

わが家のごみ箱は
SDGsと
つながっている!

衣料廃棄物について考える

織 朱實 Ori Akemi 上智大学大学院地球環境学研究科教授

専門は環境法。廃棄物や化学物質とリスクコミュニケーションなど環境全般を対象とした研究を行っている。最近、SDGsワークショップやカードゲームのファシリテータなども積極的に行っている

はじめに

最近、衣料品がとても安くなったと感じませんか？ いわゆるファストファッションの台頭により、流行を意識した装いを手軽にできるようになった現代社会。気軽に購入できる衣料品は、また気軽に廃棄されています。日本の衣料廃棄物は年間50万トンを超えると推計されています(2020年)。また、焼却・埋め立て処分されるのは90%以上とされています。エレン・マッカーサー財団の報告書*1によれば、2015年の時点では世界全体で、およそ「1秒ごとにトラック1台分」の衣料品が焼却あるいは埋め立て処分されているとあります。価格が低くなることにより、より気軽に廃棄されるようになってきた衣料品、そもそもこの低価格が可能なのはなぜか？ 今回は、ファストファッションから、衣料品とSDGsについて考えてみましょう。

衣料廃棄物の現状

衣料廃棄物は、大きく2つに分けられます。まず、衣料品を作る過程で発生する繊維廃棄物。これは「産業廃棄物」に分類されます。この繊維廃棄物は、汚れも少なく、また大量に同一素材

が発生するのでリサイクルしやすいという特徴があります。もう1つは、繊維が衣料品となり店頭並び、消費者に届けられてから捨てられて廃棄物になる衣料廃棄物。こちらは「一般廃棄物(家庭ごみ)」に分類されます。家庭ごみとなる衣料廃棄物は、汚れが付着したり、さまざまな繊維が混じり合ったりしているためにリサイクルが困難な物が多くなります。前述のとおり、環境省の資料では、家庭からごみに出される衣類50.8万トンのうち、焼却・埋め立て処分されるのは95%を占めています。また、家庭から手放される衣類75.1万トンのうち、リサイクルやリユースされる割合は約34%となっています*2。環境省の2018年度の消費者アンケートを踏まえた報告書*3によれば、過去1年の間に「使わなくなった・不用になった」物があったかの質問に対して、割合が最も多かったのは「書籍」(38.7%)に次いで「衣類・服飾品(ブランド品を除く)」(28.0%)となっています。世界的にも、衣料品の生産量が増加し、それに伴い廃棄量も増加しています。1990年には、衣料品の供給量は約20億着でしたが、2019年にはその約2倍に当たる約40億着が供給されています*4。これだけ増加しているにもかかわらず、アパレル市場は決して拡大しているわけではありません。むしろ縮小しているのです。これは、

- *1 エレン・マッカーサー財団「A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE」
https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf
- *2 環境省「令和2年度ファッションと環境に関する調査業務-『ファッションと環境』調査結果-」(2021年3月)
https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/goodpractice/case25.pdf
- *3 環境省環境再生・資源循環局総務課リサイクル推進室「平成30年度リユース市場規模調査報告書」(2019年7月)
https://www.env.go.jp/recycle/H30_reuse_research_report_1.pdf
- *4 経済産業省製造産業局生活製品課「第1回繊維産業のサステナビリティに関する検討会」(2021年2月)資料5「繊維産業の現状」
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/textile_industry/pdf/001_05_00.pdf

生産量は増加しているものの、1着当たりのコストが低価格化しているためです。

なぜ衣料廃棄物が 増えているのか？

(1) ファストファッションの台頭

衣料廃棄物増加の理由は、いくつか考えられます。1つは、世界的に中間階級が増えて衣料品の消費量が増加していること。さらに、いわゆる「ファストファッション」の台頭により、より気軽に手に入り、気軽に廃棄される衣料品が増大していることがあります。「ファストファッション」とは、ファストフードになぞらえて作られた造語で、2009年流行語大賞にも入賞した用語です。日本大百科全書(ニッポニカ)によると、「流行のデザインを取り入れた衣料品を迅速に大量生産し、短期間に売り切ってしまうファッション・ブランド、あるいはそのビジネスモデル」と定義されています。流行を取り入れながら、短いサイクルで回される製品です。価格もTシャツが数百円、ワンピースも数千円など、とても安いのが大きな特徴です。ファストファッションにより、消費者は気軽に流行を追うことができるようになったため、結果として数回しか着ていない服が廃棄されるということにもなります。前述のエレン・マッカーサー財団の2017年の報告書によると、15年前の2002年と比較して、衣料品が擦り切れるまで着られる回数は36%も減少しているのです。このように、衣料廃棄物が増えた原因は消費者の衣料品に対する意識、購入形態が近年大きく変化してきたことが背景にあります。

