

以下のブランドを利用しますか？

(GU,H&M,FOREVER21,ZARA,GAP,AMERICANAPPAREL,OLDNAVY,Bershka,Abercrombie&Fitch)

よく利用する 55.4%

たまに利用する 35.4%

めったに利用しない 9.2%

ファストファッショングループを利用しない大学生は1割以下しかいないことが分かる。そのことから、利用頻度の差はあるがほとんどの大学生がファストファッショングループの衣服を身に着けたことがあると言える。

ジーンズ1本につき、かけるお金は？  
～¥5,000： 72.3%  
¥5,000～¥8,000： 20%  
¥8,000～： 7.7%

ジーンズ1本にかける金額としては、5000円未満が最多であると分かる。多くの人が価格を重視して洋服を購入することが伺える。アンケート結果からは高価格帯にいくつて減少傾向になっている。ただ、7.7%の人は8000円以上を選んでおり、ジーンズにこだわりをもって選ぶ層も一定数いることが分かる。

## || 極底調査！ 大学生の洋服事情 ||

ファストファッショングループの生産段階における問題点を考えたことがあるかを尋ねたところ、「考えたことがある」と答えたのは36.2%だった。主に、環境汚染、低賃金や人権侵害などの労働環境について考えた人が多かった。サステナビリティの問題、モノカルチャー経済の問題への指摘もあった。ファストファッショングループの問題に対して意識的な人はまだ少ないと言える。

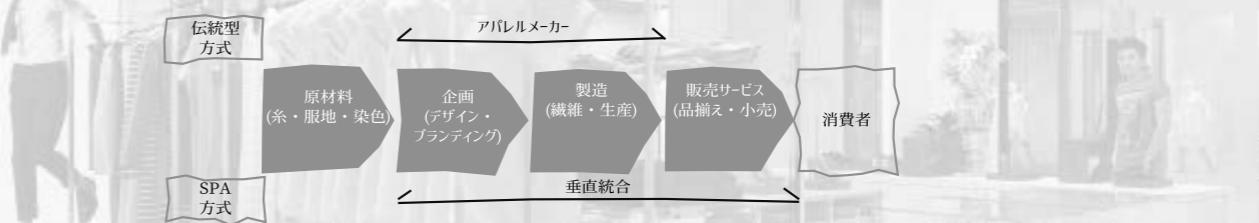
ZARAやH&Mなど大手ファストファッショングループのサステナビリティへの取り組み（p.13を参照）について聞いたところ、取り組みを知つて利用したことがある人は8.5%、知つてはいるが利用したことない人は29.8%、過半数が取り組み自体を知らないと答えた。ファストファッショングループという選択肢をとらざるを得ない場合でも、環境や労働面に配慮したラインを選ぶことで意識的な消費が可能である。

### 服を買う決め手の優先順位

- 1位 好みのデザイン (36/47人中)  
2位 値段 (24/47人中)  
3位 素材 (21/47人中)  
4位 流行り (20/47人中)  
5位 環境面 / 労働面の生産背景 (36/47人中)

洋服を買う決め手「好みのデザイン」「値段」「素材」「流行り」「環境面 / 労働面の生産背景」5つの中で、重視する順位付けをしてもらった。各決め手のうち一番回答が多かった順位は、左の通りだった。

### ファストファッショングループの定義



ファストファッショングループとは、流行を取り入れた商品を安価で、高速なサイクルで提供するブランドや業種のこと。ファストフードになぞらえた造語である。好業績を誇るファストファッショングループの特徴として、SPA方式（製造小売）※の導入がある。

※ SPA方式とは、素材調達から商品企画、製造、物流、小売店舗での販売までを自社で一括して担うビジネスモデルである。特徴は小売店舗において消費者のニーズをリアルタイムで、直接的に把握できる点である。「消費者が望んでいるであろうもの」「売れそうなもの」の変化に対応でき、実シーズンに入つてから2～3週間という極めて短いサイクルで商品企画が行える。ニーズの把握は大量生産を可能にし、低価格の実現につながる。

流行の最先端を誰でも手軽に楽しめるファストファッショングループ。我々大学生の強い味方であるが——。



### ファストファッショングループの変遷

1990年代初頭	バブル崩壊により、高級ブランドの業績が低迷
1998年	UNIQLOのフリースがヒット、ZARAの1号店が渋谷にオープン
1999年	GAP原宿店オープン
2006年	GUが日本初上陸
2008年	H&Mの1号店が銀座にオープン
2009年	FOREVER 21の1号店が銀座にオープン
	「ファストファッショングループ」がユーロ新語・流行語大賞のトップ10に

