

現代日本における古着市場の 意義とその諸特質に対する

一 考察

～現代の古着分野の分析と新
たな市場開拓への提起～

The meaning and a study
of characteristics of
second-hand clothes
market in modern Japan -
the analysis of a field of
modern second-hand
clothes and the

presentation of new markets development -

1. 論文タイトル：

現代日本における古着市場の意義とその諸特質に対する一考察

～現代の古着分野の分析と新たな市場開拓への提起～

2. 論文タイトル（英語）：

The meaning and a study of characteristics of second-hand clothes market
in modern Japan - the analysis of a field of modern second-hand clothes and
the presentation of new markets development -

3. キーワード：

衣・住生活学 古着 服飾文化 フリーマーケット リサイクル

4. 日本語論文要旨

近年、様々なファッション雑誌で「古着」という言葉を目にするようになった。身の回りにも数多くの古着店が並び、多くの人々が利用しているのではないだろうか。そのなかには新品よりも高価で売買されている品物さえある。本来古着というものは、捨てるのはもったいない、金銭的に余裕がないと感じた人々が着用した衣料品の売買を行うことで出現した分野ではなかろうか。そのような本来の古着の概念において我々はまず、「もったいない」という情緒的要素が要因の1つであり、現代における「エコロジー」に関連すると考えた。また、金銭面の問題から古着を購入するという意識に大幅な変化が起こっており、古着の様相の変遷に関連しているのではないかと予想した。古着の購入は、フリーマーケットやリサイクルショップ、行政のボランティアなど売買のフィールドは様々である。このように、ますます広義になる古着分野の変遷、位置づけを行うとともに、今後の新たな古着市場開拓の可能性について提起する。主にアンケート調査、古着店へのインタビュー、リサイクル活動を行う行政機関への訪問、フリーマーケット、への訪問、衣料品の海外輸出に関するデータを交えて統括していく。

5. 英語論文要旨

Recently, “second-hand clothes” has been commonly used in various fashion magazines. You may have observed many second-hand stores and may even possess one. Interestingly, the price of some of these are much higher than brand new clothes. Originally, the category of second-hand products was emerged when those who found it wasteful to throw out their clothes and those who cannot afford expensive new products started the business with lowered prices. Given these aspects, the idea of second-hand products relate to these two causes: the feeling of not wanting to waste and ecology. It is anticipated that the change of the role of second hand products is associated with an enormous change in people’s perspective of purchasing the second hand products because of financial problems. One can purchase or sell the second hand shop in many occasions, such as flea market, recycle shop and volunteering events hosted by the government. Possibility of such business is suggested as we analyze the change and the role in the market. This includes public survey, interview results at the second hand clothes shop, visit to governmental office which conducts recycling activities and flea markets, and data on export of clothes.

【目次】

第一章 現代における「古着」とは

第一節 古着の概念の変遷

第二節 現在の古着に関する模式図

第二章 古着に対する意識調査と古着店の現状

第一節 古着に対する意識調査(アンケート)

第二節 古着店へのインタビュー

第三節 アンケートとインタビューから分かる現在における古着店とは

第三章 民間と行政の行うリサイクル活動の現状

第一節 インタビューから分かるフリーマーケットの現状

第二節 墨田区の実施する衣料リサイクル活動の詳細

第四章 総括

参考文献・データ出典

第一章 現代における「古着」とは

第一節 古着の概念の変遷

200 年ほど前まで、日本の服飾文化は現在と大きく違っていた。人々が身にまとっていたものは和装、着物がほとんどであった。「江戸時代まで、わが国では衣料品はきわめて貴重であり、重要な資産であったから、武士でも新しく仕立卸しの服を着ることは、生涯幾度もなかった。したがって、一度着るようになった服は、大事に着て、破れればつくろい、死ねば、家族や親戚に形見として遺贈した。」¹とあるように衣服に対する価値観現代が大きく異なっていた。また、方形の布の組み合わせで成り立つ着物は、凹凸を持つ人の身体にぴったりと合うものにはならない。そこで個人の体型に厳密に合わせて作る必要がないので、寸法取りなどの点で標準化が生じやすいものであった。そこで、標準化が生じるということは、ひとつのものを複数人の人が使用できるということであり、人手から人手にわたる仕組みが生まれやすい、ということでもある²。現在百貨店として名をはせている高島屋は 1831(天保 2)年飯田新七が、京都烏丸通松原上ル西側に古着木綿商「たかしまや」を開業したことにはじまる³。日本における洋装はそもそも軍服に由来する⁴。第一次世界大戦後には女性の洋服化も進んだ。学校制服などの影響もあり、子供の洋服化も進み、太平洋戦争を迎える頃には、子供服においては洋装がほぼ中心となったといわれている。このような洋装の広がりにより、古着市場は以前のような和服～端切れによる大規模な市場規模ではなくなり、やがて縮小傾向に入ってしまった。洋装は上記のように着用者個人にフィットする形で作成されるために、人から人にわたる、つまりおさがりが困難だったからである。しかし現代の古着文化の様相に大きく近づくきっかけとなるのが敗戦である。戦禍を受けた街中で闇市など立ち並び、布を含めた衣料品の売買が増大した。再び古着市場が隆盛したのである。

¹ 中込省三『衣服産業のはじめ』1982 年

² 朝岡康二『古着』2003 年、p6

³ 渡邊美喜『企業アーカイブズとしての高島屋史料館に関する一考察』2011 年、p44

⁴ 柳洋子『ファッション化社会史』1989 年、p7

さらに羊毛の輸入量も増え、家庭で洋服を仕立てる材料が手に入れやすくなったのである⁵。そして同時に、欧米で起こったファッションに対する風潮、例えば、「流行」の創出による計画的陳腐化が日本でも一般化する兆しを見せ始めたといえる。このように服飾市場の隆盛、洋装の広がりが相まって現代の古着市場の基礎となる部分が確立していったのである。そして現在では、この基礎に加えユニクロなどの量販店に代表されるような新品の衣料品の価格の低下から古着市場が初期の古着市場とはさらに大きくことなるものと化している。上記の変遷を単純化し、現代にいたる構造の模式図を書いてみると、以下のようになる。

