

報告書

私たちの SDGs 2023 ～繊維製品の循環をめざして～ part.1

2023年8月23日 Wed 京都文化博物館別館

14:30～17:30 開場 14:00 入場無料 ※事前申し込み制：定員に達し次第、締切となります。

繊維製品の廃棄から生まれる環境負荷の低減に向けて、関西で学ぶ大学生と研究者が連携し結成したチーム“エンウィクル”による、特別講演および繊維廃材のアップサイクル製品を用いたファッションショーを開催します。



参加申込はコチラから→

特別講演「再生細胞に新しい使命を与える」

河本宏氏（京都大学医生物学研究所 所長 教授）

トークセッション 河本宏氏 × 木村照夫氏

（繊維リサイクル技術研究会委員長）

学生によるファッションショー

廃材コレクション —繊維廃材による新しいリアルクローズの発信—



EW C

part.2

2023年8月29日 Tue - 9月4日 Mon 11:00～20:00

なんばマルイ1F イベントスペース 入場自由

繊維製品の廃棄から生まれる環境負荷の低減に向けて、関西で学ぶ大学生と研究者が連携し結成したチーム“エンウィクル”による、繊維廃材から生まれたアップサイクル製品の展示販売、トークショー、ワークショップを開催します。

学生のデザインによる
アップサイクル製品の販売

大学・企業による
SDGs 関連の展示

リサイクル素材による
ワークショップ

ゲストと学生による
SDGs トークショー



主催：日本繊維機械学会・繊維リサイクル技術研究会“私たちのSDGs”実行委員会
株式会社スタイルエージェント

EW C x Sustainable Department
en-we-cle

報告書

「私たちの SDGs2023」

～繊維製品の循環をめざして～

目次

1. はじめに
2. 経緯
3. イベント内容
 - 3.1 Part1 廃材コレクション～繊維廃材による新しいリアルクローズの発信～
 - 3.1.1 第一部 今、再生とは
 - 3.1.1.1 特別講演「再生細胞に新しい使命を与える」
 - 3.1.1.2 トークセッション「再生医学と繊維の SDGs」
 - 3.1.2 第二部 FASHION SHOW「廃材コレクション」
 - 3.1.2.1 舞台と演出の考え方
 - 3.1.2.2 カテゴリーと作品
 - 3.1.3 Part1 の総括
 - 3.1.3.1 第一部 特別講演
 - 3.1.3.2 第二部 FASHION SHOW
 - (1) 来場者の声
 - (2) 学生の声
 - 3.2 Part2 廃棄繊維のアップサイクル品の創出
 - 3.2.1 趣旨説明
 - 3.2.2 会場レイアウト
 - 3.2.3 QR コードによる展示品素材説明
 - 3.2.4 企業展示とモニュメント
 - 3.2.4.1 企業展示
 - 3.2.4.2 モニュメント
 - 3.2.5 ワークショップ
 - 3.2.6 企業トークショー
 - 3.2.7 学生トークショー
 - 3.2.8 Part2 の総括
4. 感性と物性の融合をめざして
 - 4.1 対象素材
 - 4.2 物性評価の方法
 - 4.3 評価結果
5. 総括
 - 5.1 実行委員の声
 - 5.2 参加学生の声
 - 5.3 おわりに
 - 5.4 展望

資料

資料1 主催、共催、協賛、後援、資材提供一覧

資料2 実行委員、参加大学、協力一覧

資料3 参加学生一覧

資料4 プロダクツ一覧

資料5 学生アンケート集計結果

資料6 マルイ来場者アンケート結果（立命館大学 RitsCLO 調査）

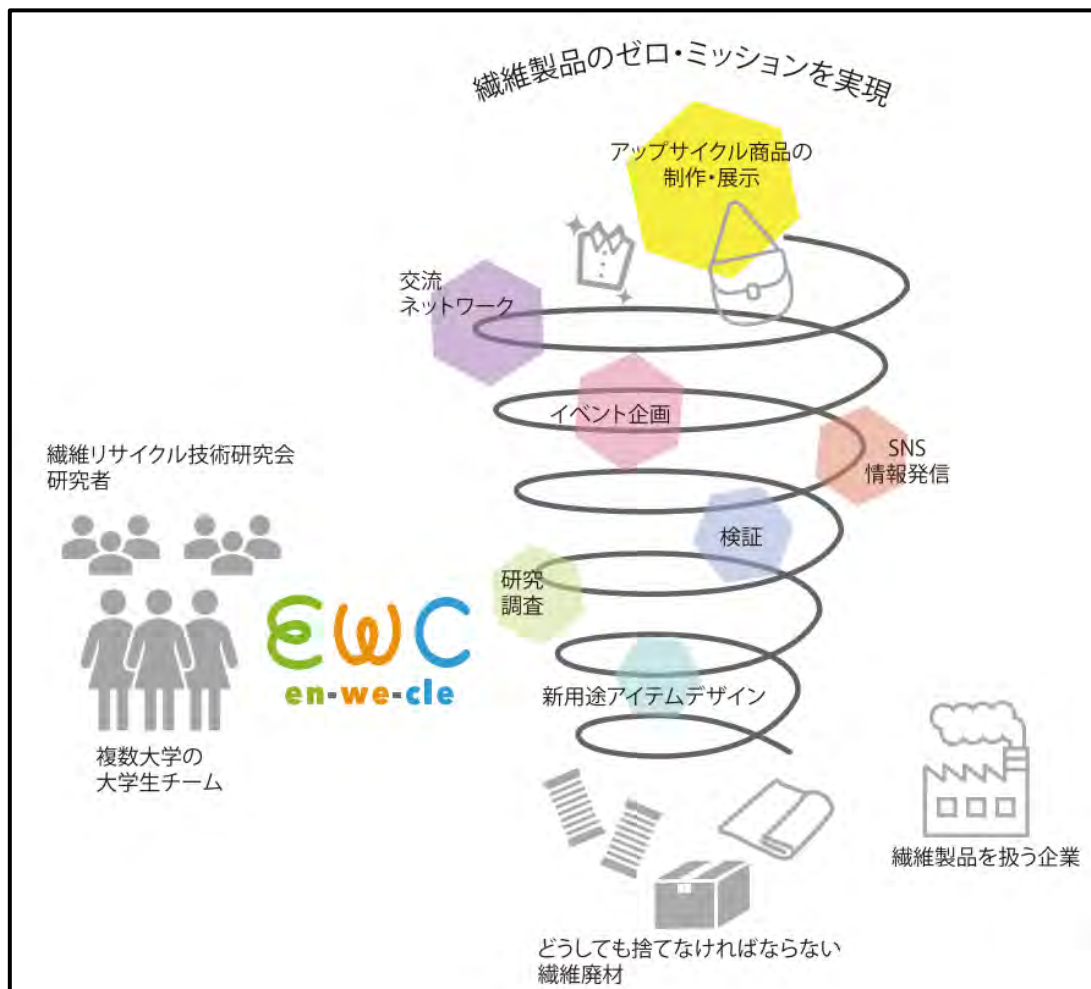
付録

付録1 マスコミ報道

付録2 スナップ写真

別冊

物性評価の詳細



エンウイクル

Part1



2023年8月23日 Wed 京都文化博物館別館

14:30~17:30 開場 14:00 入場無料 ※事前申し込み制：定員に達次第、締切となります。

繊維製品の廃棄から生まれる環境負荷の低減に向けて、関西で学ぶ大学生と研究者が連携し結成したチーム“エンウィクル”による、特別講演および繊維廃材のアップサイクル製品を用いたファッションショーを開催します。

参加申込はコチラから→



特別講演「再生細胞に新しい使命を与える」

河本宏氏 (京都大学医生物学研究所 所長 教授)

トークセッション 河本宏氏 × 木村照夫氏

(繊維リサイクル技術研究会委員長)

学生によるファッションショー

廃材コレクション —繊維廃材による新しいリアルクローズの発信—



EWC
en-we-cle

主催：日本繊維機械学会・繊維リサイクル技術研究会 “私たちのSDGs” 実行委員会

1. はじめに

繊維廃材を新たな資源として価値創造するため、2022年の春に繊維分野、生活環境分野、ならびにデザイン分野の研究者有志が、学生中心のチーム「エンウィクル」を立ちあげた。一年目は、廃棄繊維の新しい用途として制作した衣服や生活雑貨を大阪の百貨店で販売し、繊維の消費に関する問題を学生たちがとらえることからスタートをきった。「エンウィクル」の名前は、エン（縁、円、丸い）、ウィ（私たち）、クル（一緒に、鍵）の意味をもち、「私たちとともに、これからの社会に向けて、より良い幸せのカギを開けましょう」というメッセージが込められている。そして2023年春に、(一社)日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会の下部組織となり活動を開始した。エンウィクルの活動の背景には、繊維製品の大量消費や大量廃棄がもたらす課題について消費者の理解が進んでいないことへの問題意識がある。繊維製品は日常生活において極めて身近であるにもかかわらず、繊維製品と消費について、具体的に何がどのように問題なのか、繊維廃材とは何なのか、専門的に関わっていない限りこれらの実態を知る機会はなかなか得られない。しかし持続可能な社会の実現に向けた問題は、それを自分のこととして受け止めてこそ行動が始まる。こうした考え方にたって、チームエンウィクルでは繊維廃材の課題についての情報を社会に発信すること、これからの繊維製品の在りかたを、資源としての繊維廃材の価値創造に意義をもって、大学、企業、学会関係者がともに協力して実践的な方法での取り組みを始めた。二年目の今年度は、総合テーマを「私たちのSDGsS2023～繊維製品の循環をめざして」とし、消費者に向けた2つのイベントを行った。まずPart1では、繊維廃材から制作した新しい用途としての衣服や服飾雑貨の可能性を問う試みとしてファッションショーを開催した。そしてPart2では、ファッションショーの作品をはじめとした廃棄繊維による服飾雑貨の販売を学生自らが行ない、一般消費者の声を聞きその反応を皆で共有した。さらに企業のサステナブル関連の事例紹介、企業および学生のトークショー、ワークショップを行い、繊維廃材の問題についての情報発信を行った。また新たな用途としての繊維廃材はどのような品質特性が見いだせるかについて物性評価を行いその結果をパネル展示により公開した。これらの概要について以下に報告を行う。

(文責：森下あおい)

2. 経緯

イベントの企画と実施に向けて、実行委員を中心に打合せを重ねた。その主な内容は以下に示す通りである。

(文責/データ整理：宮原佑貴子)

企画、打合せ実施の記録

| | | | |
|------------------|-----------|-------------------------------|----------|
| 2022年12月 | 実行委員会 | 第1回目の振り返りと次年度の見通し計画等について | 対面 |
| 2023年1月 | 実行委員会 | イベント実施の方向性と物性評価等について | 対面 |
| 2月 | 実行委員会 | イベント内容および会場等について | zoom |
| 3月 | 実行委員会 | イベント内容、会場決定および物性評価等について | zoom |
| 5月 | 実行委員会 | イベント内容、素材、物性評価等について | zoom |
| | 学生MT | 顔合わせ、学生リーダー決定、イベント内容等について | zoom |
| 6月 | 学生MT | イベント内容、物性評価、素材提供、制作、SNS等について | zoom |
| | 会場下見 | ファッションショー会場の確認 | @京都文化博物館 |
| | 実行委員会 | 物性評価、ファッションショー、制作等について | zoom |
| 7月 | 学生MT | ファッションショー、制作、SNS、アンケート調査等について | zoom |
| 8月 | 会場設営確認 | 会場設営、機材、全体の流れの確認 | @京都文化博物館 |
| | 学生MT | 生作品、ファッションショー、展示販売当日の流れ等について | zoom |
| | 学生、モデル説明会 | ファッションショーの流れ、モデルの心得等について | zoom |
| 8月23日(水) | | part.1 実施 | @京都文化博物館 |
| 8月28日(月) | 搬入 | 展示販売の搬入、設営 | @なんばマルイ |
| 8月29日(火)～9月4日(月) | | part.2 実施 | @なんばマルイ |
| 9月 | 実行委員会 | 振り返り、意見交換 | 対面 |

3. イベント内容

3.1 Part1 廃材コレクション～繊維廃材による新しいリアル・クローズの発信～

令和 5 年 8 月 23 日(水)に京都府京都文化博物館別館ホールにおいて、「廃材コレクション～繊維廃材による新しいリアル・クローズの発信」をテーマとしたファッションショーを開催した。ショーのために衣服と服飾小物約 70 点が学生の手によって制作され、材料の活かし方やアイテムや制作技法の特徴により、5 つのカテゴリーに分け、約 40 分間のショーに構成した。そして舞台上でモデルが登場する進行に合わせて、すべての作品の素材とデザインのポイント、コンセプトが進行役の学生のナレーションによって観客に説明された。ショーのテーマにある「リアル・クローズ」とは、普段に着るデザインを表わしたものであり、学生たちは繊維廃材を特別なものとしてデザインで誇張したり、特別な場面を想定した衣服として提案するのではなく、生活に取り入れられる服として廃材の価値を求めて新しい用途の可能性を追求した。またショー形式をとることで、企業から提供を受けたさまざまな繊維廃材から制作した衣服や雑貨を、足元から小物も含めて感じてもらい、“廃材”から受ける印象がどのようなものか、その反応を確かめたいということが、趣旨としてあった。イベントへの参加を募るにあたり、会場は収容人数に制限があったためにメールと申し込みフォームを用いた予約を募り、当日の飛び込み参加者も含めると約 200 名に参加していただいた。ショーの作品は、Part 2 のイベントとして行った大阪なんばマルイ百貨店で商品としても販売した。

(文責：森下あおい)