# ファスト・ ファッショングの 変化

ZARA

「ZARA」では生産工程の透明性を重視している。2018年には「ZARA」に納入する1万2千のサプライヤーに対して、製造プロセスに安全面や衛生面の問題がないかなどの監査を実施した。労働者の安全と環境への配慮として、2020年までに全商品で有害化学物質のない製造過程の確保を達成する見込みだという。消費者のための取り組みとしては、ZARAの製品にQRコードを付けて、製造業者の情報に手軽にアクセスできるような試みもある。さらに「ZARA」は労働組合や国際労働機関などと連携を強め、女性の活躍や移民保護、適正な賃金などへの貢献を目指している。

●国際経営者団体連盟（IOE）、国際労働組合総連合（ITUC）などと提携

ZARA

H&M

H&Mは、サステナブル素材を使った商品コレクションを展開。藻が原料のソルを使用したサンダルは、一足あたり112.5リットルの水を浄化できる。コットンは、生分解性のある肌にやさしい素材だが、コットン畑では毒性が高い農薬と大量の水が使われ、土壤と農家にダメージを与え続けている。オーガニックコットンを使用することで、普通のコットンに比べて消費エネルギーを62%減、水の使用量を71%減少させることができる。H&Mでは、すべてのコットンをオーガニックコットン・リサイクルコットン・ベターコットンイニシアチブ（BCI）調達コットンのうちいずれかで調達している。

●パイナップルの葉を使った合皮、オレンジの搾りかすを使った繊維など、天然素材の研究開発にも熱心

H&M

## ファーストリテイリング

ファーストリテイリング（UNIQLO、GU）で注目すべきはそのリサイクル活動だ。日本における衣服ごみは年間約33億点であり、その半分が焼却処分されている。ファーストリテイリングは同社で販売した全商品を対象に全国の店舗に回収BOXを設置しており、2019年8月末までに9,079万点を回収した。リサイクルでGUアーリーポイントがもらえる。回収した衣服のうち、80%のまだ着られる服はリユースへ、残り20%の服は高カロリー固体燃料（RPF）やリサイクル素材になる。

また、UNIQLOは店頭で回収したダウンを2020年発売のダウン製品素材に再利用する。ダウンに使われるミズドリの羽は入手が困難であり、養殖も問題視されている。UNIQLOは従来高価だったダウンを気軽に価格帯で提供し始めたブランドとして、この取り組みを行う。

●回収した約9000万着のうち約3600着を72の国と地域に寄贈

UNIQLO GU

我々大学生にとって服を買う上で重視するポイントの1つが価格設定である。ファストファッショングの売りはまさにその“安さ”なのではないだろうか。例えば、スニーカーを買うのに某シューズメーカーでは平均7000円程度であるのに対し、ファストファッショングブランドでは3000円ほどで購入できてしまう。こうした安さが洋服に高い値段をかけられない大学生にとっては魅力的なのである。

価格

店舗数

街を歩けばファストファッショングブランドに出会う、と言っても過言ではないほどファストファッショングブランドは店舗数が多い。専門店まで足を運ぶ必要がある高級ブランドとは違い、ファストファッショングは街へ出れば購入・試着が可能だ。ファストファッショングの店舗数の多さは、ファストファッショングの身近さとも言い換えられるだろう。一例として、UNIQLOは、2020年5月31日現在で813店を全国に展開している。

トレンド性

# ファスト・ ファッショングの 背景

ファストファッショングブランドは途上国への仕事の提供に一役買つ一方で、労働力の搾取が問題になっている。低価格の確保のため、児童労働をはじめ低賃金での長時間労働が横行した。また、途上国の労働者たちは危険な薬物を用いたり安全面に問題のある場所で働くことを強いられることもある。実際、2013年にはバングラデシュの縫製工場のビルが倒壊し、1000人以上の労働者が犠牲になる事故が起き世界に衝撃を与えた。

労働環境

ファッショング産業は、世界で2番目に多く水を消費する産業。ジーンズ1本を作るのに、約7600リットルの水が必要になる。これは、1人の人が毎日マグカップ8杯の水を3年半飲み続けた量に匹敵する。

衣服の少なくとも40%がコットン製品。コットンの生産には約3億人が従事している。コットン栽培で使用される毒薬は毒性が高く、さらに全世界に占める栽培面積2.5%に対して世界中で使われる殺虫剤の16%が使われている。農薬のために世界で年間300万人が健康を害し、2万人が死亡している。

原料

ファストファッショングは毎年9200万トンのごみを生み、そのうち約100万トン超、33億着が日本で捨てられている。タイタニック号1隻が約5万トンなので、タイタニック号20隻分である。世界では、毎秒トラック1台分（約1.9トン）の衣服ごみが焼却処分、あるいは埋め立て処分されている。2014年に消費者が購入した衣類は、2000年に比べて60%増加したが、着用する期間は半分になっている。

