

消費者庁「ファッションから考えるサステナブルな未来  
～わたしたちができること～」（令和3年12月9日）  
議事録

(司会)

定刻となりましたので、これより『ファッションから考えるサステナブルな未来～わたしたちができること～』を開始いたします。私、本日の司会を務めさせていただきます、消費者庁新未来創造戦略本部、金子千絵と申します。皆様どうぞよろしくお願ひいたします。

本日、会場での登壇者の皆様におかれましては客席と舞台との間に2メートル以上の間隔を空け、また飛沫防止のアクリル板を御用意しております。イベント中、壇上ではマスクなしとさせていただきますので、あらかじめ御了承ください。

本日の流れについて御案内いたします。まずサステナブルファッションについて、消費者庁、環境省、経済産業省の3省庁の取組について御紹介いたします。その後、休憩を挟みましてトークショーを行います。トークショーでは一般社団法人 unisteps 共同代表、鎌田安里紗様にコーディネーターとなっていただき、サステナブルファッションについてわたしたち自身ができることについて、フリートークを行っていただきます。休憩を挟みまして、サステナブルファッションショーを行います。サステナブルファッションショーでは消費者庁、エシカル消費特設サイト、サステナブルファッション習慣のすすめの18のヒントを参考に具体的なコーディネートを大阪モード学園様から御提案いただきます。

初めにシンポジウムを主催しております消費者庁より、消費者庁新未来戦略本部次長、日下部英紀が御挨拶を申し上げます。日下部次長、よろしくお願ひいたします。

(日下部次長)

消費者庁審議官で新未来創造戦略本部次長の日下部でございます。まず本日御参加の皆様、それから御協力いただきました大阪モード学園の皆様、オンライン配信からイベントを御覧いただいております皆様におかれましては、お忙しい中御参加いただき、ありがとうございます。

ファッション産業においては環境省の調査によれば、年間約51万トンもの衣服の廃棄が行われ、このうち約49.6万トン、97パーセントが家庭から廃棄されていると言われているなど、衣服の大量生産、供給、廃棄といった課題が指摘されているところであります。ファッションをめぐる課題解決のためには衣料の原材料調達から生産技術、それから着用廃棄に至るまで環境負荷等に考慮しま

した企業による取組はもちろんのこと、実際に衣服を消費する私たち消費者の意識行動も大変重要であると考えております。消費者庁では従前より、人や地域環境に配慮した消費者行動、いわゆるエシカル消費の普及、それから啓発の取組を進めているところでございますけれども、その一環としてサステナブルファッションについても取組を推進しているところでございます。本年の7月にはファッションにおけるエシカルな消費の選択肢について皆さんに知っていただくために、消費者庁、環境省、四国大学が主催となったサステナブルファッションシンポジウムを開催いたしましたところでございます。また8月には消費者庁、経済産業省、環境省による関係省庁連絡会議を立ち上げ、政府一丸となって、このサステナブルファッションの推進に取り組んでいるところでございまして、その申し合わせをしたところでございます。加えて消費者庁では今回御登壇いただきます、鎌田安里紗さんや eri さんを初めとするサステナブルファッションサポーター制度というのを創設しました。またサステナブルファッション宣言リレーの実施など、サステナブルファッションに関心を持ってもらい、実践している人の輪を広げる取組を行っているところでございます。本日は消費者庁、環境省、経済産業省の各省庁における取組を紹介した後に続きまして、前回のシンポジウムにも御参加いただきまして、サステナブルファッションに関する取組にも御尽力いただいております鎌田安里紗さんをコーディネーターとしたディスカッションを行っていきたいと思っていますけれども、先進的な取組を行っている株式会社メルカリの上村様、デプトカンパニー代表の eri 様、それから上勝町ゼロ・ウェイストセンターの大塚様、それから株式会社 Shoichi の山本様によるトークショーを行います。

最後に产学研連携でのアップサイクルプロジェクト等に取り組まれております、大阪モード学園によるサステナブルファッションショーも御覧いただきます。オンラインでありますけれども、御覧いただきます。ショーの最後には携わった学生へのこれは生中継ですけれども、インタビューも予定しているところでございます。本日のイベントを通じまして、サステナブルファッションに関して私たち一人一人に何ができるか、皆様方と御一緒に考えていくべきだと思っております。参加者の皆様にはサステナブルファッションの具体的なコーディネートの楽しみ方や重要性を知っていただくと共に関心を持っていただくことで、サステナブルファッションの一層の推進につながるということを御期待しております。

最後に本イベントは皆様方にとって大変有意義になることを期待しまして、私からの挨拶にさせていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

(司会)

日下部次長、ありがとうございました。それでは続きましてサステナブルファッショニにかかる各省庁の取組紹介へ移ります。それでは片岡審議官、柴田審議官、御登壇ください。消費者庁審議官片岡進より、消費者庁の取組を御紹介いたします。片岡審議官、よろしくお願ひいたします。

(片岡審議官)

皆さん、こんにちは消費者庁の片岡でございます。本日は非常に天気のよい中、また絶景の中の、徳島のゼロ・ウェイストセンターでのシンポジウムに参加できて大変嬉しく思います。

今年をサステナブルファッショニ元年というふうに言われる方もおられますけれども、先程も冒頭に紹介がありましたように3省庁、環境省とそれから経済産業省、そして消費者庁の連携でこれに取り組んでいこうということで申し合わせがなされたというのが非常に大きいのかなと思っております。今日も3省庁そろい踏みでの参加ということで、非常に画期的なことかなと思っております。

サステナブルファッショニとはということで、改めて御説明の必要はないかなと思っておりますけれども、これは環境省さんの資料を拝借させていただいておりますが先程もお話ありましたようにゴミ廃棄の問題であったりとか、あるいは水の使用量が多い、化学物質を使っている、あるいはCO<sub>2</sub>の排出量が多いということで、環境負荷などが非常に高いということで、世界中で対応の必要性が叫ばれているという、そういう問題であるということです。

そして今何故サステナブルファッショニなのかということで、今日は4点申し上げたいというふうに思います。一つ目は先程も申し上げましたようにSDGsの取組の加速の中、世界で取組が進んできている、注目が高まっているということ、これが第1点です。そして2つ目が消費者の間で関心が高まってきている、特に若者の間で将来の地球のことを考えたときに取り組んでいかなければいけないという意識が高まっているということですし、また昨今のコロナ禍の中でこの異常な状況の中で何かしなきやいけない、人のために、あるいは地域のために何かをしなきやいけないという意識も高まってきたということかなというふうに思っております。そして3点目は少し抽象的な話になりますけれども、少子高齢化とか、それからGDPが低成長で伸び悩むという中で、強靭な経済をつくっていく上で質の高い消費を進めていかなければいけないという意識が高まっているように感じております。質の高い消費、非常に多義的な言葉ですが、いろいろ見ていると、恐らく環境に配慮したとか、持続可能な商品・サービスを購入する、あるいは豊かさ・ウェルフェアを追求するということもあるかもしれませんけれども、我々の言葉でいうと、エシカル消費を進めていくことの重要性が経

済社会の未来を考えたときにも非常に大事になってくるということがあるのかなということです。

そして第4点目ですけれども、この取組に関していえば、どちらかというと日本は世界の後塵を拝しているという印象がありますけれども、元々見てみればこの近江商人の三方よしの精神であったりとか、あるいは世界に発信された「もったいない」という日本の文化であったりとか、そして何よりも日本の繊維、アパレル産業の非常に優れた技術という、こういうものを持っている日本であればこそ、この分野を世界に先駆けてリードしていきたいという、そういう思いもある、していくべきであるということで、この運動を進めていかなければいけないということかなというふうに感じています。

そして今日は徳島でのイベントですけど、何故徳島かということで申し上げると、これ知る人ぞ知るかもしれません、ここはエシカル消費の先進地というふうに言えるのかなというふうに思っております。全国初のエシカル条例を制定したりとか、あるいはエシカル消費自主宣言の事業者公募を始めていたりとか。さらに言えば、高校生、エシカル消費の取組を発表する、エシカル甲子園の聖地というのが徳島ということでございます。そしてこの上勝町はゼロ・ウェイスト宣言など、非常に先進的な取組をされているということで、まさにこの地域からサステナブルファッショの波を起こしていく。そういう期待ができる所なのかなというふうに思っています。

エシカル消費については、改めて説明の必要がないと思いますけれども1点だけ申し上げると、今だけ、ここだけ、自分だけという発想から脱却していくということでございます。人や社会や環境に配慮した消費行動を行うということかなと思ってます。

そしてエシカル消費というのは商品、サービスの選択、あるいは買い物をするときだけではなくて、買ったものを実際に使っているときとか、あるいは処分をするときにも考えていかなければいけないということです。

ここからは消費者庁の取組としていくつか御紹介したいと思いますけれども、今日は特に二つ、この18のヒント集、それから最後のサステナブルファッショ宣言リレー、この二つについて御紹介をしたいというふうに考えております。

この消費者行動18のヒントということで、消費者の皆さんにとっては何をすればサステナブルファッショなのかというのはよく分からないという声が非常に多く聞かれます。

そういうことで今年の8月にヒント集というのを取りまとめました。例えば選ぶときのヒントでいえば、実際にその服が必要かどうかをもう一度よく考えてみようとか、あるいは長く着れるものを買おうということで、例えば縫製がしっかりしているとか、あるいは生地がしっかりしているものを選んでいこうと

いうことであったりとか、さらに言えば、その服のストーリーにやっぱりこだわるということで、環境配慮の素材を使っているのか、CO<sub>2</sub>排出量の削減は少ないのかとか、あるいは人権に配慮した製造工程になっているかとか、自分が共感できる、そういうストーリーを持ったブランドの服を買っていくということをしてはどうかということでございます。

あるいは使っているときの話でいえば、やや細かい話になりますけれども、特に合成繊維の服では洗濯時にマイクロプラスチックが出るということで、洗濯機に防護ネットを使ってみようとか、そういうことも書かせていただいています。

そして処分するときのヒントとしては、今日もファッションショーの中で出てきますけれども、リメイクを楽しむということも考えたらいいでしょうし、今日もメルカリさんにもおいでいただいているけれども、二次流通市場への提供みたいなものも積極的に考えていくう、あるいは寄付をしようと、そういうことを書かせていただいてます。

そしてヒント18では定期的に家の中のクローゼットは点検をして、不用なものは定期的に処分しようじゃないかと、こういうことを書かせていただいているものでございます。18のヒントということで申し上げましたけれども、これだけだと消費者の方はまたどこにいけばそういうことができるのかが分からぬという声をたくさん頂いているということで、実はこの18のヒントに関連する事業者の取組について、消費者庁のホームページで提供するということを昨日から始めています。昨日第1弾として40社程度の事業者の取組を掲載させていただきました。事業者の皆様とコンタクトをする中で非常に熱の入った、独自の動画などを作成して提供してくださるところも多く、事業者の皆様にもこういうことをPRしたいというニーズが非常に高いのだなというふうに感じさせていただいております。第1段は40社ですけれども、これから順次増やして数百、あるいは1,000社ぐらいを目指していきたいと。一大サイトにしたいと思っておりますので、お聞きの皆様おられれば、是非消費者庁にコンタクトを頂きたいというふうに思います。

そして2つ目の取組がこの宣言リレーということでございまして、これは数年前にアメリカで難病治療のために寄付を呼び掛けるバケツチャレンジというのがありましたけれども、それに着想を得ていて、サステナブルファッション、こんなことをやっているとか、こんな事業者の取組を知っているというようなことを、ハッシュタグを付けて投稿していただくということを始めています。まだまだ動きが広がっているという状況ではございませんけれども、自主的な投稿を歓迎しているということですので、是非お聞きの皆様にも積極的に投稿いただければというふうに考えています。

このページでは先程も御紹介ありましたけれども、今年の7月にも徳島の地で第1弾のシンポジウムを開催させていただいているということで御紹介をさせていただいております。

最後まとめになりますけれども、何ができるかということで、まずは何ができるかを考えてみるとことからではないかなというふうに思っております。その上で18のヒント集みたいなものを参考にして楽しみながら、できることから、特にこの楽しみながらというのがポイントだと思っていますけれども、楽しみながら実践をしていこうじゃないかということでございます。そしてサステナブルファンクション習慣を世界に広めていくということで、徳島から日本に、そして日本から世界に広めていきたいということなのですが、この習慣という言葉に実は多少の思い入れがございまして、単に実践するということではなくて、習慣化してライフスタイルとすると、そういう姿を世界に示していきたいなどいうふうに思っています。恐らく各地域、それぞれの個性ごとにいろんなサステナブルファンクションの取組があろうかと思いますので、そういうことを各地域で、時には競いながら高め合って世界に発信していく、そういうふうになればいいなというふうに思っているところでございます。私からは以上です。ありがとうございました。

(司会)

