がどのように指摘され、何が問題とされたのかを確認していきたい。

第一に、文化流用と差別表現の問題は、ほとんどの事案において事前に予想されないかたちで指摘されるという点である。当事者にとっては、文化流用ないし差別表現を意図していない行動について、問題が指摘されるともいえるだろう。この背景には、SNSサービスの普及などによって、情報の発信が容易にできる環境が整えられてきたことも挙げられるだろう。

第二に、文化流用や差別表現が指摘された問題の背景にはいくつかの要因が複合的に交錯して存在している点である。ここで複合的に存在している要因としては、ファッションを構成する要素に加えて、ファッションに関与する人々の権限分配構造が含まれることを本稿では示したい。このような複合的要因はファッションショーにおけるスタイリングに対して問題が指摘される場合が多いことと関連しているともいえるだろう。ファッションショーのスタイリングは衣服だけではなく、ヘアスタイリング、メイクアップ、アクセサリー、演出効果など複合的な要素が統合されている。このことに加えて、ファッションショーでは、デザイナー、スタイリスト、ヘアおよびメイクアップのアーティストの他に、ファッションショーを統括するクリエイティブ・ディレクターなど多くの人が関与しており、それらの人々が垂直的あるいは水平的に権限を分配してショーに関する事項を決定していることも、リスク要因になりうるともいえるだろう。併せて、ファッションショーのスケジュールでは、時間的に切迫した状況でスタイリングは決定されることが多いことなども、その要因として指摘できるだろう。

第三に、問題となった行動だけではなく、その前後の利用者の姿勢や行動

も要因として存在している点である。問題発生前から潜在的に存在していた文化流用や差別的な姿勢が、実際に生じた問題の要因となる場合もあるといえるだろう。また、問題が指摘された後の行動が、より問題を深刻化させる可能性もある。とりわけ、問題が指摘された直後の発言は、潜在的に存在している文化流用に関する理解不足や差別的な姿勢が十分に払拭されていない状況で行われる可能性があることを指摘できるだろう。

以上のことから、ファッションにおける文化流用や差別表現の問題については、当事者の事前の予測に反して指摘されることが多く、また事後的な対応によっては、問題がさらに深刻なものとなる可能性があることを指摘できるだろう。このような特性を踏まえると、文化流用と差別表現の問題については、その発生原因とともに、事後的な対応策を検討することによって、この問題に対処する行動指針を探求する必要があると考える。

III. 文化流用と差別表現に関する 問題の発生原因と対応策

1. 検討すべき問題と視点

文化流用と差別表現の問題が存在することを踏まえて、企業はどのような行動をとるべきなのかを検討していく。第一には文化流用や差別表現の問題が生じる理由を、第二には、文化流用または差別表現の問題が指摘された場合の事後的な対応策を検討する。これらの検討は、以下のように位置づけられるものとする。

企業にとって最も望ましい行動は、文化流用や差別表現の問題を発生させないことになるだろう。ただ、これまで検討してきた事案が示すように、文化流用や差別表現の問題のほとんどは、批判の矢面に立たされた当事者にとっては、事前には予想できないものであり、複合的な要因がその背景に存在しているといえるだろう。そこで、文化流用や差別表現の問題が発生する

理由を分析し、それを踏まえた行動を心がけることは、問題の発生を事前に防止することに貢献するものと考えられる。

文化流用や差別表現の問題が指摘された場合には、当事者が事後的にどのように対処するのが重要となる。多くの事例が示すように、事後的な対応が不適切であったことによって、問題がより深刻なものとなり、企業イメージがより毀損されるリスクも存在している。そこで、文化流用や差別表現の問題が指摘された場合は、どのような事後的対応が要請されているのかを検討し、あるべき方針を示すことは、問題発生後の企業価値の毀損を出来るだけ少ない範囲に抑制することに貢献すると考える。

さらに、形式的なシステムを構築することによって、文化流用および差別表現の問題にどのように対応できるのかを検討し、その後、文化流用と差別表現の問題によって創作活動を萎縮させる結果が導かれないかを検討し、まとめを行う。

2. 文化流用および差別表現に関する問題の発生原因

(1) 文化流用の定義

まず、ファッションにおいて文化流用と差別表現の問題が生じる要因について検討する。この検討においては、文化流用と差別表現を、連続的な問題として把握しており、問題が指摘された主体を利用者とよぶものとする。文化流用によって、利用された文化に属する人々に対するステレオタイプを発生させて固定化されることが差別表現の原因として指摘されている⁶²⁾。このことから、文化流用の問題が深刻化したものとして差別表現を位置づけることができる。本稿で検討する差別表現は、文化流用と連続的に把握できるものに限定されることになる⁶³⁾。

文化流用や差別表現の問題が生じる理由として「文化流用 (Cultural Appropriation)」の概念が、漠然としか定義できないことがあるといえるだろう⁶⁴⁾。文化流用に関する一般的な定義については、第一の要件として「自分自身の

ものではない文化から、知的財産、文化的な表現もしくは表現工芸品 (artifact)、または知見の歴史および方法を取り込むこと」とされ、さらに第二の要件として「その文化に属する人々の犠牲のもとで利益を獲得すること」が示されている⁶⁵⁾。

このうち、文化流用の定義を漠然とさせている理由は「他者の文化を利用すること」という第一の要件にあることが指摘できるだろう。ここでいう利用については、批判の程度が少ないものから、文化の利用、流用、盗用として把握できるだろう。さらに、文化流用によって、その文化やコミュニティに属する人々への嘲笑や差別がもたらされるのであれば、批判の程度が増すことになるだろう。

次に、「利用される文化に関する人々の犠牲で利益を獲得する」という第二の要件については、この要件を充足しない類型についても文化流用と位置づけられるのかについて、議論されている⁶⁶⁾。ただし、ファッションに関する文化流用は商業的な利益獲得を目的としていることから、第二の要件は充足されていることになる。利益獲得を目的としていることは、ファッションにおける文化流用に対する批判の度合いをより強めるともいえるだろう。

(2) 文化流用の分類

文化流用は、大きく五つの類型に分類されている⁶⁷⁾。第一類型は、現存する文化財そのものを他の文化圏に移転させることで、文化財の流用 (object appropriation) と称されている。第二類型は、文化における無形財を流用する形態で、これは内容の流用 (content appropriation) と称されている。第三類型は、他の文化で創作された作品をそのまま再現することはないものの、何らかの方法で他の文化を利用する形態で、これはスタイルの流用 (style appropriation) と称される。第四類型については、スタイルの流用と関連をもちながら、単に基本的なモチーフのみが流用される形態で、これはモチーフの流用 (motif appropriation) と称されている。なお、これら第二類型から第四類型に至る流用のうち中核をなすのは、第二類型となる内容の流用となつ