衣服ごみ

# Fast Fashion

卷之二

ピープルツリーは、オーガニックコットンを使用したファッショナアイテムを中心とした、エシカルファッションとフェアトレードの専門店。エシカルファッションブランドから見たファッション業界について、ピープルツリー広報部鈴木さんにお話を伺いました。

質：ファーストファッシュションの裏側にある問題点を知りながらも、ファーストファッシュョンを利用せざるをえないというのが大学生なのかなと思います。

ピ：たとえば今ヨーロッパでは、SDGs\* よつも、regenerative という言葉が広まっている。その中で一番重要視されているのがリデュース。要らないものは最初から買わないということですね。新しいものを買うことって、言つてしまえば最終的な選択肢。その中で、買うんだつたらエシカル\*なものをつていう発想です。だから、「お金が無いからエシカルなことはできない」という風には決めつけなくていいんじゃないかな。去年、ロンドンの学生がInstagramで始めた、1年間服を買わないというハッシュタグがあつて。手持ちのものを着倒すとか、リメイクするとか、あとは交換するとかで新しいものを買わないようにする。これをいかにおしゃれに見せるのかという取り組み。おしゃれをするには必ずしも新しいものが必要というわけではない。だから、できることを楽しんでやる方がよいと思いまます。

質・ピープルツリーはオーガニックコットンを使った商品が特徴ですね。オーガニックコットンを使用することで、商品価格にはどのような影響があるのでしょうか。

ピ・まず、3年間農薬や殺虫剤を使わずにオーガニックコットンを生産することによって生まれるコスト。さらにオーガニックコットンで取引をすると、普通のコットンの国際取引価格に加え割増金（プレミアム）が発生します。割増金は、オーガニックコットンの栽培を推奨する目的で農家へ支払われます。これらのコストがある程度反映されるしくみです。本来商品価格にもその傾向があり、大量に原材料を購入して大量に同じ物を作るからファストファッションは安い。エシカルファッショントラディショナルのよう

ビ：そうですね、私は逆かなと思っていて。消費者がその状態に慣れちゃってるから、安いのしか買わない消費者が増えて企業も安く出さざるをえない。コストカットのためにBランクの生地を使う、人件費を削る、という発想につながる。鶏と卵的な話ではあるけれど、やっぱり消費者の意識が変わらないと、会社も変わらない。ピープルツリーとしても、手仕事で作ってきて、もっと値段をあげてもいいと思うんですが、それでは日本の市場で「手が届くライン」にのらない。刺繡の数や使う生地の量を減らすことで価格を調整します。そういう背景や手間がかかっていることをお客様に説明し、そのストーリー込みで値段に納得して買っていただいている。

質・ファストファッショニの店に行けば安く洋服が買えてしまう、この事が変わらなければ人々はファストファッショニを買い続けてしまうのではという見方もあります。

ピ・ファーストファッショングループは商品開発から小売までのサイクルが3カ月から半年なので、トレンドを追いかけることがで きるんです。「今これが流行り始めたから追加生産しよう」みたいに。ピープル

ツリーでは販売の1、2年前から企画を立ち上げています。手仕事なので無理な納期日程を示すのではなくて、かかる時間であらかじめ聞いて早めに注文します。もちろん、トレンドを取り入れるとなかなか売れない部分もあるのですが、トレンドを追うこと自体にはあまり意味がないと考えています。流行的色などは国際的に作られているので、そういうつた情報を得ることはあります。トレンドを追いかけるというよりは、自然や宇宙などの身近に地球を感じられるようなテーマを話し合ってデザインを決めています。例えば、宇宙だつたら星のモチーフのプリントを増やすとか、UFOの刺繡を遊び心で入れるとか。

質：そうですね。確かに、トレンドは作られているということを知った時、自分は「洋服を選ばされている」と感じました。消費者の主体性が薄れるというか、トレンドに縛られず、「自分が着たい」と思える服に出会えるかどうかが大事になつてくると思います。

リーワーを知るということで愛着が生まれますよね。自分の衣服生活に取り入れたいと強く思います。私たちが、洋服を買う時に気を付けるべき点はありますか？

ビ・自分が心から幸せになる服を選んでほしいなと思います。別にファストファッショングでもめちゃくちゃ気に入つて、ずっと大切に着るつて決めたんだつたらそれでいいと思うんですね。あとはその後の付き合い方を考えて買うこと。要は、その場のノリと勢いだけで買っていいなんかいうことが大事。でも、お洋服って、試行錯誤しないと自分に何が似合うのかってマイナチわからないですよね。ファストファッショングは安い値段で試行錯誤を沢山させてくれました。少し話は変わりますが、トランジジエンダーの方が女

質・生産者背景を知る、服の持つストーリーを知ることで愛着が生まれますよね。自分の衣服生活に取り入れたいと強く思います。私たちが、洋服を買う時に気を付けるべき点はありますか？