第二節 現在の古着に関する模式図

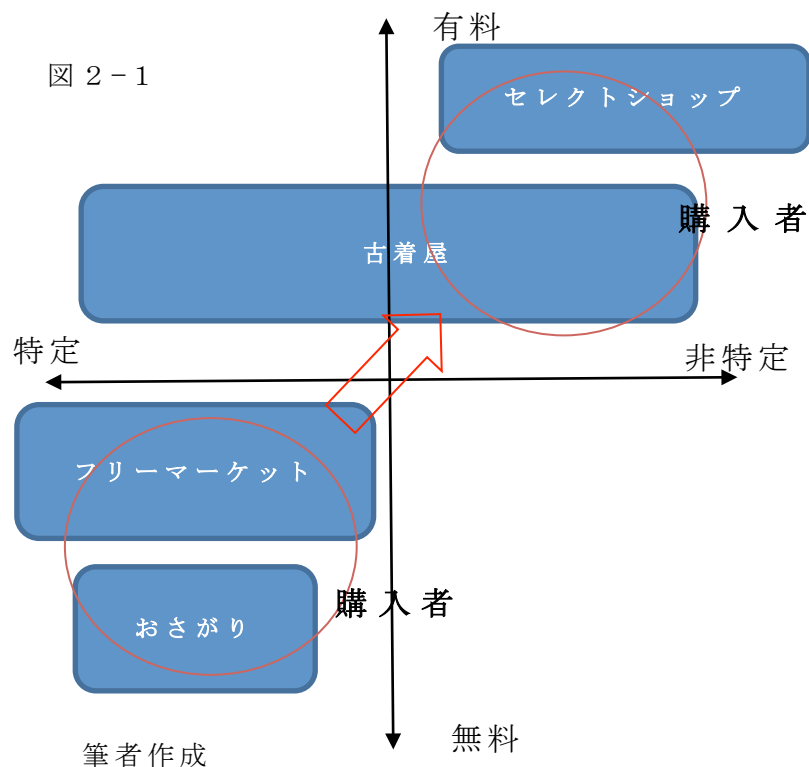


図 2-1 は昔から現代にかけての古着購入者の移行を模式図で表したものである。

⁵ 柳洋子『ファッション化社会史』1989年

縦軸は古着を入手する際に金銭のやりとりがあるかないか、横軸は古着を入手する際の取引に関係する人物を特定することができるかできないかを表している。

かつて日本では正月に 1 枚新しい衣服が入手できれば良いという時代もあり、新品を購入出来る層は裕福な階層は数少なく、多くの人々は古着を購入し家族の体型や好みに合わせて作り直して着用することが多かった。ミシンや針などの縫製技術がなければ生活が成り立たなかった。そのため当時の古着購入者の多くは親戚や近所の地域住民間でのおさがりのやりとりや、地域単位におけるフリーマーケットにおいて金銭のやりとりの少ない中古衣類の取引を行っていた。しかし現代の既製服産業は、未来への憧れを抱かせるライフスタイルを提案し続け、常に新たなファッションを生み出してきた。我々の生活はこの既製服産業の恩恵を受け、生活場面に合わせて多種多彩な衣類を購入することができるようになった⁶。実際に、日本衣料管理協会「衣料の使用実態調査報告書」（調査実施期間：平成 20 年 12 月～平成 21 年 1 月、対象は全国の大学生 1341 名）⁷によれば、大学生の 1 人当りの平均所持枚数（下着や靴下などは含まない）は 107.19 枚にも及ぶ。以上のことを踏まえ図 2-1 の左下の領域に古着購入者の多くを位置付けることにしたが、時代の移り変わりにより、衣服にかかる金銭面で余裕が出たことで購入者はファッション性を求め始めた。そして取引相手の枠が広がり取引相手が非特定の人物となり、購入価格も上昇していったため、購入者は左下から右上に移行していったのであると考える。

