

ファストファッションの死とスローファッションの誕生

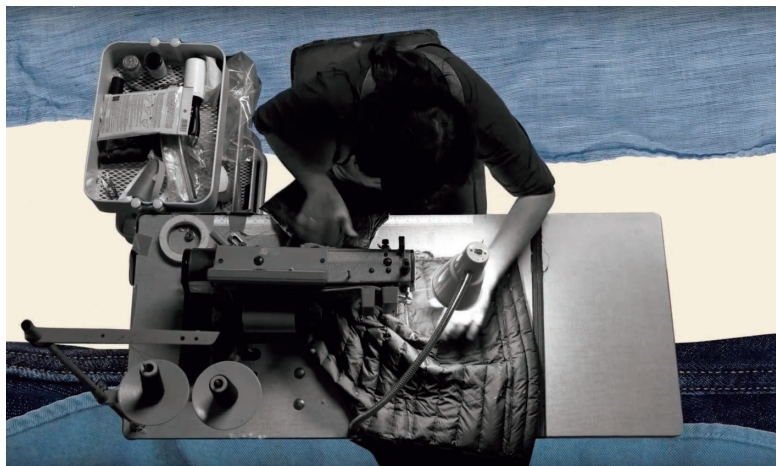
ニューヨーク在住のジャーナリストが切り取る、世界の未来を占う米国発の新潮流。
今回はファッション界のSDGsともいえる、スローファッションにフォーカスする。

オーストラリアの山火事、ヴェニス
の洪水など、世界各国に天候異変が起きて
いる。地球の温暖化がそれらの異変の大
きな理由になっているという。病を抱え
ている地球を救うにはどうしたらよいの
か。知識人だけでなく、小中学校の子ども
たちまで、その小さい心を悩ませている。
グレタ・トゥーンベリがタイム誌の「今年
の人」に選ばれた事実を見ても、世界の子
どもたちの環境に関する不安と心配が理
解できる。

地球の病の大きな原因を作っている産
業の一つにファッション業界がある。特
にこの10年ほど流行った「ファストファ
ッション」と呼ばれるトレンドが、地球を
脅かしてきた。

ファストファッションの台頭

ファストファッションとは、主に若い
消費者を対象に、マスマーケットに矢継
ぎ早に送り込まれる新しい、安価でトレ
ンディなファッション商品のことをいう。
代表的なリテールストアはZARA、H &
M、ベネトンなどだ。こういったアパレル
を買う消費者は、買ったものに数回腕を
通すだけで捨てるか、着なくなる。ファス
トファッションは、洋服たんすの中に並
ぶアイテムをコンスタントに取り替える
必要があるという心理状態を作り、消費
者は常に不満足感と新しいものを買いた



パタゴニアはリサイクル・プロジェクト「リクラフテッド」を立ち上げ、固形ゴミの減少に貢献。捨てられ
る寸前の衣料品の使える部分を切り取り、職人の手でさまざまな新製品として誕生させる試みだ。©パタゴ
ニアPRビデオより

いという衝動に駆られるのだ。ファッ
ションのサステナビリティ(環境現状維持)
に目を光らせる非営利団体「テキスタイル
・エクスチェンジ(Textile Exchange)」
によると、世界の二酸化炭素の排出量の
10%、ランドフィル(埋立地)の5%、地球
上の水汚染の20%は、ファッション界に
起因しているという。ファストファッ
ションの台頭で、世界の消費者が買うアパ
レルの量は、20年前より400%増加した
とも報告されている。

スローファッションの登場

2013年、バングラデシュの縫製工場が
入ったビル『ラナ・プラザ』が崩壊し、

1,000人以上の作業員が死亡した事故は
いまでも記憶に新しい。これが、ファッ
ション業界を揺り起こした。死亡した労働者
たちが1日1ドルの給料で働いていたこと
も、そのときに暴露された。作業員たちを
殺したのは、薄利多売をモットーとする
ファストファッションだったのだ。「もっ
と健康な、透明な、道徳的な、そして環境
を侵す化学繊維ではなく、サステナブル
(現状維持)を可能にする、オーガニック
繊維を使ったファッションはあり得ない
のか」と、心あるファッションista(ファ
ッション界の人)たちが立ち上がった。例
えば「ファッションレボリューション
(Fashion Revolution)」のようなお目付

「ファッションレボリューション」は、ファッション界の下
請けで働く労働者の賃金・
生活環境などを改善するた
め2018年に設立。2019年、
ロサンゼルスで開かれた会
議は世界各国の代表者を
集め、熱心な討論が行われ
た。©ファッションレボ
リューションLAイベントより