質・消費はひとりひとりのスタイルですね。自分が買い物することで、そのブランドの次の商品や生産者への支援につながると思うと、前向きな行動だと捉えられます。

に分類され、グリーン購入は「環境消費」、フェアトレード・エシカルファッションは「社会消費」にある。



## リメイクする

着たい服を、着ているか。ショッピングモールに入れば、似たような服にめまいがする。D2C ブランドがもてはやされ、ブランド側が消費者に迎合しているかの印象すら受ける。洋服を選ぶのではなく、選ばされていないか。

### Case1>>>

早稲田のリサイクルショップ「たんぽぽハウス」で見つけた1枚のキャミソール。これ1枚で着るのは気が引ける。誰でもできる（企画員の家庭科の成績：2/5）簡単なリメイクで、この服を私らしく。



before



after

### Case2>>>

また別のリサイクルショップで見つけた紺のブラウス。ところどころ擦り切れている。野暮ったくなってしまうブラウスを「付け衿」にリメイク。手持ちのセーターと合わせてもカジュアルに着こなせるように！



before



after



## リメイク古着を着る

古着を買うのも1つの手段。「flugi」は早稲田生や他大学生が立ち上げた古着リメイク販売サイト。あなたにぴったりの1着を見つけて行きましょう。アクセスはこちらから。<https://flugi.shop/> 以下、代表者コメント。

代表者名：仲谷シキ

flugi は古着のリメイク、セットアップ提案・販売のオンラインストアです。古着リメイクの服や、上下セットのコーディネートを1着だけ販売するのをコンセプトに、早稲田生をはじめとした大学生だけで古着の仕入れ、撮影、サイトの製作など運営の全てを行っています。

古着が気になっているけど踏み出せないあなたの背中を押すきっかけになることを目指しています。

「世界にひとつ」を探しにあなたも出かけてみませんか？



## あなたが選ぶ ファストファッショントピック



ファストファッショントピックを買うのは今すぐやめられないし、自分でできることはできないのでは。  
いや、発想を変えよう。

消費をやめるのはあくまでも最終手段なのではないか。  
自分がしたいと思える手段で、ファストファッショントピックに向き合おう。  
ここでは【知る・長く着る・リメイクする】を紹介する。

ファッショントピックは、楽しんで然り！

## バックグラウンドを知る

今、あなたの着ている服は、いつどこで誰に生産されたのだろう。私たちは一着の服についてよく知ろうとしない。すべての服にはそれぞれのストーリーがある。生産者、労働者、小売店、多くの人々の存在によって一着の服は生まれる。バックグラウンドを知れば、服に対して今までにない愛着が生まれるはずだ。エシカル消費は「服を愛すること」から始まる。

## 長く着られる方法を知る

今持っている服を長く着ることも、私たちにできることの1つである。素材にあった洗濯方法を選んだり、保存方法を工夫することで、服への愛着が生まれるはずだ。

### < 洗濯 >



#### 【洗濯】

- ・液温は40°Cを限度に手洗いができる。
- ・塩素系及び酸素系漂白剤の使用禁止

#### 【乾燥】

- ・タンブル乾燥機の使用禁止  
→タンブル乾燥機乾燥機とは、乾燥機の中で洗濯物を回転させながら温風で乾燥させる方法のこと。
- ・日陰の吊り干しが良い。



#### 【洗濯】

- ・液温は40°Cを限度に手洗いができる。
- ・塩素系及び酸素系漂白剤の使用禁止

#### 【乾燥】

- ・タンブル乾燥機の使用禁止  
→タンブル乾燥機乾燥機とは、乾燥機の中で洗濯物を回転させながら温風で乾燥させる方法のこと。
- ・日陰の吊り干しが良い。

#### 【アイロン】

- ・表面温度は150°Cを限度としてアイロンで仕上げができる。

#### 【クリーニング】

- ・石油系溶剤による弱いドライクリーニングができる。
- ・弱い操作によるウェットクリーニングができる。

#### 【アイロン】

- ・底面温度110°Cを限度としてスチーミなしでアイロン仕上げができる。

#### 【クリーニング】

- ・ドライクリーニング禁止。
- ・弱い操作によるウェットクリーニングができる。

### < 保存 >

□伸縮性があるセーターやニット、Tシャツ、トレーナーなどの編物はハンガーでつるすのは向かない。

□Yシャツやブラウス、スーツなどの織物は、ハンガーにかけて保存してよい。

□防虫剤、防湿シート、乾燥剤を入れる。

□木製ハンガーを使う。安物のプラスチックハンガーやワイヤーのハンガーを使うと型崩れの原因になりやすいが、木製ハンガーは服の重みに耐えてくれる。