⁶ 社団法人日本繊維機械学会、繊維リサイクル技術研究学会、回収分別分科会「循環型社会と繊維～衣料品リサイクルの現在、過去、未来～」2012 年、p52-54

⁷ 社団法人日本衣料管理協会調査部会編「衣料の使用実態調査（実施期間：平成 20 年 12 月～平成 21 年 1 月）報告書」『日本衣料管理協会』2010 年

図 2-2

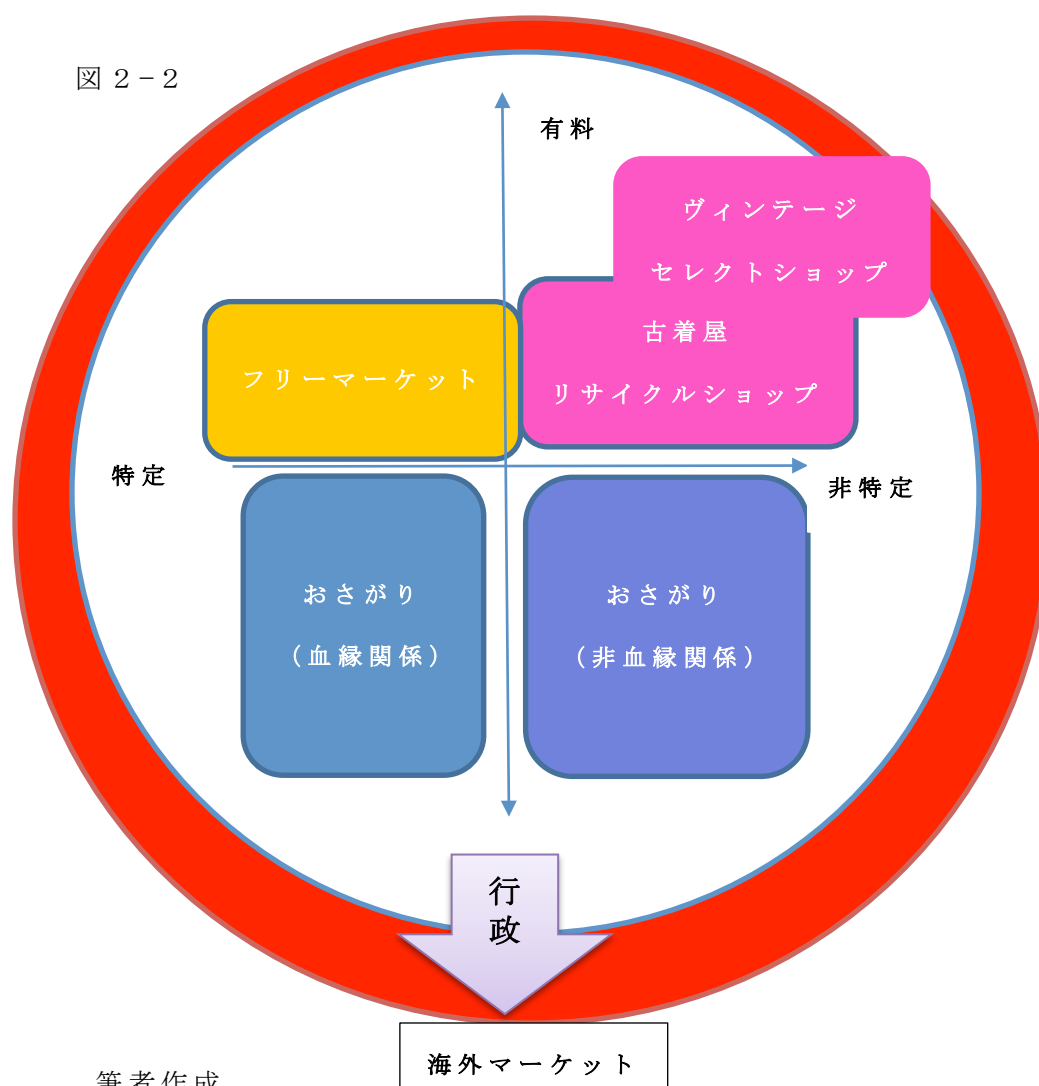


図 2-2 は現在の日本における古着市場の模式図である。各種文献によって著者が作成したものである。

こちらでも図 2-1 と同様に縦軸は古着を入手する際に金銭のやりとりがあるかないか、横軸は古着を入手する際の取引に関係する人物を特定することができるかできないかを表している。

現在の日本において縮小傾向にあるのが、古着を入手する際に金銭のやりとりがなく、取引に関係する人物を特定することが容易であるおさがりの領域である。図では横軸より下の領域がそれである。逆に拡大傾向にあるのは金銭の

やりとりがあり、取引に関係する人物を特定することが困難である古着屋、リサイクルショップ、ヴィンテージの領域であり、図では横軸より上に位置する。ここで縮小傾向にあるおさがりの領域において、衣料品の種類は制服に限られているものの成功した商業活動の例として、高松市の学校制服専門店の「さくらや」があげられる。各家庭から持ち込まれた制服や体操服を、新品の3～4割ほどの価格で、小売店の売れ残りは7割の価格で販売している。安く制服を手入れしたいがおさがりをもらう知り合いがおらず高価な新品の制服を購入せざるを得なかった主婦の起点により生まれた店舗である。おさがりのつてがなく困っている家庭は数多くあり、宣伝はチラシ等小規模のものであったが口コミなどにより売上は6年目にして初年度の約10倍、年間1200万にも上ったのである。店舗以外にPTA主催のバザーに呼ばれ出店することもあるそうだ⁸。後の章で触れるフリーマーケットにも関連する内容であり、現在縮小しているおさがりの領域は拡大する可能性を十分に秘めていると言える。

第二章 古着に対する意識調査と古着店の現状

第一節 古着に対する意識調査（アンケート）

我々は捨てるのはもったいない、金銭的に余裕がないと感じた人々が着用した衣料品の売買を行うことで出現した古着の分野が、今となっては金銭面の問題以外から古着を購入するという意識に変化しており、世代によつての意識を比べることによつて変化前と変化後の意識が分かるのではないかと考えた。これを考察するために、WEBアンケートを作成し、調査期間は7月15日から7月29日までの15日間にわたりSNSなどを利用して拡散しアンケートを実施した。世代による意識の違いを明らかにすべく、調査対象は10～20代の男女及び、50代以上の男女とした。15日間で100人の回答を得ることができ、10～20代の男性53人と女性27人、50代以上の男性10人と女性10人の回答と

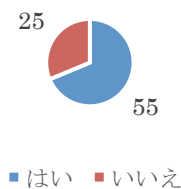
⁸ 朝日新聞『お古に商機 母の知恵』日刊、2016年9月16日付朝刊、(6)

なった。購入側の意識が設問1～5、販売側の意識が設問6～9、環境に対しての意識が10、11となっており、それぞれまとめたアンケート結果が以下である。

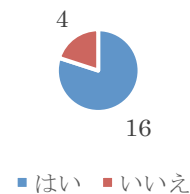
＜古着に対する意識調査＞

設問1

古着を購入したことが
ありますか
(10～20代)

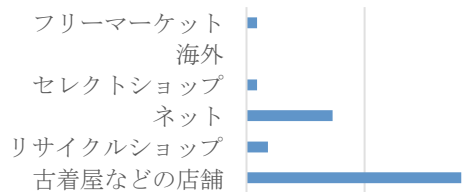


古着を購入したことが
ありますか
(50代以上)

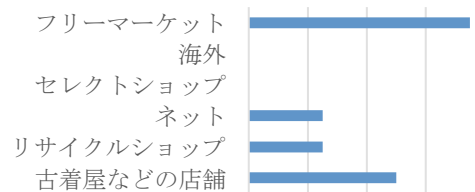


設問2

古着をどこで購入して
いますか (10～20
代)