Seville Kaede

青山学院大学英米文学科卒業後、電通入社。クリエイティブ局を経て1968年に退社しニューヨークに移住。

以来、アメリカの広告界、トレンドなどに関する論評を各種の雑誌、新聞に寄稿。

著書として『ザ・セリング・オブ・アメリカ』（日経出版）、『普通のアメリカ人』（研究社出版）など。

翻訳には『アメリカ広告事情』（ジョン・オトゥール著）、『アメリカの心』（共訳）ほか多数あり。

『ブレン』『消費と生活』などに連載。

役的財団や、「サステナブル・ファッション・フォーラム (Sustainable Fashion Forum)」のようなイベント、エバーレーン (Everlane)、ピープルツリー (People Tree)、リフォーメーション (Reformation) のようなブランドが、ファッション界が地球に与えている有害な影響を業界関係者に知らせる努力を始めた。同時にファストファッションとは反対の“スローファッション”の導入にも力を入れている。

スローファッションの基本的な考えは、アパレルのデザイン・生産・消費の方法、ショッピングの仕方などを、地球の環境を侵さないようにサステナブルに行うことである。生産過程での人道に反した低賃金や貧しい職場環境などを改善することも、その骨子になっている。安いが破損しやすいもの、すぐに飽きるものを次々と買うのではなく、オーガニックな素材を使って、一時的なファッショントレンドと関係ない、長持ちするデザインのアパレルを着る。それは「早い変化が良いこと、物質をたくさん持つことが豊かな生活という考えを捨て、日常の生活の一刻一刻をマインドフルネス(注意を払う)を持って過ごす“スローリビング”と同じ態度を、ファッションに対しても持つこ



「フリンジ・アソシエーション」の創始者カレン・テンブラーは、すでに10年前から“スローファッション”を提唱。©フリンジ・アソシエーション

と」と、「フリンジ・アソシエーション (Fringe Association)」の創始者で、スローファッションの提唱者であるカレン・テンブラー (Karen Templer) は言う。

「スローファッション」という言葉は、英国のサステナブル・ファッション・センターの創始者で、ファッション界のサステナビリティ運動の元祖であるケート・フレッチャー (Kate Fletcher) が、2007年に作り出したといわれている。「ファストファッションは貪欲。質でなく量を選ぶことは、あらゆる意味で損をしていると知るべきでしょう」と、彼女はTED・トークで語っている。

広がるスローファッション

スローファッションの動きは、ファストファッションの中で苦戦していたブランドやビジネスを活気づけた。最初に名乗りを上げたのはイタリアのグッチのCEO マルコ・ビザリー (Marco Bizzarri) だ。「我々にできることはないという無力感を捨て、少しでも地球を助ける努力をすべきだ」と「CEO 二酸化炭素緩和チャレンジ (CEO Carbon Neutral Challenge)」なるキャンペーンを立ち上げ、ファッション界のリーダーたちに長期にわたる二酸化炭素の減少プロジェクトを提案した。同業界が生み出すグリーンハウスガス(温室効果ガス)は、航空界・海運業が出す総量より大きいことを訴え、それぞれのブランドにグリーンハウスを作る二酸化炭素の減少を要請した。「もう待てない時期に来ている。いま行動しなければならぬ。全ての業界が力を合わせれば、より多くの効果があるはず」と、シリコンバレーのIT業界にも協力を要請している(『ファストカンパニー』誌)。

一方、グリーンハウスの大きな原因の



Wホテルが提供する新サービス「クローゼットコンシェルジュ」。ゲストが望むアパレルを一着69ドルで貸し出し、到着前に部屋まで届ける。©Wホテル

一つになっているホテル業界も、ファッション業界のこの動きに無関心ではない。常に斬新なアイデアを提供することで知られるWホテルは、昨年12月、「クローゼットコンシェルジュ (Closet Concierge)」なるサービスを立ち上げた。「レント・ザ・ランウェイ (Rent-the-Runway)」と呼ばれる最新のファッションを貸し出すビジネスと提携して、ホテルの宿泊者にファッションナブルなアパレルを一着69ドルで貸し出すというアイデアだ。宿泊客がWebサイトで自分の着たいアパレルをオーダーすると、ホテル到着時には、その品が部屋のクローゼットに掛けられているという仕組みだ。Airbnbの登場で、旅行の宿泊経験が大きく変わった。「どこに行っても同じような経験しかできないホテル宿泊を、全く新しい経験の場にするためのマーケティング・アイデアだ」と、Wホテルのスポークスマンは言う。ホテル業界の環境汚染問題が大きく取り上げられているいま、Wホテルはこの試みで、サステナブル・ファッションに加担しているのだ。ホテルでファッションナブルなアパレルが借りられるとあれば「旅行者のトランクの中味が減る。飛行機会社は、旅行者の荷物が軽い、あるいは少なければ少ないほど、燃費の節約になる。また、購入ではなくレ