ており、スタイルの流用、およびモチーフの流用はその派生形態として位置づけられている。これらの類型は何らかの具体的な文化的要素を利用している一方、第五類型は外部者が自分が育った以外の文化に属している個人や組織を作品で表現する形態となり、主題の流用 (subject appropriation) と称されている⁶⁸⁾。

ファッションの領域で問題となる文化流用の事案のほとんどは、第二類型となる内容の流用と、そこから派生するスタイルの流用およびモチーフの流用として位置づけられるといえるだろう。具体的には、特定の文化圏で用いられている衣服や装身具を、アパレル製品のデザインとして用いる場合については、内容の流用に該当する可能性があり、利用される文化的な要素との関連性が弱められてアパレル製品のデザインやファッションショーのスタイリングとして用いられる場合には、スタイルの流用あるいはモチーフの流用に該当することになるだろう。これに加えて、スタイリングのコンセプトとして、他の文化の要素を利用する場合は、主題の流用に相当するともいえるだろう。

(3) 審美的な脆弱性

ファッションにおける文化流用では、アパレル製品のデザインや、ファッションショーのスタイリングとして文化的な要素が用いられる。このような文化流用の背景には、利用者の審美的な動機が存在しているといえるだろう。利用者の審美的な観点から、積極的に評価されるからこそ、利用される文化は商業的な利益獲得を目的として用いられるといえるだろう。

文化流用には、審美的な観点からの脆弱性が本質的に内包されていることが指摘されており、その理由として、流用者は、外部者として存在することから、流用される文化的体験が乏しいことが挙げられている⁶⁹⁾。必要とされる文化的体験に乏しい利用者が、審美的に貧しい質の創作活動しかできないことは必然であることが指摘されているものの⁷⁰⁾、その一方で、利用される文化に属するメンバーであることが審美性の観点から必ず必要な要素となるの

かについても十分な証拠が示されていないことが示されている⁷¹⁾。とりわけ、文化的体験と審美性との関連については、ある文化において発展されたスタイルやモチーフを、従来とは異なる新たな態様で用いるタイプの文化流用、いわゆる革新的な内容の流用 (innovative content appropriation) の場合においても⁷²⁾、審美的脆弱性が必然的に存在しているのかについて、十分に論証されてはいないことが指摘されている⁷³⁾。このような議論を参照したとしても、ファッションにおける文化流用については、審美的な脆弱性が存在する可能性が十分に否定できないことは、以下の理由によって提示できるのではないかと考える。

第一の理由として、ファッションにおける文化流用は、革新的ではない内容の流用 (non innovative content appropriation) として行われることが多いということを指摘したい。具体的には、他の文化で用いられている衣服や装身具のデザインを、基本的に踏襲して製品やスタイリングに用いる場合については、革新的ではない内容の流用 に該当することになる。革新的ではない内容の流用においては、審美的な脆弱性を内包する可能性がより高く存在していることになる。

第二の理由として、革新的な内容の流用に対しては、審美的な脆弱性を克服できる可能性が示されたとしても、革新的であることは審美的脆弱性を克服することの十分条件ではないことを指摘したい。利用者による革新的な意図に基づく文化流用であったとしたとしても、その革新的な意図が十分に実現できていなければ、依然として審美的な脆弱性を内包した文化流用と位置づけられる可能性があるといえるだろう。

さらに、第三の理由として、商業的な利益獲得目的と関連づけられた場合には、審美的な脆弱性を内包した文化流用がなされる可能性が高まることを指摘したい。ファッションのように商業的な利益獲得を目的とすると、多数派に属する利用者が、同じく多数派に属する顧客を意識して、少数者の文化を流用する場合には、文化を擁する人々の視点が軽視される可能性を指摘したい。そうなると、文化体験に乏しい外部者によって審美的にも脆弱な様式

で文化流用がなされる恐れが払拭できないといえるだろう。

文化流用と審美性に関する議論は、文化流用が審美的脆弱性を克服できるのかという観点で展開されており、ここでは審美的な脆弱性を克服できるとする立場も提示されている⁷⁴⁾。しかし、これらの議論においては、文化流用には、審美的な脆弱性を内包するリスクが存在していることを前提としていることに留意しなければならないといえるだろう。とりわけ、商業的な利益獲得目的と関連づけられた文化流用は、多数派の観点に基づいて審美的な評価がなされることから、脆弱性が内包されるリスクが存在しており、その結果、流用された文化や文化を擁する人々に対するステレオタイプが強化されたり、場合によっては差別的な感情を惹起させかねないことを本稿では指摘したい。

(4) 文化流用の再現性に由来する弊害

文化流用については、利用される文化やその文化を擁するコミュニティに所属する人々にとって弊害となる可能性が指摘されている⁷⁵⁾。

文化流用による弊害が最も顕著となるのは、利用者が文化を再現することで、誤った表現を産出したり固定化させたりすることによって、利用された文化に対する不当あるいは歪められた印象が与えられ、文化を擁する人々への差別を招く可能性のあるステレオタイプ（固定観念）が産出されたり固定化される帰結を導くことにあると分析されている⁷⁶⁾。ここで、文化的なスタイルや芸術的様式を、外部者が十分に洗練されていない方法で流用した場合には、文化流用の弊害が生じる可能性が増加することに加えて、差別的あるいは歪められた形でより深刻な弊害が生じる可能性も増加しうることが指摘されている⁷⁷⁾。

このような文化流用の再現性に由来する弊害は、審美的脆弱性と密接に関連するといえるだろう。文化の流用に伴う審美的に脆弱性によって、利用された文化に、歪められた印象が与えられる可能性がより高まると考えられるからである。

(5) 文化流用による経済的影響

(i) 富の移転を伴う文化流用

文化流用は利用された文化とその担い手となる人々に経済的な影響を与える可能性がある。このような経済的影響については、利用された文化とそれを担う人々から、何らかの富の移転を伴うタイプと、富の移転を伴わないタイプに分類できる。

富の移転を伴う経済的弊害の最たるものは、その文化に関連する人々に、本来は帰属させるべき財産を、正式な合意なく外部者が移転させてしまうことであり、これは、文化の盗用として位置づけられている⁷⁸⁾。ファッションに関しては、現存する文化財ではなく利用される文化に由来するデザインなどの知的財産を利用することが中心となるといえるだろう。