3.1.1 第一部 今、再生とは

3.1.1.1 特別講演「再生細胞に新しい使命を与える」

今回のイベントの中心はファッションショーであるが、会場も素晴らしく折角の機会であるので特別講演を企画することになった。本イベントのタイトルである「繊維製品の循環をめざして」に相応しい講演は何であるか、森下実行委員長と慎重に考えた。最近ではサーキュラーエコノミーや SDGs、強いては繊維リサイクルをテーマとする講演会が多方面で数多くなされていることから、我々としては普段あまり考えることのないテーマで将来の繊維製品の循環のヒントになるような一味違う講演会にすべく頭をひねらせた。最近では新しい発想には異分野交流の重要性が指摘されていることから異分野で繊維の循環と関係がありそうな分野を考えていたところ「再生」というキーワードが思い浮かんだ。繊維製品の循環には再生繊維の開発や破損部分の再生(お直し)が必要である。一方で、再生といえば iPS 細胞に代表されるように「再生医学」という医学の分野が存在する。一見、繊維製品の循環とは関係なさそうであるが「再生」という観点から何かつながるものがあるのではないかと思えた。幸いなことに森下実行委員長の友人に京都大学医生物学研究所の所長で再生医学の権威者である河本宏先生がおられると言うことで、早速イベントの趣旨を説明して講演依頼をしたところ快諾が得られた。このような経緯から特別講演の大タイトルを「今、再生とは」とすることにした。

講演は河本先生の自己紹介から始まった。河本先生は京都市のご出身で葵小学校、下鴨中学、洛北高校、京都大学へと進まれ、森下実行委員長とは小中高の同級生であり、小生とは学年は異なるものの小学校が同じであるという縁でもあった。医生物学研究所は所員 300 名を抱える大所帯でウイルス学、免疫学、再生医学等で世界的に有名な研究所であり、とくに生物学に根差した

医学研究を行っている。研究所の詳細は YouTube でも紹介されている。講演の最初では免疫細胞が体を守る仕組みを、キラーT 細胞ががん細胞を殺している動画等を交えながら素人でも分かるように説明して頂いた。

講演の全体的な流れとしては1) 再生医療についての概説、2) 細胞医薬とは、3) T 細胞医薬の開発、であったが、とくに「再生」を意識して話をしてくださった。そもそも再生とは、ということではいろいろな生物の再生能力について例をあげて説明があった。植物に関しては多くの植物において部分から全体への再生が行われており、動物に関しては部分から全体を再生するものとしてプラナリアやヒトデ、足を再生するものとしてコオロギやイモリ、しっぽを再生するものとしてトカゲ、ハサミや足を再生するものとしてエビやカニが挙げられた。一方で人の体の中で再生能力のあるのは皮膚、腸管、血液細胞だけだそうである。

再生医療とは「失われた組織の機能を「再生」によって補う医療」であるが、不老・不死を目指しているものではないことを強調された。さらに現在注目されている ES 細胞や iPS 細胞についても触れられ、2014 年 9 月に世界初の iPS 細胞の臨床研究として加齢黄斑変性患者に手術が施されたとの紹介もあった。

さて、本題の「衣服の再生」についても「再生できる衣服は可能か？」という観点から、現在バクテリアがコンクリートのひびを修復する例やアメリカの大学で開発された破れた衣類を自己修復できる液体の存在を紹介され、生物の力、再生医学の知見を利用して将来的には損傷した衣服の再生ができる可能性は大きいであろうとの力強いお言葉を頂いた。

最後に若い研究者へのメッセージとして「存在感を示す」ことが重要であり、学会ではできるだけ目立つこと、与えられた仕事はことわらないこと、若いときから仕事を選んでいると仕事が来なくなる、また、嫌なそぶりを見せると断ったのと同じであり、どのみちするなら気持ちよくすべきである、と非常に示唆に富んだメッセージを頂いた。また、科学者は上から視線は慎み、市民と対等の立場で行動し、市民の思いを知って科学に向き合い、科学を楽しむべきとのことである。

河本先生はこれらのことを有言実行されており、免疫学者バンド (Negative Selection) を組んで音楽を通してアピールしたり、得意のイラスト画を活かして学会ポスターや本の表紙を飾ったり、さらには免疫学の教科書を執筆されているのはもとより動画配信もされている。詳細は以下の YouTube をご覧ください。

[河本宏研究室 京都大学再生医科学研究所 再生免疫学分野 \(kyoto-u.ac.jp\)](https://www.kyoto-u.ac.jp/)

[【Negative Selection】リンパ節一人旅 - Bing video](#)

以上のように一見関係のなさそうな医学と繊維リサイクルではあるが、講演を聞いていると多くの接点があり、今後の繊維製品の循環システムの構築に対して多くのヒントを得ることができた。ただ、講演だけでは今回のタイトルである再生医学と繊維の循環の関りがわかりにくいところもあるのでは、ということで講演に引き続き「再生」をキーワードに河本先生と小生とのトークセッションを設けた。トークセッションの報告は次節で詳しく述べる。

(文責：木村照夫)



講演会の様子

3.1.1.2 トークセッション

特別講演の後、引き続き「再生医学と繊維の SDGs」をテーマとして、河本宏氏に再び登壇していただき、繊維リサイクル技術研究会委員長の木村照夫氏とのトークセッションが行われた。まずトークセッションの最初に河本氏の講演について、木村氏から人間をめぐる「再生」というキーワードで、分野としては全く異なる医学と繊維の共通性のようなものが感じられ、繊維リサイクルに関する問題に対して、近い将来に何等かの新しいアイデアを生み出すことができるのではないかと期待を持ったとの感想が述べられた。

セッションでは、再生医学は如何に体の持つ自己再生能力を引きだして欠損部分を修復するかについて取り組まれているが、衣服に自己再生能力をどのようにもたせるかについても、大変関連する視点があるという事柄について話された。具体例としてヨーロッパではすでにキノコによる自動修復可能な服として「キノコレザー」の研究開発が進められているが、医学の知識を応用すればキノコ以外でも繊維の自動修復が可能になるのではないかという点についても話が交わされた。また現在の技術で繊維をセンサー化することによって、血圧や心拍数などをモニター化することが可能になっているが、将来は衣服がデータを感知するだけでなく、病気を治療する何等かの信号を人体に送れるようになるのではという仮説が、学会では話し合われていることについて、まさにこれは医学と繊維の専門分野がともに開発をすることで成り立つということにもついて話された。さらに「再生」の重要性とともに「循環性」についても言及があり、医学における欠損したもの、病気になったものを直すことに対しては「予防医学」としての考え方が近いのではないかということで意見が述べられた。最後に河本氏に会場の方々へ伝えたいことを尋ねたところ、「遊び心を失わないことを大事にして欲しい」と述べられた。河本氏自身、大変多忙な中にありながらも、バンド仲間との音楽活動を行ったり、若い研究者に対する交流の場を積極的に作るなど、この言葉どおり異なる立場や領域の人とのコミュニケーションを大事にされている。今回の繊維と医学の異分野のセッションは大変めずらしいものとして、来場者の多数のアンケートでは、再生をめぐる2つの専門性の考え方や共通性、これからの生活を豊かにする医学と繊維の考え方や発想への関心の高さが寄せられた。

(文責：森下あおい)

3.1.2 第二部 FASHION SHOW「廃材コレクション」

3.1.2.1 舞台と演出の考え方

ファッションショーを開催した京都文化博物館別館は、明治期には日本銀行京都支店として使用されていた近代建築で国の重要文化財である。エンウイクルの今回のショーは、商業的な活動を目的として衣服を披露するものではなく、廃材の新しい価値としての発信が目的であることからこの空間を舞台として選んだ。演出については、ファッションショーのテーマが普段に着る現実的な服をコンセプトとしているため、モデルが歩く場所はショーの舞台壇上から観客を見下ろすような流れはつくらず、客席から距離をおかないような形式を検討した。その結果、舞台を高くせずに床面に近くして、衣服を身近に見て感じてもらうようにした。また舞台から退出する際には、できるだけ客席のそばをモデルが歩くようにした。当日までに演出、音響、照明、映像、客席配置などの打ち合わせを、多方面から協力をいただき準備を進めさせていただいた。分かりやすく廃材と衣服の関係を伝えるため、ショーの進行に沿ってテーマの場面がわかるように舞台背景のスクリーンに映像を写すこととした。また舞台床面の振動やモデルの負担を軽減するために何等かのシートを床面に設置が必要となったため、繊維廃材由来のカーペットを企業から提供させていただいた。そしてこのカーペットシートは今回のショーの後も廃棄せずに博物館にて使用されることになった。

(文責：森下あおい)

3.1.2.2 カテゴリーと作品

カテゴリーと作品について表 3-1 に示す。

(文責/データ整理：宮原佑貴子)

3.1.3 Part1 の総括

今回のショーでは、「新しいリアル・クローズの発信」のテーマによりさまざまな種類の繊維廃棄を用いた衣服と服飾雑貨等が、日常的な魅力を引き出すデザインとして学生たちが制作した。制作物をモデルが着用して何をどのように伝えるかは、ショーにおいては極めて重要であり、制作物は今の時代に広く受け入れられるようなファッション感覚を念頭におきながら、自らが普段の生活で着たいと思うデザインを各々のオリジナリティを込めて提案された。本来、ファッションショーは、服のデザインとそれが意味することの方向性を伝えることであるが、作品は、ひとつのアイテムとしてかたちにするだけでなく、モデルが着た際の最終的な着こなしまで丁寧に検討されており、そのことで全体を通じてショーの内容が現実離れすることがなく自然な印象に導くことができていた。心配していたこととしては時間的な都合でリハーサルは当日が初めてとなったことがあったが、成安造形大学の田中英彦先生の指導のもと、短時間に集中したリハーサルが行われ、モデルもみるみるうちに固い表情がリラックスしたものへと変わり、本番には会場に楽しさが自然に届くパフォーマンスで舞台に登場し、見事に廃材による服飾の世界観を観客に伝えた。今回の提案はごく普段の生活に合う服として、制作者自身や友人の学生がモデルを行なったことで、観る人にとっての現実感あるものになり得たと考える。このことは、実際に来場者に答えたいただいたアンケートからも、ショーを通じてごく自然な美しさや好ましさを感じたという感想を多数いただき今後、繊維廃材を利用することに対する前向きな印象を持ってもらうことができたと感じた。

(文責：森下あおい)

3.1.3.1 第一部 特別講演

特別講演およびトークセッションに参加された方々からは、「医学と繊維の接点があることを改めて知り、可能性を感じました」、「繊維の再生と医学の再生はつながっていることを感じました」というように、意外な視点からそれぞれの共通点を感じ取られた様子があった。また同時に、講演者である河本先生の魅力的な講演内容とトークセッションの内容を楽しまれた声も多く寄せられた。表 3-2 に来場者の感想をまとめた。

3.1.3.2 第二部 FASHION SHOW

(1)来場者の声

ショーを観覧した来場者からは、「デザインアイデアに感激」、「廃材からできたとは思えないものばかり」など、嬉しい声が多く寄せられた。また、「繊維廃材の可能性を再確認する内容でした」、「繊維の可能性を考えさせられるイベント」といった内容からは、来場者の方々にとって、繊維廃材の可能性などについて考えるきっかけを生み出したということが伝わってくる。

表 3-3 に来場者の感想をまとめた。

(2)学生の声

ショーで披露する制作品を担当した学生からは、「服1着を作ることの難しさを知った」、「もともと服飾用の繊維ではないものを服飾に用いることは縫製の面で非常に難しかった」など、服を作ることの難しさに加え、初めて触れる素材の扱いに戸惑いながらも、その特徴を生かすデザインの実現を目指し奮闘した様子が伝わってきた。しかし、「他大学の方の作品を見て、インスピレーションを頂いた」、「リアクションを間近で受け取ることができたのが、とても貴重な経験」など、他大学の制作物、舞台に立つモデルの姿、観客の反応などから、感性の刺激や達成感を得たようであった。また、制作者だけでなくモデルや準備手伝いに関わった学生の意見にも、感動や学び、意識の高まりに関する意見があった。これらのことから、ファッションショーを作り上げる過程において、それぞれの役割を持つ学生が自分ごととして考える場面が生じていたようである。表 3-4 に学生の感想をまとめた。

また、「ファッションショーを通して、観た人に伝えられたと思うこと」の質問に対して、多くの回答内容は、廃棄される素材の活用法、価値創造に関するものであった。企業から提供いただいた素材の特徴を把握し、自由な発想やデザイン、アイデアによって制作し、ファッションショーで披露するという一連の経験は、新しい価値の創造に関わったという実感と、その可能性の確認につながったようである。表 3-5 に学生の感想をまとめた。

(文責/データ整理：宮原佑貴子)

表 3-2 特別講演に関する来場者の感想

第一部について

再生医療と繊維リサイクルをコラボレーションされて現代的な講演を楽しませて頂きました。医療といえば堅苦しいお話だと思うのですが河本先生が理解しやすく学生さんたちに会場で説明され良かったと思います。河本先生のバラエティに富む公園音楽もあり本当に現代的でした。

科学には関心があったので河本先生のお話は多彩な内容にわたっていておもしろかったです。とくにこれからは科学者と市民の関係を変えていく必要があるという内容が印象に残りました。その一環として今回の講演があったと感じました。ただ便利な生活からは脱却していく必要があると思いました。

特別講演とても興味深くうかがいました。医学と繊維の接点があることを改めて知り、可能性を感じました。ありがとうございます。

エンウィングルのショーを見る予定でしたが特別講演があると知り内容が難しく分からないかなと思いながら参加しました。とてもユニークな話を時折挟みながら”再生”や循環という言葉がまさか繊維、医療に両方に関わるとは知らず楽しく聞くことができました。権威ある先生方のお話があって改めてファッションショーのグレードもあがり若い学生立ちに様々な技術やアイデアを伝え教えることにより未来へつながると感じました。来年も楽しみにしています。

河本先生のお話、トークセッション、とても興味深く楽しく聞かせていただきました。未来への可能性、まだまだやるべきことがあるんだと気づかされ勇気づけられました。

河本先生のお話がとてもわかりやすく楽しかったです。再生の意味もとても勉強になりました。こんなトークショーを無料で催なされて感謝します。先生の魅力満載でした♡

帰ったらすぐYouTube見ます。予想、想像を超えた多角的な視点でした。自己回復、修復、耐性強化、繊維設備メーカーとしてもまだまだしやを広げていく必要性を感じ、再認識しました。