片岡審議官、ありがとうございました。続きまして、環境省ファンクションと環境タスクフォースリーダー、岡野隆宏より環境省の取組を御紹介いただきます。岡野企画官はリモートでの出演になります。岡野企画官、よろしくお願ひいたします。

(岡野企画官)

はい、皆さんこんにちは。環境省の岡野です。音声の方届いておりますでしょうか。

(司会)

届いております。

(岡野企画官)

はい、只今御紹介いただきました岡野でございます。ファンクションと環境のタスクフォースという形で環境省の横断的なチームの取組をさせていただいている。本日はそちらに伺って一緒にお話をしたかったんですけど、先程映像を見

ていたら、非常に明るい日差しが差し込んでいて、とても素敵な感じで参加したかったなど悔しく思っているところです。私自身は昨年、そちらの方にお邪魔をしておりまして、いろいろ勉強をさせていただいたところです。それではファンションと環境の関係で環境省の取組を御紹介させていただきます。スライドの方をよろしくお願ひいたします。

環境省の方で今年の4月にサステナブルファンションのページを公開させていただいております。おかげさまで多くの皆様にこのサイトを見ていただいて、ファンションと環境について関心を持っていただいているところでございます。

ファンション産業につきましては、皆さん御承知のとおり、企画から製造段階、輸送、廃棄の段階で非常に長く複雑なサプライチェーンを有しておりますので、その中で環境省の視点からいえば、さまざまな環境負荷が発生しているというところでございます。

こちらも皆さん聞かれたことがあると思うんですけれども、ファンションは世界で第2の汚染産業と見なされておりますといったような、こういった言葉も出てきております。こちらの理由としましては、多くの水が使われている、多くのマイクロファイバーが海に流れている。それから多くのCO<sub>2</sub>が出ていくということで、こういったことが言われております。

さらにそういった多くの環境負荷を発生させながら作られた繊維製品が使われた後、多くがリユース、リサイクルされずに埋め立てや焼却になっていくと言われております。大体73パーセントがそういった形で処理をされていると言われております。循環型のシステムに変えていくというところも大きな課題として指摘をされているところでございます。

それから環境負荷だけではなくて、人権の問題もいろいろ指摘を受けているところでございまして、2013年にバングラデシュで起こりました縫製工場の事故をきっかけにしまして、生産背景の透明性を求めるような動きも活発化しているところでございます。

さらに経済の面からござりますけれども、こちら経済産業省さんから資料をお借りしていますけれども、バブル期以降、国内への衣料の供給数は倍増しているんですけども市場規模は15兆円から10兆円に縮小していたり、単価が下がっているということで経済的にあまりよくないという状況になってございます。今御説明しました環境、経済、社会のそれぞれの面で課題があり、持続可能ではない状況になっているというのがファンションの状況かなというふうに思っております。そういった環境、経済、社会の統合的向上というものがSDGsの大きな目標になっておりますけれども、環境省としましてはこのSDGsの達成のために、また個別でいえば2050年カーボンニュートラル、それから循環型社会の構築のために一人一人のライフスタイルをサステナブルに変えていくこと

が重要ということで、特に私たちの暮らしに身近なファッショントリビュートについて取り組んでいこうということで、調査等を始めているところでございます。

こちらは昨年度の調査で把握しました製造にかかる環境負荷でございます。服1枚あたりCO<sub>2</sub>が25.5キログラム減っているとか、水が2,300リットル使われているというような推計となっております。こちらのCO<sub>2</sub>、それから水については多くが製造の過程で出ているということになっておりますので、一度作った服を長く着るというのは非常に重要なふうに思っているところでございます。

それから先程冒頭でも御紹介いただきましたけれども、多くの廃棄が国内でも出ているというところでございます。リサイクル、リユースで、家庭から手放された衣服ですけれども、リユース、リサイクルに回っているのが34パーセント、処分埋め立てが66パーセントで、冒頭、国際的に73パーセントという数字を示しましたけれども、日本も同様の状況でございます。

こういった状況に対してサステナブルファッショントリビュートについての関心というところをアンケート調査させていただいておりますけれども、合計で59.2パーセントが関心があるというふうにお答えいただいておりますけれども、実際に具体的な取組を行ったというのは4パーセントということで、9割はまだ行動に移せていないという結果でした。行動のために求められているのが情報発信や回収、リペアなどの仕組みづくりということで、そういったところを整備するのが課題となっております。

こういった状況の結果を踏まえまして、今後サステナブルファッショントリビュートについて取るべきアクション、こちら生活者の皆さんと企業の皆さん、どちらもこういった考え方で取り組んではいかがでしょうかという提案をさせていただいています。先程消費者庁様の方から生活者のアクションということでいろいろ詳しいお話を頂きましたけれども、そういった活動をしっかりと取っていくことで企業様の頑張りを応援する。企業様はそういう生活者のいろんな要望にも応えるということで、生活者、企業両方よい方向に進んでいくことを指していこうということでこういうふうな表し方をさせていただいているます。

1番目としては今持っている服を長く大切に着ましょうということ。

2番目がリユースを楽しみましょう。服をシェアしていくとか、古着で活用するということもあるかと思います。

3番目が先のことを考えようということで、本当に必要なことを見極めていきましょうということ。

4番目として作られ方をしっかり見ようということで、生産の背景や環境の影響などを確認していく。それに応えられるように企業さんはそういったところを明らかにして表示をしていく、認証などを活用するということがあるかと

思います。

5番目として服を資源として再利用をしようということで、使い終わった衣服を店舗に回収するとか、それから資源循環をさせるといったところと一緒に取り組んでいくということを提案させていただいております。

そういうことを一つの図にまとめたものがこちらになりますけれども、企業様は企画の段階から環境配慮設計、それから生産の関係で透明性の確保。それから適量生産、適量供給に努めていただいて、生活者はそれに対して環境に配慮する製品を選択していく。それから所有しないで長く利用するサービスや、古着などを長く着るということを取り組む。その上で子ども服などサイズが合わなくなったりしたものは地域の中で循環していくような仕組みづくり。それから使い終わったものを気軽に出せる回収の仕組みづくり。そしてリサイクル技術の高度化という形で、グルグル、グルグル回っていくようなところを進めていくところが目指すところかというふうに思っております。

こういった取組については先程も御紹介いたしましたけれども、世界的に非常に多くの関心が高まっておりまして、循環型ファッショングというものがG20でも議論されているところでございます。また企業の皆様の取組も非常に活発になってきておりまして、8月にはサステナブルファッショニアライアンスというものが立ち上がっておりまして、こちらで今個社の取組ではなかなか取り組めない課題を企業さん共同で取り組んでいこうということで議論が進められていますし、そういう仕組みを社会全体でつくっていくということを目指して活動が始まっております。また関係省庁連絡会議は先程御紹介があったところでございます。

こちらまとめになりますけれども、SDGsの目指すところはトランسفォーミングアーワールド、社会の変革でございます。そういう中でファッショング産業は環境、社会、経済で課題を抱えております。ただ一方でファッショングは暮らしを彩り豊かにしてくれるものでありますので、問題は大量生産、大量消費、大量廃棄というふうに考えております。ファッショングというものは価値を創造し、時代をつくるものだと思っておりますので、こういうSDGsという時代の転換期にファッショングの果たす役割は非常に大きいのではないかなと思っております。目指すところは適量生産、適量購入、循環利用。そして適正価格というふうに思っております。これを実現するためには生活者と企業とのコミュニケーション、それから協働がカギになってまいります。環境省としましてはそのコミュニケーションにつながるように、環境負荷の見える化というもののサポートに取り組んでいたりとか、「グリーンライフポイント」、環境に良いアクションにポイントを付けるようなことを検討したりしております。それから循環利用ということで服の回収の仕組みづくり、そういうものに取り組むことで、生活者のライ

フスタイルシフトを後押ししていきたいというふうに考えております。環境省からの報告は以上です。ありがとうございました。

(司会)

岡野企画官、ありがとうございました。最後に経済産業大臣官房審議官、柴田敬司より経済産業省の取組を御紹介いただきます。柴田審議官よろしくお願ひいたします。

(柴田審議官)

ありがとうございます。御紹介を預かりました経産省の柴田でございます。本日はお招きいただきまして、ありがとうございます。私の方からは、繊維産業を所管する立場から、このサステナブルファンクションということについてどのようなことに取り組んでいくのか、どのようなことができるのかということについて簡単に述べさせていただきたいと思っております。

先程環境省さんの方からも若干言及があつたかと思いますが、繊維産業の現状について、左に市場規模、右に事業所数ということで91年以降のグラフを付けさせていただいておりますが、見て分かるとおり、市場規模は3分の2程度に減っている。事業数も5万超だったものが1万程度にまで落ちている。この91年前からもうちょっと長い経済の推移を見てみると、やはり高度成長の中で産業構造そのものが重大な方、そしてさらにはサービス産業へシフトしていくということ。それから1985年のプラザ合意、それに伴う円高、その中の海外への生産拠点の移転。そしてまた90年ごろにはバブルがはじけたということで、その後の金融機関のバランスシート調整ですとか、その後は企業のバランスシートの調整と。その中で昨今話題になっておりますように名目賃金も伸び悩んできたと、こういった大きな経済構造の変化。こういったものも反映したものであろうと考えております。その一方で下の方にいくつか並べさせていただきましたけれども、繊維産業、特に素材部門を中心として、依然として世界と比べても強みを持っている分野はいろいろあるのだろうと。これをいかにうまいこと生かしていくかというのは一つ繊維産業にとっての課題でもあろうと、そのように考えているところでございます。

こちらはより足元の動きということでコロナの影響ということでございますが、ステイホーム等々で百貨店等の売り上げ、客足も伸び悩む中でかなり厳しい状況にあるということは言えると思います。足元若干、緊急事態宣言の終了後は回復基調にあるということでございます。その中でもやっぱり厳しい状況にはあっても一方で伸びているものも見られて、一つは例として挙げさせていただいておりますけれども、カジュアルウェアの需要が高まっているとか、それから

ものではないですけれども、eコマース、こういったやり方を通じた伸び、そういったことは見られるということでございます。コロナ後というのはどういう姿になっていくというのはあるかと思いますが、先程の長期的な繊維産業の推移で述べさせていただいた、この長期的なチャレンジ、状況、そしてコロナの中でのまた新しい課題というのが出てきているわけですが、課題であると共にうまいこと乗り越えていけば、チャンスでもあると、このように考えることもできるのではないかと思っております。そういった中で経産省でも本日のテーマにも強くつながるサステナビリティ、この件については従来から問題意識を持っているところでございまして、ここにありますような検討会を開催しているものでございます。この検討会につきましては今年の2月に開催し、7月に報告書をとりまとめたところでございます。委員の先生方はここに書いてあるとおりでございますが、アカデミアから、それから業界の方、さまざまなメンバーの方に入っていただいたものでございます。

1ページ飛ばしていただきまして、こちら検討会から浮かび上がってきた課題、サステナビリティということに関しましては2点あろうかと思います。1点目は環境配慮ということでございまして、先程からありますように、循環経済への移行が重要ということ。このような中で資源投入量を抑制していくこと、またリサイクルを進めていくこと等々の課題、そしてそれらの克服が重要であるということでございます。特に経済産業省の立場から何ができるかというと、大きな今後の取組み中にある3つ。その中で最初の1点目、ガイドラインの策定がなしうる重要なことなのかなと思っております。今のところ、繊維分野における取組、何をしていけばいいか、その前提となる指標についても統一的なものがないという現状でございますので、どういったものが指標等々としてあり得るのかということも含め検討して、そして何をなし得るかというガイドラインを業界と策定していくという、こういったことが重要であると考えております。その他、②、③にありますように、こちらは環境省、ないし消費者庁さんとも特に協働しながらやっていく分野だと考えております。

こちらは参考でございますが、簡単に御説明をさせていただきます。循環システム、循環経済、これは特に繊維だけに限られることだけではございません。経済産業省では、2020年に産業全体に関わるものとしてビジョンを策定しております。その中でも繊維産業というのは重要な分野として掲げられている、こういった御紹介でございます。そしてサステナビリティということで、もう一つ重要な柱。これは供給構造をどうやって改善していくかといった点であろうと思っております。大量生産、大量消費ということで、これはもうそろそろサステナブルなリミットを超えているのではないかという指摘が多くなされるところでございます。限りある資源を有効活用していくことで、その中で適量な生産

供給、こういったものを達成していくことが重要であろうと考えております。現在の問題点を並べたのが下の左側でございます。アパレル、各社販売価格を下げるために生産拠点を移転している。これは経済構造の変化としてしょうがないといいますか、ある程度予見として考えられるべきであろうとは思います。ただし一方で2点目、この在庫を長く抱えなければいけない状況。それから企画から販売までの長い期間が必要であるという、こういった現状。また販売方法でございますが、なかなか正価だけの販売で売り切ることは難しい。そしてまたそういったことを前提として、値引き販売が常態化する。そしてさばき切れなかった在庫が処分されていくと、最終的には処理されていくという、こういった状況にあります。こういった点については改善の余地があるのかなということで右側の今後の取組ということでございますが、デジタル技術の活用、こういったことが非常に重要なキーファクターになってくるのではないか、このように考えております。