文化に由来する知的財産の流用として懸念されるのは、知的財産権を外部者が取得して独占的な使用権を獲得することであろう。文化に関連する知的財産については、一種の共有財として把握し、誰もが自由に利用可能とされるべきとする立場が示されており、この立場からは文化に関連する知的財産はパブリック・ドメインとして位置づけられることが示されている⁷⁹⁾。このように文化的な知的財産をパブリック・ドメインとして認識するのであれば、外部者が知的財産権を取得することは、文化を担ってきた人々の利用さえ排除できる独占の利用権を獲得する帰結を導くことから、ある種の財の移転を伴う文化の盗用として、厳しい批判の対象となるといえるだろう⁸⁰⁾。

(ii) 富の移転を伴わない文化流用

文化流用に伴う経済的影響のうち、富の移転を伴わない影響としては、外部者が文化の担い手から顧客を奪うことによって、経済的な利益を侵害する可能性が指摘されている⁸¹⁾。このような経済的影響が直ちに、流用された文化とそれを担う人々にとって弊害となるのかについては、疑問が提示されている。第一に、顧客は誰に帰属するものでもないことを理由として、たとえ文化に由来する要素であったとしても、その文化に由来する人々に帰属させ

る必要はないことが示されている⁸²⁾。第二には、外部者が文化を流用することによって顧客を獲得したとしても、内部者も同じ市場で競合可能であることが理由として示されており、ここでは、文化を利用する外部者と内部者は、いわゆるゼロサムゲームの関係にはないことから、一方の利得が他方の損失を必ずしも意味しないことが示唆されている⁸³⁾。

このように、富の移転を伴わないタイプの経済的影響が、利用される文化にとって常に弊害となるのか断言はできない状況にあるといえるだろう。しかし、ここで検討されている経済的影響は、文化が歪められることなく再現されていることを前提としていることに注意しなければならないとする立場を本稿では示したい⁸⁴⁾。富の移転を伴わない文化流用であったとしても、その再現の過程で歪みがあれば、利用される文化とそれを担う人々へのステレオタイプを助長させる結果を招くことがあり、その場合には、経済的な弊害を含めて、悪影響を与える可能性があることに対しては、常に留意しなければならないものと本稿では考える。

(6) 文化流用による同化

文化の流用によって、文化そのものが同化されていく可能性が存在している⁸⁵⁾。文化が同化されることは、利用される文化そのものを破壊しかねないことから、文化流用がもたらす深刻な弊害として意識されている⁸⁶⁾。文化の同化は、文化の担い手自身が、文化を流用する外部者と同じような思考や方法を取り入れることによって生じるものであり、その結果、利用された文化そのものが破壊されてしまう可能性が指摘されている⁸⁷⁾。例えば、内容の流用において、利用者となる外部者は、必ずしも文化の担い手である内部者の方法を精緻に再現して、内容を利用するとは限らないことから、内部者が外部者の手法を模倣した結果、利用された文化が本来備えていた独自性を失い、外部者の文化と区別できなくなることが指摘されている⁸⁸⁾。

文化流用による同化については、多数者の文化と少数者の文化では非対称性が存在しており、同化される可能性が高いのは少数者の文化であることが

指摘されている。多数者の文化については正確な再現例に接する機会が十分に確保されていることから、同化されにくいとされ、このような非対称性の存在は、多数者が少数者の文化を利用することに対する批判を根拠づけていることになる⁸⁹⁾。

文化流用による同化は、とりわけ少数者の文化の存続に対して深刻な危険として存在はするものの、利用された文化を担う少数者自身が外部者による流用を否定するなどして文化の独自性を維持しようと心がけることは可能ではあるとしながらも、外部者による流用によって、少数者の文化が歪められたり、打ち負かされたりする可能性は、完全には否定できないことが示されている⁹⁰⁾。

3. 文化流用または差別表現の問題が 指摘された状況での事後的説明

(1) 事後的説明に内包される困難性

ここでは、文化流用や差別表現の問題が指摘された企業に、どのような行動が要請されるのかを検討したい。ひとたび、文化流用や差別表現の問題が指摘された場合、利用者とされた主体は、事後的な説明をしなければならない境遇に立たされるといえるだろう。

利用者による事後的な説明は、困難なものであることが予想される。この困難性の本質的な理由として、文化流用や差別表現の意図はなかったという消極的事実の説明が利用者に要求されることを指摘したい。

事後的な説明として必要とされる事項は、流用された文化と利用者の意図との関連性ではないかと考える。具体的な説明として、問題とされたデザインやスタイリングを基礎づけるアイディアスケッチやポートフォリオを開示して⁹¹⁾、アイディアに至るまでの経緯を明らかにする方法などが考えられる。ただし、この説明についても困難を伴うことを指摘したい。その理由として、第一には、アイディアに至る経緯などの説明は、製作者の内心に関わ

るものであること、第二には、具体的な開示の対象として考えられるアイデアスケッチやポートフォリオは、公開しないことを前提に作成している⁹²⁾ことが指摘できるだろう。これらの要因から、アイデアに至る経緯を具体的な資料に基づいて説明したとしても、他者から客観的な理解を得ることは困難であることが予想できるのではないかと考える。

(2) 事後的説明の必要性

文化流用や差別表現の問題が発生した後の、事後的な説明が困難なものであったとしても、利用者は、説明をしなければならない立場に置かれると考えられる。もし事後的な説明をしなければ、利用者は、問題とされた文化流用ないし差別表現を容認するとともに、経済的な利益獲得目的で文化を外部者として利用し続けようとする姿勢を示していると推測されかねない立場に置かれる可能性が否定できないからである。このような姿勢から、利用者が、少数者からの搾取を経営方針に据えていると推測された場合には、問題とされた個別の行動だけではなく、経営方針そのものが批判の対象とされる懸念が払拭できないのではないかと、本稿では示したい。

(3) 事後的説明の目的

利用者による事後的な説明においては、文化流用や差別表現をされたとする主体へのメッセージの発信が必要となるとする立場を本稿では示したい。このメッセージでは、問題とされた行動は、利用者の事前の認識では文化流用や差別表現を意図的に目論んではいなかったことを示すことに加えて、今後、同様の問題を繰り返さない意向を明示する必要があるといえるだろう。

事後的な説明によって、文化流用や差別表現の問題について再発防止に心がける姿勢を示すには、以下の二点の内容を説明する必要があると考える。第一には、文化流用あるいは差別表現の問題が発生した経緯を、利用者自身はどのように把握しているのかを示し、第二には、今後の再発防止についてどのような対策を具体的に講じていくのかを示すことである。