繊維の再生と医学の再生とはつながっていることを感じました。トークショーが面白かったです。

貴重な機会に参加させて頂きありがとうございました。再生する繊維がごく当たり前の世の中になるといいと思いました。

特別講義の再生医療では、一見全く異なるものと思われたが、内容を掘り下げると繊維に関わる事柄と共通する部分も多く見られ大変参考になった。

医学と被服の繋がりを考えたことが無かったため、非常に驚いた。特に、自己修復することが可能な「菌糸レザー」というレザーの代替品には、可能性を感じた。

再生細胞再生医学と自分に理解できるか？とっておりましたが、河本先生のお話ぶりが分かりやすく楽しませていただけました。ありがとうございました。繊維を手がかりに若い方々のこれからの活躍も願っておられるのが印象的でした。世代、人のつながりも循環していく縁かと。

人体は一部修復するのみであるように衣服も一部修復しながら使い続けられるようにならなければ。そんな日もあるように思いました。

参加させて頂き新しい視点に気づいたり等楽しい発見がありました。ありがとうございました。医学と衣学か！と楽しく素敵な時間を過ごさせていただきました。

表 3-3 ファッションショーに関する来場者の感想

来場者アンケート回答より（一部抜粋）

第二部について

素晴らしい時間に関わることができてすごくうれしいです。廃材の問題が拡大するも学生がこのような活動をする機会を与えてくださりありがとうございました。

ファッションショーがカテゴリーに分けられており注目して楽しむことができました。他大学の学生の方が作られた服のポイントにも注目することができ面白かったです。

繊維廃材の可能性を再確認する内容でした。

ファッションショーも素晴らしいデザインアイデアに感激しました。

ファッションショーは「リアルクローズ」ということをしっかりと胸に刻むことができる作品を拝見することができました。皆様の努力が結実したように思います。マルイの催しも楽しみにしています。

ファッションショーを観覧いたしました。廃材からできたとは思えないものばかりで驚きました。

この企画を企画して下さった方々に感謝が止まりません。廃材でも一つの服として生まれ変わる姿を見て本当に感動しました。

SDGsのファッションショー素敵でした。アイデアとデザイン力が重要だと！！

ファッションショーを見て、アイデアの無限性を再認識しました。視野を広げるためにありがたいイベントです。

それぞれの素材に合わせて作品を作り上げていて、見ていて違和感が少ないものになっていました。

繊維素材を大切に考えて作られていて素敵でした。欲しいアイテムもありました。

繊維の可能性を考えさせられるイベントであると思いました。捨てられるものを減らし、新たな生命を持った製品としてアップサイクルされることとても、大切であると思いました。

貴重な機会に参加させて頂きありがとうございました。再生する繊維がごく当たり前の世の中になるといいと思いました。

繊維廃材と若者の感性を掛け合わせることでアップサイクルの可能性の広がりを感じました。

制服のリメイクは本当に使わなくなったものを可愛く作られていて良かったです。

いらなくなったものも、新たなものに生き返るのだなと感じた。ヒントにしてものを大切にしていきたい。学生のファッションショーが良かった。みんな生き生きと楽しそうな様子が良かった。

作業服のリメイクがとても面白かったです。若い発想の素晴らしさだと思います。

ファッションショーでは学生服のリメイクが気になるだけでなく全く元の素材とはわからない白衣や機能性重視されて製品化されている作業服を活動的な衣服に変化されたところ。特に再資源繊維物の素材の持ち味を活かしたデザインの服に目が行きました。充実した時間を過ごしました。学生の皆様の発想が素晴らしい物でした。なんばマルイでも拝見させていただきます。

表 3-4 ファッションショーに関する学生の感想（1）

参加学生対象 事後アンケート回答より（一部抜粋）

ファッションショーへの参加について

服1着作ることの難しさを知った。短期間での制作だが、いろんな人に見てもらうからこそ妥協ができなかったことが大変だった。しかし、自分の今の全力を出せたこと、第三者からの評価をきけたこと、自分にはないアイデアを知ることができて良かった。

もともと服飾用の繊維ではないものを服飾に用いることは縫製の面で非常に難しかったが、その繊維を活かしたデザインを考えるのは楽しかったし、新しいデザインの視点を得ることができた気がする。また、デザインの可能性の大きさも感じる事ができた。

自分が持っていない廃材から新しいものを作ることの企画力が必要であったため、企画することが大変だった。また、何を基準に価格を設定すれば良いかわからず悩んだ。

期末の忙しい時期と丸かぶりの短期間の作品制作ということもあり、どう素材を生かすか、どうデザインに組み込むかと考えるところから裁縫、仕上げまで正直かなり追い込まれました。しかしそんな中、他大学の方の作品を見てインスピレーションを頂いたりすることでモチベーションアップにも繋がり、とても良い機会を頂いたと感じています。また、自分が制作した洋服を自分自身でアピールし直接反応をいただける事はなかなかないと思います。私自身初めての経験であり、より自分の専門的な知識を深めていきたいと思うきっかけにもなりました。

ファッションショーの後の販売を考慮して、舞台映えしつつも、普段使いもしやすいようなデザインを考えるのが大変だった。製作物をファッションショーで改めて客観的にみる事で、着た時のイメージがしやすかった。

短期間で何着も服を完成させるために、ほとんど毎日夜遅くまで大学に残り、制作していたことが大変でした。その反面、ファッションショーでモデルさんが着用して歩くと、服が生き生きとしていて、自分のつくった服をモデルさんに着てもらい、それを見てくれる観客の方々がいて、そのリアクションを間近で受け取ることができたのが、とても貴重な経験になりました。

今回のファッションショーを通して、他大学の多くの学生の作品を見ることができ、専攻の違いによるデザインの考え方の違いを知ることができました。

私はファッションショーには直接関わってないのですが、お客さんとして見ていて、捨てられるはずだった素材同士が学生の手によって新しい一つの作品として繋がっている姿を生で見れた！という感動がありました。また、同じ学生のみんが生き生きと且つ楽しそうに歩いている姿は、なんて楽しそうなんだろうとファッションショーに惹き込まれる瞬間でした。

服など作品を1番よく魅せるために、モデルさんも製作者さんも本番までポーズを考えたり、衣装のほつれなど直したりたったの数時間でリハーサルから本番でガラッと変わってすぐ素敵だった。

私はファッションショー当日には参加出来ませんでしたが、それまでの準備に参加させていただき、自分たちで最初からデザインを考えて作り上げた服を多くの人にファッションショーという形で見て貰えるのがとても素敵だと思いました。

ファッションショーに関してのショーとしての演出。ファッションショーの経験は積んできたが、リアルクローズをテーマにしたものは数少ない。その中で華やかではなくても、どのように見ている人に訴えかけるかという点は学びになった。

今回のファッションショーを通して、生地と思われぬ廃棄された素材でも、想像力豊かな学生たちによって美しい衣服に生まれ変わることを実感できたと思います。また、環境保護や廃材の再利用に対する意識も高まりました。

表 3-5 ファッションショーに関する学生の感想（2）

参加学生対象 事後アンケート回答より（一部抜粋）

ファッションショーを通して、観た人に伝えられたと思うこと

廃材にはどのようなものがあるのかということや、廃材でつくった服であっても普段づかいできるということが伝えられたと思います。また、廃材であったとしてもアイデア次第で、デザインの幅が広がり、今までになかった新たなものが生まれるということを表現できたと思います。

1番は私たち学生のデザイン力や発想力、それを活かしたものを作り上げる技術力、こういったプロジェクトに参加する行動力を見せたのではないかなと思います。

廃材の可能性やアイデアは無限大にあるということ。

1つの繊維や古着からまた違う服に生まれ変わるデザイン性の豊かさ。

廃材が服になる可能性が大いにあること。

廃材と言われているが、デザイン次第で着たい！と思わせるものになるということ。

廃棄素材やリサイクル素材の新たな活用法。

良いイメージの無い廃棄服が、デザインと組み合わせにより、新しいものとして価値が生まれること。

廃棄予定の素材、古着にも形を変えれば新しい未来がある。

廃材であってもショーを開催できるほどの服や服飾雑貨を作ることができるということ。

廃材からこんな素敵な服を作ることが出来るということが伝えられたと思う。また、日常使いしやすい服だったので、着てみたいと思ってもらっていたら嬉しいと思う。

表3.1

カテゴリと作品

| カテゴリA 「新用途 ～身近な素材をファッションに～」 | | | | |
|-----------------------------|---------|-----------------------|---|--------|
| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
| 1 | カーテン | セットアップ | カーテンならではの発色のよい赤を全身に使用し、目に止まる明るい色合いのセットアップを制作しました。トップスは裾を広げてドレープを出しつつ、スカートは柔らかく縦に長いプリーツで、カーテンの雰囲気を残しました。 | |
| 2 | カーテン | キャミソール ・ スカート | カーテンといえば、きれいなドレープ。その特色を残したいと思い、フレアスカートを制作しました。巻きスカートを付けるとアシンメトリーでおしゃれに、外せばシンプルなフレアスカートになり、2wayで楽しめるところがポイントです。 | |
| 3 | デニムの生機 | 帽子 | デニムの生機はとても縮みやすいので、かなり大きめのキャスケットを制作し、縮んでも被れるサイズに計算しました。クロッシェは、後ろを編み上げにすることでサイズ調整を可能にしています。サイズ調整用のリボンは生機の「耳」を使用しています。 | |
| 4 | デニムの生機 | 巻きスカート | 小さいサイズの生地を生かして、パッチワークの巻きスカートをデザインしました。パッチワークはフロントのみとし、バックスタイルはシンプルにすることで、前と後ろでガラリと印象が変わるようにしました。 | |
| 5 | 再資源フェルト | ロングベスト ・ ハーフパンツ | グリーンベースの中に色とりどりの繊維が混ざっている再資源フェルトの特徴から、日常的な服の中に遊び心を入れ込むというイメージでデザインしました。ベストの横側には同系色のリボンが左右2箇所について、結べるようになっています。 | |

(実際の制作品)



1



2



3







4



5

カテゴリB 「リメイク ～ユニフォームをファッションに～」 グループ1

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|------|------------------------------|---|--|
| 1 | 制服 | ワンショルダー ベスト ・ ワンピース | 制服スカートのプリーツ部分を生かしてベストとワンピースをデザインしました。ベストは肩に掛けて着用することで、腕を動かすと、同時にプリーツのしなやかな動きをみせることができます。また、ベストの他に、つけ襟や巻きスカートとしても活用できます。 |  |
| 2 | 制服 | レイヤード スカート | プリーツスカート2種を重ねて、レイヤードスカートをデザインしました。色やプリーツの幅が異なるものを使用していますが、黒系の色合いが引き締まった印象を与えます。 |  |
| 3 | 制服 | ポレロ ・ ワンピース | 制服らしさのイメージを変えるため、いま流行りの短い丈のポレロにしました。余った布でギャザーをつくり、ロスを少なくしました。スカートは、プリーツ部分を利用してデザイン性のあるワンピースに仕上げました。生地はレザーとチェック柄に統一することで、まとまり感を表現しました。 |  |
| 4 | 制服 | ジャケット ・ パンツ | 制服の丈夫さを活かしたデザインを考えました。ジャケットの肩を開け、半身にベストを取り入れてアシンメトリーにしています。制服ならではの、かっちりとした印象とカジュアルな普段着の印象とのバランスが取れたデザインを目指しました。合わせて、ジャケットの製作過程で出たハギレを装飾として使用したパンツと、ベレー帽をデザインしました。 |  |

(実際の制作品)



1



2







3



4

カテゴリB 「リメイク ～ユニフォームをファッションに～」 グループ2

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|---------------|---------------|--|--|
| 1 | 白衣 (医療用制服) | トップス | 伸縮性があり、体にぴったりと沿う白衣を日常着にリメイクしました。機能性、清潔感、シルエットの美しさを損わないようにするため、形には手を加えないということにこだわり、全体に明るい色彩の幾何学模様の刺繍を施し、新しい印象を表現しました。 |  |
| 2 | 白衣 (医療用制服) | トップス | 様々な種類の線組み合わせて動きある刺繍柄を前後に構成しています。白衣の伸縮性と刺繍柄の組み合わせによって、これまでとは違った新しい印象を表現しました。 |  |
| 3 | 作業着 | ショート ジャケット | 丈夫でしっかりとした形状の作業着を、女性用のカジュアルなショートジャケットにリメイクしました。ポケットの機能性を残したまま身頃と袖の丈を短くして、打ち合わせの"ひよく"とファスナー、衿を取り除き、ノーカラーにすることで、優しい印象とカジュアルさを取り入れています。 |  |
| 4 | 作業着 | ショート ジャケット | さわやかな水色の作業着を、女性用のカジュアルなショートジャケットにリメイクしました。前後を逆にし、さらに丈を短くすることで、丸みのあるシルエットを作りました。また、両脇の、送風機を取り付ける穴に布をかぶせて、可愛いポケットへと変化させました。 |  |

(実際の制作品)



1







2



3



4

| カテゴリC 「多彩 ～製造工程の端材をコーディネートしたワンアップアイテムに～」 | | | | グループ1 |
|--|---------|--------|---|--|
| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
| 1 | ミシン糸 | バッグ | 様々な色のミシン糸と、透けるオーガジーの布を使用し、シンプルなコーディネートにも、アクセントになるような華やかな色合いのバッグをデザインしました。カラフルなミシン糸がランダムに配置されているので視覚的に楽しめる模様になっています。 |  |
| 2 | 靴下輪っか | ブローチ | 靴下輪っかの伸びる特徴を活かして、花びらのブローチをデザインしました。花びら1枚1枚の作り方を工夫し、大きさや形が異なる多様な花を表現しています。 |  |
| 3 | 布ラップハギレ | ヘッドドレス | さまざまな形状が混ざったハギレを使い、ヘッドドレスをデザインしました。トップ部分のプリーツとリボンがポイントです。綿素材の素朴な素材からドレスシーなアイテムへと印象を変化させました。 |  |
| 4 | カーテン | エプロン | 防災加工が施されているものが多いカーテン素材の特性を活かして、エプロンを制作しました。また、「着衣着火」の事故予防を意識し、同じ素材を使ってリバーシブルのアームカバーもデザインしました。 |  |

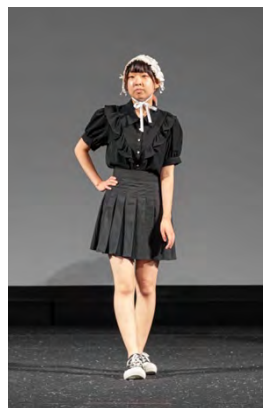
(実際の制作品)