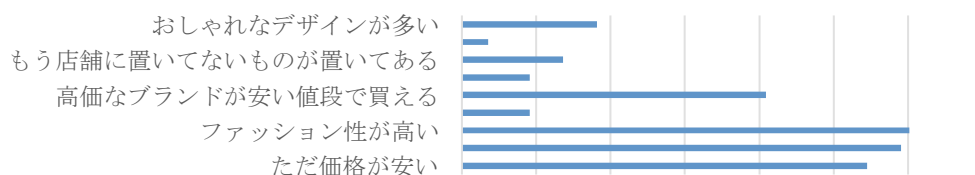


古着をどこで購入して
いますか (50代以
上)

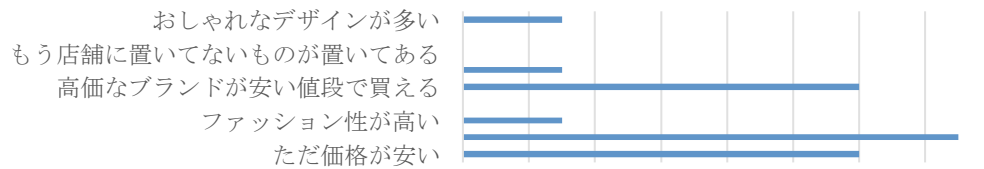


設問3

古着の魅力はなんですか (複数可)
(10～20代)



古着の魅力はなんですか（複数可）
（50代以上）

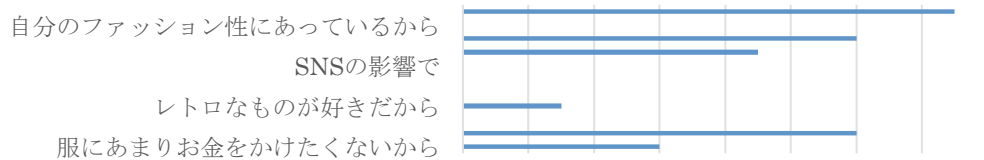


設問 4

なぜ購入したのですか（複数可）
（10～20代）



なぜ購入したのですか（複数可）
（50代以上）



設問 5

古着を買うことに抵抗
はありますか（10～
20代）



■ 抵抗はない ■ 少し抵抗がある
■ かなり抵抗がある

古着を買うことに抵抗
はありますか（50代
以上）



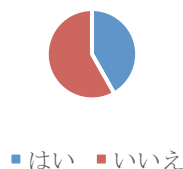
■ 抵抗はない ■ 少し抵抗がある
■ かなり抵抗がある

今回のアンケート調査から購入する立場の意識として以下のような結果を得ることができた。

設問1より古着を購入したことがある人は10～20代、50代以上ともに半数を超えていたものの、設問2より10～20代であると常に街中にある古着屋や、通勤通学中の移動中など携帯電話で気軽に買うことのできるネットでの購入が多くみられる一方、50代以上であると地域に根付いた活動という印象が強いフリーマーケットでの購入が多くみられた。また、設問3と設問4より購入理由に関して、10～20代は安さとファッション性を重視しているようにみられ、50代以上はファッション性というよりかは安さを重視しているようだが、リサイクルのため環境のことも考えて購入していることが分かった。設問5より古着を買うこと自体にどれほど抵抗を持っているのかということ、10～20代、50代以上ともに若干の抵抗はあるが、かなりの抵抗があると答えた人は2割程度と少ないという結果になった。近年ではファッション雑誌で古着の特集が組まれるなどして、他人が着たものを着ることに対する抵抗感がなくなっているともいえる⁹。続いて以下は販売側の意識をまとめたものである。

設問6

着ていた服を売却した
ことはありますか
(10～20代)



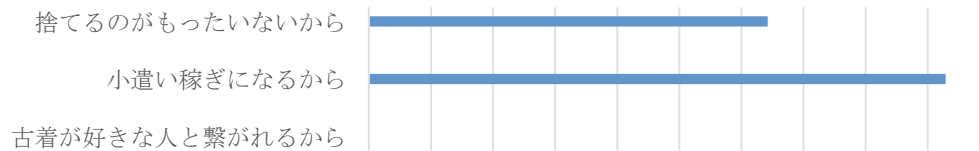
着ていた服を売却した
ことはありますか
(50代以上)



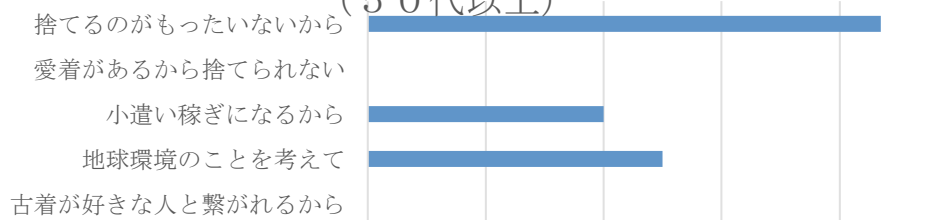
設問7

⁹ たしかな目「エコロジーが買い物を変える」『国民生活センター』、2002年、p32-33

なぜ売却したのですか（複数可）
（10～20代）



なぜ売却したのですか（複数可）
（50代以上）

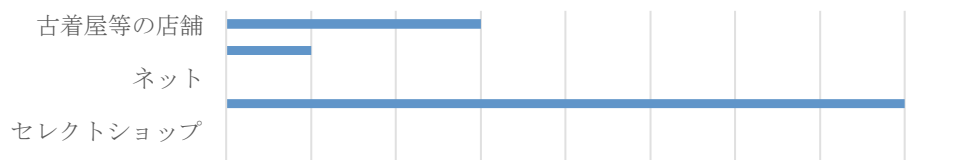


設問 8

どこで売却しましたか（複数可）
（10～20代）



どこで売却しましたか（複数可）
（50代以上）



設問 9

環境のために売却して
みたいと思いますか
(10～20代)



■ はい ■ いいえ

環境のために売却して
みたいと思いますか
(50代以上)



■ はい ■ いいえ

設問 10¹⁰

ユニクロのフリースがリサ
イクルされたものというこ
とを知っていましたか
(10～20代)



■ はい ■ いいえ

ユニクロのフリースがリサ
イクルされたものだという
ことを知っていましたか
(50代以上)