事後的な説明において、問題とされたデザインやスタイリングに至る経緯について説明する際には、何が文化流用や差別表現を引き起こした要因となったのかを明らかにしようとする姿勢が必要とされるといえるだろう。具体的には、まず、問題が指摘される前の状況では、文化的要素を利用した意図、文化的な要素を審美的にどのように評価したのか、革新的な試みを加えたのであれば、どのように行ったのか、などを明らかにし、続いて、問題が指摘された後の事後的な観点から再度検証した結果、何が要因となって問題とされた行為に文化流用や差別表現の要素が包含されたのかを検証し説明することが必要になるのではないかと考える。このように事前の状況を事後的な視点から検証することによって、問題を生じさせた要因を具体的に抽出できるのであれば、再発防止に貢献できるものと考えられるだろう⁹³⁾。

4. 組織的・制度的な対応

文化流用や差別表現の問題が生じた事案では、解決策として諮問委員会を設置することや、独立性が確保された外部調査委員会等を設置するなど、文化流用や差別表現の問題に組織的に対応するシステムを整備することが対策として実行されている⁹⁴⁾。また、文化流用や差別表現の事前の抑制には、個々の企業を超えて、ファッションに関わる産業全体として、文化流用や差別表現に対応するガイドラインを設定することが有用であるとする見解も示されている⁹⁵⁾。

文化流用や差別表現への組織的・制度的対策を講じることについて、実際に問題が発生した場合に責任を緩和あるいは免除できるのかという観点から検討することに対しては、注意を要すると考える。会社法の観点から、責任とその免除が論じられる場合は、取締役の会社に対する任務懈怠責任（会社法423条）のように、会社内部における責任の帰趨が対象となることが大半である。これに対して、文化流用や差別表現に関して問題とされるのは、文化流用や差別表現を受けたとされる主体に対する責任であり、これは一種の

社会的な責任であることに注意しなければならないだろう。とりわけ、文化の利用者としての会社は、文化流用や差別表現を受けたとされる主体の外部に存在していることを鑑みると、会社内部における責任負担と免除の理論と、文化流用や差別表現を受けた主体という会社外部に存在する主体への責任とは、切り離して検討されなければならないとする立場を、本稿では示したい。具体的には、制度的あるいは組織的な対策を踏まえていたことを理由とする免責的な主張は、利用者としてされた企業内部の責任に関連するものであるため、このような主張によっても文化流用や差別表現を受けた人々を納得させられる効果が得られるとは限らないといえるだろう。

文化流用や差別表現への組織的・制度的対策は、事前あるいは問題発生後に、同様の問題が発生することを防止する観点から構築するものとして位置づける必要があると考える。そうすると、問題発生後の企業内部における責任分担や免責的な観点を意識して基準を構築するのではなく、問題発生を事前に防止する観点と、問題が発生した後何かが要因であったのかを検証し再発防止に役立つ教訓を得ようとする観点から構築されることが望ましいものとする。これらの観点は、各企業が組織的・制度的対策を構築する際のみならず、例えば、ファッションに関連する産業全体として基準を構築する際にも、基軸に据えるべきとする立場を本稿では提示する。

5. クリエータに対する萎縮効果

文化流用や差別表現の問題性を強調することに対しては、デザイナーをはじめとするクリエイタを萎縮させる可能性があることが問題として指摘されている⁹⁶⁾。本稿では、文化流用ないし差別表現の問題が発生する原因と、利用された文化とそれを担う人々に与える影響を検討してきた。そこで、クリエイタが外部者として文化的な要因を利用する際にはどのような事項に留意する必要があるのかを確認していく。

まず、文化流用には、審美的な脆弱性が内包される可能性を意識しなけれ

ばならない。また、革新的な内容の利用を意図しているのであれば、どのような要素を加えたのかを明確に認識する必要がある。さらに、創作活動において用いた要素が複合的に交錯した結果、文化流用や差別表現の意味が生じていないかを検証しようとする姿勢も必要となるだろう。これらに留意することは、創作者を萎縮させるといえるのかもしれないが、文化的な要素を外部者として利用する際に一定の注意を要しなければ、利用される文化やその担い手に対して弊害となる可能性があることは、創作の前提認識として位置づけられるものではないかと考える。とりわけファッションにおける文化要素の利用は利益獲得目的で行われていることを考慮すると、創作者の意図しない文化流用や差別表現が生じることを未然に防止しようとする姿勢が要請されるのではないかと考える。

小 括

ここでは、文化流用と差別表現を連続的な問題として把握し、発生原因と、利用者がどのような対策を講じるべきなのかを検討した。

まず、文化流用については、審美的な脆弱性を内包する可能性があることを意識する必要がある。文化流用がもたらす弊害、例えば利用された文化を担う人々に対する差別を誘発しかねないステレオタイプの誘発などについても、審美的脆弱性によってもたらされる可能性があるとの認識も必要となるものと考え。なお、芸術における文化流用の検討においては、文化流用であったとしても審美的には十分に成功していることが、一般的に予想されるよりも多く存在していること、および、文化流用が利用される文化に弊害をもたらしたり、侵害的であることは、一般的に予想されるよりも少ないことが結論として提示されている⁹⁷⁾。しかし、この見解においても、文化流用が審美的に脆弱なものとなり、利用された文化にとって弊害となる可能性は、完全に否定されていないことを考慮すると、文化流用を伴う行動には問題が指摘されるリスク要因が含まれているといえるだろう。

次に、文化流用や差別表現の問題が指摘された場合には、事後的な説明を含めて、文化流用あるいは差別表現の対象とされた主体に対して、問題の発生原因を検証し今後の再発を防止しようとするメッセージを発信しようとする姿勢を示すことが重要であると考えます。

IV. 終わりに

本稿では、ファッションに関連して問題とされた文化流用と差別表現を検討してきた。まず、ファッションにおいて問題とされた事案については、外部から認識できる情報であるという特徴と、商業的利益獲得目的を背景にしているという事情によって、文化流用や差別表現の問題が研ぎ澄まされたかたちで発露したとして、検証の対象に位置づけている。この検証を踏まえ、ファッションにおける文化流用と差別表現の問題の特性を把握し、その問題の背景にある要因と、企業がとるべき行動を検討してきた。ここでは、本稿のまとめとして、企業が文化流用と差別表現に対してどのような問題意識をもち、どのような姿勢で臨むべきかについて指針を示したい。

まず、文化流用と差別表現の問題については、事前の防止に努めることが最も重要な課題となることを示したい。文化流用ないし差別表現は複合的な要因を背景としていること、多様性の認識の広がりや SNS の普及によって、配慮しなければならない対象の範囲が広がっていることなどから、事前に万全の対策を講じることは困難であることを認識しながらも、問題発生を防止しようとする意識を常に据える必要があるのではないかと考える。とりわけ、ファッションに関連する問題は、外部者としての文化利用が利益獲得目的で行われているということ、利用者および利用者のターゲットはともに利用される文化の外部者であることがほとんどであることを考慮に入れると、問題が指摘された場合には、厳しい批判の対象となることを踏まえ、企業の行動を律していくことが要請されるという立場を示したい。