1







2



3



4

| カテゴリC 「多彩 ～製造工程の端材をコーディネートワンアップアイテムに～」 | | | | グループ2 |
|--|----------------|-------------------|---|--|
| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
| 1 | 制服 ・ 古着 | ブラウス ・ スカート | 制服と古着から、マリンコーデのデザインを考えました。セーラー服のワキにプリーツスカートを入れ、動きやすさも考えました。また、プリーツスカートの素材をサスペンダーの様なデザインとネクタイにするなどで統一感を意識しました。スカートは、古着のデニムパンツをリメイクしています。 |  |
| 2 | 古着 | ブラウス ・ スカート | 古着を用いて、神戸の中華街をイメージしたデザインを考えました。ブラウスは、元の形を生かしながらチャイナ服をイメージしたツーピースのデザインにしました。スカートとブラウスには同じカーテン地をワンポイントに入れることで、統一感を出しました。 |  |
| 3 | リボン ・ 古着 | ブルゾン | 古着のデニムブルゾンにベルベット生地 of 光沢あるリボンを使用し高級感を演出しました。リボンは、ブルゾンの濃い色のアクセントになるようにライト・グリーンを選びました。背面を大きなリボン型にデザインしたところもポイントです。 |  |
| 4 | 古着 | シャツ | 様々な種類の古着を有効活用し、生地を組み合わせたパッチワークシャツをデザインしました。袖部分を切り替えたところがポイントです。まとまり感が出るように、バランスを考えて、素材、柄、色を選びました。 |  |

(実際の制作品)



1



2







3



4

カテゴリD 「洗練 ～元の素材を活かしたファッションに～」 グループ1

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|------|----------|--|--|
| 1 | リボン | ベスト | リボンの直線に着目し、3種類を横一列に並べ、配色を生かすデザインにしました。リボンの素材は伸びにくいので、着脱しやすいように四角く空いた穴から顔を出し、横で結ぶという簡単な着用方法にしています。 |  |
| 2 | リボン | Tシャツ | リボンの特徴は、好きな形を作り出しやすいところにあると考えました。Tシャツにボタンをつけ、リボンにボタンホールをあけているので、自分の好きなようにリボンを取り付けることができます。 |  |
| 3 | リボン | Tシャツ | 「プレゼントは、リボンを使って相手のことを想いながら飾りつけるもの」というところからイメージを広げ、プレゼントのラッピングをイメージしてデザインを配置しています。 |  |
| 4 | リボン | オーバースカート | リボンの持つ優雅な印象を引き出したいと思いデザインしました。黒いリボンの下には厚さの薄いリボンを何枚も重ねています。透ける素材を使っているので、その重なり具合によって、さまざまな色合いを見せてくれるのがポイントです。 |  |

(実際の制作品)



1







2

3



4

カテゴリD 「洗練 ～元の素材を活かしたファッションに～」 グループ2

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|-------|--------------|---|--|
| 1 | 再資源織物 | ワンピース | 再資源織物の柔らかな風合いを表現したいと思い、全体的に丸みのある膨らんだバルーンのような形を目指しました。前身頃は身体に沿った形、後身頃は前に出し、大きめのタックを入れることで膨らみをもたせ、前と後ろで少し印象が変わるようにしたところがポイントです。 |  |
| 2 | 再資源織物 | セットアップ | 一見グレーの生地ですが、赤や緑、黄色やシルバーなど、いろいろな色の糸が見えるのが特徴です。その特徴を全面的に出したいと思い、上下のシンプルなセットアップを制作しました。女性らしいワイドパンツに、シンプルになりすぎないように首ぐりにスラッシュを入れたところがポイントです。 |  |
| 3 | カーペット | ワンピース ベスト | カーペット素材が分厚く重いことから、服全体ではなく、部分的に使用するデザインにしました。そこで素材の温かみや、手触りのよさに着目し、ずっと手を入れ触れていなくなるような大きなポケットをメインにしました。洗濯に配慮し、カーペット部分は取り外し可能で、ワンピースとベストの2wayで着用することができます。 |  |
| 4 | カーペット | スーツ | カーペットのバイル生地に着目し、シャネル風のノーカラージャケットとタイトスカートスーツをデザインしました。生地に厚みがあるため、できるだけデザインはシンプルにし、縫い代が重ならないようにしました。スーツとしてはもちろん、単品のジャケット、スカートとしても着用できます。 |  |

(実際の制作品)



1



2


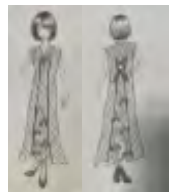



3



4

カテゴリー 「革新 ～元の素材を全く新しいファッションに～」 グループ 1

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|------|-------------------|---|---|
| 1 | 漁網 | 付け襟 ・ ワンピース | 縫い方で見え方が変わったり、2倍にも3倍にも伸び縮みする漁網ならではの特徴を生かして、フリルを存分に使った2種類のワンピースをデザインしました。光沢のある黒と紺を引き立たせるために、白のワンピースに重ね着し、漁網の網目が目立つように工夫しています。付け襟なので取り外しできる場所もポイントです。 |  |
| 2 | 漁網 | 付け襟 ・ ワンピース | |  |
| 3 | 漁網 | ベスト | |  |

(実際の制作品)



1






2



3

カテゴリー 「革新 ～元の素材を全く新しいファッションに～」 グループ2

| no. | 主な素材 | アイテム名 | 説明 | デザイン原案 |
|-----|-------|--------------------|--|---|
| 1 | 漁網 | ケープ | 身体のラインに沿って伸びたり縮んだりさまざまに変形する漁網の特徴を生かし、あえて長方形という単純な形にカットして、体にまとわせ、変化する形を楽しむケープをデザインしました。裾にかけておちるドレープや網の目から見えるインナーがポイントです。 |  |
| 2 | 漁網 | ストール ・ ワンピース | 伸縮性と網目を生かして、透け感のある体に沿うワンピースとストールをデザインしました。形はシンプルにし、漁網そのものの形を自然にいかしました。水をイメージして、裾にきらきら光るスパンコールを施し、そのフチは黒のラメ入りレース糸で手がかりしました。 |  |
| 3 | 再資源織物 | ジャケット | 再資源織物をメインとし、袖とポケットにブラックデニムを合わせ、メリハリのあるアクセントを入れながら、無彩色で落ち着いたジャケットをデザインしました。総裏仕立てにして、肌には繊維が直接触れず快適に着用できるようにしています。 |  |

(実際の制作品)



1



2



3

Part2



2023年8月29日 Tue - 9月4日 Mon 11:00~20:00
なんばマルイ1F イベントスペース 入場自由

繊維製品の廃棄から生まれる環境負荷の低減に向けて、関西で学ぶ大学生と研究者が連携し結成したチーム“エンウィクル”による、繊維廃材から生まれたアップサイクル製品の展示販売、トークショー、ワークショップを開催します。

学生のデザインによる
アップサイクル製品の販売

大学・企業による
SDGs 関連の展示

リサイクル素材による
ワークショップ

ゲストと学生による
SDGs トークショー



主催：日本繊維機械学会・繊維リサイクル技術研究会 “私たちのSDGs” 実行委員会
株式会社スタイルエージェント



3.2 Part2 廃棄繊維のアップサイクル品の創出

3.2.1 趣旨説明

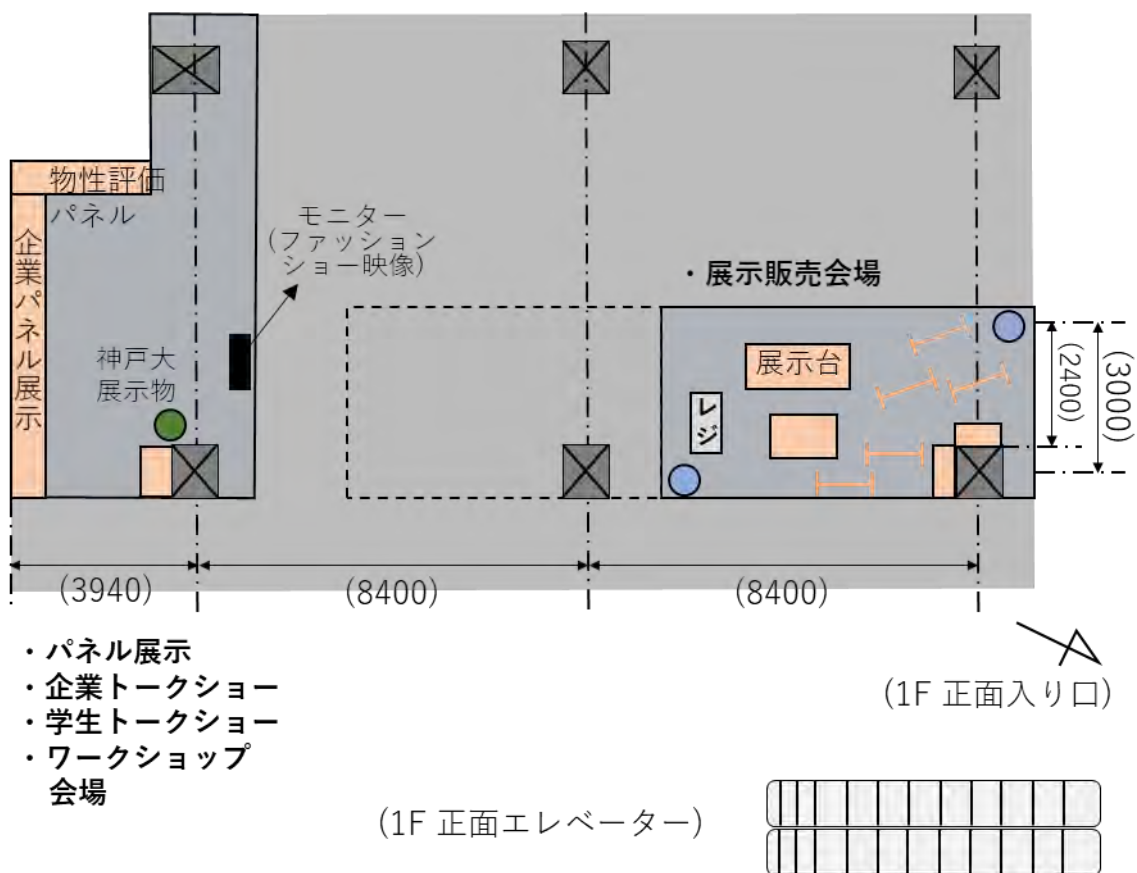
令和5年8月29日(火)~9月4日(月)、大阪なんばのマルイ百貨店において、制作物の販売を行った。その内容はファッションショーで披露した制作物と、服飾雑貨、インテリア雑貨である。マルイ店舗での販売は昨年に引き続き2回目になるが、昨年の学生アンケートにおいて、“接客する際にどのような廃材を使用したのかについての説明が不足で残念であった”という意見があったため、今年度はQRコードから、制作物がどのような繊維廃材を用いたかを読み取れるようにした。そしてそれを小さなボードに記載して、制作物とともに陳列棚に設置した。展示については、繊維廃材に関する世の中での取り組み情報を多くの人に知ってもらうため、企業8社における事業内容を、今回の学生の制作物における物性評価の結果とともにパネルで展示した。またイベントの期間中を通じてモニターを設置し、Part1でのファッションショーの映像を誰でも観覧できるようにして紹介した。さらに企業展示の担当者、各大学の学生によるトークショーやワークショップにより、一般の方、企業と学生たちの交流を行った。

(文責：森下あおい)

3.2.2 会場レイアウト

会場のレイアウトは以下の図中のブルーで示す通りである。他店舗が入店している都合上、展示販売コーナーとトークショーなどを開催した箇所が少し離れているのが残念であった。

(文責/整理：三宅肇)



3.2.3 QRコードによる展示品素材説明

なんばマルイ店頭ディスプレイにQRコードを用いた素材説明のキャプションを設置した。まずは企業からの提供素材20種のアイコンの制作、制作風景の写真、素材の説明文を集め、それらを素材別にエンウィクル公式インスタグラム(https://www.instagram.com/enwecl_e_sdgs/)に投稿した。次にインスタグラムの各投稿からQRコードを作成。そのQRコードを読み取ると、インスタグラムの各素材の投稿にアクセスでき、素材についての説明をお客様が簡単に確認いただける仕様とした。

以下が20種のQRコードとアイコン一覧、キャプションデザイン、実際にキャプションを設置した様子である。

(文責/QRコード作成：高山祥子)



QRコードを用いたキャプションを設置した様子

3.2.4 企業展示とモニュメント

今年の新たな試みとして企業 8 社によるアップサイクル品の展示とポスター発表コーナーを設けた。また、参加 8 社からはトークショーにおいて「わが社のアップサイクル戦略」と題して展示物の紹介を中心に講演を依頼した。展示企業の選定は繊維リサイクル技術研究会のメンバーならびに研究会と関連深い企業の中から最近話題になっている企業を中心に選んだ。ここでは企業展示物について紹介する。また、特別参加として神戸大学清水研究室と（一社）Textile Upcycle Platform からモニュメント展示をしていただき、会場に花を添えた。これらのモニュメントについても概説する。

3.2.4.1 企業展示

下の写真は企業展示コーナーの外観を示している。各企業には A1 の大きさのポスターとポスター前に設置した机を用いてアップサイクル品の展示をお願いした。今回企業展示に協力していただいた企業はナカノ(株)、(株)トーア紡コーポレーション、クラボウ、(株)帝人、新内外綿(株)、(株)ワコール、泉(株)、カトーテック(株)である。展示物の概略を各企業のポスターを示すことによって以下に紹介する。

(文責：木村照夫)



写真 企業展示コーナー概観

① ナカノ(株)



② ㈱トーア紡コーポレーション

TOABO 株式会社トーア紡コーポレーション

**リサイクル炭素繊維を原料とした
連続繊維強化複合材料部材の開発**

㈱トーア紡コーポレーションでは、
岐阜大学、三重大学、三重県工業研究所と共に産官学で、
炭素繊維強化プラスチック端材からリサイクルされた、
短繊維となった炭素繊維を紡績技術により、
連続繊維、糸として原料化、糸から布帛化、
部材化までの開発を行っております。

不要な繊維は、新たな価値へ...