ンタルなので、着終わったら捨てるという悪い習慣から逃れられる。新しいマーケティングで顧客誘致ができる上に、サステナブル運動にも参加できる」というのが、Wホテルの考えである。

パタゴニアの「リクラフテッド」運動

アウトドアアパレルのメーカー、パタゴニアは、ファッション業界のサステナビリティを奨励、実行する会社として知られている。古くなった、または破損したアパレル商品を顧客のために修理する「ウォーンウェア(Worn Wear)」は2017年に立ち上がり、いまだに続いているサステナビリティ・キャンペーンだ。「必要なければ買わない。新しいものを買う代わりに、古いものを修理して着る。埋立地のゴミを減らそう」というキャンペーン・スローガンは有名である。

「リクラフテッド(ReCrafted)」キャンペーンは、ウォーンウェアを一步前進させたもので、修理の域を超えた古着を使える部分だけ使って、さまざまな新品に作り変えて売ろうという試みだ。

商品がより長く使われることで環境へ

の悪い影響が減少するという考え方から、これまでに古着を修理して売る会社にスレッドアップ(ThredUP)、ポッシュマーク(Poshmark)などがあった。また、パタゴニア、アイリーン・フィッシャー、アーケテリクス(Arc'teryx)、テイラー・スティッチ(Taylor Stitch)などは、独自のセカンドハンド商品のマーケットを設立している。

だが、寿命が過ぎたアパレルを有効に活用する方法は、これまであまり考えられてこなかった。アイリーン・フィッシャーの「リニュー(ReNew)」なるプログラムも、古くなったアパレルを無料で引き取り、新しい製品を作って販売しているが、大掛かりな廃物利用は、このリクラフテッドが初めてだろう。もう修理もできないアパレルを回収し、使える部分だけを切り取って、全く新しい、一品だけの商品を作り販売する。「一アイテムに数種類の古い商品が使われている場合が多い」と、パタゴニアのシニアデザイナー、コートニー・モーガンは語る。2019年の暮れに始まったこのプロジェクトは、まずダウンジャケット、ベスト、セーター、Tシャツ、道具入れ、バッグの6種類が新品

として登場。それぞれ27~327ドルで、ウォーンウェアのWebサイトで販売を開始したほか、各地にポップアップストアを設け、販売と修理の両方を行っている。一方、消費者のほうは、古着をパタゴニアに持って行くことで、ウォーンウェアの商品が買える点数をもらえる。新製品、修理、リクラフテッドと、パタゴニアはアパレルを長寿にしているのである。

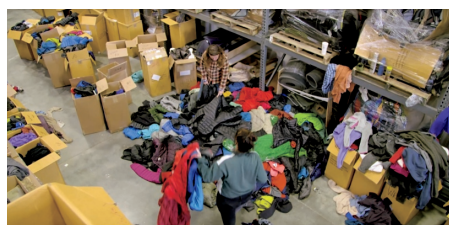


英国のサステナビリティ専門家エリザベス・クライン。彼女は著書『コンシャス・クローゼット』の中で、環境保護を重視するアパレルメーカーの商品の購入を消費者に奨励している。©『コンシャス・クローゼット』より

スローファッション・ムーブメント

「スローファッションは商品ではありません。ムーブメントです」と、『コンシャス・クローゼット(The Conscious Closet)』の著者で、消費者文化のエキスパートであるエリザベス・クライン(Elizabeth L. Cline)は言う。「環境への配慮を怠っているアパレルメーカーの商品は買わない、という意識的な選択を促す運動です」。

ファストファッションの先端を走っていたZARA、H&Mでさえ、より長持ちするアパレルの製作に乗り出している。商品のサステナビリティに点数を付ける「グッド・オン・ユー(Good On You)」をクリックする消費者の数も増えている。ファッション界のこの動きが、他の産業、業界にも野火のように広がることを祈りたい。



パタゴニアに集まった古い商品の山。使える部分を集め、新しい商品として作り変える作業は、多くの優れた職人たちの努力の結晶だ。出来上がった世界中で一つしかないジャケットは、飛ぶように売れるそうだ。©パタゴニアPRビデオより