

## 現代社会におけるマスクの在り方—感染予防とファッション性における 比較検討—

マスクの着用はウイルスへの感染を防止するための1つの手段である。歴史をみても、感染症の流行に際し、その都度ウイルスへの予防を目的としたマスクの開発・着用がみられてきた。しかし、新型コロナウイルスの流行がみられた2020年では、飛沫を抑制する効果の低い布製・ウレタン素材のマスクをはじめ、予防効果以上に「機能性」や「ファッション性」を重視したマスクの開発・着用がみられるなど、感染予防という本来の目的と実際の在り方との間に乖離が生じていることに疑問を抱いた。そこで本研究では、「感染予防」と「ファッション性」の2つの視点から、新型コロナウイルス感染拡大前後のマスクの在り方や消費者のマスクに対する意識・価値観の変化について考察するとともに、アフターコロナ社会におけるマスクの在り方について検討することを目的とする。

第1章では、新型コロナウイルス感染拡大前後のマスクの在り方について「歴史」、「国際比較」、「経済効果」の3点から考察した。他国と比べてマスクの着用率が高い日本では、マスク市場の急速な拡大に際し、予防効果以上に「機能性」や「ファッション性」を重視したマスクが普及するなど、マスクの在り方が大きく変化していることが示された。第2章では、医学的な側面として「マスクの効果」、「素材別の予防効果の違い」、「正しい着用方法」の3点に着目し、今日のマスクの実態について考察した。先行研究としては、世界保健機関(WHO)や米国疾病予防管理センター(CDC)など、各種専門機関の報告する医学的なデータに加え、「富岳」のシミュレーションや専門医が行った実験の結果を比較した上で、感染対策におけるマスクの重要性を示した。第3章では、ファッション的な側面として「機能性マスクの実態」、「消費者のマスクに対する意識や価値観の変化」、「マスクの着用が外見の魅力に対して与える影響」の3点から今日のマスクの実態について考察した。さらに、大学生66人に対して「マスクの使用状況に関するアンケート調査」を実施し、最新の消費者意識について分析した。第4章では、各種アンケート調査の結果を参考に、「マスク×ファッション」が消費者に求められるようになった背景について考察した。

終章では、本研究の総括として次のように結論付けた。新型コロナウイルスの感染拡大がみられた2020年では、マスクの在り方が多様化したことで、感染拡大期にも関わらず感染予防の側面が軽視される傾向がみられた。しかし、感染の再拡大がみられた2021年では、不織布マスクへの強い信頼がみられるほか、感染予防とファッションを同時に楽しめるマスクの販売が進むなど、消費者の意識や価値観に加え、マスクの在り方は感染拡大が続く今日においても大きく変化しているといえる。また、本研究を通して推測されるアフターコロナ社会のマスクの在り方としては、①ファッションアイテムの一部例：メガネとしての利用、②自己主張例：大阪なおみが行ったマスクによる政治的メッセージの手段、③プラスチックゴミ排出削減に向けた「環境保護×マスク」への取り組みなど、新たな展開が期待できる。