アパレルブランドの規格外品や、
市場からの回収衣料、
企業の旧ユニフォーム等の
不用衣料をバラシて、
綿の状態に戻し、
不織布へ再加工を行う。
アパレルブランドや企業へ
再加工不織布を使用した小物や
オフィス用品等の新規用途の、
開発、提案を行っております。

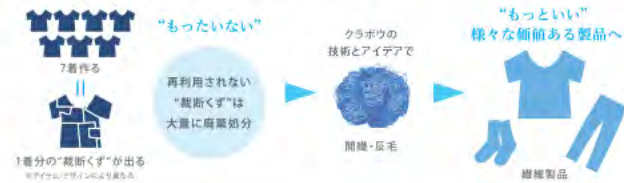
**廃棄衣料を原料とした不織布の
新規用途開発**



③ クラボウ



服を作る時に出てしまう“裁断くず”を
廃棄処分せず クラボウの技術でアップサイクル



特長 1

ユニーク
自然で豊かな表情をもった素材です。
この表情は唯一無二のものです。

特長 2

ボーダレス
例えば、カットソーの“裁断くず”がパンツ
やスカートへと生まれ変わります。

特長 3

サステナブル
資源を無駄なく活用することで、幸せを
豊かな暮らしを次の世代につなげます。



④ 株式会社 帝人



環境配慮型製品

漁網由来のトレー



POINT

01. 海洋プラスチックごみである使用済み漁網を再生利用したエコマーク認定のトレー
02. 漁網由来の樹脂はトレー全体の約10%に使用
03. のせたものが滑りにくい"ノンスリップ加工"付き



木目調でどんな食卓にも
馴染みやすい



エコマーク商品
22 164 001



Re:ism
by TEIJIN



⑤ (株)ワコール

～ワコールのSDGsの取り組み～

生産過程で生まれてしまう残材料



ブラジャーのパーツである型紙はクッキーの型入れの様に隙間なく入れ合わせをします。完璧に隙間をなくす入れ合わせは難しいので、画像の白い部分の様に余った部分が出てきます。これが残材料と呼ばれるものです。



宝塚舞台衣装への提供



残レース
(無償提供)

宝塚舞台
衣装部



衣装作成/
舞台使用

『デミトリ』



『JAGUARBEAT』



『ライラックの夢路』



残材料活用ブランド～Looping & Nature couture

材料の切れ端



糸にする
(生地を編む)

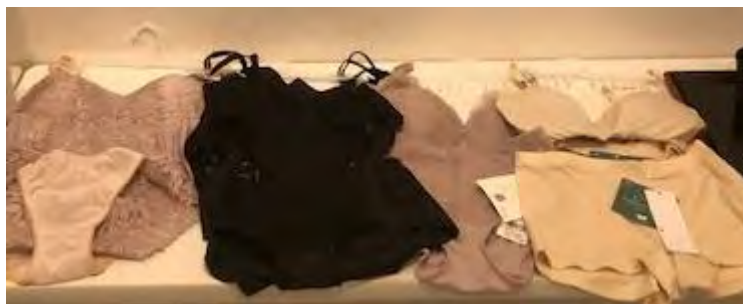


製品に生まれ変わる









⑥ 新内外綿(株)

繊維廃棄物はゴミではない
アップサイクルで
新たな価値を生み出す



UP CYCLE

裁断くず C反 古着

カット

反毛

紡績糸

新商品

彩生
~saisei~

エコマーク認定商品
新内外綿株式会社

幅広い対応力

柔軟な生産体制

混紡品

カラー

プリント

小ロット
最低
20kg

短納期
最短
2カ月

紡出
番手
10~60s

海外
対応

※混紡内容、生産等によって限界はあります。

Shin Nigai Textile Ltd. × shikibo

彩生は新内外綿のリサイクルシステムです。

shikibo シキボ株式会社 群馬県村金町本通第
〒541-8516 大阪市中央区船場南町 3-2-6
TEL. 06-6268-5553
http://www.shikibo.co.jp

●このUP CYCLEのロゴは登録商標です。

202101



膜材メーカーが提案する、 アップサイクルバッグ



最も得意とするのは「膜材」と呼ばれる「高機能なテント」

「エコバッグ」といっても色々ありますが、私たちが最も得意とするのは、「膜材」と呼ばれる「高機能なテント」です。

この膜材店にあるオーニングからドームなどの膜構造施設、日本製マラソンなど膜材は使用目的に沿って様々な機能が付与されていて、とても機能性の高いものです。

厳しい基準が設けられている

それゆえ、少しでも基準を満たしていなければ、使えないものとして処分されている廃材があります。

シートベルト × テントの高機能アップサイクル

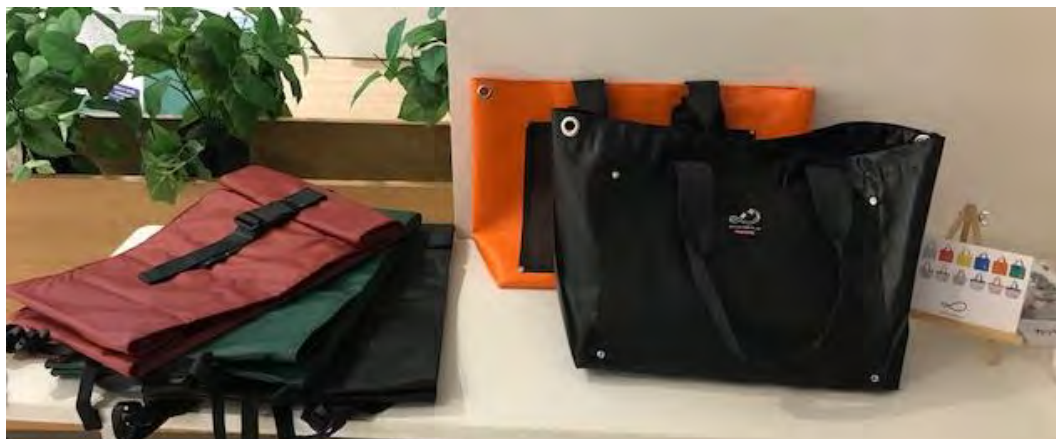


自動車のシートベルトのアップサイクルブランド「Think Scrap」とのコラボトート。

工場廃材を使ったアップサイクル製品ながら、高機能素材の組み合わせで機能性の高いアイテムです。



 **SUSTAINABLE.Lab**
from 泉株式会社



⑧ カトーテック(株)



京都光華女子大学 × カトーテック 

4年に1度開かれる世界の繊維機械のオリンピックと言われるITMA2023。その展示会のユニフォームとして、廃材予定の着物をアップサイクルしたユニフォームを着用しました。来場者の皆様からは「ユニフォームや和傘はどこで購入できますか?」「花柄が可愛い」とユニフォームや装飾に興味を示す言葉を多数いただき、ブースへの来場のきっかけ作りとして非常に効果的でした。「KIMONO」と紹介すると多くの方が理解し、日本の着物は世界共通の言語でした。着物と言えば日本、そして日本の企業のカトーテック。と来場者の方々に記憶に残る展示ブースになったと感じています。

カトーテックってどんな会社?



KAWABATA EVALUATION SYSTEM
感触を数値化する風合い計測

カトーテックは布の風合い計測を研究していた京都大学 川端教授らと“感触”を数値化する技術「KES」を共同開発。繊維・自動車・化粧品・食品など私たちの生活にかかせないあらゆるものの感触を測定しています。布から始まった風合い計測。繊維業界に持続可能な循環サイクルを築くため、リサイクルを含むさまざまな還元方法を模索中です。

カトーテック株式会社
Email: katotech@keskato.co.jp
TEL: 075-693-1660



KATO TECH CO., LTD.



3.2.4.2 モニュメント

①「うまれかわりの木」 提供：(一社) Textile Upcycle Platform

一般社団法人テキスタイルアップサイクルプラットフォームは各会員がそれぞれの技術を生かして繊維ならびに繊維製品の機能と色を活用したアップサイクルの推進、色あせた繊維製品の染め直しによるアップサイクルの推進、異種材料が混在する繊維製品を個々の素材に分離することによるアップサイクル技術開発を行っている。今回のイベントでは「地球から生まれたゴミはアートという魔法の作用で木になり実となり美しい自然を作り出します」というコンセプトのもと、大量廃棄されている制服、衣料、工場端材に着目し、アップサイクルした廃材をツリーとして表現し、環境問題解決を訴えた。



②「散布」 提供：神戸大学国際人間科学部発達コミュニティ学科アートコミュニケーションプログラム

この作品は神戸大学のオープンキャンパスの際に参加型インスタレーションとして展示した物の一部である。時田毛織(株)と木下製網(株)から提供された布と魚網が作品制作に使用された。神戸大学鶴甲第2キャンパスの螺旋階段のある空間に布を散りばめ、その布を鑑賞者に手に取ってもらい、中央に設置したトルソーに飾り付けてもらうことで一つの服を作り上げようという主旨の作品。安全性を考慮し、どうすれば針やハサミを使わず、布と布を繋ぎ合わせることが出来るかを考えて、ひも状にした布を網に結び付けると言う方法を採用している。どこにどう結びつけるかは人によって様々で、1人1人の試行錯誤によって一つの作品が出来上がっている。



3.2.5 ワークショップ

ワークショップ企画では、株式会社 colourloop が開発する繊維リサイクル素材のレザー調シートを使用し、ショルダーポーチの制作体験をおこなった。

実施内容は以下の通りである。

タイトル：「繊維廃材をアップサイクルしたレザーを用いてショルダーポーチを作ろう」

日付：9月3日（日）

時間：11:30～17:00

参加対象：制限なし

参加要件：事前申込不要

参加費：500円（税込）

所要時間：約30分

素材提供：株式会社 colourloop

企画実施：京都光華女子大学キャリア形成学部

キャリア形成学科1～3年生 計5名

参加者数：12名



9/3 日 ワークショップ
11:30-17:00
「繊維廃材をアップサイクルしたレザーを用いて
ショルダーポーチを作ろう！」

申込不要
参加費 500円

道具は使わず、誰でも簡単に作ることができます。
申込不要、参加費500円 担当：京都光華女子大学

制作体験の流れは以下の通りである。

<学生の準備>

- ①ポーチの袋部分となるシートの両脇に穴を空け、カラーバリエーションを用意する。
- ②シートを約4ミリ幅にカットし、ポーチのかがり紐を準備する。
- ③シートを約3ミリ幅にカットし、肩掛け部分となる三つ編み用の紐を準備する。

<制作体験の流れ>

- ① 赤、茶、黄、青などカラフルなシートから袋部分用に1色、かがり紐用に1～2色、肩掛け三つ編み紐用に1～3色の組み合わせを選ぶ。
- ② 袋部分の両端をかがるように、かがり紐を穴に通していく。
- ③ 1～3色の紐を用いて三つ編み状に編み、ショルダー紐をつくる。長さの目安はおおよそ1.5mであるが、制作するお客様にとってちょうど良い長さに仕上げる。
- ④ 袋部分の口部分両端に三つ編み紐を通し、長さを調整し、ひとつ結びで留めて完成。

<ショルダーバッグの仕様について>

ショルダーバッグの企画は、素材の特徴であるレザーのようなしなやかさを生かし、袋部分の両端のかがり、肩掛け紐部分に2種類の幅の紐状のパーツを準備し、手を使って穴に通したり編んだりする工程を楽しんでいただくものとした。指先、手のひらを使って組み立てることで、古着の繊維が含まれるこのシート独特の肌触りを直に感じてもらうことができ、さらに、手の温かさによって肌に馴染むような柔らかさが生まれるといった“素材の変化”を体感してもらうことができる。

担当の学生メンバーは、このシートが、色分けの工程を経た古着が生まれ変わった素材であること、使用と経年変化によって質感に変化がおこることなどをお客様に説明しながら、制作工程をナビゲートした。会場では、通りすがりで注目して下さったお客様や、小さなお子様にもご参加いただくことができた。ワークショップについての参加学生の感想は、以下の通りである。

参加学生対象事後アンケート回答より（一部抜粋）

| ワークショップの感想 |
|--|
| 参加して、目の前でキラキラと目を輝かせながら私たちの作品を見てくださる方がたくさんいらっしゃって嬉しくなりました。 |
| 前日までほとんど準備ができてない中で1番はじめに来た光華生や先生が色々アイデアを出してなんと素敵な形になってすごく素敵だなと思った。その後はリレー形式で教え合ったりべつの使い道を考えたり、教えることの難しさを学んだ。販売した作品はそれぞれが作りたいものをそれぞれが作っていたけど同じものをみんなと協力して作る楽しさを知った。 |
| 楽しく作られていることが印象的であった。ワークショップをする側として、費用などを制作する前に伝えることも大事なことだと感じた。 |
| 楽しかった。他大学の人も関わり、一般のお客さんとも関わり、ワークショップなどをしたりと、色々とレアな体験をできたのは凄く良い人生経験となった |
| 沢山のひとと話せてよかった |
| オシャレなデパートでこのようなワークショップに参加するのは初めてでした。何しろいつもお客として訪れていたの、すごく面白いでした。自分がデザインした服が売れた瞬間はとても嬉しかったです。本当に貴重な体験でした。 |
| 参加はしていないのですが、赤っぽい服を集めて樹脂と混ぜた素材を使っているという説明を学生さんに聞いて、そんな素材があることも、同じ系統色の服を集めて作ったものがこんな綺麗な色を出すことを初めて知ったので、お客さんにももっと知って欲しいなと思いました！ |
| この生地を以前見た時に使い道が分からなくて困っていたので、どうしても知りたくて参加した。色々知れたので、何かの機会にこのことを活かしたい。 |

本企画では、繊維リサイクル素材に触れて形を作り上げる工程において、その表面の触り心地や、丸めたときに手に反発する感触など、そういった小さな感覚の連続を通して、繊維が含まれた新しい素材を体感で知っていただく機会の創出を目指したものである。そして、素材の扱い方ショルダーバッグの作り方を説明するうえで、学生らは、より一層この素材について理解を深めることができたとともに、お客様との交流によっておこなうものづくり、ワークショップそのものの楽しさも実感した様子であった。また、制作工程では学生メンバー間で新しいアイテムなどのアイデアが生まれていたことは、とても嬉しい成果であった。