(2) ブランドの多様化およびアパレル業界の 商慣習

衣料廃棄物増大の背景には、消費者の好みが多様化したことにより、消費者の嗜好しこうに合わせ

てさまざまなブランドが登場していることもあります。それぞれのブランドが、「売り切れリスク」を回避するために一定量の衣料品を生産するので、結果として売れ残り、廃棄される衣料品が発生することになります。さらに、低価格化が進むことによりアパレル企業間の競争が激化し、1着当たりのコストを下げるために大量生産をしなければならなくなり、その結果、余剰在庫が増加することにもつながっています。このほかに、アパレル業界の「返品在庫の再販売不可」の慣習などもあります。アパレル業界ではブランド価値が重要であり、自社製品の再流通はブランド価値が低下することにつながりかねません。そのため、再販売に回されず、廃棄される衣料品が多数あるのです。

家庭からの衣料廃棄物は どのように処分されているの？

排出される衣料廃棄物の行方は、①繊維くず(故繊維とも呼ばれ、産業廃棄物の繊維くずは「くず繊維」、家庭からの衣料廃棄物は「ぼろ」と呼ばれています)として、故繊維事業者に引き渡され、ウエス、半毛綿(フェルト、綿)などの原料になる ②中古衣料品としてリユースされる ③焼却・埋め立て処分されるの3つがあります。前述の推計で、家庭から手放される衣類のうち、リサイクル、リユースされるのは全体の約34%で、残りの多くが焼却・埋め立て処分されています。

リユースについては、ほとんどが、マレーシア、韓国、フィリピンなどの海外に輸出されていました。しかし、最近では、新たな環境汚染、自国の衣料品メーカーへの影響から中古衣料品の輸入を禁止する国も出ています。

衣料廃棄物の海外輸出が、新たな問題を引き起こす原因ともなっているのです。

衣料廃棄物とSDGs

衣料廃棄物もSDGsの観点からみていくと、まず衣料品の製造全体を通じてのCO₂をはじめとする環境への影響があります。化学繊維は石油や水など天然資源を利用することによる資源問題、製造過程・廃棄過程でのCO₂の発生、廃棄物からマイクロプラスチックが発生し海洋プラスチック問題となることもあります。それだけでなく、衣料品の製造には大量の水の使用、水質汚濁の問題もあります。世界自然保護基金ジャパンの調査によると、Tシャツ1枚を製造するのに2,720ℓの水が使用されています。綿花の栽培や染色工程で大量の水を必要とするためです。また、2012年の論文では淡水汚染の20%が染色過程に化学物質が河川に流れ込むことによるとされています。

また、衣料品の生産はほとんどを海外の工場に依存しており、さらに、ファストファッションが台頭することにより、より安く、という価格競争が行われ、結果、人権に配慮しない製造現場が発生することになります。2013年4月24日、1,000人以上が死亡する事故がバングラデシュの縫製工場で発生しました。建物に亀裂が入った縫製工場に多数の労働者が勤務していたため発生した事故でした。安い価格を確保するために、海外の労働者が過酷な条件下で働かされている現実があるのです。

おわりに

複合素材はリサイクルが難しく、繊維も同様に2種類以上の混紡を分離する技術の確立は困難であるとされてきましたが、現在、分離技術の共同研究も行われています。しかし、リサイクルにはコストがかかり、ライフサイクル全体で見たときに環境負荷を本当に低減しているかという疑問もあります。そこで、家庭や工場で

余った廃棄される生地や繊維くずを用いて、新たな衣料品や靴、かばんを作成する「アップサイクル」方式も近年検討されています。ブラジルの団体は、使用されなくなった布地を査定し、査定額を貯蓄できるようにして、収集した布地をアップサイクルしたりオンラインで販売したりし、端切れは貧困層にわたるようにして廃棄を出さずに循環するしくみを提供しています。日本でも、倉庫のデッドストック品をクリエイターやブランドと協力して「一点モノ」としてよみがえらせるプロジェクトを実施したり、別のブランドでは、倉庫に眠る衣料品を“黒染め”し、キズや汚れも個性として新しい価値を持った衣料品に生まれ変わらせたりするセレクトショップが現れています。

さらに、2019年8月には、国連が個人の気候変動対策を呼び掛けるActNowキャンペーンの一環として、「ファッションチャレンジ」を立ち上げました。アップサイクルなどを通じて持続可能なファッションを推進する取り組みです。

こうした新たなリサイクルへの取り組みも始まっているなかで、私たちは、どれくらい衣料品が必要なのか、安ければそれでいいのか？衣料品がどのような過程で作られ、どのように廃棄されているのかということまで考えて、購入していかなければならない時が来ているのではないのでしょうか。



出典：ハイムーン工房のウェブサイトより
<https://highmoonkobo.net/?p=897>