■ はい ■ いいえ

設問 11

これを知ったことで
買ってみようと思いま
したか (10～20
代)



■ はい ■ いいえ

これを知ったことで
買ってみようと思いま
したか
(50代以上)



■ はい ■ いいえ

¹⁰ ユニクロホームページ「難民等の支援」
<http://www.uniqlo.com/jp/csr/refugees/>
(最終閲覧日：2016年9月11日) 参照

次に販売する立場からの意識として以下のような結果を得ることが出来た。

設問 6 より古着を売却したことある割合は 10～20 代が 4 割ほどであるのに比べて、50 代以上は 7 割ほどと多くみられた。設問 7 より売却理由としてはどちらの世代も、捨てるのがもったいないという意識がみられたが、10～20 代では小遣い稼ぎになるという意識のほうが若干上回っていた。設問 8 より売却した場所は古着屋等の店舗が多くをしめる中、購入者意識と同様に 10～20 代ではネットという意見が多くあがっている一方で、50 代以上ではフリーマーケットでの販売が多く見られた。環境に対してはどれほどの意識を持っているのか調査したところ、設問 9、10、11 より 50 代以上は環境に良いと思えば売りたいという意見が多く見られたが、10～20 代では環境に良い悪いはあまり気にすることなく売買していると考えられる。かつては衣料がごみとして扱われることはなく、おむつとして最後まで利用されていた時代があったが、大量販売・大量消費型となりごみとして処分されるようになってしまった¹¹。衣料の場合は他の廃棄物と比較して、人々が環境に対する負荷をあまり感じていないことが問題であると言える¹²。とはいえ、環境に対する意識やリサイクル活動が高まりつつある今日だが、不用衣料については多くの問題が残されている。衣料の低価格化で買い替えサイクルが短くなり、古着をリサイクルする繊維再生産業では、入ってくる古着の量が数年前の 3 倍ほどあるのに対し、リサイクルに不向きな素材が急増したことが原因となるなどで、再生品として出荷できるのは、その 3 分の 1 以下に留まっている¹³。このように、衣類には様々な素材が使われており、そもそもリサイクルしにくい。流通が複雑で、業界として回収するのは難しいといった課題もあるが、企業ごとに回収する動きは増えてきた。衣料品量販店の「H & M」は不要になった全ての衣類を店頭で回収、「ユニクロ」と「G U (ジーユー)」は自社製の不要衣類を回収する活動を行ってい

¹¹ 五十幡健「日本の故繊維流通の現状」『環境まちづくり NPO』、元気力発電所ニュース No.5

¹² 近藤恵、小林茂雄「衣類の有効活用と生活要因との関連－紳士ワイシャツを中心にして－」『日本家政学会誌』、1997 年、55－64

¹³ 門倉建造「日本故繊維産業の現状と課題」『繊維機械学会誌』、2002 年、p71－78
産経新聞「リサイクルできず古着の山」2001 年 5 月 17 日付 夕刊
朝日新聞「古着リサイクルの危機」2001 年 5 月 14 日付 夕刊

る¹⁴。店舗に行けば気づく場合もあるが、なかなか知られる機会の少ないこういった活動をもっと広められれば、ごみとして捨てられる前にリサイクルに回すための衣類として回収率も上がっていくのではないかと考えられる。

第二節 古着屋へのインタビュー

日本の経済構造がいわゆる所得倍増計画の導入で、大量生産・大量消費型に変化し、高度成長の結果古着屋としての商売が立ちいかなくなり、ごみと一緒に大量に回収されるようになると古着は行き場を失ってしまった¹⁵。では古着屋が商売として成立している現在において、実際に街で多く見られる古着屋では古着の入手方法はどのようにしているか、また売れ残った古着はどのようにしているのかを調査するため、古着屋でインタビューを行った。

国内外のブランド衣料から、ブランドバック、小物、ジュエリー、家具まで幅広く買い取り、販売を行っているRAGTAG原宿店において2016年8月12日13:45から14:00まで原宿店店長の武藤洋平氏にインタビューを実施した。

RAGTAG原宿店の客層として男女比はほぼ同じで、10代後半から25歳が6割を占め、25歳以降が4割で売り上げのうち4割は外国人が占めているそう。販売している古着はすべてお客様から店舗に持ってきてもらっている服で、各店の資格を持ったバイヤーが状態、デザイン、ブランドを基準に買い取り価格を決めクリーニングし、定価の半額以下で販売している。売れ残ってしまったものは倉庫に残して他店舗にて販売、日本救援衣料センターに寄付、もしくはフリーマーケットなどに出品している。また、若手クリエイターを支援する取り組みとしてR-PROJECTと称し、「いいものをずっと。大切に。」をコンセプトに、若手クリエイターとコラボして古着を家具やクッションなどに

¹⁴ YOMIURI ONLINE「衣類の再生利用 普及途上」2016年3月21日掲載
<http://www.yomiuri.co.jp/eco/feature/CO005563/20160314-OYT8T50115.html>
 (最終閲覧日: 2016年9月21日) 参照

¹⁵ 中野聰恭「衣料品のリユースとリサイクラー古布・古着は貴重なリサイクル資源ー」特集環境対応を進める中小企業、10

もリメイクし、展示会などを開催している¹⁶。

第三節 アンケートとインタビューから分かる現在における古着店とは

戦後の物不足ではアメリカなどから大量の背広、シャツ、ズボン等の古着が輸入され売られていた。昭和 50 年代に入り、それまでは全て実需に基づく古着販売だったが、ファッション的価値観から一部の人々が当時新品では見つけれなかったアメリカ・スタイルを古着に求めるようになり、原宿に数軒の古着屋が出現した。その後バブル時代を迎え、それまでの「誰が着たか判らない」という古着が、「おしゃれ」な古着として認識されるようになり、わざと古着のような加工をした商品も作られるようになった。循環型社会の到来が叫ばれ、社会に古着に対する拒否反応が大きく減少しはじめた為、全国に古着屋が数多く出現し、その数は今や 3000 軒とも言われる¹⁷。アンケート結果からも分かるように、戦後からの時代を経験している 50 代以上ではファッション性はもちろんのことだが、当初の物不足からきた古着という概念が残りつつあるため、環境のことも考えて購買行動に至っているのではないだろうか。一方平成以降の時代を生活している 10～20 代は、環境のことを考えているというよりは、ファッション的価値観の 1 つの選択肢として古着を利用していると考える。