先程問題点の一つとして在庫ということを申し上げましたが、これをいかに適切に管理しているかというところでデジタル技術の果たしうる役割というのが非常に大きいと考えております。またデジタル技術活用の2点目にありますように、基となるデータを標準化していくことによって、より効率的な販売管理が可能になっていく、こういったことを後押ししていく必要があると考えているところでございます。あと顧客を中心に置いた事業展開の推進ですか、また生産工程の改革。先程御紹介がありましたように繊維産業、非常に長いサプライチェーン、流通過程がございます。こういったものを一つ改善といいますか、効率的にしていく、一つの手段、チャンスとして、また戻りますが、1番目のデジタル技術の活用と、こういったようなこともあるのだろうと。そういうふうに考えております。

次ページはそれに関する参考資料、次次ページも同様でございますので、これらについての説明は省略させていただきたいと思いますが、まとめていえば、今後日本経済、そして世界経済、昨今新聞等でもいろいろ出てきておりるように、コロナにおけるいろいろなサプライチェーンの断絶問題、それをどう解消していくか。それから当然のことながらCO<sub>2</sub>、カーボンニュートラルの問題。そして経済安全保障等々言われておりますけれども、新たな課題に世界経済、日本経済は直面しているのであろうと。そしてその中に本日のテーマであります、循環、サーキュラーエコノミー、繊維分野でのサーキュラーエコノミーというのを大きな課題だろうと思っております。経済産業省といたしましても、先程申し上げたような視点、取組を今後とも進めていきたいと考えている次第であります。私からは以上でございます。ありがとうございました。

(司会)

柴田審議官ありがとうございました。これより少々休憩時間とさせていただきます。再開は14時45分からとなります。

(司会)

お待たせいたしました。それではトークショー、「わたしたちができるサステナブルファンション」に入らせていただきます。それではトークショーのコーディネーターである鎌田安里紗様、よろしくお願ひいたします。

(鎌田氏)

皆様こんにちは、本日進行をさせていただきます、鎌田安里紗と申します。今日はよろしくお願ひいたします。本日のトークショーは「わたしたちができるサステナブルファンション」がテーマですけれども、登壇者の方、それぞれにお取組を御紹介いただいて、事業者の皆様、それから消費者の皆様がそれぞれできることについて一緒に考えていきたいと思います。

まず始めに登壇者の皆様にひと言ずつ、自己紹介をいただきたいと思います。お一人目が株式会社メルカリ、ブランディングコミュニケーション担当の上村様、よろしくお願ひいたします。

(上村氏)

よろしくお願ひいたします。メルカリの上村と申します。私は社内外でお客様に関わるようなプロジェクトの推進を主に担当しております。またプライベートでもファンションとか環境問題に携わるようなコミュニケーションをマネジメントしていたりするので、是非今日は皆さんと一緒に学びながら楽しめたらなと思っております。よろしくお願ひいたします。

(鎌田氏)

ありがとうございます。よろしくお願ひします。続いて、株式会社Shoichi代表取締役の山本様、お願ひいたします。

(山本氏)

株式会社Shoichiの山本と申します。アパレルの在庫に関しては日本一有名な男だと思っています。私は結構ニッチな業界で商売をしているんですけど、その観点からお話しできることがたくさんあると思いますので、皆様の気づきになればと思います。よろしくお願ひします。

(鎌田氏)

ありがとうございます。そしてデプトカンパニー代表 eri 様、よろしくお願ひいたします。

(eri 氏)

はい、eri と申します。私はデプトカンパニーという会社をアパレルの会社をやっています。地球環境に配慮したものづくりと、私の父がアメリカで80年代に創業したデプトという古着屋も継いでいるので、古着屋さんもしております。また気候変動の解決のためにアクティビストとして、気候変動とあと政治へのアプローチを主にアクティビストとして活動をしています。今日はサステナブルファッションということで古着屋の娘として育ったバックグラウンドもあるので、服は長く着るもの、服は大切にされるもの、捨てられるものじゃないという観点を中心に皆さんとディスカッションできたらいいなと思っています。今日はよろしくお願ひいたします。

(鎌田氏)

よろしくお願ひします。最後に上勝町ゼロ・ウェイストセンターCEOの大塚様、お願ひします。

(大塚氏)

こんにちは、上勝町ゼロ・ウェイストセンターを運営しております、株式会社 BIG EYE COMPANY の大塚桃奈と申します。今日はどうぞよろしくお願ひします。私はこのセンターの CEO、E は Executive ではなくて、Environmental ということで、去年の春に上勝に移住をしておりまして、この町が長年取り組んできたゼロ・ウェイストの活動を町にいらっしゃる方であったり町外の方に発信すると同時にコミュニケーションを取りながら社会の中で循環の選択肢を増やしていくということをモチベーションに今、活動をしています。どうぞよろしくお願ひいたします。

(鎌田氏)

よろしくお願ひいたします。今少し大塚さんからも少しお話があったんすけれども、今日この会場になっている上勝町は2003年にゼロ・ウェイスト宣言をして、非常に早いですよね。そこからずっとゴミを減らす活動を続けてきて、昨年2020年にはリサイクル率が80パーセントということで、全国平均で見ても非常に高いリサイクル率を誇る町です。昨年2020年の5月30日、ゴミゼロの日に、このゼロ・ウェイストセンターができて、これ映像でどれくらい伝わっ

ているか分からぬんですけど、非常に素敵な空間で。ここはホテルだとかこういうカンファレンスができるような場所もあるんですけども、町民の方が実際にゴミを捨ててくる場所なんです。ゴミを45分別して、また資源として使っていくと。そういう今までゴミを捨てる場所って町の見えない場所とか外れに追いやられていたと思うんですけど、ここではゴミを捨てる場所が人が集まって新しいことを考える場所になっているということで、非常に魅力的な場所から、今日はサステナブルファンションについて考えていけるということで、非常に楽しみにしておりました。

簡単に私も自己紹介をさせていただくと、私は高校生の頃にアパレルの販売員のアルバイトを始めまして、その御縁で雑誌でモデルの仕事もさせてもらっていたんですけども、どちらも販売員もモデルも服を売ったり、宣伝したり、買っていただくようなお仕事なんですね。そのときにお客様にお伝えできるところで、洋服のデザインのポイントだったり、こういうふうにコーディネートできますよということだったり、それから今年のトレンドだったり、そういったことをお話できるんですけど、ふと自分が売っている服がどうやってできているか全然知らないなと思ったんです。そこからいろいろ調べたり工場に足を運ぶようになって。そうすると洋服が作られている場所がすごい面白かったんですね。糸を紡ぐところからいろんな工夫があったり、染色にもいろんな方法がありました。そういったことって店頭では全然知れないなと思って、ものづくりの面白さを伝えたいなと思ったのが一つ。それから生産過程を見ていくと、冒頭の3省庁の方のお話にもありましたけど、非常に環境負荷が高いということですとか、人権に問題があるとか、動物への影響とかいろんなことが分かってきて、課題とそれから面白さというのをどちらも伝えたいなと思って10年ぐらい前からエシカルファンションとかサステナブルファンションという言葉を通して、いろいろと情報発信を続けてきました。それから余談なんんですけど、徳島県出身でして、この上勝町も小さい頃から非常によく来ていた場所なので、今日この場所でサステナブルファンションについてお話ができるというのは個人的に非常に嬉しいです。ということで、皆様、今日はよろしくお願ひいたします。

まず最初にそれぞれの方の活動紹介をしていただくんすすけれども、最初はメルカリの上村様から取組の御紹介をお願いいたします。

(上村氏)

では、スクリーンにスライドを映していただければと思います。メルカリからは主にサービスについてと我々とサステナブルってどういう関係があるのか。それから昨年に行った調査結果を皆さんとシェアしながら皆さんと一緒に考えていければなと思っております。改めましてメルカリって何かというところで

いうと、フリマアプリですと。個人が簡単に不要品を売買できる、C to Cのマーケットプレイスを運営しています。これあまり知られていなかったりするので改めてお伝えすると、実はメルカリの創業ストーリーというのが代表の山田進太郎が世界を1周旅行しているときに、目の当たりにしたのが教育を受けられずにいる子どもだったりとか、生き方を制限されてしまう人々がいるという、この現状について問題意識を持って、これがどうしたら解決できるのかというところが原点になっています。日本に帰国したときには当時はガラケーからスマホに移り変わっていて、このスマホを通して世界中の個人と個人がつながって、この資源が流通させることができれば、もっともっと豊かな暮らしができるんじゃないか、そんな思いで創業したのがメルカリでございます。

我々ミッションとしては新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスをつくるということで、日本に閉じずに早い段階から海外、USにもチャレンジしているというところが背景にあります。このように世界中で誰かの不要品。自分にとって不要なものも、捨てられるんじゃなくて、必要としている誰かの所に届くような世界をつくっていくというのが今言われているサーキュラーエコノミーの実現にも近いのかなというところで、まさにこういう世界をつくるべく、今取り組んでいるというところです。

取組の紹介を少しさせていただくと、ちょうど昨年、グリーンフライデープロジェクトというのがスタートしました。スクリーンに映しているのは実際にメルカリを使ってくださっているお客様がランウェイを歩いている様子になります。これは皆さん御経験があると思うんですけど、思わず買ってそのまま着ていないものだとか、一度きりでタンスに眠っているようなもの。だけど、少し世の中の流行とは遅れているので合わせづらいものを新しいものとその人の愛着があるものを掛け合わせて、プロのスタイリストさんにコーディネートをしてもらって、ニューヴィンテージみたいな考え方ですかね。で、ファッションショーをやりました。当時ブラックフライデーというのが大量消費生産という、ある種カルチャーみたいなものがありましたけど、我々はメルカリらしいブラックフライデーというか、グリーンフライデーというのを提案しています。

また今年にはアースデーという4月のタイミングで、先程省庁様のアンケートもありましたけれども、特にZ世代と呼ばれる方々って、意識としてはとても高い。サステナブルとかエシカルのワード自体は知っているものの、どうしていいか分からぬというところがありますと。我々としてはSHIBUYA109 lab.さんと何か一緒にできないかということで、こういうふうにワークショップという形で一緒に何ができるか考えて行く場みたいなどころにもチャレンジしています。本当に映っている方々からメルカリはこうしたらしいんじゃないとか、109 lab.さんはこういう取組をしたら、もっとサステナブルにファッショ

ンを楽しめるんじやないかという、お客様一人一人の声を聞くということも本当に大事にしております。

ここで少し調査の内容をシェアしたいと思うんですけれども、今のような取組をするにあたって、我々も昨年購入したものと、その後ほとんど使わなくなつたものに関しての調査をさせていただています。こちらは直近1年間に購入したものの中のうち、その後ほとんど使わなくなつたものでどれぐらいありますか、大体半分ぐらいの方があるよとお答えいただいている。その中でもカテゴリーとして洋服が約6割、その下コスメとかバッグとか服を含めても複数回答ですけども、非常に多くのカテゴリーを占めているのがこのジャンルかなというふうに思います。

さらに購入してその後使わなくなつたものの、購入したシーンを振り返ってもらって、そのときは、衝動買いだったと思いますかという質問に対しては54パーセントの方々がそう思うというふうに答えています。これも皆さんもしもかしたら御経験あるんじゃないかなと思います。私もそういったことがあったなと思います。理由としては気に入っていたというのももちろんそうなんですけども、セールで値引きされていたので、普段よりお得感が得られるというところがやっぱりきっかけになっていたというふうに言われています。

実際にこういったものに費やした直近1年間の平均購入金額というのが出ておりまして、一人あたり2万円ほど思わず購入していると。なのでこの購買行動自体が悪いのではなくて、それによって眠っているものたちが一人これぐらいあるんだよというのを示す調査結果かなと思います。

さらにそれに対して修理とかリメイクとかアップサイクル、リペアとか言われますけれども、再利用したいと思いますか、に関しては、結構多くの方がそうしたいと思っているんですよね。なんんですけど、やっぱり何らかの理由があってそこに行動ができないという現状もあると。

まとめるとやっぱり5割ぐらいの方々がそういった購入した後、使わなくなつたものを持っていて、そのカテゴリーはやはり洋服が多いと。そのもの購入5割は衝動買いというのに起因している、何らか自分としては再利用したいというふうに考えているという状況があります。これ何が言えるかというと、やっぱりまず物をどう選んでいくかとか、自分に似合うものとか好きなものって何かつてもちろんそうですし、なるべく買うときに先程のバックボーンとかストーリーをしっかりと自分なりに把握して購入するみたいなこともそうかなと。あとは年に1回しか使わないものであっても、それがストーリーと一緒に思い出深いものであれば、それ自体は悪いものではないと思いますので、長く使ってもらうために、時にはメルカリ自体を使うということもサステナブルなアクションの一つであるということを是非お伝えできればなと思っております。最後に、

