

今週のテーマ  
生活・文化

# 織 研 教

## アパレルメーカーの果敢な挑戦

松本大地／商い創造研究所・賑わい創研代表取締役、ローカルファースト財団理事

アパレル業界が売れ残った新品の衣料品を、国内だけで毎年10億着も大量に廃棄している実情が明らかになった。環境問題に過敏な生活者からはサステイナブル(持続可能)ではないとの批判が高まった中、環境や社会問題とのつながりを考えて事業化を進めるアパレルメーカーの動きを目にするようになった。その行動は社会的責任を果たすとともに、新たなビジネスフィールドを広げる好機にもなっている。

### 鎌倉らしい作務衣作り

ユニークな取り組みをしているのが、メーカーズシャツ鎌倉である。コロナ禍を機に発祥の地である鎌倉市にフォーカスし、自社の物作りの強みを生かした行動に着手した。

きっかけは、鎌倉五山の一つである浄智寺にて20年秋冬新作カタログ撮影をした際に、住職より鎌倉らしい作務衣ができないかとの問いからだ。デニムでは素材から生産、販売までトップシェアの岡山県福山市のカイハラと組み、メイド・イン・ジャパンを世界に発信する両社の技術を掛け合わせ、北条家の家紋をあしらった試作品が出来上がった。

着れば着るほど味の出るデニム生地から生まれた作務衣のサンプルを元に、建長寺、円覚寺、長谷寺などからも着心地や機能性などの声を聞きながら調整を続けており、現在は市販可能な完成品に向けた最終段階にある。

また、全国的にアジサイが有名な円覚寺や長谷寺より散った花びらを集め、自然の植物から抽出した色素で染めるボタニカルダイ手法でのシャツ作りプロジェクトを並行して進めている。「化学染料とは異なる目に刺さない柔らかい色合いは、ナチュラルな人間の生き方になじむ。鎌倉の桜や紅葉を使ったシャツ作りにもチャレンジをしていく」と貞末哲兵常務取締役は

## Study Room

語った。近々、店頭やネットでも販売する予定であり、時代の流れに沿ったサーキュラーエコノミーを具現化した商品作りは、社会課題解決を見える化する事で伝わりやすい。共感する生活者の大きな話題になるだろう。

### 居住して地方を活性化

一方、大都市集中による地方の過疎化に歯止めがかからず、地方創生の掛け声は続いているものの、年々独自に何かを産み出す力が失われている感がある。大都市では大学入学時に大都市に若者が移転し、そのまま就職時に故郷を離れる若年層流出の事実がある。結果として超高齢化と人口減少により働き盛りの生産年齢人口が激減し、地方では新たな価値をつくる気力や機会が薄れ、自立性に欠け



ボタニカルダイのシャツ作りに散った花弁を回収するメーカーズシャツ鎌倉

## 環境や社会問題を事業化

たまま本質的な打開策を見いだせずにいる。

ユニテッドアローズのグループ企業であるコーエンは、21年3月末に神奈川県清川村宮ヶ瀬湖畔エリアの指定管理者に3年契約で選定された。清川村の人口は90年には3549人だったが、現在は3045人となり、30年には人口2684人、高齢化率は40%強と予測される。年々増加する高齢化によって地元の管理組合の維持が困難になり、村全体活性化への期待もあって公募により民間との連携をすることとなったのが背景だ。コーエンは「誰もが集い、安らげる場所。そんなパークというブランドでありたい」という自社のコンセプトに対し、「自分たちの存在意義は何であるのかの本質を探り、得た本質をお客様に伝えていきたい」と、アートディレクター嶋嶋大介氏は新プロジェクトへの真意を語った。

現地居住スタッフの社内公募をしたところ、女性を含め2人の起用が決まり、現在は場所の魅力、地域産業の魅力を深掘りし、もののつくりから、この提案まで、企画内容を進捗中である。最大のミッションは、3年間で地元の人たちの意欲が変わり、自立できるかだ。その実現には、コーエンのパークでありたいと願うブランドコンセプトと共に、「公園から多様な人が交わる交園」になることだろう。

### 同質化せず異質で良い

多くのアパレルメーカーが事業拡大とともにパワーを失った理由は、商品や店作りの似たり寄ったりの同質性による行き詰まりだ。衣料品廃棄処分についても、同業他社も同じことをし

ているからと慢性化したからだ。実例のアパレルメーカーに共通するのは、事業ドメインにぶれることなく、「違い」を良しとし、「違い」にこだわり、「違い」に挑戦していること。「同質化せず異質で良い」との進路を歩めるのは、現場での顧客との接点があり、今の気持ちを察するマーケット・アイが磨かれているからと得心する。コロナ禍で人々の暮らしや働き方やモノの考え方が変化し、より本質的な価値を求めるようになった。アパレルメーカーで働く人々も同様で、社会課題解決を事業化し、世間から敬愛されることは大きな喜びとなり、企業姿勢に共鳴する素晴らしい人材が集まるだろう。

ファッションマーケットで培った発想力や感性で、時代の半歩先を行く商品作りや持続性あるまちづくり活動を期待したい。企業が来てくれた、かかわってくれた、それで終わりではなく、地域と人をつなぎ、一緒に地域の価値をつくり出しているかが問われよう。

まつもと だいち マーケティング、プランニングから業態開発、プロデュース業務を推進。領域は最新のSCプランから街づくりまで及ぶ。経産省「コト消費づくり委員、鎌倉市アドバイザー、IFEI(ファッション産業人材育成機構)講師。全国で街づくり講演や、米ポートランドのライフスタイル、街づくり研究から新たな時代潮流を発表。18年6月リアルメリットを研究開発する賑わい創研設立。著書に『最高の商いをデザインする方法』(エクスナレッジ社)。