カラーリサイクルという独自の繊維リサイクル手法によって生まれたこの素材は、素材そのものの表面感、感触などにオリジナル性があり、多様な色の組み合わせ、配色によって、何通りものアイテムを生み出すことができるという、大きな魅力と無限の可能性を含むものである。このような魅力的な素材を、今年度も、ワークショップ用にとご提供くださった株式会社 colourloop様に、心から感謝を申し上げたい。

（文責：宮原佑貴子）

3.2.6 企業トークショー

前項（3.2.4）で述べた8社の企業の代表者が順次登壇し、「わが社のアップサイクル戦略」と銘打って各企業紹介と展示物の紹介をメインに約15分の講演のあと、来場者と討議が行われた。総合司会はチーム“エンウィクル”学生班の野々村リーダーが行い、各講演の司会は各大学の学生が分担して行った。来場者は絶えず40名前後と会場に入りきれないほどの盛況であった。

なお、学生から出された登壇者への質問の一例を以下に示す。

ナカノ：私たち消費者が衣服を行政回収や店頭回収に出す際に、気をつけることや何かできることはあるか。

トーア紡マテリアル：個人的にSDGsについて考えていることや大切にしていることはあるか。

クラボウ：カットソーから出た裁断くずを新たな繊維製品にアップサイクルする際に出た裁断くずはどうしているのか。国内だけでなく、海外に反毛工場があることでどのようなメリットがあるか。

帝人：学生から質問無し。

ワコール：ハンガーを回収してリサイクルハンガーにすると説明があったが、旧ハンガーは一度使用したらリサイクルされるのか、何度も利用されてからリサイクルされるのか、どちらでしょうか。リサイクルハンガーは再度リサイクルすることはできますか。

新内外綿：生産可能な番手という説明で、そもそも番手とは何か。

カトーテック：物性評価で新しく考えておられるものはございますか？また、これは出来ないと言うのはございますか？ユニフォームを制作するにあたってこだわった所や苦労したから見て欲しいところはございますか。

泉：テントの生地をカバンやスマフォショルダーに使うことの良さや強みはありますか。

(文責：木村照夫)

9/1 **金** トークショー 展示企業8社による発表 12:00-17:10 「わが社のアップサイクル戦略」

| | 講 師 | 主な展示物 | 司 会 |
|--------|---------------------|------------------|-------------|
| 12:00～ | ナカノ(株) 藤田 修司氏 | 軍手、毛布、糸 | 滋賀県立大学 |
| 12:40～ | トーア紡マテリアル(株) 匹野 良祐氏 | フェルト、炭素繊維など | 四天王寺大学短期大学部 |
| 13:20～ | クラボウ 山内 一平氏 | ループラス(糸、生地、二次製品) | 大阪樟蔭女子大学 |
| 14:00～ | 帝人(株) 森真 和仁氏 | 魚網-プラスチック成形品 | 京都女子大学 |
| 14:40～ | (株)ワコール 詫間 しおり氏 | 循環型ハンガー、ブラ、ショーツ | 京都女子大学 |
| 15:20～ | 新内外綿(株) 土井 勝己氏 | 彩生(糸・製品) | 京都光華女子大学 |
| 16:00～ | カトーテック(株) 坂井 卓哉氏 | リメイク、ITMA | 甲南女子大学 |
| 16:40～ | 泉(株) 津村 茂之氏 | カバン(テント地) | 甲南女子大学 |



企業トークショーの様子

3.2.7 学生トークショー

各大学の活動状況やイベントに参加した成果などを大学間で共有して、今後の活動につなげていくことを目的に、イベント終盤の9月2日(土)に学生トークショーが開催された。

学生による司会進行の中、各大学持ち時間30分の中で発表およびディスカッションが行われ、制作に携わった7大学と物性評価を担当した1大学の計8大学から、大学での活動紹介やアップサイクルの活動に参加したきっかけ、制作物の紹介、さらには制作過程で苦労したことなど、制作品の構想段階から展示販売に至るまでの裏話などが紹介された。

物性評価を担当した神戸大から報告された布の風合いに関する考え方や、最も多くの衣服制作を行った滋賀県立大から発表された制作に対するコンセプト(考え方)などは、初めて聞く学生にとって非常に参考になる内容だったようで、興味深く聞き入っていた。一般の参加者や教員をはじめ学生からたくさんの質問があり、活発なディスカッションが行われた。印象的だったのは、参加のきっかけが「先生から誘われて…」や「他学との交流が楽しみだったから…」であったものが、本イベントを通じて繊維廃材の現状やアップサイクルの有効性などが認識でき多くの学びがあったという報告があり、本活動の主旨である“自分ごととして考える機会”が得られたものと実感できた。

学生にとって人前で発表することは決して簡単なことではないと思われたが、いずれの大学も工夫を凝らしたスライドや制作物を用いた興味深い発表を行い、今後の大学での活動に向けてもよい経験になったと思われる。

(文責：三宅肇)

9/2 **土** **トークショー**
13:00-16:30
参加学生による発表(製品紹介等)
「私たちのアップサイクル」

| | 大 学 |
|--------|-------------|
| 13:00～ | 神戸大学(物性評価) |
| 13:30～ | 京都光華女子大学 |
| 14:00～ | 大阪樟蔭女子大学 |
| 14:30～ | 四天王寺大学短期大学部 |
| 15:00～ | 滋賀県立大学 |
| 15:30～ | 甲南女子大学 |
| 16:00～ | 京都女子大学 |



学生トークショーの様子
(各大学の発表(上)とディスカッション(下))

3.2.8 Part2 の総括

一般の消費者が行きかう店舗で行った制作物の販売と展示は、各大学の学生が協力し合うことによって終わることができた。販売では接客もレジも大学間の垣根を越えてが混ざりながら交代で学生が担当し、その日の売り上げを SNS を用いて皆に報告を行ない担当していなくても売り場の状況がわかるように伝えられた。販売をすることで廃材を使った制作物製品には一般の方からどのような反応があるか、どのような理由で実際に購入されるのかを知る貴重な機会が得られた。これは制作者としての学生には大きな励みとなった。また企業展示についても、既に事業化されている事例紹介をパネルの展示だけでなく実物を置いたこと、さらに学生の司会によるトークショーを行ったことで、企業と学生間の意見交換を進めることができた。

(文責：森下あおい)

4. 感性と物性の融合をめざして

第2回目となる今年度の新たな取り組みとして、衣服にアップサイクルした廃材の物性評価を行った。その目的は、制作品が一般消費者の手に渡り“製品”として生まれ変わるにあたり、廃材(以下、素材)のもつ特性を生かしているか、さらには、製品として最低限必要な消費性能を有しているかの観点から素材の物性を明らかにすることである。

4.1 対象素材

物性評価に供した素材は、本来、衣服以外の用途に用いられる素材を衣服にアップサイクルしたもののなかから、「強い意外性が生まれる」、「触れ心地に新鮮な魅力を出せる」、「使うことで味わいが出せる」、「多様な色彩を活かせる」の観点から、カーテン生地、カーペット生地、生機デニム生地、リボン、漁網の5素材を「新用途素材」と分類して選択した。なお、デニム生地は元来、衣服に用いられる素材であるが、廃材として提供されたデニム生地は製織後の洗い工程を行っていない未収縮の素材(生機)であることから、新用途素材に分類した。

4.2 評価の方法

物性評価は、衣服としての着心地や外観に影響を及ぼす素材の風合い評価と、耐久性や耐洗濯性など消費性能に影響を及ぼす品質評価について、前者を滋賀大学と神戸大学が、後者を京都工芸繊維大学と後援機関である一般財団法人ボーケン品質評価機構がそれぞれ担当した。風合い評価については、KES(風合い試験機)を用いて力学特性値から生地の特徴を導き出した。品質評価については、生地の強度や染色堅牢度、洗濯による寸法変化率などJIS法に準じて行った。

4.3 評価結果

評価結果を示したパネル原稿を添付する。

結果については、具体的な数値結果は示さずに「制作品に対する素材の適合性」として、一般財団法人ボーケン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能を満たしているかどうかをパネルに示し、ファッションショーならびに物販会場に展示した。

(報告者：三宅肇)

リアルクローズに向けたアップサイクルへの挑戦 ー感性と物性の融合をめざしてー

(一社)日本繊維機械学会 繊維リサイクル技術研究会
チーム“エンウィクル”

概 要

本イベントでは繊維廃材を新たな資源と捉えて、まずは学生が素材に触れて、作りたいアップサイクルプロダクトやデザインを提案し、リアルクローズをテーマとした服飾を制作しました。さらに、アップサイクルの観点や、実際に使用するにあたっては、「制作品が生地の特徴を生かしているか?」「実用的に問題ないか?」の観点からの考察が必要不可欠です。そこで風合い評価と、いくつかの物性試験を行いました。物性は同じアイテムでも素材によっては変化することがあるため数値は示さず「強度や染色堅牢度などが、アパレル素材としての品質を満たしているか」に焦点をあてました。

対象繊維素材

様々な素材の中から、「強い意外性が生まれる」「触れ心地に新鮮な魅力を出せる」「使うことで味わいが出せる」「多様な色彩を活かせる」の観点から、下記の5種類のアイテムを選びました。



カーテン生地



カーペット生地



デニム生地(生機)



リボン



漁網

物性評価項目

KES (風合い試験)、引っ張り強さ、引き裂き強さ、染色堅牢度 (摩擦、洗濯、汗、耐光)、耐洗濯性 (家庭洗濯およびドライクリーニングによる寸法変化率)、保温性 など

結 果

今回対象とした素材はすべての項目において、一般財団法人ポーケン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能(ポーケン品質基準)を満たしていました。詳細は個別のパネルをご覧ください。

物性評価チーム

神戸大学井上研究室 (高木莉子、仲 優里奈、三野夏実、南 里奈)
滋賀大学與倉研究室 (關口理沙)
京都工芸繊維大学奥林研究室 (Christiana Agbo)

協力

一般財団法人ポーケン品質評価機構

カーテン生地のアップサイクル

01 素材

一般的に、カーテン生地は強度や染色堅牢度、耐洗濯性、防炎性に優れ、美しいシルエットを創り出すドレープ性に優れた織物です。この特性を生かして、上衣、スカート、エプロンにアップサイクルしました。



02 アップサイクル・プロダクト

インテリアファブリックならではの発色性とカーテンのもつドレープ性に焦点を当ててデザインしました。

カーテンならではの空間に映える色彩は、凹凸感のある素材の感覚と融合することで、装いに派手すぎない落ち着きを感じさせ、ファッションとして優雅な仕上がりを実現しています。また、しなやかな素材感は、縦方向に長いシルエットにより、歩くたびに伸びやかな美しい広がりを見せてくれます。



制作者（久龍 未空、池松 万智子）

03 プロダクトに対する素材の適合性

○風合い
 (KES を用いて生地の特徴を評価しました)

| 風合い | 大きい | やや大きい | 標準 | やや小さい | 小さい |
|----------|-----|-------|----|-------|-----|
| KOSHI | | | | ○ | |
| HARI | | | | ○ | |
| SHARI | | | ○ | | |
| FUKURAMI | | | ○ | | |
| NUMERI | | ○ | | | |

※風合いが示す性能について（解説）

| | |
|----------|--|
| KOSHI | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な美しさ |
| HARI | 空間をつくる。涼しさ、動きやすさ |
| SHARI | 布と肌の密着を断つ。涼感をもたらす |
| FUKURAMI | 伸びやすさ、肌ざわり、空気の保持と流れ |
| NUMERI | 肌ざわりの良さ |

○アパレル素材としての品質
 カーテン生地を衣服にアップサイクルするにあたり、アパレル素材として必要な物性を満たしているか評価を行いました。

(評価項目)
 ・引っ張り強さ
 ・引き裂き強さ
 ・染色堅牢度(摩擦、洗濯、汗、耐光)
 ・耐洗濯性
 (家庭洗濯およびドライクリーニングによる寸法変化率)

(結果)
 すべての項目において、一般財団法人ポークン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能(ポークン品質基準)を満たしていました。

04 プロダクトデザインと物性の関係について

デザインにあたり着目した素材の“ドレープ性”について、風合い評価において肌ざわりの良さやソフト感に影響する NUMERI 感が大きい結果となりました。また“発色性(色彩)”については、高い染色堅牢度をしており、日常の使用においても維持することが期待できる結果となりました。

カーペット生地のアップサイクル

01 素材

カーペット生地は、素材、織り方、パイルの種類により様々な種類が存在しますが、一般的に保温性や遮音性を有するとともに、強度や染色堅牢度に優れています。また意匠性に優れた織物です。この特性を生かしてスーツ、ワンピースにアップサイクルしました。



02 アップサイクル・プロダクト

はりよこしのある素材感により服が成形されることで、身体と衣服に空間が生み出され、服のシルエットが美しく表現できます。それらに適しているシンプルなジャケットとワンピースを提案しました。表面のパイルの軽くて柔らかい温かみのある風合いと、糸が混じり合うことで生まれている光沢感や、上品な色彩ニュアンスは、流行や年代を問わずに着用できます。また弾力性ある素材は、しわになりにくく、型くずれを起こすことなく形状が保持できます。



制作者（野々村 多慧子、池松 万智子）

03 プロダクトに対する素材の適合性

○風合い
(KESを用いて生地の特徴を評価しました)

| 風合い | 大きい | やや 大きい | 標準 | やや 小さい | 小さい |
|----------|-----|-----------|----|-----------|-----|
| KOSHI | ○ | | | | |
| HARI | | | ○ | | |
| SHARI | | | ○ | | |
| FUKURAMI | ○ | | | | |
| NUMERI | | | ○ | | |

※風合いが示す性能について（解説）

| | |
|----------|--|
| KOSHI | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な楽し。 |
| HARI | 空間をつくる。滑し、動きやす。 |
| SHARI | 布と肌との密着を断つ。涼感をもたらす。 |
| FUKURAMI | 伸びやす、肌ざわり、空気の保持と流れ。 |
| NUMERI | 肌ざわりの良。 |