今年グリーンフライデープロジェクトというのを開催しまして、ちょうど先日終わったのですが、今年はお客様が参加型のファッショントーク、実店舗を表参道に期間限定でオープンしました。これアプリ上でお客様にサステナストアとハッシュタグをつけて出品をしていただいて、約5万点の眠っているアイテムたちが集まって、それをキュレーターと呼ばれる方々が、インフルエンサーさんたちがチョイスして、リアルの店舗に置いて、実際にお客様が足を運んで購入するという。なのでバーチャルを超えてリアルでも循環していくというのがまた新しい取組だったかなと思います。なので、是非できるアクションとしてはまさにこういうふうに考えたりだとか、ディスカッションする機会をお友達とか友人と取っていただくのもそうですし、もし機会があればメルカリを使っていただくのも一つ立派なアクションなのかなと思っています。私からは以上となります。

(鎌田氏)

ありがとうございます。この調査、ものすごい面白いですね。さっきの資料のほとんど使っていないもので6割洋服というグラフの所をもう一度見てもいいですか。

(上村氏)

もちろん。

(鎌田氏)

洋服が一番多いのは結構悲しいですね。上から順に、洋服、家電製品、靴、鞄、本。靴や鞄もファッショントークアイテムですし、ファッショントーク雑貨が非常に多いですよね。

(上村氏)

そうですよね。

(鎌田氏)

そのうちの半数が衝動買いということなので、衝動的に買ってしまいやすいというかエモーショナルな買い物をするのがファッショントークであるということを考えると、ある種納得感があるのかもしれないけれども、何か改善する余地がありそうな気がしますね。

(上村氏)

そうですね。きっとその衝動買いにもいろんなコンテキストというか文脈が

あると思うんですけども、やっぱりその中でもマーケティング的にというか、年に1回のセールみたいなタイミングで購入している方々って多いのかなと思うので、そういう事実を頭の片隅に入れておくだけでも、結構もの選びというのは変わってくるんじゃないかなとは思います。

(鎌田氏)

この次のページでしたかね、お得感というのが衝動買いをした理由で、やっぱりセールをしていたというのがまさに上村さんのお話だと思うんですけど、このお得感が一つ買う後押しになるというのは、非常に気持ちは分かるんですけども、結果的にそれで2万円結果的に使ってしまっているというのはちょっと考えてみてもいいのかなと思いました。

(上村氏)

そうですね、あとちょっと補足をすると、セールをしなければならない背景もあるかなと思っていて。そこに対して我々として何ができるかなということで、やっぱりこの二次流通のマーケットとして、そこで流通しているもののデータというか、こういう情報をしっかりとブランドさんとかメーカーさんに渡していくようなことができると、それこそ必要なものは必要なだけ生産をするとか、このサイズだと実はメルカリで一番Mサイズが人気あるんだとかいうことも分かってくると、もしかしたら過剰な生産に関しても何らか我々から貢献することができるのかなというふうに思っています。

(鎌田氏)

ありがとうございます。ちょっとこのまま、ずっと深掘りしてしまいそうなのですが、続いて、ありがとうございました。

(上村氏)

ありがとうございました。

(鎌田氏)

Shoichi の山本様にも活動報告を頂きたいと思います。

(山本氏)

Shoichi の山本です。私の Shoichi という会社なんですけれども、在庫処分という結構珍しいところに、法人様の在庫処分というところに集中してやっている会社です。ミッションとしましては、廃棄ゼロを実現してサステナブルな世界

の実現に貢献しますということで、日々法人さんの在庫を取り扱わせていただいております。

在庫はなくなるだろうかということで、毎回僕ら在庫処分会社ということですっと考えているんですけども、基本的に僕たちはやっぱり在庫がなくなると思って取り組んでいます。サステナブルな今回ファッショントイいうことで呼んでいただきましたけれども、やっぱりここに記載していますけども、やっぱり服は工業製品なので、お客様が欲しいときにいいクオリティーの商品を安く販売するためには、やっぱり見込み生産しかないというのが、私が取引している商社さんやブランドさんやメーカーさんたちの共通見解なんですね。だけど、メーカーさんやブランドさんが廃棄を喜んでやっているかというと、一切やっていません。誰も廃棄を喜んでいません。何故かというと、みんな服が好きでメーカーをやっている、服が好きでブランドをやっているから、誰も一切廃棄に対しては反対なんですよ。下の販売員から上の社長まで全員反対なんです。じゃあ何で廃棄するんだという話なんですかけれども、結局安全な処分方法はないんです。売れ残った、それ安く売る。何で安く売るんだ。1万円で買ったお客様が1,000円で買うことはいいのかどうか、よくないですよね。じゃあそれはどこかに販売しよう、それが出回ったらどうするんだ。いろんな問題があって、じゃあ廃棄しかないですよねというところが今までの流れなんです。現場のアパレル会社の人たちはちょっと悲しいけれども、他に方法がないから廃棄しているというのが今までの流れです。

しかし最近は流れが変わりまして、SDGsということもあります、ここ書いていますね、すいません。アパレルさんは本来廃棄したくない、サステナブルを実現したい。しかしブランド毀損を防ぐため仕方なく廃棄しているのが現状。これも僕は仕方がないなと思ったんです。僕が19歳のときに起業したとき、自分でメーカーに営業をしても、「売ってあげるよ、在庫。」という所もあれば、「やっぱりどこかに自分たちが決めた販路以外は売れないんだ、ごめんなさい」という所も多かったです。しかしこれが最近SDGsの流れでめちゃめちゃ変わってきました。ちょっと話が戻りますけど、私日本一って言いますけど、23年やっていました、取引先2,000社、今多分3,000ぐらい行きました。年間1,100万枚って書いていますけど、年間1,500万枚ぐらいやらせてもらっていますので、専業としては日本1位です。なので私の言うことを結構信用していただいて大丈夫です。

すみません、取引先は言えないんですけども、上場会社の5割以下、6割以上は私取引させていただいているので、大体ウソはついてないです。いろんなテレビも出させてもらっているという会社です。

在庫処分業の話が長くなるんですけど、要は先程時代の流れは変わってきた

と言いましたけども、皆さん、本当は捨てたくなかったけど、捨てていた。だけどしうがなかったんですけど、今回 SDGs というもっと環境を大切にしようという中で、いろんな報道にもあったとおり、捨てることの方がリスクだってなつてきたんです、企業として。今までではブランド毀損を防ぐためにしょうがなく廃棄してきた。しかし捨てことの方が毀損になるという、誰も思わなかつた状態になりました、さあどうするかとなつたわけです。そのときに、在庫処分4大要素って言うんですけど、安全で速くて、高く買ってくれて、何枚でも引き取ってくれる業者という所に商品が集まるようになったんです。それが偶然弊社だったということで、弊社が今一番在庫処分、そういうブランド毀損の商品も含めて受けてるという感じです。

Shoichi は何で安全なのという話なんんですけど、ここはサクサクッといきます。ここはトレンドの話なんですけど、数字的な話でいうと、元々ブランド毀損が怖いから廃棄をしていたというところで、でもやっぱり SDGs の流れで環境にも貢献したい、社内でも廃棄はやめようという会社が非常に増えていました。今まで5年も10年も20年も廃棄していた会社で Shoichi に依頼したケースというのはこの直近2年間で30件ぐらいありました。これも皆さん知っている所もありますし、100億以上の企業も半分ぐらいあるので。でかい会社であればあるほど、やっぱり捨てていたんですよね。これ言っていたら怒られるんですけど。でも今は皆さん捨てなくなっています。どんどん新しい方向を見つけています。ちなみに私がそういうメーカーさんとかに、「捨てなくなったんだつたら、みんなにそれ言つたらいいじゃないですか。」って言つたら、皆さんなんと、「今まで捨てたということですよね」というツッコミが嫌やから言いたくないというんですよね。確かにそうやなど、分からんでもないと。そういう意味で皆さんいいことをしているのに社会問題を改善していっているのに、外に見えてこないというのはそういうことということです、担当者ベースでいうと。じゃあ Shoichi としてはどういうことをしているかというと、すいません、書いていますね。安全に集中した提案ということでやっています。海外ではよく販売しているんですけど、処分手法です。ブランド毀損相関図って書いていますけど、一番右がブランド毀損した安全エリア。白い所がエリアです。で、廃棄が一番安全ですよね。だってこの世の中からなくなるんやから、安全ということで毀損しない。皆さんやっぱりお給料をもらっているサラリーマンなので、君責任取れるんかと言われると、いやいや、責任取れないので廃棄しましょうというような悲しい現実が行われていたんですけど、会社として廃棄しないということが決まった以上、その廃棄しない中で一番安全なのって、何なのということで、今 Shoichi が提供しているのはこの丸が入っている所ですね。小さいんですけど、海外で、すいません、メルカリの人が横にいるんですけど、オンラインを使わず、タグを交換して販売

するということでやっていました。ここまででしたら、ブランド毀損はゼロに近いだろうということでやっています。すいません。いろいろあるんですけども、反毛したり、海外で自社店舗で展開して販売したり、インターネットを使わず店舗のみで販売をしたりしているんですけど、ロゴとか入っている商品は仕分けしてフェルトにしたりしています。サクサクとやっていました、環境に配慮したやり方ということで、今弊社選んでくれている所は多い状況です。ここからちょっとまだ長いので、以上で大丈夫です。

(鎌田氏)

山本さん、ありがとうございます。初めて聞く人もいると思うので、仕組みがもしかしたらまだ理解できないかも知れませんけど、アパレル企業さんが服を売るために作ったけれどもどうしても余ってしまう在庫品を Shoichi さんが買い取り、買い取ったものをタグを付け替えて海外の店舗で売ったり、あるいはブランドが分かってしまうものは糸にしたりして、在庫になっていたものを別の方向でまた使える方法で見つけていくというのがビジネスなんですかね。

(山本氏)

完璧です。

(鎌田氏)

これって今まで捨ててしまう、ブランド毀損しないために廃棄してしまっていたところから、それこそが最もリスクになるので、捨てない方向になったという転換が非常に面白いなと思ったんですけども、ここからさらに進んでいくと、今日冒頭の3省庁の皆様のお話にもありましたけど、やっぱり適量生産で、できるだけそもそも余らないようにしていくというのは一つ流れとしてあるのかなと思うんですが、そういう変化は感じたりしますか。

(山本氏)

今は皆さんも御存じのとおり、アパレル業界って、すごいシビアで、すごいお金をもうけるためにシビアな闘いをしているんですね。僕はすごく在庫を買いついたら、大体何パーセント残っているんですかっていいたら、もう少ないとだったら、今まで全生産量の2パーセントって言うんですよね。すごないですか。98パーセント売っているんですよね。98パーセント売っているけれども、じゃあ生産数でいうと、年間でいうと、大きい会社だったら500万枚している。500万枚しているということは2パーセントやったら10万枚ですよね。10万枚になつたら何百トンになるんですけども、元がやっぱり大きいとそれぐらいにな

るということですね。だからかなりやっぱり皆さん残品を残さないという努力はされているんですけども、実際2パーセントといえども結構な数量が残るので、それを我々は引き受けているという状況です。

(鎌田氏)

ありがとうございます。そうですよね、だから全体でいうと非常に少ない割合なんだけれども、その数が結構膨大なので、どうしても出てしまうところはどうにか生かせる道を見つけていこうというところなんですね。ありがとうございます。

じゃあ続いて eri さんから活動の紹介をお願いします。

(eri 氏)

はい。私はスライドを使いません。途中で使うかもしれないけど、基本的にはお話ししたいと思います。最初冒頭にお話ししたとおりファッションのお仕事をして、サステナブルに対しての取組もしているんですけど、何でしているかというと、やっぱり私は気候変動の解決、気候危機の回避、パリ協定に整合した1.5°Cの目標を守るために、特にファッション産業が汚染産業第2位と世界で言われているようにファッションから変えられる世界というのはすごく大きいものだなと思って、私の気候変動の活動の中でもファッションの取組というのはすごく、私自身がファッションの人間だということはあるんですけど、大きいなと思って活動をしています。私、いろんなことをやり過ぎて、何をやってる人なのかよく分からなかつたので簡単に御説明します。デプトカンパニーという会社をやりながら、お洋服を基本的には受注生産で自分の欲しいものを必要な分、皆さんと受注を頂いて、在庫を持たないという生産方法を探っています。素材だったりとかなるべく地球環境に負担をかけないように、これからどういうふうに作っていったらいいのかということを皆さんとシェアしながら生産をしています。また父から継いだ古着屋はなるべくリペアをして、きれいな状態で皆様に御提供できるように。いわゆるアップサイクルだったりとかリメイクとともに踏まえながら古着屋さんを営んでおります。今年の4月に気候変動のピースフル クライメイト ストライキというプロジェクトを立ち上げまして、例えば温室効果ガス、NDC目標62パーセント以上を求めるとか、そういったことを求めて、ここにいる安里紗ちゃんとともに、気候変動の基礎から学べるような番組を制作したり、気候アクティビストの小野りりあんちゃんと一緒に四日半のハンガーストライキを行ったりともしています。また政治もすごく大きなトピックだと思っているので、ファッションや気候変動を変えていくにあたっても政治が変わらなければいけないと思っているので、投票率の向上だったりとか、議