次に、問題が指摘された場合には、その行動の前提となったどの要因が問題を引き起こしたのかを検証し、今後の問題再発防止に役立てようとする方針を示す必要があると考えられる。ここでは、企業内部の責任分担や免除の観点ではなく、文化流用あるいは差別表現の対象にメッセージを発することによって、再発を防止しようとする企業姿勢を社会に示していくことが要求されていると考える。

本稿のまとめとして、文化流用と差別表現の問題に適切に対処しようとする企業行動を探求することは、いわゆる企業の社会的責任の一環に位置づけられるという見解を示したい。企業の社会的責任については、積極的な社会貢献をどのように果たすのかという観点から議論が進められる場面が多いが、不適切な文化流用と差別表現を抑制することも、企業活動が社会に与える弊害を抑制するという消極的な形態で企業に課せられた社会的責任になるものと筆者は考えている。

文化流用と差別表現に関して望ましい企業行動を確立させることは、いわゆる ESG 投資の観点におけるガバナンスの要素として位置づけられるだろう。文化流用と差別表現の問題に対処しようとする企業行動は、これらの問題から生じる弊害を抑制させようとする姿勢を示すとともに、社会的な多様性と包摂性 (social diversity and inclusion) の実現を目指そうとする企業姿勢を示すことに貢献するものと考えられる。このような姿勢を示す企業の経営方針には、一定の積極的な理解が示されるとともに、望ましい価値観に基づいて企業活動が提供されることを示す指標になるのではないかと考える。文化流用と差別表現に対する望ましい企業行動を探求する姿勢は、いわゆる ESG 投資の観点からは、ガバナンスに関連するリスクマネジメントを心がけているという評価に加えて、多様な主体が創造性をより発揮できるような環境を提供しようとする積極的な企業姿勢を示す指標となる可能性を示して、本稿のまとめとしたい。

注

- 1) 本稿は科学研究費補助金課題番号 18H00804 による助成の成果である。
- 2) 本稿において、ファッションの範囲は、主に衣服、靴、カバンおよびアクセサリなどアパレル製品に関連する領域をいう。アパレル製品の販売においては、ファッションショーにおけるランウェイのスタイリングも重要な要素となるので本稿ではファッションの領域に含め検証の対象としている。なお、本稿の執筆に際して、ファッション・デザイナーの小西翔氏 (Sho_Konishi_Design_Lab 主催) より、ファッションに関連する多くの知見を賜った。いうまでもなく本稿の誤りは全て筆者の責任に帰する。
- 3) 五十嵐花実「弁護士に聞く、『文化の盗用』問題」WWD ジャパン, vol. 2115, 2020 年 9 月 28 日, 11 頁では、ファッションローを専門とする小松拓也弁護士および海老澤美幸弁護士のインタビューが掲載されており、文化流用の問題発生を回避させるためにとるべき行動として、① 知ること, ② 多くの人のフィルターを通すこと, ③ 社内やチームで考え方を共有すること, ④ 世の中に意図を正確に伝えることの四つが挙げられている。
- 4) 大阪地判平成 12・9・20 判時 1721 号 3 頁, 最判平成 21・7・9 判時 2055 号 147 頁, 内部統制システムの整備については, 田中亘『会社法』東京大学出版会, 271-277 頁。
- 5) ESG 投資については, 国連持続可能な開発目標 (SDGs) とともに企業評価の視点として注目されている。ESG 投資については経済産業省の Web サイト, https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/esg_investment.html (last visited December 25, 2020), 国連持続可能な開発目標 (SDGs) については外務省の Web サイト, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/about/index.html> (last visited December 25, 2020) 参照。
- 6) James O. Young, *Cultural Appropriation and Arts*, (2010) は, 芸術における文化流用を総合的に検討する文献であり, 本稿においてファッションに関する文化流用の問題を検討する際に多くの示唆を得ている。
- 6a) 事案の概要については, Jessica Davis (Mitsuko Kannom 訳)「矯正下着ブランドを“Kimono”と命名したキム・カーダシアンに、『無礼だ』との非難の声が殺到」HYPER'S BAZZER, 2019 年 6 月 26 日, <https://www.harpersbazaar.com/jp/celebrity/celebrity-news/a28202236/kim-kardashian-west-shapewear-kimono-backlash-japan-190627-lift1/> (last visited December 25, 2020), サンドラ・ヘフェリン「キム・カーダシアンが起こした『Kimono』ブランドの波紋」朝日新聞 GLOBE+, 2019 年 7 月 2 日, <https://globe.asahi.com/article/12502594/> (last visited December 25, 2020), Yoko Nagasaka「『KIMONO』で炎上したキム・カーダシアン, 矯正下着の変更名が決定!」ELLE JAPAN, 2019 年 8 月 26 日, <https://www.elle.com/jp/culture/celebgossip/a28819704/kim-kardashian-190827/> (last visited December 25, 2020) などを参照した。