○アパレル素材としての品質
カーペット生地を衣服にアップサイクルするにあたり、アパレル素材として必要な物性を満たしているか評価を行いました。

(評価項目)
・引っ張り強さ
・染色堅牢度(摩擦、洗濯、耐光)
・耐洗濯性
(家庭洗濯およびドライクリーニングによる寸法変化率)
・保温性

(結果)
すべての項目において、一般財団法人ポークン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能(ポークン品質基準)を満たしていました。

04 プロダクトデザインと物性の関係について

デザインにあたり着目した素材の“ハリ感やコシ感”については、風合い評価において衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる KOSHI 感や空気の保持と流れに影響する FUKURAMI 感が大きい結果となりました。またパイルによる“温かみ”については、高い保温性を有する結果となりました。

デニム生地（生機）のアップサイクル

01 素材

ジーンズに代表されるデニム生地は、インディゴ染めした太糸を使用しており、強度が高く硬い風合いです。使用するほど柔らかくなり、風合いや色落ちの変化を楽しむことができます。今回使用した生地は、製織後に湯通しをしていない生地（生機）のため、通常のデニム生地より色落ち、風合い変化が予想され、この特性を生かしてスカート、帽子にアップサイクルしました。



02 アップサイクル・プロダクト

生機（きばた）の特徴である色落ちや洗濯により縮む特性を活かし、素材の変化を楽しむデザインを提案しました。すなわち、洗濯するうちに、徐々に体に馴染むようになります。帽子もスカートもサイズは、縮むことを想定して適切なサイズよりも大きい目に設計していますが、留め具により小さく調節可能なサイズフリーとしているため、着用者の好みに応じて調整可能です。スカートはパッチワークによる布片をパズルのように組み合わせせた構成とし、布の始末は、巻きロックミシンにより、かさ張らないように仕上げています。



制作者（久龍 未空、新木 彩夏）

03 プロダクトに対する素材の適合性

○風合い
(KES を用いて生地の特徴を評価しました)

| 風合い | 大きい | やや 大きい | 標準 | やや 小さい | 小さい |
|----------|-----|-----------|----|-----------|-----|
| KOSHI | ○ | | | | |
| HARI | ○ | | | | |
| SHARI | | | ○ | | |
| FUKURAMI | | | ○ | | |
| NUMERI | | | | ○ | |

※風合いが示す性能について（解説）

| | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な柔しさを空回をつくる。流しで、動きやすさ |
|----------|---|
| KOSHI | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な柔しさを空回をつくる。流しで、動きやすさ |
| HARI | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な柔しさを空回をつくる。流しで、動きやすさ |
| SHARI | 布と肌の密着を断つ、涼感をもたらす |
| FUKURAMI | 伸びやすさ、前ざわり、空気の保持と流れ |
| NUMERI | 肌ざわりの良さ |

○アパレル素材としての品質
生機のデニム生地を衣服にアップサイクルするにあたり、アパレル素材として必要な物性を満たしているか評価を行いました。

(評価項目)
・引っ張り強さ
・染色堅牢度（摩擦、洗濯、汗、耐光）
・耐洗濯性（家庭洗濯による寸法変化率）

(結果)
引っ張り強さおよび染色堅牢度においては、一般財団法人ボークン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能（ボークン品質基準）を満たしていました。

家庭洗濯による寸法変化率は基準を超える結果でしたが、これは製織後に湯通しをしていない生機の特徴的な結果です。

04 プロダクトデザインと物性の関係について

デザインにあたり着目した素材の“色落ち”や“洗濯による縮み”については、染色堅牢度試験において若干の変退色が見られましたが、品質基準を満たす結果でありました。また、家庭洗濯による寸法変化率は、予想通り大きな変化（縮み）が見られました。使用において色や風合いの変化を楽しむことが期待できる結果となりました。

リボンのアップサイクル

01 素材

主に副資材として使用されるリボンは、サテンやヘリンボーンなどベーシックなものから、別珍・ベルベットなど多様な織物素材といえます。また、ラメやフリルなど意匠性が高く色展開も豊富です。製造過程において、リサイクル原料の利用や残糸を利用したプロダクト制作、固形燃料への転用などサステナブルな取り組みが行われています。これらの特性を生かしてベスト、スカートにアップサイクルしました。



02 アップサイクル・プロダクト

リボンの細長い形状を活かしたデザインです。リボン自体が伸びにくいため、着用を繰り返しても形を保持できます。また、リボンを縫い合わせたり、ボタンホールを開けたりすることで、ディテールとしての装飾が可能です。さらに、リボンならではの風合いが持つ、光沢感、透け感、滑らかさ、柔らかさ、発色の美しさによって、服飾アイテムとしてさまざまなイメージを服飾アイテムとして実現可能です。



制作者（野村 紗来、池松 万智子）

03 プロダクトに対する素材の適合性

○風合い
(KES を用いて生地の特徴を評価しました)

| 風合い | 大きい | やや 大きい | 標準 | やや 小さい | 小さい |
|----------|-----|-----------|----|-----------|-----|
| KOSHI | | | ○ | | |
| HARI | | | ○ | | |
| SHARI | ○ | | | | |
| FUKURAMI | | | | ○ | |
| NUMERI | | | ○ | | |

※風合いが示す性能について（解説）

| | |
|----------|--|
| KOSHI | 弾力性、衣服が身体にまとわりつかず適度の空間をつくる。形態の保持性、動的な美しさ |
| HARI | 空間をつくる。滑り、動きやすさ |
| SHARI | 布と肌との密着を断つ、涼感をもたらす |
| FUKURAMI | 伸びやすさ、肌ざわり、空気の保持と流れ |
| NUMERI | 肌ざわりの良さ |

○アパレル素材としての品質
リボンを衣服にアップサイクルするにあたり、アパレル素材として必要な物性を満たしているか評価を行いました。

(評価項目)
・引っ張り強さ(長さ方向)
・染色堅牢度(摩擦、洗濯、汗、耐光)

(結果)
すべての項目において、一般財団法人ポーケン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能(ポーケン品質基準)を満たしていました。

04 プロダクトデザインと物性の関係について

デザインにあたり着目した“形態保持(素材の伸びにくさ)”については、風合い評価において伸びやすさに影響するFUKURAMI 感が小さい結果となりました。また“発色の美しさ”については、高い染色堅牢度をしており、日常の使用においても維持することが期待できる結果となりました。

漁網のアップサイクル

01 素材

漁網をはじめ、産業資材として様々なシーンで使用される網は、有結節や無結節、ラッセル編みなど様々な種類があるが、一般的にアパレル素材として用いられることは少ない。しかし、結節部の強度が高いことや柔軟性が大きいことから、身体に纏った際、布とは異なる変形が期待できます。この特性を生かして上衣やストールにアップサイクルしました。



02 アップサイクル・プロダクト

漁網は、身体に巻き付けて衣服として纏うことで、網目の変形により身体のラインに沿ってさまざまな表情を見せてくれます。身頃と袖がからだに沿って美しく変化する形を楽しむデザインです。この漁網の伸縮性を活かし、下に着るものを合わせて楽しめるシンプルなデザインとしました。網目には一般的な服飾素材にはない強度があるため、何かに引っ掛けたり、ものと擦れたりすることを気にすることなく着用できます。



制作者（池松万智子、野々村多慧子）

03 プロダクトに対する素材の適合性

○アパレル素材としての品質
漁網を衣服にアップサイクルするにあたり、アパレル素材として必要な物性を満たしているか評価を行いました。

- （評価項目）
- ・引っ張り強さ（長さ方向）
 - ・染色堅牢度（摩擦、洗濯、耐光）

（結果）
すべての項目において、一般財団法人ポーケン品質評価機構が示す婦人・子供服地に一般的に要求される品質性能（ポーケン品質基準）を満たしていました。

04 プロダクトデザインと 物性の関係について

デザインにあたり着目した“伸縮性”は評価するまでもなく大きな素材ですが、強度や染色堅牢度についても品質基準を満たしており、衣服として十分に使用できる素材であるという結果となりました。

5. 総括

5.1 実行委員の声

● 森下実行委員長

今年の活動は、制作物の販売に加えて、ファッションショーによる発信を行ったこと、また新たに加わっていただいた学生の皆さん、先生方の協力で、繊維廃材の可能性を探るための物性の計測が実現したことが大きな一歩になりました。ファッションショーでは、短時間のリハーサルだけで、成功も失敗もすべてを一度きりの舞台にかけるという緊張感のもとで本番を迎えました。実際に身に纏われた服から観た人に何かを感じ取ってもらうことは、ファッションショーとしてごくあたりまえの風景ですが、今回は一般的なショーと異なり、華やかな演出もない中で繊維廃材から作られた服飾の評価は、いったいどのようなものになるのだろうか、期待と不安を皆が持っていたのではないのでしょうか。そしてショーを終えて、観た方からの感想は、「廃材が服として新しいものに生まれ変わることが不思議なほど自然に感じた」というコメントを多くいただき、それまでの緊張感が吹き飛びました。また全体の印象については「作品の特徴に親近感がわいた」という感想が寄せられ、我々の伝えなかったショーのメッセージが観た人に届いたことに高揚感を感じました。また学生へのアンケートで「ファッションショーを観た人に何が伝えられたかと思うか」を聞いた結果に「デザイン力や発想力、行動力とともに、私たちの可能性を感じてもらえたのではないか思う」というコメントをくれた学生がいました。このイベントを通じてこのような自信を持てたことをはっきりと伝えてくれたのは、教育に携わる身として本当に嬉しく感じました。マルイ百貨店での販売では、ファッションショーの出品物に加えて服飾雑貨の制作物が揃い、期間中に多くの方が手に取り購入してくださいました。昨年と同様に、廃材であることの理由よりも、デザインへの興味からの購入が多く、向き合う問題を、新しい意味や方向に変化させるデザインの力を実感しました。学生と企業、聴衆の各々の立場から課題を共有できる接点となるトークショーは、学生に企業の方々の取り組みを具体的に知るだけでなく、自らも意見や疑問を発言できる場として貴重な機会であることは間違いなく、今後も継続していくことで一層、有意義なものになると思います。あらためて今年の活動をふりかえると、試行錯誤しながら最後まで制作をやりきった学生の皆さん、ファッションショーの世界観を見事に表現してくれたモデルの皆さん、みえないところで支えてくださった大勢の方の協力で、エンウィクルの取り組みは充実したものとして終えることができました。そして学生の皆さんの取り組みを支えるために、立場は関係なく垣根を超えて集まれること、このような活動こそが、サステナビリティの課題を行動に移すために大切なことと感じさせていただきました。これからも細やかな日常への問題意識を通して広い世界を見ることが、エンウィクルの力が大いに発揮できる活動になると思います。実行委員長としてこのチームに関わらせていただいたことに感謝の気持ちを伝えたいと思います。ありがとうございました。

● 宮原副実行委員長

昨年に続き第2回目の実施となりました。このような素晴らしい取り組みに今年も関わらせていただけたことを、心から光栄に思っております。

今年は、企業様から提供いただいた繊維素材によるアップサイクル品の展示販売に、物性評

価、ファッションショーの実施など新たな取り組みが加わりました。これらは、繊維素材の新しい用途の可能性を示すとともに、それらを「使う」ことを意識し、提案しています。

廃棄予定となる繊維素材と出会い、その魅力を活かしたアップサイクル品のデザインと制作をおこなった学生の皆さんは、今年もおどろくような新しい発見をもたらしてくれました。例えば、カーテンはインテリア用品であり快適な空間に機能する素材ですが、繊維素材としてフラットな目線でデザインすれば、固定の空間を飛び出し、街を歩く軽やかなワンピースに生まれ変わります。歩くたびに揺れるフレアが「カーテンらしさ」を残していますが、それが一層魅力的です。このように、着用し「使う」ことによって、他の素材と同じようではなく、機能性に富んだ素材の特色が端々に見える様子が、唯一無二の価値を作り出しています。

加えて、今年のイベントを終えて心に浮かんだのは、「大切に」という言葉です。日常では、「丁寧に扱う」といった意味合いで使用しますが、「大切」の語源を辿ると、「大いに迫る（切る）」という切迫した状況を表す言葉が、後に「重要なもの」、「かけがえのないもの」という意味に転じたそうです。「私たちのSDGs」では、昨年今年も、学生が企業から提供いただいた廃棄予定の繊維素材を「大切に」する姿を多く見かけました。例えば、素材の特徴をじっくり観察し理解して制作すること、制作の過程で出たハギレを捨てずに別のアイテムを使うこと、制作品の使用方法を何通りも考えること、制作品の魅力をお客様にわかりやすく伝えるために店頭での表示を作ることなどです。どれも、その繊維素材が、廃棄せざるを得ないという、廃棄削減の観点からすると切迫した状況から生まれる、かけがえのないものであるからこそ、「大切に」したいと考える行動であったようにも思います。そして、今年も、繊維素材の循環をめざすという同じ目標のもとに、日頃それぞれの大学で異なる領域を学ぶ学生たちが集いました。これは、後に振り返ったとき、かけがえのない「大切に」したい時間となるのではないのでしょうか。

物性評価の実施においては、計測、データの解析などの知見をお持ちの先生方とその学生さんが、そしてファッションショーの実施においては、舞台演出、撮影などの知見をお持ちの先生方とその学生さんが参加してくださったことで、これまで以上に力強く新しい領域がぐっと広がったことに心が弾みました。新たな出会いに感謝しております。本当にありがとうございました。

繊維素材、アップサイクル品を「大切に、使う」ことが、繊維製品の循環に強くアプローチできるものと確信しています。いえ、正しく言えば、このイベントで、確信したのです。

● 三宅実行委員

昨年度に引き続き実行委員を務めさせていただきました。

初めての開催であった昨年度は、企業の皆様の環境問題に対する真剣な取り組み姿勢と、学生の参加意識の2点が自身の認識をはるかに超えるものであったことを気づかされました。

これは第2回目の開催となる今回も同様でしたが、今年も新たな気づきがありました。それは、“発信すること”の重要性です。学生トークショーで各大学の発表を聞いていて、多くの大学で繊維製品の環境負荷低減に向けた独自の取り組みがなされていることを知りました。いずれも素晴らしい取り組みであるにもかかわらず、社会に対する認知は決して大きなものではないと感じました。今回のイベントの目玉であるファッションショーは、京都文化博物館という最高の舞台で、ご来場いただいた様々な立場の方に制作物を披露できたことは、参加学生や素材を提供し