員さんと気候変動のお話をするトークライブも行ったりとか、未来を選ぶためのチェックリストといつて国政政党に政策に対しての質問状を送って○×でお答えいただいて、それを公開するというプロジェクトを立ち上げて、今回その衆院選でやったんですけど、Web サイトも 100 万ビュー以上を皆さんを見ていただいたという、自分たちが思っているよりも大きなプロジェクトになったのですが、そういったこともしています。

ファッションに関しては最近はオネストクローゼットという、プロジェクトをここにいる安里紗ちゃんと二人で立ち上げました。まだ立ち上げたばかりなので、これからいろいろなことをやっていこうと思うんですが、これからこのファッションの在り方、買う側も企業もどうやってファッションに向き合っていけばいいのかということを普段の言葉で語って学べるような場所を立ち上げました。今日は私がお洋服を作るにあたって、大事にしていることをお話しいたします。二つ言葉としてあげられるかなと思うんですが、一つは物理的な耐久性。これはこれから皆さんができるを作っていくにあたって、すごく重要な。私だけじゃなくて重要なことで。長く使えるとか、丈夫であるとか、すぐ壊れちゃわないお洋服だったりとか、持続可能で着用できるお洋服を作っていくというのはもちろんベースにあると思うんですが、二つ目は情緒的な耐久性って私は言っているんですけれども、情緒的な耐久性って、ちょっと聞き慣れないなというふうに思われるかもしれないんですけど。実はこれ私すごく重要だと思っていて。そのものに対してどれだけ情緒的な感情を持てるかどうかで、そのものの寿命が決まると思っています。さっきメルカリさんの資料にもあったように衝動的に買ってしまったときって、結構情緒的な欠落が起こりやすいというか、本当に大好き、これ私のものにしたいという気持ちが強ければ強いほど、多分、そのものって、私長生きするなと思っていて。古着屋さんの娘なので、本当に 30 年前、40 年前、50 年前、60 年前の服を当たり前に着てきたので、その気持ちって、そのものがすごく大事だなとかかわいいなとか、あの人から受け継いだものだからという気持ちがものに備わっているから、その子たちは長生きすると思っているんですね。今の今日皆さんが御説明してくださったような社会システムの中でものへの気持ちの買う側、持つ側が、なかなかものに気持ちを宿せないということがあるのかなと思って、弊社では私デザインしているんですけども、こんなものが欲しいなとか、こういうのがあるんだこれを使って何か作りたいなという出発点からこんなものができましたというものが出来上がるまで、全て皆さんとシェアしています。ここでようやくスライドをつけてもいいですか。

普段、私が SNS でどういったことをシェアしているかというと、本当に一例なんですけれども、もちろんこういうふうに着用したりとか、ものの写真を撮ったりだとか。本当に原料の段階から御説明をしたり、これは歴史ですけれど、

お洋服がどういうふうにめでられていたか、どういうふうに作られていたかだったりとか、本当にこういうタグもどういった製品から作っているんだよという、自分たちが作っているものの背景を作っている段階から皆さんとシェアをしています。うちは予約を受けてるので、予約って大体こういうものを作りました。じゃあ今日から予約取ります。どうぞというふうな形が多いかも知れないですけど、私の場合は作る段階からお見せして、やっとできたよ、受注始まりますなので、その時点で結構皆さん買ってくださる方の気持ちが入っているというか、ものに。それで必要な方が受注してくださったらいいなというふうにものを作っています。こんな感じで素材だったりとか、着たときの気持ちだったりとか、いろんなことをシェアをしています。こういうふうな包装。プラスチックやビニールを使いたくないからこういうふうにしたんだよとか、こういうふうな包装にしたんだよという製品自体のまつわることを全てお話しをしています。ありがとうございます。スライド大丈夫です。

皆さんがこれからファッショントいうものに向き合っていくときに育てていかなければならないというものは経済的な成長もちろん大事にされるところだと思うんですが、私はそう思っていないくてですね。気候変動のこともそうなんですけど、いろんなことがレイヤーになって、今の問題が私は起こっていると思っているので、みんなが公平な公正な社会の中で生きていくためには例えばファッショントたら今みたいに気持ちが介在していないといけないなというふうに思っていて。経済を中心にするのではなく、ものづくりの立場から、ものを作っている人のサプライチェーンの気持ちを中心に、きちんとものを作っていくというところにも注視していきたいなというふうに私自身は思っています。ちょっと長くなっちゃいましたけど、以上です。

(鎌田氏)

ありがとうございます。eri さんの SNS を見ていると、本当に企画の着装段階からずっと全部公開しているんです。普通商品を出すときって、ずっと隠して作ってきて、はい新商品ですって出すと思うんですけど、こういうものがあったらいいよねというところからずっとシェアし続けて、なのでそれを見ているフォロワーさんは eri さんの思考回路をずっとたどっているんですよね。製品ができたときによく形になったんだと思って、その感情も含めて購入をするという。先程 Shoichi の山本さんのお話の中でブランド価値って一体何なのかみたいなお話もあったと思うんですけど、今までラグジュアリーなものって希少価値。なかなか買えないものを高いお金を出して買えるということが贅沢で喜びだったかもしれないんですけど、もし、その価値を守るために余ってしまったものを捨てているのだとしたら、それは全く格好いいことじゃないという価値観

の時代になったわけですよね。そのときに何で贅沢さを提供できるのかって思うと、もしかしたら eri さんみたいなやり方かもしれない。自分の買うものに愛着を抱けるきっかけをいっぱい提供してくれるという。じゃないと飽きちゃうわけですよね。買ったんだけど、気持ちが長続きしなくて、ずっと満たされないみたいになってしまって、ものと自分がすごく親密な関係を築けるきっかけを提供してくれているというのは、これから贅沢の新しい形なのかもしれないなって、いつも eri さんの発信を見ていて思います。

(eri 氏)

そうですね。

(鎌田氏)

最後に大塚さんからお願ひいたします。

(大塚氏)

はい、私からは上勝町の 18 年以上にわたるゼロ・ウェイストによる活動からどのような服の手放し方であったり、サステナブルファッショの向き合い方を私たち生活者ができるのか。あるいはそこから行政であったり企業がどういうふうに関わっていけるのかというお話をしたいと思います。先程安里紗さんからもお話があったんですけども、上勝町は日本で初めてゼロ・ウェイストを宣言した自治体です。その背景には野焼きと焼却炉の閉鎖があって。それを機にゼロ・ウェイスト、つまり住民が生活レベルでなるべくゴミであったり、浪費を減らしていこうという活動をしました。一方で去年その宣言の目標の年を迎える中で、どうしてもまだ今埋め立てゴミであったり焼却ゴミに残っているプロダクトがあります。それって例えばファッショの雑貨も多くて、塩化ビニールを使ったプロダクトで再生できなかったりとか、あとは靴。複合的な素材のプロダクトであったり。そういうものはいくら生活者が分別しようと思っても作る段階から変わっていかないかなきやいけないよねということでこのゼロ・ウェイストセンターが新しく去年オープンをしています。

去年の 12 月には町でも新しいゼロ・ウェイスト宣言が実は発表されています。その宣言の中では 2030 年までに未来の子どもたちの暮らす環境を自分のこととして考え、行動できる人づくりを重点目標として三つの柱。一つ目はゼロ・ウェイストによって町の人が豊かに暮らせる。二つ目が産官学連携をして、なるべくゴミになるものをゼロにしよう。三つ目が環境教育ということで、ゼロ・ウェイストであったり、環境問題について学べる仕組みをつくって、新しい時代のリーダーをこの町から排出していこうという三つの柱を中心に今までに町でタウン

計画が形成されていて、来年度以降から実行に移っていくというフェーズに入っています。

この取組が行われる中で、このセンターもゼロ・ウェイストの入り口であったり、原体験、あるいは交流の場を提供していくんですけども、こういった宣言を踏まえると上勝における、サステナブルファンションというのは、衣類が焼却埋め立てされずに資源循環が選択の一部としてあるということに加えて、その選択の過程であったりとか、ものをチョイスする選択なんんですけど、あるいは服を楽しむ過程の中で、そういったあらゆる面で負担がないということが条件として必要なのかなと思っています。そんな中で上勝がゼロ・ウェイストに取り組んでいく中で、このセンターで日々町の人がゴミであったり資源を回収しているわけなんすけれども、上勝の衣服の行き先としては三つあります。

一つはこの表には書いていないのですが、くるくるショップという町のリユースショップがありまして、まだ使える衣服というのはそちらに持ってきて持ち込みは町民だけ、持ち帰りは誰でも自由にできるということで、自治体の処理のコストも減らせると同時に無駄なエネルギーとかも生まずに新しい持ち主が見つかっていく流れですね。その他の二つのパターンとしてはこの表に町の資源とゴミの行方ということで、丸のついた部分なんですけれども、衣類とその他の衣類の二つに回収されていて。衣類として回収されるまだきれいな洋服というのはウエスであったりとか中古衣料、主に海外に行っていると言われています。その他の衣類というのは固形燃料として、日本ではサーマルリサイクルと言われているんですけども、燃料衣料として使われているということがあります。こういった資源が町の売却益や処理費用に関わってきているんですけども、これ令和元年度の表なんですが、左側は上勝町を細かく分けることによって再生しやすい資源は町の収入益としてお金が入ってきてているということで、主に金属と紙と布も入っています。この元年では1キロあたり3円で取引、買い取られていたんですけども、今年は0円で取引が行われております。つまりここから言えることとしては服の素材としての価値がないということが一つ言えるんじゃないかなと思います。一方でその他の衣類は固形燃料になっているといったんですが、その燃料にするためにはコスト、町が負担して1キロあたり、およそ60円負担をかけて回収されているということが分かります。すごくリアルで、なかなかこういう部分を住民に提示している町は少ないんじゃないのかなと思うんですが、一つ、この町のゼロ・ウェイストは日々の選択肢とかその選択した先の透明性をもたらすきっかけになっていると思います。

こういった上勝町の服をとりまく現状に改めて振り替えてみると、このウエスになっていたりとか、サーマルリサイクルになっているということはワンウェイのリサイクルになってしまっていたりとか、ダウンサイクルといって、そも

そもそもその服が持っていた価値が下がっていると言えるんじゃないかなと思ってますし、実際にそれをもし細かく分けて、再生のマテリアルにしたい、またもっと価値のある循環にしたいってなったときに、消費者ないし、自治体がコストを負担しないと、その循環の選択肢が得られないというのが現状だと言えます。

そういう現状は同時に課題でもあるんじゃないのかなと思っていて、こういった課題を乗り越えていくことで、サステナブルファッショントの選択肢が社会の中でも広がっていくんじゃないのかなと考えました。これを踏まえると、未来のファッションの在り方として求められる変化を下にまとめてみたんですけども、まず1点目が衣服を作る段階からきちんと出口が確保されていることが必要だと思います。つまり素材の行き先がきちんと存在してこそ服が作られるんじゃないかなと思います。2点目が行政とか企業は生活者が資源回収に参加しやすい制度設計をきちんと整えると同時に、その変化に対して生活者自身もそれに許容できるように変化していくということで、今の上勝の取組を見ると、廃棄の責任がとっても生活者にのしかかっているとも言えるんじゃないかなと思っていて。その部分、どうやったら変えていけるのかなと思います。

最後にじゅあ WHY が考えるサステナブルファッショントはどんなことかなというのをこのグラフにインターン生と一緒にまとめてみました。この真ん中ループに円になっているんですけども、青い部分が資源から製造ということで、生産の部分ですね。緑の部分が一般的には消費、ものを使うときのこと。オレンジの部分がそれを手放したときのフェーズです。まずものをつくる段階では再資源であったり、再生が可能な素材をメーカーさんが利用するということと、その回収先が整備された素材の利用を社会の中で促進するような、制度設計をしていくということが、社会の中で当たり前になっていくためには必要かなと思います。2点目が生活者が服を選ぶ基準となるような共通の指針が販売時に提示をされることで。先程経産省の方もそういう指標のガイドラインの話をしていましたけれども、やはりそこがクリアになって、服選びもしやすくなるんじゃないのかなと思います。三つ目、ものを使う段階で先日、安里紗さんからもファッショントの民主化が今進んでいるというお話をあったんですけども、今 eri さんも気持ちが大切というお話を聞く中で、私たち一人一人が個人レベルで循環が体験できるようになるためにはパーソナルファブリケーションとか作る段階に個人が関与できたりとか、それを分解する段階で関与できるような場をつくることによってもっとそういう循環というのが身近に感じられるんじゃないかなと思っています。最後に本当に不要になって手放したいってなったときにはきちんとそれが価値のある資源として回収されるという流れをつくっていかないと、せっかく再生できる可能性があっても、それはコストがかかるから、捨てられるという中で、ものを作る段階から循環のコストも上乗せして販売して、そ