また、今回取材で売れ残ってしまった古着は、再利用されるか NPO 法人に寄付され、海外に輸出されていることがわかった。以下のグラフは実際に海外に輸出されている衣料の総量及び総額の推移である。

図 1-1

¹⁶ RAGTAG R-PROJECT

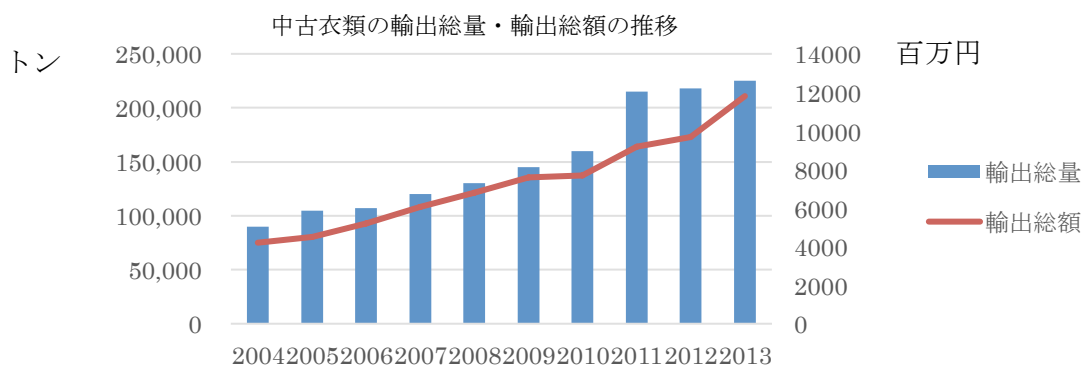
<http://www.ragtag.jp/rproject/>

(最終閲覧日：2016 年 9 月 22 日) 参照

¹⁷ 日本古着小売業協同組合

<http://www.jura.or.jp/page/p4.html>

(最終閲覧日：2016 年 9 月 11 日) 参照



「資料 5 -環境省」 www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/.../mat05.pdf

図 1 - 1 は日本の中古衣類の輸出総量並びに輸出総額の推移をグラフ化したものである。中古衣類は年々増加傾向にあり 2004 年から 2013 年までの 10 年間でおよそ 2.4 倍増加している。これに比例するように輸出総額も同期間で同程度増加しているが、この背景には日本の中古衣類の品質の高さが影響しているおり、日本の中古衣類が比較的新しくまだ着用が可能なものが多いことや流行を意識したものが多いことが関係していると考えられる¹⁸。

図 1 - 2

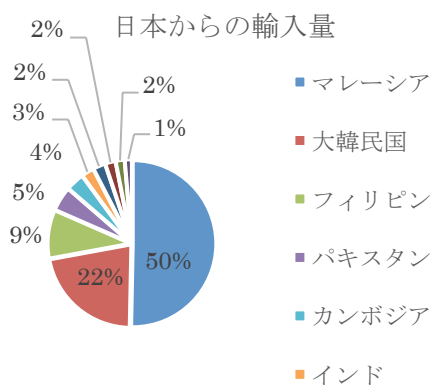
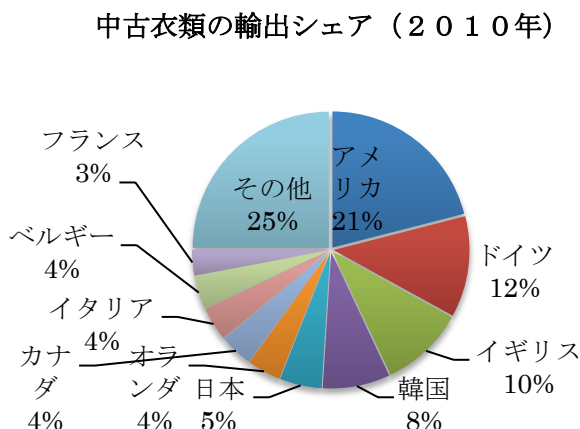


図 1 - 3



「資料 5 -環境省」 www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/.../mat05.pdf

¹⁸ 「資料 5 -環境省」

www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/.../mat05.pdf

(最終閲覧日：2016 年 9 月 11 日) 参照

図1-2は日本からの輸入量上位10カ国をグラフにしたものである日本の輸出相手国上位10カ国は東南アジアをはじめとするアジア圏の発展途上の国々によって構成されている。輸出相手国上位10カ国の多くが発展途上国である原因として、古着の焼却率が80%から90%近くに達するといわれている先進国における中古衣類の飽和状況があると考えられる¹⁹。そのため、図1-3から分かるように中古衣類の輸出シェア上位10カ国は先進国によって占められている。つまり先進国では中古衣類が大量に存在し、そこから溢れ出た中古衣類が輸出され、輸出先として選ばれるのが中古衣類の飽和がない発展途上国ということである²⁰。

第三章 民間と行政の行うリサイクル活動の現状

第一節 インタビューから分かるフリーマーケットの現状

フリーマーケットは1970年代後半にアメリカから導入され、東京を中心にリサイクル、手作り品販売、福祉関連のチャリティを目的に始められた。従来の「市」のような露天商、同業者組合等とは関係なく、出店者は一般庶民や手作り品作家等の多様な出店者層で構成されるという出店形態も特徴であり、管理運営面に関しては目的意識を持った主催者主体によって能動的に開催される点が特徴といえる²¹。しかしその後、日本各地に広がる過程において、従来からの露天市と並んでオープンスペースにおける「市」の一形態として定着した。フリーマーケットに関する研究は、露店を空間構成要素として位置付けた研究