- 7) Kat Ward, “Marc Jacobs Responds to Criticism of His Runway Show’s Dreadlocks,” *Paper*, September 16, 2016, <https://www.papermag.com/marc-jacobs-responds-to-criticism-of-his-dreadlock-2006665056.html/> (last visited December 25, 2020).
- 8) この Dreadlocks は Esty seller のハンドメイドによるものであった。Kathleen Hou, “Marc Jacobs Models Wore Dreadlocks From Esty,” *The Cut*, September 15th 2016, <https://www.thecut.com/2016/09/marc-jacobs-spring-2017-models-wore-etsy-dreadlocks.html/> (last visited December 25, 2020), Ward, *supra* note 7 参照。
- 9) マーク・ジェイコブスのコメントは、以下である。
 … all who cry “cultural appropriation” or whatever nonsense about any race or skin color wearing their hair in any particular style or manner—funny how you don’t criticize women of color for straightening their hair. I respect and am inspired by people and how they look. I don’t see color or race—I see people. …
 このコメントは、マーク・ジェイコブスのインスタグラムに掲載された写真に対する多くの批判的なコメントを受けた反論として掲載されており、https://www.instagram.com/p/BKZwgoIh8Vj/?utm_source=ig_embed/ (last visited December 25, 2020) で確認することができる。このコメントの日本語訳については、Celesy Writer Urara 「マーク・ジェイコブスが文化の盗用？ NY ファッションウィークで話題のドレッドヘアを徹底解説」 CELESY, 2016 年 9 月 22 日, <https://celesy.com/lifestyle/4885/> (last visited December 25, 2020) 参照。
- 10) Ward, *supra* note 7.
- 11) *Id.* では、ファッション・コメンテータのラブカロー (lovekalaou) による見解を引用して、マーク・ジェイコブスによるコメントが、問題を深刻化させた可能性があることを示唆している。
- 12) Eric Wilson, “Marc Jacobs on Hip Hop and Charges of Cultural Appropriation: ‘Maybe I’ve Been Insensitive’,” *Instyle*, August 07 2017, <https://www.instyle.com/fashion/marc-jacobs-hip-hop-icons/> (last visited December 25, 2020), この記事の紹介として Sam Reed, “Marc Jacobs Reacts to Cultural Appropriation Accusations: ‘Maybe I’ve Been Insensitive’,” *The Hollywood Reporter*, August 9, 2017, <https://www.hollywoodreporter.com/news/marc-jacobs-reacts-cultural-appropriation-accusations-maybe-ive-been-insensitive-1028000/> (last visited December 25, 2020).
- 13) Wilson, *supra* note 12.
- 14) ダイエットブラダについては、Alice Newbold, “Diet Prada Has Been Sent By Joan Rivers To Keep Doing Her Work,” *VOGUE*, June 18th 2018, <https://www.vogue.co.uk/article/diet-prada-interview/> (last visited December 25, 2020), 「ファッション業界を浄化せよ！ 恐るべき『ネタバレ』インスタ、ダイエットブラダが未来を語る。」、*VOGUE JAPAN*, 2018 年 6 月 25 日, <https://www.vogue.co.jp/fashion/interview/>

- 2018-06-25/diet-prada/cnihub/ (last visited December 25, 2020).
- 15) Emma Elizabeth Davidson (text) and Arnaud Lefeuilade (Photography), “Comme des Garçons ‘deeply and sincerely’ sorry for runway braids,” *DAZED*, January 19, 2020, <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/47544/1/comme-des-garcons-apologise-wigs-cultural-appropriation-paris-fashion-week/> (last visited December 25, 2020).
 - 16) Davidson and Lefeuilade, *supra* note 15.
 - 17) *Id.*
 - 18) 謝罪を示したインスタグラム投稿の直前の投稿として、ジュリアン・デイズは、今回のヘアスタイルに関連するドローイングを掲載している。この投稿は、<https://www.instagram.com/p/B7b7e4rHOmI/> (last visited December 25, 2020) に掲載されている。
 - 19) Davidson and Lefeuilade, *supra* note 15.
 - 20) このコメントは、https://www.instagram.com/p/B7d_RujHnx3/ (last visited December 25, 2020) に掲載されている。
 - 21) 鈴木敏仁「ヴィクトリアズ・シークレットは時代を作り、時代に追い越された」*WWD JAPAN*, 2020年3月17日, <https://www.wwdjapan.com/articles/1058276/> (last visited December 25, 2020).
 - 22) Avery Matera, “5 Times Victoria’s Secret Was Accused of Cultural Appropriation—From Chinese dragons to Native headdresses,” *Teen VOGUE*, November 7, 2018, <https://www.teenvogue.com/gallery/victorias-secret-fashion-show-cultural-appropriation/> (last visited December 25, 2020).
 - 23) *Id.*
 - 24) カヤン族については、須藤廣「現代の観光における『まなざし』の非対称性 タイの山岳民族『首長族（カヤン族）』の観光化を巡って」都市政策学研究所紀要1号, 31-41頁 (2007)。
 - 25) Matera, *supra* note 22.
 - 26) アメリカ先住民族の視点から提起されているサンクス・ギビングへの批判としては、Phillip Picard, “Native American Girls Describe the REAL History Behind Thanksgiving,” *Teen VOGUE*, November 22, 2016, <https://www.teenvogue.com/story/native-american-girls-describe-the-real-history-behind-thanksgiving/> (last visited December 25, 2020).
 - 27) Matera, *supra* note 22.
 - 28) *Id.*
 - 29) *Id.*
 - 30) この経緯については、“Dolce and Gabbana cancels Shanghai fashion show amid

- racism accusations,” *BBC NEWS*, November 21, 2018, <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-46288884/> (last visited December 25, 2020), この記事の日本語訳として「ドルチェ&ガッバーナ、人種差別批判で上海のショーを中止」, *BBC NEWS JAPAN*, 2018年11月22日, <https://www.bbc.com/japanese/46301811/> (last visited December 25, 2020), 坂口孝則「プラダやD&Gと同様にひどい大炎上ワースト5——人種差別意識はいまだに根強く残っている」*東洋経済オンライン*, 2018年12月18日, <https://toyokeizai.net/articles/-/254912/> (last visited December 25, 2020) を参照。
- 31) Rebecca Jennings, “A Dolce & Gabbana show was canceled after racist online messages leaked—It’s not the first time the brand has received blowback for offensive comments,” *VOX*, November 21, 2018, <https://www.vox.com/the-goods/2018/11/21/18106473/dolce-gabbana-fashion-show-china-racism-instagram/> (last visited December 25, 2020).
- 32) *Id.*
- 33) サンドラ・ヘフェリン「ドルチェ&ガッバーナの動画は何が問題だったのか——欧州に根強く残る『アジア人軽視』という問題——」*朝日新聞 GLOBE+*, 2018年12月5日, <https://globe.asahi.com/article/11988096/> (last visited December 25, 2020) は、この動画には箸を使う文化への蔑視が含まれていることを指摘する。
- 34) このメッセージのやりとりはダイエット・プラダによってリークされている。
- 35) ダイエット・プラダがリークした内容については, Jennings, *supra* note 31.
- 36) See, Nyima Pratten and Tiffany Ap, “Dolce & Gabbana Shanghai Show Canceled, Chinese Celebs and Models Flee Furor—Stefano Gabbana claims insults about China posted from his personal Instagram were from a hacking,” *WWD*, November 21, 2018, <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/dolce-gabbana-shanghai-show-canceled-1202911256/> (last visited December 25, 2020).
- 37) *Id.*
- 38) ドルチェ&ガッバーナに関連する差別的な発言については、「不適切発言連発のドルチェ&ガッバーナ 今回も差別発言を……」*YOUTUBE MAGAZINE*, 2018年11月23日, <https://youtubemagazine.jp/archives/dolce-and-gabbana-are-being-racist-again/> (last visited December 25, 2020) などを参照。
- 39) Pameyla Cambe, *Meet Pradamalia, Prada’s Adorable New Mascots*, *L’OFFICIEL*, November 26th 2018, <https://www.lofficielsingapore.com/fashion/meet-pradamalia-prada-christmas-collection-2018-collectibles-keychain-tricks/> (last visited December 25, 2020).
- 40) *Id.*
- 41) Dabitch, “Prada Pradamalia Otto & Toto characters pulled after accusations of ‘blackface’, Prada apologises,” *ADLAND. TV*, December 14th 2018, <https://adland.tv/>

adnews/prada-pradamalia-otto-toto-characters-pulled-after-accusations-blackface-prada-apologises/ (last visited December 25, 2020).