のコストを上がったのも生活者が許容できるようにしていかないと変わらなければいけない。こういうサステナブルファッショントをまとめる中で今まで企業が定めたり、社会が定めたものの中から生活者は選んでいたけれども、私たち一人一人が意識をする中で自分の心地よさを見つけていって、全体として底上げというか変わっていく流れを生み出すことができれば、とってもポジティブなものに変わっていくんじゃないのかなと思っています。ありがとうございます。

(鎌田氏)

重要な提案をありがとうございます。今皆さんのお話を聞いていて思ったのがこのファッション産業がサステナブルになるためには一つよく言われるのは生活者の意識変革が重要であると、一人一人が自分のものの買い方とか手放し方を考えることが重要である。それは間違いないと思うんですけど、でもやっぱりシステムを変えないと、一人一人の意識だけではどうしようもないということがたくさんあるなというのを改めて今日感じまして。

その中の一つ、重要なポイントでやっぱり手放すときのいい仕組みがないと、今例えば最近ガーナにファストファッショントの衣服がどんどん、海外から送り込まれて、すごいゴミの山みたいになっていて、いろんな有毒なガスが出てしまったりして、現地の方に被害が出ているというニュースも BBC とかに出ていましたけど、手放した後、どこにどう行ってどんな害が出ているかもというのもなかなか見えてなかつたのが見えてきたところで。その部分を一人、一人の生活者がどうにかしたいと思い始めていると思うんですけど、仕組みがまだないと。今、大塚さんがいくつか提案をしてくれていましたけど、1個手放したり循環する、仕組みとして革命だったのはメルカリさんの仕組みだと思うんですよね。個人間で欲しいと思う人に受け渡せるという仕組みをつくった。それがだいぶ普及してきていると思うんですけど、もっとこの個人間の受け渡しが進んだりとかものが廃棄されるまでの時間を延ばしたり、あるいは廃棄することになってしまよい循環の仕組みをてくれたりというところで、メルカリさんがものの動きをずっと見ている中でもっとこういうことが必要なんじゃないかって思っていることってあったりしますか。

(上村氏)

先程はシステムが必要だよねという話と今日皆さんが言っているのをメモをさせてもらったんですけど、まさに Shoichi さん、山本さんとさつき控室でお話ししている中で、我々って、まず出品してもらうというところがまず一つ目のハードルではあるものの、そこからすぐに売れるものもあれば、なかなか売れるまでに時間がかかるものもありますと。やっぱりすぐに手放したい人からすると、

やっぱりそれってマッチングしないと破棄されてしまうもの。そこに対してメルカリは今、日本財團さんと連携をして、ものの寄付みたいなところも進めたりもしていますと。例えばこういったものを寄付するみたいなところで Shoichi さんと連携をして、海外にものを届けるというようなこともできると思いましたし、あとさっき eri さん、すごいなと思ったのが、今でこそプロセスエコノミーなんて言われていますけど、ものが出来上がるまでのプロセスに関わることで愛着が増していくというのはすごいなと思っていた。我々でいうと、やっぱり商品説明の欄にどれだけ思いとかストーリーを載せられるかというところはもっと仕組みとしてそうしやすい何かができると手間をかけずに思いを載せられるみたいなことがヒントとしたあったなと思いました。あと大塚さんはくるくるショップ、これメルカリで実現できないかなと思って。値段つかないんだけど、誰かに受け渡したいものって、やっぱりあるじゃないですか。こういったのはリアルな町とかコミュニティーの中で実現できるとすごく可能性があるなと思って聞いていました。

(鎌田氏)

ちょうど私が今日着ているニット、くるくるショップでピックアップさせてもらったものなんんですけど、出会いの場をどう作れるかというのは一つ重要ですよね。

(上村氏)

素敵ですね。

(大塚氏)

そうですね。一つこの間インターーンに来ていた学生の方とお話をしている中で、今は持ち込むときにノートに記入してもらっているんですけど、結構町の人にとってはそれが手間になっていて、手間ってとってもコストじゃないですか。でもやっぱりその部分にストーリーが載っていると、そのものの距離がグッと近くなるので、そこを手間と捉えずにどう価値として転換できるかというのは実験でやってみたいなと思っています。

(eri 氏)

私実はメルカリさんが大好きなんですよ。

(上村氏)

ありがとうございます。

(eri 氏)

普段からすごい活用していて。私の活動の中でもみんな、とにかくメルカリさんを見ようみたいなことを言っているんですけど、今日私がお話ししたことでもメルカリで感じることができて。私、結構家電とか家具とかもメルカリで買うんですね。ファッションだけじゃなくて新しいものを買うことをとにかく極力避けるってなると、やっぱりセカンドハンドからってなりますよね。なかなか実店舗というのは難しいので、メルカリさんに頼っているんですけど、私梱包材に石油由来のものを使わないでほしいとか、いろいろリクエストがあるんですけど、それも出品者の方とお話しして、相談して送ってもらうんですよ。

電化製品なので、新品で買うと発泡スチロールだったり、ビニールだったり、何故か説明書がビニール袋に入っているみたいな、要らないでしょみたいな、いろんなゴミが出ちゃうけど、メルカリさんで買うと、本当にその人が多分その辺からもらってきたダンボールで工夫して商品に傷がつかないように私に送ってくださって、すごい気持ちのいい買い物体験ができるんですよね。それはゴミが少ないというのももちろんそうだけど、その工夫を出品者の方とお話しをして、私が受け取ることができる買い物をすることができるというのがすごいここに大きなプレジャーがあるなというふうに思っていて。私の目指している世界、ここにもあるなというふうにいつも思っています。

(上村氏)

嬉しいですね。本当にまさに仕組みの話でいうと、我々ってどうしても梱包の資材だったり、物が行き来するので配送で環境の負荷って考えられますと。先程、我々メルカリ、メルロジという新しい事業を立ち上げまして、配送に対しての負荷も我々として何かできることはないかと始めています。繰り返し使える梱包資材の開発を進めていますし、何かそういう、いろんな選択肢が出品者も購入者の方も取れるようになるといいなというのと、結構びっくりしたのがカレーのレトルトのパックを本の梱包資材にしている方とともにいて、いろんな工夫があるなって学びになりますよね。

(鎌田氏)

面白いですね。山本さんは衣服を在庫を買い取って、海外の店舗に売ったりしているんですけど、その仕組みを構築してビジネスを進める中でもうちょっとこういう変化が生まれたらファッション産業の課題が減っていくんじゃないかなと見えていることってありますか。

(山本氏)

やっぱり生産方式じゃないですかね。洋服があって、このセーターは分からぬんですけど、原価 3,000 円やとするやないですか、100 枚作ったら 3,000 円、やけど 500 枚作ったら 2,500 円、1,000 枚作ったら 2,200 円です、どうしますかってブランドさんが言われたら、じゃあ 1,000 枚作れるから作っちゃおうよ。もしくは頑張って 3,000 枚売るからもう 200 円下げてよ。そしたらお客様に 1 万円じゃなくて 6,000 円で届けるからという議論になりがちというかなりますよね、基本的には。そこがなかなか変わらない限り、なかなか難しいんじゃないかなと思いますね。資源に悪い、売れ残ったら環境に悪いというのがありながらも、じゃあ日本国民の生活のためにいい商品を安く提供するということがいいことかどうかっていいたら、やっぱりいいことだと思うので。

(鎌田氏)

ありがとうございます。eri さん、このたくさん作ったら安くなるというところでいろんな課題が生まれてきていると思うんですけど、eri さんは逆にすっごいこだわって、受注生産という方式を探っているじゃないですか、そのジレンマはどう考えているんですか。

(eri 氏)

もちろん私は大量に作ることは反対しています。ただそれをじゃあ私はこの問題の解決は 0、100 じゃないし、グラデーションの中で起こっていく今トランジションの中にいると思っているので、その中で何をすべきかというと、トウルーコストという映画があるように、我々受け取る側が何故安いのか何故この値段で私たちが手に入れられていて、それによる代償というものは何なのか。そういったことをきちんと買う側が安さに納得をして、その背景にあることまで自分が受け取っていること、私たちがそれに対して加担しているということをきちんと把握しているかどうかということの全体的なみんなのコンセンサスみたいなことが取れていくべきだと思っていて。それはあまりにも私たちが情報が得づらいというふうに思っているので、まずそこの本質的な価値みたいなものをみんなが認識するところからまず始まるかなと思っていて。その先に本当にいっぱい作る必要あったっけとか、もっと必要な分、だって、結局さっきのメルカリさんの話じゃないんですけど、結局 2 万円使っちゃっていたということって、目に見えないロスとか損益みたいなものが起こっているということをみんなが分かれば、おのずとそこがきちんとこれからの中のサステナブルな世界への整合性がとれるかなと思っているので、まず何で安いのかとか、何でこれが便利で、私たちがどこでもポチッとしたら手に入るんだろうとか、その背景をきちんと

と可視化される、透明化した上でみんながそれを考えていくれる社会というのを目指していくのがまず1歩かなというふうに思います。

(鎌田氏)

これ難しいのが、問題を知るというところが重要なんですけど、頭で分かっていても、なかなか行動まで繋がらないというところがあると思っていて、ファンション業界世界は第2位の汚染産業ですか、こんなに服が余って捨てられていますという情報はちょっとずつ行き渡っていると思うんですね。それ第1段階で重要だと思うんですけど、その後、本当にそれよくないなって気持ちが湧いてくる感じになるには、やっぱり体験とかもうちょっともう1歩ないと、なかなかアクションまでいかないのかなと思っていて。そういう意味では WHY で、ゴミの分別をホテルに泊まった人がやらなきやいけないというのが非常に面白いと思っているんですけど、実際この施設に来て分別をみた方の感想で印象的だったこととかありますか。

(大塚氏)

そうですね、この施設にはホテル WHY という、全部で四つの小さな宿があるんですけども、ゼロ・ウェイストアクションをコンセプトにしていて。私たちが大切にしていることとしてコミュニケーションを取ること。最初は施設の案内もせずに自由に泊まっていたんですけど、最近はチェックインのときに施設の案内を必ず入れていて、そうすることによってこの町のストーリーであるとか、ゼロ・ウェイストの取組というのをより理解して滞在をしていただける。そんな中でチェックインのときにはアクションで石けんとコーヒーと、お茶のはかり分けをしているんですけども、それを体験されたお客様がゼロ・ウェイストの手触り感が分かっていいねという。普段って、何気なく買ってたり、何気なく捨てている中で自分が主体者として、そこに介在していく、何気ないカットするとか、1杯下さいというところから始まっていくんじゃないのかなって、そのとき改めて私も気付きました。山本さん、実際昨日宿泊してどうでした？

(山本氏)

実際昨日泊まったんですけど、何回も言うとおり、コンビニの弁当箱を洗ったらリサイクルできるし、廃棄費用が1キロ1円になるのに、洗わなかつたら燃やすだけだし、1キロ50円になるというのはほんまに感動したんですね。すごいコンビニで買った弁当箱は全て洗おうと思いました。マジで。

(大塚氏)

そうですよね、上勝の特徴としてゴミステーションに行けば、それがどこに行って何になるのかとか、いくらでリサイクルされているのかという、自分の行ったアクションが直結するというのはすごく分かりやすい提示だなって。

(山本氏)

三つ省庁来られているかもしれないんですけど、文部科学省の人も来ていただいて、教えてほしいですよね。

(大塚氏)

確かに教育。

(鎌田氏)

教育、一つ非常に重要ですよね。なのでまたグルッと回って一人一人の興味関心も重要となって、このシステムの変化と一人一人の意識の変化って本当に結び付いていて、分けがたいんですけど、どうやったらより多くの人がこのファッション産業の変化に自分が一部なんだと思って関わってもらえるのかって言うのは eri さんは主体性を持って関わるという提案をされているわけですが、その辺り、何か最後にアクションとか関わり方の提案があればお願ひします。

(eri 氏)

そうですね、やっぱり気候変動の話をしていると特に日本においてなんですが、これから地球環境に配慮した生活をすることが何か我慢をして自分たちの生活水準を下げなければいけないことという認識が日本の中ですごく強いなという意識があって。私自身は本当真逆だと思っているんですね。これほどクリエイティブな生活スタイルってないなと思っているし、今まで何かいろんなものを無視して生きてきただけで、そこに存在している問題や課題を無視し続けて便利だっただけなので。ただ、それをあるものをきちんと使ったり、楽しく使ったりということって、すごいクリエイティブだし、それは人間ができることがあります。

