

発行日 平成 25 年 10 月 4 日

# 「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」フォーラムニュース 65号

発行：「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」 広報委員会

〒 105 - 0003 東京都港区西新橋 1 - 14 - 7 山形ビル3階

TEL 03 (3504) 9800 FAX 03(5157) 3180

E-Mail [csn-hq@eco-texj.co.jp](mailto:csn-hq@eco-texj.co.jp)

錦秋の候、貴社ますますご盛栄のこととお喜び申し上げます。平素は格別のお引き立てをいただき、厚く御礼申し上げます。

フォーラムニュース 65 号をお届けします。

---

## 9 月 12 日、第 58 回研究フォーラムセミナーが開催されました

---

開催にあたり近藤事務局長より挨拶の後、参加の皆様から近況などのご報告をいただきました。

続いて、株式会社トム・代表取締役・柳田信之氏から「持続するファッションビジネス」をテーマに、メイド・イン・ジャパンを含めて、サステナブルなファッション業界を日本で作るにはどうしたらいいのかなどのお話を頂きました。



柳田社長は、鈴屋でファッションや開発関係を担当。退社後、コンサルティング活動を実施。量販店、百貨店、アパレル企業などでマーケティングの仕事をしてきている。

「これまで通じて行ってきたのはマーケティング。マーケティングとは、一言でいうと欲望を刺激して消費を増やすこと。しかし、環境問題が出てきてから、“これでいいのか”という根本的な問題に突き当たりました。昔は、地球の資源は無限 というのが前提でした。今地球は有限ということは知っていますが、無限であるとの考え方は変わりません。有限の中で、無限の発展はあり得ません」と強調した。

柳田社長には以下のようにご講演いただきました。

今、人間は地球自然生産力の 1.25 倍の消費をしています。ですから、いずれおかしくなる。環境問題が薄れ、デフレ脱却など経済問題が優先になっている。例えば、海が植物以上に CO<sub>2</sub> を消化してくれているが、CO<sub>2</sub> の濃度が上がっていくと、サンゴや稚貝が死んでしまうそうです。もしサンゴが全滅したりすると、海から生まれた生態系は根本から駄



目になってしまう。しかし、そういう危機感がありながら人間は、給料アップなど今日の豊かさを求めることを優先してしまう。明日の危険を何となく先延ばしにしている。ところが、あっと気が付いた時にはり返しのつかないことになります。

昨年解散することになった地球環境財団から諮問委員長を依頼され、1年ほどお世話になりました。その中でサステイナブルという言葉がたくさん出てき

ました。

オリンピックの東京開催は感動的です。ただ、オリンピック効果も主張されますが、それによって7年から10年ほどはサステイナブルという考えが遅れてしまう。その間に環境破壊が進みます。また、TPPも進みます。TPPで一番怖いのは、世界中が分業化することです。

## ファッションビジネスとサステイナブル社会

### 1. 倫理

世界中が分業化してしまうと述べましたが、自然界は分業にはなっていない。例えば、白熊は氷が溶けると餌が取れないので死んでしまうと言われますが、白熊は10万年前はヒグマだった。北極の氷がなくなって草木が生えるようになればヒグマに戻ればいいわけです。もっと怖いのは、目に見えない世界の変化。蜂がいなくなったことや、バクテリアを農薬で皆殺してしまうことなどがより怖い。見えないところで、我々の生存の背景を自分たちが壊している。見える世界の変化は、大したことはない。見えない世界の変化が怖い。それを気が付かないといけない。そうすると、オリンピックでインフラをきれいにすると建物を建て替えるなど、これから色々出てきますが、環境破壊などが忘れられてしまう。

生態系は基本的に複雑系。が、生産性を上げるために、生態系を単純化していく。今、自然林は0.4%ほど。日本は7割が山というが、手を入れないと山が荒れる。そのほとんどが人工林だから。杉、松、ヒノキなど種類を絞り生産性を上げたが、植え付けのバランスが良くない。保水力がなくなり、竹が出て日本の自然を壊し始めている。人間が手を入れないと守れない自然なんて不思議。人間の豊かさを求めるために、環境を変えてきてしまった。

大事なことは、命と文化と遺伝子を伝達する環境を守ること。そう気が付いた。生命の持続という事。体の不調と調和であり、新たに自然環境の問題に取り組んでいる。サステイナブルというものも地球環境財団でお世話になった時に勉強させていただいた。どうやって持続する地球であり、人類であり社会であることなのか。1番いいのは消費しないこ