¹⁹ 社団法人日本繊維機械学会、繊維リサイクル技術研究学会、回収分別分科会（2012）「循環型社会と繊維～衣料品リサイクルの現在、過去、未来～」、p7

²⁰ 「資料5-環境省」

www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/.../mat05.pdf

（最終閲覧日：2016年9月11日）参照

²¹ 藤岡薫「フリーマーケットはこうやる」『ユニプラン』、2001年、p8-9

22、「市」を近代的集客施設と同等に捉える視点のもの²³、盛り場の一種としてとらえる視点のもの²⁴、社寺境内地における空間利用と新たな可能性を持った「場」の形成という視点²⁵などがあるが、我々は今回地域で行われているフリーマーケットが地域活性化の一要素²⁶として定期的に行っているという位置づけの中に、販売者はどのような意識を持って行っているのかを調査すべく、2016 年 8 月 21 日 11:30 から目黒区のフリーマーケットにてインタビューを行った。目黒区フリーマーケットは毎月目黒川にかかるふれあい橋で開催されており、30 代から 70 代まで目黒区民のみが出品できる。宣伝方法としては、主に区が区民に回覧板でチラシを配っている。相場は 50 円から高くても 1000 円で売値はすべて販売者が決めることができ、交渉次第では任意で安くすることが出来る。基本はリサイクル品が原則であり、使用済みの衣類や鞆などが中心だが、リサイクル目的なので、着物の帯などの昔の丈夫な生地を手提げ鞆にする程度のリメイクの範囲であれば販売可能である。実際に販売している方の意識として、商売が目的ではなく、誰かに譲りたいと思っている方がほとんどのため、通りすがりの区民以外の方が気軽に見てくれて買ってもらえる値段になっている。そうすることで、目黒区として行っているリサイクル活動を広めることに繋がるのである。

現状として古着として利用するリユースを含め、衣類のリサイクル率は 26%で 90~80%台のアルミ缶やスチール缶、ペットボトルと比べ、3 分の 1 以下にとどまっている²⁷。アンケートからもわかるように、古着を着ることに抵抗を持たず、むしろ古着をおしゃれ感覚で楽しみながら着こなす人が増えているということは、環境のことを叫ばなくても自然体でできるところから、資源の有

22 橋本英樹他「都市構成要素としての露店の研究」『1994 年度日本建築学会学術講演梗概集』、1994 年、p193-198

23 佐々木厚司他「京都北野界限における高齢者の施設利用」『1995 年度日本建築学会学術講演梗概集』、1995 年、p55-56

24 堀口雄嗣他「神社と盛り場空間の関連性 - 佐賀・松原神社の事例研究」『1996 年都市計画論文集』、1996 年、p271-276

25 朝倉真一、野嶋政和「地域活性化を目的とした社寺境内地におけるフリーマーケットの特性と課題に関する研究」『平成 15 年日本造園学会全国大会』2003 年、p59

26 折田仁典「DEMATEL 法による定期市問題の構造化に関する研究」『第 30 回日本都市計画学会学術研究論文集』、1995 年、p505-510

27 独立行政法人「中小企業基盤整備機構」調査、2009 年

効活用について意識しながら売ったり買ったりしなくても、フリーマーケットが結果的に資源を有効活用することに繋がれば素晴らしいことである²⁸。

第二節 墨田区の実施する衣料リサイクル活動の詳細

自治体がリサイクルに取り組み始めたのは、70年代のごみ戦争と石油ショックがきっかけであった。リサイクル行政として最も広く行われているのは、啓発や消費者教育である。特に、省資源・省エネルギー施策の一環として、自治体のみならず国も啓発事業を進めてきたし、清掃事業の立場からはごみ減量を目的として直接、間接にリサイクル活動に関与するようになった²⁹。

東京都内で行政機関が中心となって衣料のリサイクル活動を行っている区というのはそう多くはなかった。その中でも力を注いでいるのは墨田区と台東区の二つであると言えるが、今回は墨田区に視点を当てる。墨田区は東京東部に位置する、人口約23万人、面積14km²であり、深刻化する資源・環境問題やごみに対応したリサイクル型の都市づくりの実現に向けて「墨田区リサイクル都市づくり懇談会」（座長：寄本勝美早稲田大学政治経済学部教授）を区長の諮問機関として設置し、「リサイクル都市すみだ」の在り方について総合的に調査・検討を加えてきた³⁰。

我々は墨田清掃センター並びに墨田リサイクルセンターに伺い、2016年月26日午前11時から1時間に渡り墨田区都市整備部環境担当兼すみだ清掃事務所啓発指導係の主事である山岸洋輔氏にインタビューを実施した。

墨田区では二通りの方法によって衣料のリサイクル活動を行っている。一つ目は区として回収・分別し、東南アジアを中心とした輸出と衣料を繊維レベルまで戻し手袋や車の防音材等を製造する再利用である。この回収は年間で7回

²⁸ 布施谷節子「フリーマーケットに関する意識と購買の実態」『和洋女子大学紀要 第43集（家政系編）』2001年

²⁹ 山本耕平「地方自治体のごみ・リサイクル問題への取り組み」『日本地域開発センター』1993年、p18

³⁰ 平井徹「リサイクル都市すみだ」『地方自治体のごみ・リサイクル問題への取り組み』、p18-19

ほど、全て無償のボランティアとして行われている。家庭ゴミの衣料であれば、汚れの有無等に関係なく回収を行ってもらえる。2016年6月25日午前10時から午後3時に墨田区役所で行われた回収では300人が訪れ、二トンを上る衣料が収集された。二つ目は墨田リサイクル活動センターで行われている代行販売であり、1996年に発足され、現在20名ほど在籍しているリサイクルの会によって運用されている。区民が自ら価格付けを施した古着から雑貨・鞆まで幅広く、ハンドメイド・リメイクを除いた正規品のみを5週間預かり、代行で販売を行う。実際の価格設定は50円から5000円で、査定において墨田区からの一切の干渉はない。リサイクルセンターの運用費として、出品数が5品につき200円、10品につき400円の手数料が掛かる。墨田リサイクルセンターへの登録は7000名を上るが実際に何度も足を運んでいるのは200名程であり、利用者間では地域コミュニケーションの場としても利用されている。宣伝方法としては、高齢者の参加者が多いためインターネットを介するものよりも、公民館や区役所などの施設にポスターを貼ったりチラシを配布したりすることが効果的であるため、宣伝方法が紙媒体に限定されている。また、購入者側は衣服への無関心またはファッション性を重視等の傾向が見られたが、売却者側は日本古来の考え方である「もったいない」や最後まで誰かに有効活用してほしいといったリサイクルへの意識が見られた。