- 42) *Id.*
- 43) アメリカでは 19 世紀半ばから 20 世紀にかけて、 minstrel・ショーというエンターテインメントが流行し、顔を黒く塗った白人によるアフリカ系の人々を嘲笑する内容の演目をブラックフェイスとよんでいた。このブラックフェイスは 1960 年代の公民権運動の時代にまで受け継がれていた。このような歴史的な背景からアメリカにおいて顔を黒く塗ることはアフリカ系の人々に対する差別的な意図を含むものとされている。ブラックフェイスについては、岩下慶一「黒いメイクは差別か？ 日本のお笑いが投げかけた波紋」47NEWS, 2018 年 2 月 6 日, <https://www.47news.jp/47reporters/digital-eye/1508604.html/> (last visited December 25, 2020) 参照。
- 44) Dabitch, *supra* note 41, 安藤健二『『黒人差別』との批判で、プラダが販売中止したキャラクターとは？』ハフポスト, 2018 年 12 月 18 日, https://www.huffingtonpost.jp/2018/12/17/pradamalia-otto-news_a_23620994/ (last visited December 25, 2020).
- 45) 安藤, 前掲注 44)。
- 46) NYC Human Rights Law, Title 8 of the Administrative Code of the City of the New York.
- 47) ニューヨーク市人権委員会の権限については, New York City Commission on Human Rights, “NYC Commission on Human Rights Announces Investigation into Prada Following Reports of Racist Merchandising and Display,” December 18, 2018, <https://www1.nyc.gov/assets/cchr/downloads/pdf/press-releases/Prada%20Press%20Release.pdf/> (last visited December 25, 2020) に記されている。
- 48) チニエレ・エジェエのフェイスブックへの投稿では, プラダのアフリカ系従業員が, このブラックフェイスについて不満を申し立てたが, その従業員はもういないことを別のプラダの従業員から聞かされたことと記述されている。このコメントについては, <https://www.facebook.com/chinyereezie/posts/10102198924210054/> (last visited December 25, 2020) に掲載されている。
- 49) New York City Commission on Human Rights, *supra* note 47.
- 50) *Id.*
- 51) New York City Commission on Human Rights, “NYC Commission on Human Rights Settles with Prada over Merchandise Line Containing Racist Imagery in Landmark Case Mandating Comprehensive Programs to Combat Anti-Black Racism,” February 5, 2020, https://www1.nyc.gov/assets/cchr/downloads/pdf/press-releases/Prada_Settlement_Press_Release.pdf/ (last visited December 25, 2020), この和解案の内容については, YU HIRAKAWA 『『プラダ』の“ブラックフェイス”

キャラクター問題に決着 NY 市人権委員会がブラダと和解を発表」WWD JAPAN, 2020年2月7日, <https://www.wwdjapan.com/articles/1024059/>.

- 52) この事案については, Kimiko de Freytas-Tamura, “F.I.T. Model Refuses to Wear ‘Clearly Racist’ Accessories,” *THE NEW YORK TIMES*, February 23, 2020, <https://www.nytimes.com/2020/02/23/nyregion/fit-racist-fashion-show.html/> (last visited December 25, 2020), Tom Gerken, “Fashion Institute apologises for ‘clearly racist’ show,” *BBC NEWS WASHINGTON*, February 19, 2020, <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-51564215/> (last visited December 25, 2020), トム・ガーケン「ニューヨークの美大、『明らかに人種差別的』なアクセサリーで謝罪」BBC ニュース (ワシントン), 2020年2月21日, <https://www.bbc.com/japanese/51582767/> (last visited December 25, 2020), Greta Anderson, “A controversial fashion show at the Fashion Institute of Technology that some considered racist set off a discussion about balancing creativity and sensitivity in students’ work,” *INSIDE HIGHER ED*, March 4, 2020, <https://www.insidehighered.com/news/2020/03/04/fit-fashion-show-raises-questions-diversity-creativity/> (last visited December 25, 2020) 参照。
- 53) Jon Levine, “Black model refuses to wear ‘racist’ monkey ears and lips at fashion show,” *NEW YORK POST*, February 15, 2020, <https://nypost.com/2020/02/15/black-model-refuses-to-wear-racist-monkey-ears-and-lips-at-fashion-show/> (last visited December 25, 2020).
- 54) エイミー・ルフエブルのインタビューについては, *Id.*
- 55) de Freytas-Tamura, *supra* note 52.
- 56) Joyce F. Brown, “An Official Message from President Brown,” *FIT News Room*, <https://news.fitnyc.edu/2020/02/21/an-official-message-to-the-fit-community-from-president-brown/> (last visited December 25, 2020).
- 57) Brown, *supra* note 56 に掲載されているメッセージ原文のデザインの意図と謝罪の意に関する部分は, 以下である。

Currently, it does not appear that the original intent of the design, the use of accessories or the creative direction of the show was to make a statement about race; however, it is now glaringly obvious that has been the outcome. For that, we apologize to those who participated in the show, to students, and to anybody who has been offended by what they saw.

- 58) Brown, *supra* note 56.
- 59) この経緯については, Jon Levine, “FIT places dean on leave, hires outside law firm to investigate ‘racist’ fashion show,” *NEW YORK POST*, February 22, 2020, <https://nypost.com/2020/02/22/fit-places-dean-on-leave-hires-outside-law-firm-to-investigate-racist-fashion-show/> (last visited December 25, 2020).