と。

ファッションは、欲望を刺激して新しい感性をメインディッシュにして売っていくもの。今の時代はそれでは駄目ですが、自己顕示欲や社会的同化意識があり毎年新しいものを打ち出してきた。だから、まだ着られるのにどうやって早く捨てさせるのがマーケティングだった。消費は美德との言葉が一時はやった。

## 2 . 智慧

いかに心豊かに、それでいて資源の無駄使いをしないように。それを支えるファッション業界としても、そういうライフスタイルに合わせて、企業としてちゃんと収益を得られて、尚且つ資源を無駄使いしないようにしなければならないという矛盾があり、それを克服するのは知恵。技術革新ととらえてもいい。

もう1つ、倫理観を変える必要があるし、変わらなければならない。では、倫理とは何か。それは、人間が生き残っていくための都合のいい考え方です。絶対的と相対的な倫理観がある。倫理は、時代によって変わる。生命の知恵でもある。1つの例として、一妻多夫の中国の例ですが、その理由は福建省の山中では耕す農地が少なく、男性1人が女性1人を養う収穫を得られない。だから3人の男性で1人の奥さんを養う。倫理観がないのではなく、種族を残すというその地域の知恵から生まれました。倫理観は地域と時代によって変わる。そうすると、無限という地球の前提から、有限という地球に代った時に倫理観が変わるのは当たり前ですね。

自然の多様な生態系の中で、分業化・単純化を推し進めるということはどういう事になるか。日本の森が荒れたのと一緒になる。分業化の中での人間はストレスがたまり怒りやすくなる。東南アジアの畑の中は貧乏だが穏やか。スリランカの犬は穏やか。それと便利さと豊かさをどう両立させていくかですが、それを生み出すのが知恵なのです。

F Bをやりながら、尚且つ無駄ではないものを行うには2つの視点がある。

まず、倫理観の前に一々個人的な認識だが“命”とはないかと考える。

それは、他の命に役に立つこと。それには二つある。同世代を助けるボランティア。東南アジアなどで日本人の若いボランティアが活躍。また、文化的な活動もほぼ日本人。一つはこのように周りにどれだけ役に立つか。もう一つは、縦の命。先祖から子孫、未来に命を繋いでいく。今の経済の立て直しは悪いことではないが、それによって、未来に失うものが多すぎませんか。孫は大丈夫ですか。2050年に二酸化炭素があと10数%増えたら海洋生物が生きることができないと学者が言い始めている。それらを本気で考えているのだろうか。

それで倫理観を変えるのと同時に、色々と知恵も必要になってきます。

## 3 . 新しい視点を持つ

### 環境生産性という概念

かつてニットのバイヤーをしていました。婦人のインナーのセーター。最近はスーツの

下にセーターを着る人は少なくなりましたが、昔はよくいました。婦人のインナーのセーターの重さは平均で約 250 グラム。1頭の羊で約 4 枚の量の糸をとれる。1頭の羊が1年間でどれだけの牧草を食べるのか。平均 1 エイカーだそうです。単純計算で、1 エイカーで 4 枚のセーターができる。ファストファッション系だと、1枚で 2000 円前後。セレクト系だと同 1 万円前後。

今大きく成長しているのはファストファッション系。倫理観を変えてみると、そういう企業が出てくるということは、環境破壊を増やしていることだし、未来の子供や孫たちの生活を圧迫していることであると私は考える。環境が有限なら、環境生産性という概念を持ち込むべきでしょう。

企業が環境に責任をもつのは当たり前であり、有限のものをいかに大事に使うかです。その環境生産性という概念を是非とも取り入れるべきでしょう。

基本的な理念や考え方を換えれば、我々の意識や行動、ライフスタイルや消費、文化、産業が変わるのであり、それを言わない限り、たくさん売り、たくさん店舗数を増やしたのがいいということになれば、結果的に自然の破壊が進むということになる。CO<sub>2</sub>は減らないということになる。価値がどんどん変わり、新しい倫理観や考え方を持たないといけない。

### 値引き税を

もう1つ、この業界でいうと、メーカーは在庫を残すが、商品はエネルギーをかけて資源を投入して作っていくのであり、それを売れ残ったということでバナナのように叩き売るわけです。企業は、それによって利益が減っていく。