第四章 総括

これらの調査をふまえ、我々は今後の日本の古着市場による新たな展望として、購入者目線ではなく、売却者に注目すべきであると考え。新品を販売する衣服店、古着店、両者同様に売れ残りを海外に輸出するルートは現在確立されているといえるが、一方では墨田区の活動への訪問から、行政の働きかけの有無に関わらず市民間での衣料品の取引の活性化が必要である、という結論に至った。つまり、もったいないという感情をもとに、市民間で気軽に古着を売買できる場をより身近に設置することで、まず市民により廃棄される衣料品か

ら減らすことが可能になるのである。さらに地域間でのコミュニケーションを増加させるというメリットを含んだフリーマーケットに注目した。古着の購入に関してアンケートやインタビュー調査から、現代はエコロジーという面での要素は少ないと我々は考える。しかし、もったいないという感情をもとに、より多くの人々が自らの衣料品を売却するもっとも近い場所が、実際の訪問から開催場所によって参加者の年齢が大きく異なり、商品の内容も大きく異なるフリーマーケットであり、現在の生活に不足しているのである。我々は、行政がより地域間で細かくフリーマーケットのような衣料品売買の場を設置することで、年齢のばらつきが少なくなり、多くの人々が衣料品を売買するという文化が発展するのではないかと考えている。

参考文献（日本語論文）

- ・ 渡邊美喜『企業アーカイブズとしての高島屋史料館に関する一考察』2011年、p44
- ・ 社団法人日本繊維機械学会、繊維リサイクル技術研究学会、回収分別分科会「循環型社会と繊維～衣料品リサイクルの現在、過去、未来～」2012年、p52－54
- ・ 社団法人日本衣料管理協会調査部会編「衣料の使用実態調査（実施期間：平成 20 年 12 月～平成 21 年 1 月）報告書」『日本衣料管理協会』2010年
- ・ たしかな目「エコロジーが買い物を変える」『国民生活センター』、2002年、p32－33
- ・ 五十幡健「日本の故繊維流通の現状」『環境まちづくり NPO』、元気力発電所ニュース No.5
- ・ 近藤恵、小林茂雄「衣類の有効活用と生活要因との関連－紳士ワイシャツを中心に－」『日本家政学会誌』、1997年、55－64
- ・ 門倉建造「日本故繊維産業の現状と課題」『繊維機械学会誌』、2002年、p71

－ 78

- ・ 社団法人日本繊維機械学会、繊維リサイクル技術研究学会、回収分別分科会（2012）「循環型社会と繊維～衣料品リサイクルの現在、過去、未来～」、p7
- ・ 橋本英樹他「都市構成要素としての露店の研究」『1994 年度日本建築学会学術講演梗概集』、1994 年、p193-198
- ・ 佐々木厚司他「京都北野界限における高齢者の施設利用」『1995 年度日本建築学会学術講演梗概集』、1995 年、p55-56
- ・ 堀口雄嗣他「神社と盛り場空間の関連性 - 佐賀・松原神社の事例研究」『1996 年都市計画論文集』、1996 年、p271－276
- ・ 朝倉真一、野嶋政和「地域活性化を目的とした社寺境内地におけるフリーマーケットの特性と課題に関する研究」『平成 15 年日本造園学会全国大会』2003 年、p59
- ・ 折田仁典「DEMATEL 法による定期市問題の構造化に関する研究」『第 30 回日本都市計画学会学術研究論文集』、1995 年、p505－510
- ・ 布施谷節子「フリーマーケットに関する意識と購買の実態」『和洋女子大学紀要 第 43 集（家政系編）』2001 年
- ・ 山本耕平「地方自治体のごみ・リサイクル問題への取り組み」『日本地域開発センター』1993 年、p18
- ・ 平井徹「リサイクル都市すみだ」『地方自治体のごみ・リサイクル問題への取り組み』、p18－19
- ・ 中野聰恭「衣料品のリユースとリサイクルー古布・古着は貴重なリサイクル資源－」『特集環境対応を進める中小企業』、p10

参考文献（日本語本）

- ・ 中込省三『衣服産業のはじめ』国際連合大学、1982 年
- ・ 朝岡康二『古着』法政大学出版局、2003 年、p6
- ・ 柳洋子『ファッション化社会史』ぎょうせい、1989 年

- ・ 増田美子『日本服飾史』東京堂出版、2013年
- ・ 藤岡薫「フリーマーケットはこうやる」『ユニプラン』、2001年、p8-9

参考文献（新聞等）

- ・ 朝日新聞『お古に商機 母の知恵』日刊、2016年9月16日付朝刊、(6)
- ・ 産経新聞「リサイクルできず古着の山」2001年5月17日付 夕刊
- ・ 朝日新聞「古着リサイクルの危機」2001年5月14日付 夕刊

参考 URL

- ・ ユニクロホームページ「難民等の支援」

<http://www.uniqlo.com/jp/csr/refugees/>（最終閲覧日：2016年9月11日）

参照

- ・ YOMIURI ONLINE「衣類の再生利用 普及途上」2016年3月21日掲載

<http://www.yomiuri.co.jp/eco/feature/CO005563/20160314-OYT8T50115.html>（最終閲覧日：2016年9月21日）参照

- ・ RAGTAG R-PROJECT

<http://www.ragtag.jp/rproject/>（最終閲覧日：2016年9月22日）参照

- ・ 日本古着小売業協同組合

<http://www.jura.or.jp/page/p4.html>（最終閲覧日：2016年9月11日）参照

- ・ 環境省HP

www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/.../mat05.pdf（最終閲覧日：2016年9月11日）参照