- 60) ジュンカイ・ハンによるデザインコンセプトの概要は、<https://www.fitnyc.edu/fashion-design-mfa/students/2019.php/> (last visited December 25, 2020) に掲載されている。このコンセプトによると、耳などの体のパーツの一部を誇大に表現する意図はあったものの、そのパーツを体の別の場所に配置するデザインが施されている。このコンセプトには人種差別的な意図は存在しないものの、実際のランウェイで拡大された耳、唇、および唇のアクセサリーが、それぞれの箇所を強調するスタイリングがなされた結果、人種差別的な意図が指摘されることになったことを本稿では指摘したい。
- 61) Brown, *supra* note 56. なお、ジョナサン・カイル・ファーマーとメリー・デイビスは、それぞれアフリカ系の人々に対する差別的な発言の対応について抗議を受けていることが報道されている。この報道については、Kimiko de Freytas-Tamura, “Upheaval at Fashion Institute Over Accusations of Racism,” *THE NEW YORK TIMES*, March 16, 2020, <https://www.nytimes.com/2020/03/16/nyregion/fashion-institute-technology-racism-lawsuit.html/> (last visited December 25, 2020).
- 62) Young, *supra* note 6 at 107.
- 63) 文化流用とは関係がない差別表現も存在していることから、本稿における差別表現の問題の検討は、部分的なものにとどまる。ただし、商業的な利益獲得が目的であることから、ファッションの領域におけるほとんどの事案は、文化流用がより深刻なものとなって差別的な意味を帯びるものとして把握できると考える。
- 64) Susan Scafidi, *Who owns culture?*, (2005), at 9では、自分自身のものではない文化から知的財産、文化的表現または工芸品、歴史、および知識の様式を利用することはしばしば文化の流用と称されるとしており、ここでは、Slike von Lewinski, ed., *Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resource, Traditional Knowledge and Folklore* (2004) および Michael F. Brown, *Who Owns Native Culture?*, (2003) が参考文献として挙げられている。
- 65) Bruce Ziff and Pratima V. Rao, “Introduction to Cultural Appropriation: A Framework for Analysis,” Bruce Ziff and Pratima V. Rao, *Borrowed Power—Essays on Cultural Appropriation*, at 1, (1997), at 1では、1992年7月に採択されたカナダ著述者組合の決議 (Resolution of the Writer’s Union of Canada, approved June 1992) の定義規定が参照されている。
- 66) *Id.* at 24.
- 67) Young, *supra* note 6 at 6–7.
- 68) *Id.* at 7では、プッチーニによる『蝶々夫人』を主題の流用の例としてあげている。
- 69) 文化的体験と文化流用における審美的な脆弱性に関する議論として、*id.* at 34–41.
- 70) *Id.* at 35.
- 71) *Id.* at 38.

- 72) *Id.* at 36.
- 73) *Id.* at 38.
- 74) *Id.* at 152.
- 75) *Id.* at 106–128. 文化流用による弊害のうち、最も深刻なものとして、*id.* at 63 では、文化の盗用のように本来であれば利用される文化に帰属するべき財を、利用者が取奪してしまうことを指摘するとともに、*id.* at 106 では文化流用によって流用された文化そのものの存続性が害されることが指摘されている。
- 76) *Id.* at 107.
- 77) *Id.* at 110.
- 78) *Id.* at 63.
- 79) *Id.* at 66–67 では、知的共有財 (intellectual commons) の概念を参考に芸術的共有財 (artistic commons) として把握して、ある種の公共財として性格づけられることを示している。
- 80) 本稿 3–4 頁で検証したキム・カードシアンが KIMONO の名称を商標登録しようとした事案は、このタイプの文化の盗用に該当する可能性があり、強い批判が巻き起こったともいえるだろう。
- 81) Young, *supra* note 6 at 114.
- 82) *Id.* at 117.
- 83) *Id.* at 115–116.
- 84) *Id.* at 114–118 では主に主題の流用を題材に、文化の再現に基づく歪みが認められない事案を意識して、富の移転の伴わない経済的影響の問題に集中して検討しているものと考えられる。
- 85) *Id.* at 118–120.
- 86) *Id.* at 119–120.
- 87) *Id.* at 118.
- 88) *Id.* at 119.
- 89) *Id.*
- 90) *Id.* at 120.
- 91) 本稿 5–6 頁で検証したコム・デ・ギャルソンの例では、ヘアスタイリングの担当者がアイデアスケッチを事後的に公表している。また、FIT のファッションショーにおけるスタイリングの例においても、誇張された耳や唇を衣服のデザインに盛り込むこと自体には差別的な意図がないことがデザイナーの示したポートフォリオから判別できる。
- 92) 五十嵐・前掲注 3) 11 頁では、海老澤弁護士インタビューを参考にデザインの着想などを社内やチームのグループなどで共有することによって文化流用の問題をチームのメンバーが気づく可能性が高まることを示している。デザインに至る着想

を共有することは文化流用のリスクを低減させるには効果的であると考えられるが、例えばチームのメンバー全員が利用される文化の外部者である場合に、十分にその効果が発揮できるのかなど、検討すべき課題も存在しているのではないかと考えられる。また、チームでデザインを担当する場合には、文化流用や差別表現の可能性に気づくという利点が考えられると同時に、多くの人によって創作がなされる状況で、デザインの要素や担当者の関わり方などが複合的に錯綜すると、場合によっては、創作者の意図しないところで文化流用や差別表現を含んだ結果を誘引しかねない危険性が存在することも指摘できるのではないかと考えられる。もっとも、アイデアに至るまでの経緯を共有することは、小松弁護士のコメント（五十嵐・前掲注3）11頁）にもあるように、担当者個人で判断することを回避させる効果が認められるなど、文化流用のリスクを低減させるには有用ではあると考える。

- 93) 本稿 12-13 頁で検証した FIT の事案においても、デザイナー自身の意図には差別的な要素が含まれていなかったことが確認されているが、これは、デザインに至るまでの過程が、デザイナーのポートフォリオなどで明らかにされていたことから可能であったともいえるだろう。
- 94) 本稿で検証した事案では、例えば、ブラダのキャラクターが差別表現として問題とされた事案において、ニューヨーク市人権委員会との間の和解では、多様性とインクルージョンに関する諮問委員会をブラダの内部に設置することが条件とされている。また、FIT のファッションショーにおけるスタイリングが差別表現として問題とされた事案においても外部の法律事務所に独立した立場で問題の調査を委託することが表明されている。
- 95) 五十嵐・前掲注3）11 頁では、小松弁護士および海老澤弁護士のコメントとして、ガイドラインを策定することが必要という立場を示している。ここでは、痩せすぎモデルの起用を禁じたモデルローをガイドラインが策定された例として捉えている。痩せすぎモデルの起用については、いわゆる BMI（身長と体重の比率から算出する体格指数）など定量的な数値によって一定程度の把握が可能である。これに対して文化流用や差別表現の問題は定量的に把握できるものではなく、定性的な性格を有することからどのような自主規制を作るのか検討を要するものと考えられる。
- 96) 五十嵐・前掲注3）11 頁では、小松弁護士のコメントとして「……〔文化流用に対する法の枠組みや規制がないことによる〕デザイナーや企業への萎縮効果が大きすぎることを懸念している。以前ならリスクを込めて他文化を取り入れることがあったのに、法の基準がないためにそれすらやめておいたほうがいいとなってしまう」とする見解を掲載している。
- 97) Young, *supra* note 6 at 152.