そこで政府がおかしいと思うことがある。環境に負荷を与え、資源を無駄使いさせ、無駄な消費をさせて、それで利益が減るので税金を減らしてあげるのはおかしい。

逆ですね。私は、値引きした会社には値引き税をかけたいと思う。そうすると値引きできなくなる。そうすると、モノづくりに対する姿勢ががらりと変わります。よく、作ってから売るのでなく、売ってから作れという言葉があるが、それを系統的にどう本気になって行うか。皆本気になります。値引きして儲からなくなったので税金を減らすのは、逆ですね。



### 1. ムーブメントを作り出す

私の思いです。今度の消費税で、新商品に消費税がかかるのは仕方がなく、もう少し税

率が高めでもいい。しかし、リサイクル商品などを買う時は消費税を2～3%引き下げたらどうでしょうか。そうなれば、古着を大事に着るようになりますし、資源の無駄使いが無くなります。再加工を含めたリクチュールなどの方法はいくらでもある。これからは、地球の未来を考えると、そういう方向に行かざるを得ない。新商品消費税は消費税15%でよろしい。しかし、リサイクル・古着は3%引き下げる。それだけでも産業構造がガラッと変わります。実際、古着屋さんが増えており、私の勉強会の若いメンバーで、ジーンズのお直しをしています。尾道での実験ですが、市の職員新しいジーンズを2、3か月はいてもらい、その後に回収。洗濯後、新古着としての展開に取り組んでいる。有名人の新古着として販売したらそこに新たな価値が生まれる。クールビズのクールを少し変えて欲しい。涼しいのではなく格好いいこと。それでクールファッションを押し進めて欲しい。長く着られて格好いいファッションのキャンペーンを行ったらいい。

## これからのファッション産業を導き、つくり出す

### どういう方向に行くべきか

#### 1. 悉皆(しっかい)

着物の業界で使いますが、ものの本質を使い切る精神、という言葉です。祖父から親、子供、孫とつないでいくもので、古くなると洗い張りをしてリフレッシュするか、相当使い切ったら子供の普段着にします。リサイクルやリファッション、リメイクということになります。悉皆という概念を業界で押し進めるべきだと思っています。無駄をなくすという日本人の知恵、もったいないということ。それを産業にどう取り入れていくか。今、ファイバーリサイクルの組織やリファッションの世界があります。それをどうやって拡大していけるかですが、そのためにも、リマーチャンドライジングモールなどを作ろうと思っています。

#### 2. メード・イン・ジャパン

日本のモノづくりは、製品の細かいところまで配慮されており精密で、丁寧に作られています。世界で優れているところです。しかし、アパレルの世界で丁寧に作ったものが売れるかどうか。縫製がきれいであったとしても、輸出できるのか・・・と思う。私の思っているメイド・イン・ジャパンは、それを超えた先にあります。文化を表現するのにモノを使う。日本人の丁寧さは大事ですが、本来のメイド・イン・ジャパンは日本の文化だと思います。



パリコレでは、高田賢三氏が洋服の概念を超えたジャポニズムの世界を提唱して人気を

博しました。それは着物の概念です。西洋人は合理的な発想をします。女性の体は丸く立体的。だから彼らの服は立体裁断です。日本の着物は平面、だから帯などで作っていく着こなしです。その概念を持ち込んだことでショックを与えました。商品は概念を持っている。が、文化が違います。文化を縫っているのに、それに気が付いていない。日本の文化性を生かしたモノづくりをすべきだ。そういう文化がファッションやコンセプト、キャラクターになります。それを技術でどう表現するか。それが無くして、縫製がいいとか素材感がいいだけでは本当のメイド・イン・ジャパンにならないと思っています。

人間が生きるための基本条件と価値観は変わります。それが今ちょうど、変わりつつある。意識が変われば行動が変わります。行動が変われば我々の消費いやライフスタイルが変わります。当然、それに合わせて業界が変わるでしょう。それをどうやって各業界が仕組みしていくか。…是非とも値引き税を導入して頂きたい。

---

#### 事務局よりのお知らせ

次回、第 59 回定例セミナーは 11 月 14 日木曜日 14:30 ~ を予定しております。

講演は「中国におけるプラスチック処理」(仮題)について

講師に株式会社産業情報研究センター・調査情報室長・林 廣和氏を予定しております。

以上