スペシャル対談

リメイクの観点から古着を語る

0円の商品が2万円に変身するマジック

古着マーケット拡大のために、「リメイク」という手法を活用したらどうなるか――。

これをテーマに、月間5万着のリメイク古着を生産するＴＡＯＳ（東京都渋谷区）の山口隆社長と、リファッションの普及を目指しコンテスト開催などを行う日本リ・ファッション協会（東京都中野区）の鈴木純子代表が対談を行った。

「かっこよし」と「まかせる選択」が、キーワードとして浮かび上がってきた。

日本リ・ファッション協会

鈴木純子代表

協会概要　リ・ファッションを推進し、循環型社会を実現することを目的に2009年に設立された。ワークショップやコンテストを実施。多くのメディアで取り上げられている。ラボで古着活用法の研究なども行う。リファッションのプロを世に送り出す活動にも意欲的。

TAOS

山口　隆社長

企業概要　創業2003年。欧米古着を主とした既製品のリメイク縫製加工が主な事業内容。量産体制を築き、全国の古着卸・小売業者、セレクトショップなどに商品を提供している。欧米古着卸会社と提携しており、安定的にリメイクの原材料を仕入れることができる。

――まずは簡単に自己紹介をお願いします。

山口　ＴＡＯＳの山口です。ボクは「恵比寿のリメイク屋」という言い方をしています。恵比寿本社がセントラル工場で、その他に専属工場が4社。それに加えて協力工場数社で月間平均5万点のリメイク古着を生産しています。

鈴木　日本リ・ファッション協会の鈴木です。リメイクファッションを普及するために、ワークショップやコンテスト、リ・ファッションに関するＣＳＲ活動の支援などをしています。ＴＡＯＳさんは、1点もののリメイク古着を月間5万点生産しているというのがすごいですね。

山口　〝ひとりがひとつのものをつくる1点もの〟は誰でもつくれるし、クオリティーもいくらでも高められる。でもそれだと手間がかかりすぎて実売につなげられません。うちでは本部でデザインやパターンを考えて、それに沿って縫製すれば商品が仕上がるようにしています。常に効率を考えていますよ。

プロセスが価値を上げる

――デザインはどういうものがいいんでしょうか。流行もの？

山口　それがそうでもないんです。流行を追いすぎると「新品でつくった方が安いじゃん」ってなってしまう。新品で表現できない、古着の良さを感じられるものがいいんです。例えば「フランス軍のデットストックをつかったミリタリーのリメイク」とか。古着やリメイクは、プロセスが大事。それがないと売れないんですよ。

鈴木　それ分かります。うちの場合は、愛着を持ってもらうために「本人に手を加えさせる」んです。

山口　というと？

鈴木　ワークショップを開催して、古着をコサージュにリメイクしたり、着物の切れ端でＴシャツをコラージュしたり。自分で製作していくプロセスを体験してもらう。

山口　なるほど。そういう方法で価値を上げるんですね。うちではリメイクのことを「アップサイクル」と表現しています。上に上にあがっていく螺旋階段。付加価値を向上させていくという意味です。0円のものを、手を加えることで1万円とか2万円で売れる商品にする。これがリメイクマジックです。

「かっこよし」はもう、本能

――古着市場を拡大するためにはどうすればいいとお二人はお考えですか。

山口　もっと国や行政が働きかけてくれたらと思います。海外はそういう意味で進んでいる。日本にもヨーロッパのように古着の回収ボックスを設置すればいいんですよ。やり方がポイントで、ダンボールをポンと置いて「回収」とか書くんではなく、デザインのいいボックスをつかう。

鈴木　まさにその通りだと思います。区がやっているリサイクルプラザなんかに行くと、せっかく集めた古着をゴミのように積んでいる。「コレはゴミじゃありません」と言われてもちょっと…。オシャレな容れ物であれば、こんなヨレヨレのものは入れたらいけないな、と入れる方の意識も変わると思います。

うちはリファッションラボというリメイクの研究所みたいなのをやってるんですけど、そこで「シングルマザーへのプレゼント」とか「リファッションデザイナーへの素材提供」とかキャンペーンをやると、いいものが集まってくるんです。リサイクル店の人にも、タダでこれだけ集めるなんてすごいって言われています。集めた方と用途次第なんですよね。

山口　そうそう、「かっこよし」はすごく大事。アフリカで救援物資の古着がトラックからゴアーッって落ちてきたらどうなると思います？皆自分の好きなデザインのものを選ぶんですよ。モノ不足だからとか関係なく、かっこいいものを選ぶのってもう本能なんですよね。

世界一 古着が集まるのは中東

――集めた古着を、どれだけ活かしきるかというのも課題ですね。

鈴木　うちには月に6000箱のダンボールが届きますが、さばきれないので出口として海外輸出も利用しています。色々な用途で仕分けして、できるだけ地産池消をと思ってはいるんですけど。

山口　いや、それでいいと思いますよ。よく古着屋さんに在庫を活かしたいから倉庫を見てくれと言われるんですが、うちのアイデアでリメイクしたとしても、売れ残った商品の中から国内で流通できるように変えられるのは2割くらいです。実売を考えると、リメイクするものとそのまま手を加えずに輸出した方がいいものを見極めるべき。

鈴木　細かく仕分けしてリメイクすると、コストがかかりますからね。

山口　世界で一番古着が集まってるのって圧倒的に中東なんです。人件費が安いので集中する。1つの倉庫で500人くらいが働いていて、1000セクションくらいあるんです。そこで集められた古着がグレードごとに仕分けされて世界に流通している。モチはモチ屋。これを日本でやるのは不可能です。

鈴木　確かに。たくさんの古着を休みの日なんかに仕分けていると、私のこの小さな作業は役に立っているのかと、ふと思う時があります（笑）。

山口　まかせるところはまかせる選択も必要ですよ。

リ・ファッションを職業にしていく

――日本リ・ファッション協会さんは、今コンテストの真っ最中ですね。

鈴木　はい。今回はリメイク作品でグランプリを競うだけなく、リメイク作家をデビューさせるプロジェクトも進めています。

山口　製品化を目指すなら、量産できるかどうかという観点もデザインに盛り込むとよさそうすね。

鈴木　今後はリファッションニスタという職業もつくりたいと思ってるんですよ。リメイクを含めたファッション全体の提案をできるような。

山口　ありえますね。デザインだけに絞らず、コンサルティングとか仕掛け作りとか行える人材がいるといい。

鈴木　不要な衣類を手放せない人には納得できるような手放し方をアドバイスできるようにするとか、色々広がりも考えています。

山口　日本のリサイクル率を上げていきたいですね！