私はカルチャーの人間なので特にですけども、楽しく生きること、美しく生きること。穏やかにそれこそ想像して生きていくことというのが、これから未来の素地をつくっていくと思うので、何かすごく抽象的な言い方にはなってしまうんですけども、何か楽しみながら一つでもそういうサステナブルな社会をつくっていくための自分の1歩みたいなのを見つけることがまず大事だなと思っています。本当に自分の得意なこととか、自分が楽しいなって思うことでいいし、

1個できたことをこれしかできていないというふうに思うんじやなくて、これができたって誇ってもらいたいし、その1個を見つけることで、絶対にその次が見つかるというのはもう実証済みなので、本当に小っちゃいことでいいから1個始めるというのはすごく大事だと思います。ファッションって、みんなが絶対に服着て外に出るから、すごく関わりの深いことでもあるので、本当に自分の持っている1着から始めてもいいと思うので、この1着をどう着るか、どう捨てるか、どう次の人に渡すか、どうリユースするかということを本当にその1着から始めてみるでも全然オッケーだと思うので、そういうた自分の中の1個のきっかけというのをつくってもらいたいなというふうに思います。

(鎌田氏)

ありがとうございます。まだまだ皆さんでディスカッションしていきたいんですが、今日こうして服を作っている eri さん、そしてどうしても作る過程で出てしまう在庫を別の形に流している山本さん。そして消費者の方、生活者の方が服をつないでいける仕組みをつくっているメルカリさん。手放すときにさらにできることを模索している大塚さんと、いろんな立場から見えてる景色を共有して、個人ができることもあるし、システムとして変えていかなければいけないこともあるしというのが改めて明確になったなと思って、こういうディスカッションの場を持つことも一つ重要なアクションかなと思いました。というわけで、ちょっとお時間を押してしまっているんですが、4名にディスカッションをいただきました。『わたしたちができるサステナブルファッション』ということで、聞いていただいた方も何かを考えてアクションするきっかけになっていたら嬉しいです。今日はありがとうございました。

(司会)

鎌田様、ゲストの皆様、それぞれの目線からお話しいただき、ありがとうございました。以上をもちましてトークショーの方を終了させていただきます。皆様、御降壇ください。

続きまして、本日の会場である上勝町ゼロ・ウェイストセンターの CEO である大塚桃奈様より、上勝町ゼロ・ウェイストセンターの施設および取組を御紹介いただきます。大塚様、よろしくお願ひいたします。

(大塚氏)

はい、よろしくお願ひします。では今日はゼロ・ウェイストセンターから中継をしておりますが、写真を使ってバーチャルツアーという形で、このセンターがどんな場所なのか御案内していきたいと思います。

このゼロ・ウェイストセンターは去年の5月30日に新しくオープンした公共型の複合施設になっております。上から見るとハテナの形をした、とってもユニークな施設なんですけれども、元々この場所には町の資源回収を行う中間処理施設ですね、ゴミステーションがありまして、そこは町の方だけが利用している施設だったんですけども、町でゼロ・ウェイスト宣言をしてから、まだ焼却埋め立ての課題がある、2割が焼却埋め立てになってしまっている現状に加えて、町として少子高齢化、過疎が進む中で人口今1,500人を切っていて、半分が高齢者の方というような課題感もある中で、どうしたらゼロ・ウェイストをきっかけに町の外からやってくる人たちと一緒に交流しながら学び合って、ゼロ・ウェイストの選択肢を町の中に広げられるかということで、新しくオープンしています。

右側にマップがあるんですけども、ハテナの上の馬蹄状の部分が町唯一のゴミステーションと回収した資源物が保管されているストックヤードになっています。その隣にくるくるショップと呼ばれる町のリユースショップ。ここには町の中古品がやってきて、誰でも自由に入ることができます。今私たちがいるラーニングセンター、交流ホールというのが、くるくるショップの向かい側にあります。ここでは今日やっているようなオンラインセミナーであったりとか、あとは簡易的なキッチンも付いているので、イベントスペースなどにも利用できることになります。さらに、奥にはコラボレーティブラボラトリと呼ばれるオフィススペースがあって、こちらはレンタルで契約してくださった方々が年間を通じてオフィスワークできるような場所になっています。最後ハテナの丸の部分が体験宿泊施設ということでホテル WHY という小さい宿についていて、どなたでも宿泊ができるような空間です。こちらの馬蹄状の上のゴミステーションは町が直接運営をしているんですけども、それ以外の部分を今私が勤めている株式会社 BIG EYE COMPANY が管理、運営、指定管理という形で携わっております。環境の問題というのは経済の問題でもあるということを踏まえると、一緒にビジネスの力もここに集めて一緒に考えて変えていこうという思いがあります。こちら年末年始以外は常に公共施設ということで今のところオープンしております。オープンはゴミステーションの部分は7時半から平日は2時まで、土日は3時半まで。それ以外の部分は9時から5時までというような運営時間になっております。

実際に順番に御案内をしていきたいと思うんですけど、まずハテナの上の部分から見た景色がこんな感じです。グルリと構造があるんですけども、この施設の周りには住宅がないので、360度山に囲まれております。このハテナの形になったきっかけとしては元々ハテナを意図したわけではなくて、町の方がここに自分の車でゴミを持ってきて、自分たちの手で分別をしているという取組が

ある中で、車の動線、住民の動線を考えたときにこの馬蹄状が生まれて、町の人だけではなくて、町外の方も滞在できるスペースをということで、どんどん、どんどん鍵穴の形になっていって、改めて何で上勝でこの取組を発信していくんだっけ、何でゴミって出るんだっけ。そういった問い合わせと一緒に考える場として、WHY というキーワードが生まれてハテナの形になっています。

ここが上勝町唯一のゴミステーションで、この1箇所に基本的には朝から2、3時ごろまでゴミが回収されて資源ごとに分類されています。車で持つてこれない方もいるので、二月に1回は収集の日が設けられていて、スタッフによる回収は行われているんですが、みんなここにやってくるので、ゴミだけではなくて、ゴミだけではなくて、町の情報であったりとか、人も集まってくるようなコミュニティーにとっても欠かせない場所になっております。写真では全く伝わらないんですけども、臭いが全くしません。ゴミってすごく汚いとか臭いとかそういうイメージがあるんですけども、ここ生ゴミを町の分別が始まった1990年代後半から集めていないので、各家庭で生ゴミは堆肥として処理をしている関係があって、あとは汚れているプラスチック。先程も山本様がプラスチック洗つて乾かせばリサイクルできるんだという新たな気付きをされていましたけれども、汚れたものもみんながきちんと洗つて乾かして持ってくるという努力を重ねているので、嫌な臭いは全くしません。

ゴミステーションの隣にはくるくるショップがあって、持ち込みスペースが用意されています。ここに町の方が手放したい、でもまだ使えるいろんな器とか洋服とか家具とか家電とかがやってきて、使いたい人が自由に持つてかえることができるという取組があります。これ実は町の小学生のアイデアで生まれた取組であります、元祖メルカリなのかなと思うんですけども。信頼関係の中でものが行き交っております。

持ち込みスペースの隣にはこのようなショップ空間があって、持ち込まれたものをスタッフで整えて並べております。ルールが一つあって、持ちかえるときに必ず重さを量ってもらっています。そうすることによって年間を通じて、どのぐらいのものが新しい持ち主に受けわたっていったのかということを可視化しています。そうすることによってつながりが見えるような空間を目指していけたらいいなと思っています。今は町の方が持ち込むだけなんですけれども、今後は町外とも一緒に連携をして、循環の選択肢が増やしていくらしいなと思っています。上勝町非常に小さな自治体なので、上勝だけでは集めても再生できないものというのもたくさんあって、そういったものを企業さんであったりとか、他の自治体の皆さんと一緒に協力することによって循環のループに乗せていけたら面白いんじゃないかな。それを一緒につくっていくのが上勝町なんじゃないかなと思っております。ちなみにこのくるくるショップの中には一升瓶

ケースが連なったデスクがあるんですけれども、こちらがホテルのレセプションデスクとなっております。ちなみに家具とか床とか、床はすごい模様が細かくなっているんですけれども、実は町の廃材だったものになるべくこの空間にも活用しています。こういう感じで、元々上勝町、林業で栄えていた町なので、仕出し屋さんとかおうちで集っていたときに使っていた大きなとつくりとか、こういった懐かしいものもたくさん集まっていますね。

くるくるショップの隣に今私がいる交流ホールがあります。普段はラウンジのように誰でも自由に憩うことができる空間になっていて、1時間からレンタル貸しを行っています。今月中旬にも洋服の試着会がここで行われる予定でして、ここが人と人の出会いの場になっていたりとか、あとは一つ目標に掲げていることとして、生産者と消費者が出会う場に上勝もなっていったらいいなと考えている中でイベントスペースとしても活用していただくことができます。

このようにセミナー利用もできるような空間になっていて、奥の台ですね。今私の後ろにあるスペースはキッチンスペースになっております。大体20人から40人がここで集うことができるような大きさです。

このエントランスの部分ですね。左側にくるくるショップがあって、右側に交流ホールがあるんですが、その間を突き抜けるとこのように広場が広がっております。上勝、なかなか、こういった広々とした場所が山地なので、ないんすけれども、休日はゴミステーションに来てくださった御家族なども、ここでのんびり過ごしていたりとか、ゆくゆくはこういった所でマルシェであったり、音楽イベントであったり。ゴミってすごくネガティブなものだけど、それを通じて人が出会う、集うということが上勝でできたら楽しいなと思っています。

広場から見たセンターはこんな感じです。窓がズラリと並んでいるんですけども、これ実は上勝町民から集めた窓になっておりまして。この建築を担当したのがナップ建築設計事務所の中村拓志さんという方なんですけれども、町にあるもの、そして町の人と一緒にこの建物を作っていくことができたらいいなという中で、広報などを通じてこのセンターが新しくできるときに窓を募集しますということで、およそ700枚が集まりまして、実際540枚、一つ、一つサイズを測って、パズルのように組み合わせて、今このように活用されています。今、町の人口はどんどん減っていて、町の明かりも消えかかっているとも言えるんですけども、一つ一つの明かりをまたここで集めて、ここから光を照らしだしていけたらいいんじゃないかというようなメッセージが込められております。

横から見るとこんな感じですね。ちなみに上勝は雨が多い町なので、つゆの季とかはすごくたくさん、年に2,000ミリ降ると言われているのかな。その雨の音とか風景も楽しめるようにということで雨どいが付いていない設計になっております。なので雨の日は屋根から落ちる雨の流れを楽しんでいただける造

りですね。交流ホールのさらに奥にはこのようなラボラトリーというスペースがあります。こちらは現在年間契約でレンタルオフィスとして活用できるような空間になっていて、現時点では今4社ほど御利用いただいているんですけれども、例えば都内の企業さんがものづくりをされている中でクリエーターさんと一緒に上勝に来て、循環するプロダクトの設計をここでディスカッションをするというような利用をしてくださっています。ここで上勝が18年取り組んできても、まだ焼却、埋め立てになっているというリアルさを基にじやあどうやって自分たちがつくれるのか、そこに関わっていけるのかというのを一緒に考えていけるような場を目指しています。特に上勝はものを作る人も使う人も、あらゆる人がニュートラルに出会える場所なんじゃないかなと思っていて。自分が所属しているコミュニティである前にあなたと私というようなこの社会に生きる一人の人間としてできることと一緒に共有できる場になったらすごくいいなと思っています。ここのラボラトリーのフロアも使われることがなく、廃棄予定だったフローリングを組み合わせて使ってたりとか、あとはこのラボの後ろに本棚がありまして、これできた当初の写真なので空っぽなんすけれども、元々上勝でキノコの栽培をしていた事業者さんのものをいただいたて活用しています。町の方は、え、何でコンテナって言うんですけども、外から来た人は結構面白いねという反応がそれぞれここから感じられて面白いですね。

最後にハテナの丸の部分がゼロ・ウェストアクション、ホテル WHY ということです。入って全部で客室四つなんですが、うち二つはマウンテンサイド、その他ロードサイドという、全部で4室の小さな宿ですね。入るとこんな感じになっていて、メゾネットの造りなんすけれども、最大4名が宿泊することができます。ここの特徴としては使い捨てアメニティーを置いていないので、チェックインのときにはかり分けのアクションに参加をしていただいたりとか、客室にゴミバスケットを二つ用意しているんですけども、そちらで滞在したときに出たゴミを6分別してもらって、チェックアウトのときにはスタッフと一緒にゴミステーションで分別してもらうというような分別をアトラクションにして、一緒に楽しんでもらっているのが特徴ですね。こういった客室の中で使っているソファーも町の備品だったベッドとカーテンキッチンをリメイクして再活用していましたとか、あとはカーテンもはぎれを組み合わせていたりとか、椅子とか、机もリユースしています。というところでしようかね。以上でこの施設の御案内になるんですけども、この施設、上から見るとハテナの形をしているとおり、日々何気なく過ごしている時間とか使っているものとか改めて振り返って、都市とは違う上勝の山の中で何でものって作られるんだっけ、使われるんだっけ、捨てるんだっけ、そんな何気ない疑問を持ちながら、自分たちにとっての心地よさ、社会にとっての心地よさをここから育んでいけたらいいなと思って

おりますので、皆様、機会がありましたら是非、ゼロ・ウェイストセンターにお越しください。ありがとうございます。

(司会)

大塚様、ありがとうございました。これより 16 時 30 分までの休憩時間とさせていただきます。

(司会)

定刻になりましたので、これよりサステナブルファッションショーを実施いたします。今回のファッションショーは産学連携プロジェクトとしてアップサイクルプロジェクト等に取り組まれている大阪モード学園の学生様に御協力いただき、前半の取組紹介でも御紹介させていただいたサステナブルファッション習慣のすすめとして掲げている 18 のヒントを参考にサステナブルファッションの具体的なコーディネートを考えていいただきました。ショーは事前に録画させていただいております。それでは VTR をどうぞ。

(VTR: 1 グループ)

私たちのグループは遊び心を身につけるをテーマに服をまるでアートのような遊び心のある新しい 1 着にリメイクを行いました。質感が違う素材を組み合わせ、フリルやギャザーで、かわいさを表現しました。

(VTR: 2 グループ)

私たちのグループはドレッサー×かわいらしさをテーマに今回リメイクさせていただきました。子どもっぽいかわいらしさを表現するためにセーターとカーディガンを切ってパッチワークで新しい 1 着を制作しました。二つ目の作品はタイダイ柄のスエットと別のスエット生地をつなぎ合わせてワンピースを作りました。さらにタイダイ柄のスエットを切ったときに出たあまり布を使ってバッグも制作いたしました。そうすることで女性らしいかわいらしさを表現することができたと思います。

(VTR: 3 グループ)

私たちのグループはさまざまなアイテムや素材をドッキングし、ファーやキリン柄といったサファリティストのものを今の若い人たちに向けた形でリメイクしました。

(VTR: 4 グループ)

私たちは二面性をテーマにデザインしました。そのときの気分次第で形を変えることができるデザインです。一つ目のスタイルはパンツスタイルとスカートスタイルになっています。スカートの内側部分にスナップボタンがあるので、それを付け外しすることでスカートスタイルにもパンツスタイルにもデザインを変えることができます。二つ目のスタイルはバルーンスカートとフレアスカートになります。バルーンスカートの内側部分のスナップボタンを付け外しすることでフレアスカートにもなり、スカートの長さを調節することもできます。

(VTR: 5 グループ)

私はお母さんの服でおめかしをテーマに大人の着なくなったパンツやブラウスを子ども服へリメイクしました。パフスリーブやフリルといった女の子の好きな要素をたくさん詰め込み、首元のパールと落ち着いた色合いで大人っぽいデザインを作りました。

(VTR: 6 グループ)

私たちのグループはスケートボーダーのファッショントレーディングをイメージし、リメイクしました。トップスはロングコートの袖と裾をカットし、パーカーの袖とフードを付けることでレイヤードしているようなデザインに仕上げました。ボトムスはパーカーのあまり生地を脇に加えることで、デザインとして白いラインを。また全体的にオーバーサイズに仕上げました。

(VTR: 7 グループ)

私たちのグループは夏と冬のカジュアルロックをテーマにリメイクしました。1着目はシャツにネクタイをサスペンダーふうに垂らし、元々裾に付いていたタグを襟に持っていました。紺と赤のギザギザのステッチがデザインポイントです。2着目は黒のシンプルなニットに青と白の絵の具を使ってペイントし、さらに白の毛糸を巻き付け、若い人でも着れるようにデザインしました。

(VTR: 8 グループ)

コンサプトは女性らしさです。なので、ギャザーフリルをメインにリメイクしました。1着目はワンピースとパンツからギャザーフリルを作り、それをノースリーブのブラウスに付けました。2着目はサロペットをビスチェに作り変えました。ギャザーフリルを加えることで女性らしさをプラスしました。

(司会)

ただ今、サステナブルファッションショーのVTRをお送りしました。現在大阪モード学園様と中継がつながっておりますので、工夫された点や感想などについてお聞きしてみたいと思います。それではインタビュアーである片岡審議官、山本様、上村様、大塚様、よろしくお願ひいたします。

(片岡審議官)

ありがとうございました。大阪モード学園の皆様ありがとうございました。大変熱の入ったショーであったというふうに思います。モデルさんの表情に見入ってしまう場面も多少ありましたけれども、服のビフォーアフターよく分かるプレゼンであったと思いますし、また小さな習性で大きな変化を見せたり、大胆に修正されるといった、工夫など、大変インプレッシブなショーであったというふうに思います。制作に実際に当たられた皆様から今回の取組にあたっての感想をまずお伺いしたいと思います。よろしくお願ひいたします。

(学生1)

私はリメイクをすることが初めてだったので、正直この取組に参加させていただくことを決めたときはうまくできるかすごく不安でした。学校の授業はゼロから服を作ることしかしたことがなかったですし、出来上がった服のよさをどのようにアレンジするのかすごく悩んだのですが、実際に出来上がった服を見てみて、本当にいいものができるので、今回の取組に参加してよかったですと感じています。また今回の経験を通じまして、今後もリメイクしていきたいなと思いましたし、自分の服を作る際にもデザインの参考にですとか、視野が広がったかなと思っているので、参加してよかったです。

(片岡審議官)

ありがとうございました。まさに今後も取り組んでいきたいというふうなお言葉を是非聞きたいなと思っておりましたので、非常によかったですと存じます。それではこちらにおられますインタビュアーの方々から順次感想なり、それから学生さんへの質問をお伺いしていきたいと思います。まずは上村様、いかがでございましょうか。

(上村氏)

改めまして、皆様、ありがとうございました。私も実は大学4年のときにファッションショーを企画してやったことがあって。このリアルクローズを使ったファッションショーの難しさってすごく感じたんですよね。先程裏で伺ったら、これ準備期間2カ月もなかったと伺って、かつ個人ではなくチームでそれぞれ

制作にあたられたのがすごく難しいチャレンジだったのかなと思って拝見していました。特に一つ一つ、アイテムまですごく統一感が出るようにこだわっていたこともすごく注目されたんですけども、中でもサステナブルであるということ以上に、ちゃんと一つ、一つのルックに攻めがあって、皆さんのイノベーションみたいなアイデアが含まれていたというのがすごく見ていて面白かったなと思いました。これはもし次、次回もあればなんですかけども、個人的にはジェンダーレスなファッショングも皆さんのおアイデアで作っていただけると、よりワクワクするようなルックが増えてくるのかなと思って見ていました。ありがとうございました。

(片岡審議官)

ありがとうございました。まさにチームでやるということで恐らくいろんな思いがぶつかって、調整も大変だったというようなこともあるんだろうというふうに思いますけれども、そういう意見を調節していく過程がきっと、楽しいという場面もあったのかなというふうには思います。それでは次に山本様、いかがでございましょうか。

(山本氏)

山本です。ファッショショーアリガとうございました。リメイクというと、普通の既製品だけではできない商品を作れるのが僕はいいところだと思うんですけど、結構袖を長くしたアイテムが何個かあって、確かに袖を長くしたアイテムってみんな結構着たがるけど、メーカーさんとかブランドさんとしてはめちゃめちゃ売れるかどうかはちょっと予測は立たないから選ばれにくいというところがありまして、そういういたところを今回のリメイクを表現されているというのはすごい楽しまれて作られているなと思いました。ありがとうございました。

(片岡審議官)

ありがとうございました。恐らくそれぞれのチームできっとかなり工夫をされたポイントとかがあったんだろうなというふうに山本さんのお話を聞きながら感じたところでございます。それでは続きまして大塚様、いかがでございましょうか。

(大塚氏)

ファッショショーアリガとうございました。私自身も幼い頃にはファッショデザイナーになりたいなと思って中学校、高校とショード形式のコンペに美術部の仲間とチャレンジした経験がありますので、作るという行為に携わるつ

てすごくワクワクすることですし、すごく困難もあるんだろうなと思いました。今日のシンポジウムもサステナブルなファッションとはということで、服を買うというのはすごく簡単な行為で作るってすごく難しいけれども、皆さんのショービーを通じてすごくプリミティブで、気持ちが寄り添うものだなと思いましたし、もっと作った過程のストーリーであるとか、一人一人が何故その素材を使ってそのデザインになったのかという、その背景をもっと知りたいなと思いました。私から1点質問なんですけれども、皆さん、日々学校生活の中で服を作られていて、作ることに対して携わることで捨てるということも思いをはせるようになったんじゃないかなと思うんですけども、実際に皆さん制作する中で服を作る側として何か気付いた点とかあれば是非教えていただきたいです。

(片岡審議官)

大阪モード学園の皆様いかがでしょうか。

(学生2)

今回の制作を通じて、汚れてしまったり、傷ついてしまい、ときめきがなくなったりした服を一枚の生地として利用し、少し手を加えることで、節約とおしゃれが同時に楽しめるのを知りました。先程お話しのように大量の服が廃棄されることをそのままにしてしまうのではなく、私たちのような未来の作り手が、今回のような具体的な解決方法を発信していく必要性を感じました。一人一人が新しいものの循環に取り組むことができれば、業界がもっといい方向に変わっていくのではないかと思いました。

(大塚氏)

ありがとうございます。確かに一人一人が作るという行為に気軽に楽しめる場がもっと増えたらいいなと思いました。ありがとうございます。

(片岡審議官)

ありがとうございました。あと、リメイクをしやすかった素材みたいなものというのをございましたでしょうか。

(学生3)

今回作品作りをしていてニットはすごくリメイクしやすかったです。私はニットと他の作品を組み合わせた作品を作ったのですが、カットした後に裾をロックミシンで処理するだけで簡単に好きな形にリメイクできました。一からニットを編むのはすごく大変ですが、リメイクなら手軽に自分好みのニットが楽

しめると思うので、これから私物で着れなくなったニットをリメイクしていきたいと思います。

(片岡審議官)

ありがとうございます。恐らく、これから皆様、デザイナーとしても活躍していく中でサステナブルファッショントという意味ではリメイクのしやすいものを考えて作られていくということも恐らく大事なのかなというふうに思いますし、是非そういうことも意識において制作活動をしていっていただけたらなと思います。それから私からも1点質問ですけれども、今回18のヒント集というのかなりしつこく言っておりますけれども、これ実は消費者向けの行動のヒント集ということで提示をしたものではあるんですけども、実際に制作される皆様の立場から御覧になられて、このヒント集、どのような印象を持たれたか、感想を持たれたか、もし何かあればお聞かせいただければありがとうございます。よろしくお願ひいたします。

(学生4)

たくさんのヒントを参考にさせていただいたんですが、特に12番のリメイクを楽しむということの大切さを改めて感じました。いろんな素材を組み合わせたりすることで新しいものが生まれて、自分のたった一つだけのものになるということがとっても素敵なことだと思いました。自分が作った一つしかないものだからこそ、ものをより大切にすることが今回実感できたと思いました。今回は処分するときのヒントを参考にさせていただいたんですが、服を買うときとか手にとるときに、未来のことをもっとしっかり意識して一つ一つの服を大切に取り扱うことができたらもっといいなと思いました。

(片岡審議官)

ありがとうございました。非常に10分間という間での意見交換だったので、あつという間に時間が過ぎてしまいましたけれども、今回のリメイクの取組を通じて恐らく服を大事に使っていくということも一緒に学ばせていただいたかなと思いますし、先程のシンポジウムの中でもありましたけれども、服にパッションを入れ込んでいくという点が非常に大事だという話がありましたけれども、恐らく既存の服をリメイクして新しいものにしていく中で、自分だけのカスタマイズされた服が出来上がっていいくという意味では思いを入れていく過程でもあったのかなと思いますし、冒頭皆様がおっしゃられたようにこれからも継続してこの取組をやっていっていただくということを是非意識をしてやっていっていただきたいなというふうに切に思う次第でございます。大変短い時間では

ございましたけれども、本当にありがとうございました。またお疲れ様でした。

(司会)

大阪モード学園の皆様、そして片岡審議官、山本様、上村様、大塚様、ありがとうございました。以上をもちまして、ファッションから考えるサステナブルな未来、私たちができるることを閉会いたします。少しでもサステナブルファッションのこと、エシカル消費のことについて考えるきっかけとなっていただけたら幸いです。それではありがとうございました。