ていただいた企業の皆様に対するインパクトも大きく、本活動の主旨を発信するには大変効果的であったと思います。このように、各大学が同じ目的に向けて取り組んでいる活動やその成果を社会に向けて発信していくことも、私たち繊維関連の教育に携わる者や学会の役割ではないかと強く感じました。

最後に、印象に残った出来事の一つ。展示販売において制作品(衣服)を熱心にご覧になり2着購入された女性にお声をかけたところ、関東の大学に留学中の中国の方でした。購入理由をお尋ねしたところ、「一目ぼれ。どうしても購入したいモノが複数あって迷っていた」とのこと。翌日に再び来場され、さらに複数着購入いただいたようです。衣服とは違う用途に生産された素材から製作された衣服が、こんなにも消費者の心を打つこともあるのだという驚きと、繊維製品の循環に対する無限の可能性を改めて教えて頂きました。

参加学生同様に私自身がたくさんの学びや経験をさせて頂き、心より感謝しています。

● 高山実行委員

昨年の第一回目につき、今年も「私たちのSDGs2023」に参加させていただき、春から学内での対面ミーティング、そしてエンウイクルの学生全体でのZoomミーティングを重ね、制作物の構想を練っていきました。企業から提供いただいた様々な素材が届くと、学生たちの目が輝き創作意欲が湧き上がる様子が見られました。素材に合った作り方を工夫しながら制作した製品は、バラエティ豊かなラインナップとなりました。

今年新たな試みとして「私たちのSDGs2023 Part1 ファッションショー 廃材コレクション ー繊維廃材による新しいリアルクローズの発信ー」が2023年8月23日、京都文化博物館別館ホールにて開催されました。素材の良さを活かしながらいかに新たな価値のあるある作品に仕上げるか、これまで手に取ったことのなかった素材の扱い方、制作方法に苦戦する場面もありましたが、制作者それぞれが工夫を凝らし、完成させることができました。

ファッションショーの当日は学生の控え室担当であったこともあり、楽屋作りから始まり、リハーサルから本番まで学生たちのすぐそばでサポート業務にあたっていました。成安造形大学の田中先生のご指導のもとリハーサルを行いました。繰り返しリハーサルを行うにつれて、学生たちがはじめとは別人のように自信に満ちた表情や、立ち振る舞いを習得していく真っ直ぐな姿が印象的で、心を打たれました。様々な繊維廃材からできた衣装が、モデルの学生たちそれぞれに大変マッチしていて、まさに着る人を選ばず、日常的に着られる「リアルクローズ」というテーマを表現できたショーであったことを物語っていると感じました。

8月29日からはなんばマルイで「私たちのSDGs2023 Part2」がスタートしました。前回は基本的に大学別に製品をディスプレイしましたが、今年は素材やアイテム別に製品を並べました。製品のそばには、QRコードを用いた素材説明のキャプションを設置しました。搬入時、イベント期間中も、大学の垣根を越えて学生同士で相談しながら「売り場がどうやったらより良くなるのか」ということを意識し取り組む姿が多く見られました。インスタグラムも学生同士協力しながら活発に更新できました。ファッションショーで一度顔を合わせているメンバーも複数いたことで、スムーズになんばマルイでのPart2を進めることができましたと感じました。

企業トークショーでの司会進行、学生トークショーでの学生の発表と質疑応答のやり取りも学

生が主体となってやり遂げることができました。特に学生トークショーは発表する学生にとっては、同世代の率直な意見や感想を聞ける場であり、質問する学生にとっても気軽に素朴な疑問、質問を投げかけることのできた貴重な機会であったのではないのでしょうか。

学生たちは、企業から提供いただいた繊維廃材でアップサイクル製品を作ることで、学生自身もお客様も繊維製品の廃棄から生まれる問題を意識し、良い方向に向かうきっかけになることを目指して制作してきました。学生や実行委員の先生方とお話しさせていただき感じたことは、作って終わりではなく、もう一步進んで作ったものがどう見えているか、どう見せたいのか、そういったブランディングについても深めていくことが大切だということでした。

今年もこのような素晴らしいイベントに実行委員として参加させていただき大変光栄でした。誠にありがとうございました。

● 谷実行委員

私たちは日頃、スーパーで野菜（素材）を購入し、調理して食べるまでを家庭で見届けることができます。しかし、衣服はどうでしょうか。布（素材）を購入し、縫製して着るまでを家庭で見届ける機会はほとんどなくなりました。普段、学生と接していると思うのは、衣服は、お店で購入するものであり、どこでだれがどのように作ったのかという製造工程について考える機会もなく、考えたとしてもその工程がブラックボックス化しているようだということです。

今回、企業からご提供いただいた繊維廃材は、市場に出回る商品の姿とはかけ離れた繊維素材で、何か形にしようと思うと、十分な量がなかったり、ありすぎたりするというものでした。何事もゼロからイチを生み出す道のりは、楽しくも苦しいものですが、繊維廃材そのものを手にしても、何ができるか、何を作りたいか、イメージするのは難しいものでした。本学学生の場合、繊維素材の特性を紐解き、深く理解するところから発想が生まれた作品もあれば、その素材の塊の佇み方から着想を得た作品もありました。素材を片手に調べたり、見つめたり、手放したり、組み合わせたり…。このような繊維廃材を活用して新たなものを生む時間は、繊維素材そのものを深く知る学びの機会でもありました。

リサイクルをすることが重要であることは周知の事実であり、中でも衣服のリサイクル率の低さについても少し調べれば知ることができます。しかし、個人レベルで何ができるかと考えた時、現実的には時間やコストがかかることもあります。そのような知るほどに感じる難しさを前に、今回の活動を通して感じたのは「弱い紐帯の強み」という言葉です。今回の活動に参加した学生たちは、それぞれ異なる環境（大学・学部・地域）、学年、生活スタイル、価値観の中で大学生を送っています。しかし、だからこそ、本活動の中では、互いに刺激し合い、会話を弾ませ、参加学生の数だけ様々に新規性の高いアップサイクル商品が展開されたのかもしれない。繊維製品の循環という同じ目標をもって社会的ネットワーク（エンウィクルのコミュニティ）を形成し、活動する学生たちの姿はとても力強く、創造的で、感動的なものでした。また、自ら制作した作品に対しても、制作を通じた思いや工夫、困難が作品に対する愛おしさになり、その気持ちのわかるものは、他者の作品に対してリスペクトの気持ちで接しているのを感じました。

販売の店舗に立ってみると、それぞれの作品（商品）の完成度は高く、繊維廃材であることを知らなくても十分価値を感じる作品ばかりであったことも印象的でした。その様子を見て、近い

将来、繊維廃材を活用したことを明記しなくても、様々な履歴をもつ商品が一律に店頭に並び、お客さまが商品を手にとって初めて繊維リサイクルであることを知った時、それを価値と捉え、購買意欲につながるという社会が訪れるのではないかと感じました。

本活動は、冒頭に述べた製造工程におけるブラックボックスはなく、クリアであり、霧が晴れるような清々しく誠実なとても美しい空間でした。改めて、この空間をご一緒させていただけたことにお礼申し上げます。同時に、このエンウイクルの輪が今後も広がり深まるものになるよう、今後も教育・研究活動に尽力して参りたいと思います。

● 西実行委員

2022年度に引き続き、今年も昨年よりもパワーアップされた「私たちのSDGs 2023」に参加をすることが叶い、大変刺激的な夏に参加学生、実行委員の先生方と過ごすことが出来たことを嬉しく思います。

四天王寺大学短期大学部は、ファッションのみならず様々なフィールドを学ぶ有志の学生達がプロジェクトに取り組みました。衣服やファッション小物の制作が初めての学生もいましたが、それぞれの持ち味を活かして企画や制作において協業を図りました。

今年度はファッションショーとなんばマルイでの販売の2本立てでの企画進行であったため、6月頃からチームを始動し、ほとんど夏休み返上でプロジェクトに向かいあった本学の学生達を含め、素晴らしい結果を成し遂げたエンウイクルに参加した学生一同に、この場をお借りして賞賛を送らせていただきます。また、実行委員の先生方にもあらためまして謝辞を申し上げます。

今年度の活動を総括すると、何と言っても初めての取り組みであり、目玉企画であった京都文化博物館でのファッションショーが記憶に鮮明に残っています。歴史ある建造物の中にランウェイを設置した会場の雰囲気もさることながら、エンウイクルの参加校の学生が一堂に集い、各テーマ、素材に向き合った衣服を制作し、素晴らしいファッションショーとして発表出来たことがエンウイクルのチームとしての結束力を象徴していたように思えます。このようなイベントでは、衣服とモデルに視線が集まりがちですが、衣服の制作者のみならずランウェイを歩いたモデル、メイクアップ担当、舞台演出や会場設営などにご協力いただいた方々など、多くの役割分担と協力の中で、学生達それぞれの個性や学びを持ち寄って1つの集大成を作り上げ、オーディエンスに感銘を与えられた経験は、きっとこれからの財産となるでしょう。また、今年度も大好評で幕を閉じた、なんばマルイでの販売イベントも同様に1人や単一のグループだけでは成し遂げることが難しい事であっても、チームワークや助け合いの元であれば、実現可能であることを学ぶことが出来たのではないのでしょうか。

エンウイクルに参加した学生達には、このプロジェクトで得た経験を今後の学業および、将来に繋げて行ってほしいと願っております。そして次年度も再びプロジェクトが行われる時に、新しい参加者や後輩にここでの学びを伝えて、関係を繋げて行ってほしいと思います。また、私自身も今年度もプロジェクトを通して、新たな学びと刺激を得ることが出来ましたので、それらを今後の教育・研究活動に繋げていきます。

今回の指導上の反省点として、プロジェクトが比較的長期に渡る活動であったため制作指導している中で、学生達に明確なゴールとビジョンを提示しきれず、学生たちのモチベーションを鼓

舞し続けることが出来なかった点が上げられます。この反省を活かして今後のプロジェクトでは、ゴール設定を明確にし、全員が良いペースで走り切れるような計画策定を行っていきたいと思います。

SDGsという言葉が世の中に浸透し、ニュースやメディアでは環境に対する問題提示が多く行われているのにも関わらず、各個人レベルではなかなか実践されているとは言い切れないと感じます。社会全体の意識を大きく変化させることは中々難しいかもしれませんが、本プロジェクトは、身近にある素材を活用し、学生が実践するSDGsの取り組みとして身近な社会・人と密接な距離感で行われている点で、問題意識の周知として非常に有意義な活動であると思います。大きな範囲を変化させるためには、まずは小さな範囲からということで、芯の部分である目的意識を変化させず、今後も様々な企画を通して学生自らが積極的に情報発信を継続して欲しいと考えます。コーヒー豆のフェアトレードに関しては個人レベルでも発信され、一般周知されているようにSDGs・環境問題の意識も広がっていくことを期待します。

● 鈴木実行委員

近年、ファッションの倫理的課題のひとつである環境問題への対策は、B-Corporationの取得や、いわゆる3R（リユース・リデュース・リサイクル）を意識した働きがあるように、とりわけ生産ベースでさまざまな活動が行われています。他方で、流行を取り入れた極端に安価な衣服を購入し、ワンシーズンで使い捨てるのが、現在の消費活動の主流であるように考えられます。このように、生産／消費に対する意識が乖離した状況では、ファッションが資本主義の寵児だと言われ続けているように、大量生産／消費のサイクルからは脱することができないと思われるます。

「私たちのSDGs」は、そうした状況に目を向けるよう私たちに問いかけます。思い返せば学生たちは、廃材を使用しモノづくりを行う「生産者」でありながら、潜在的に「消費者」でもありました。他大学の学生作品を見ては「クオリティが高くてどれも欲しくなっちゃう！」「どれを買おうかな？」と迷う声や、「同じ素材を使用しているのに、こんなにおしゃれなものが作れるんだ！」と驚く声もありました。実際に気に入ったものを購入する学生も多数いました。さらには、ファッションショーを観覧し、「あの作品を着てみたい。デザイナーは誰だろう？」と、制作者と交流を求める声も聞こえてきました。学生にとって本活動は、普段とは違う購買、消費体験の場でもあったのではないのでしょうか。

また、モノづくりを通して同年代の学生と交流することで、生産プロセスを知ることが自身の消費行動にどれほど影響を与え得るのかを、学生の皆さんは身をもって体感できたのではないかと思います。消費という身近な活動に対する意識を変革し、販売・接客を通じて来場者に伝えていくこと、そこに、本活動の大きな意義があると考えています。今後はSNSや広報活動を一層に充実させることで、より多くの人たちに「エンウィクル」の活動が届くことを期待します。

最後になりましたが、私個人としては本年より初めて「エンウィクル」に参加をし、多くの方たちとご縁をいただきました。本来であれば棄てられてしまうモノの良さを見つけ、作品へと作り変えるアイデアと技術を発揮してくださった学生の皆さん、アンケートやファッションショーの動画制作で持てる知識や力をいかに発揮してくださった学生の皆さん、すべての学生か

ら新たな知見をいただきました。また、実行委員の先生方皆様、学会運営の皆様、そして素材を提供くださった企業・団体様、ならびにご関係者の皆様方、この度は、素晴らしい企画へ参加をさせていただけたこと、改めて御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

● 佐々木実行委員

私自身は商業や展示空間の設計を専門としており、昨年度は百貨店の売場レイアウトと研究室ゼミ生によるシンボルツリーの制作担当として参加しました。二年目となる今年は、参加するゼミ生の確保が難しかったことから、京都文化博物館のファッションショーのレイアウトや、百貨店のレイアウト監修として参加しています。昨年度は初めてという事もあり、状況に変化できるレイアウトを提案し、その方針は今年度も踏襲しました。また予算や時間に制約があることから、出来るだけシンプルな方針とシンプルな構成を、黒子的なデザインに対応するよう心掛けています。そこに作品やパネル、ファッションショー、お客さんと、様々な人が関わることにより、最終的に空間が生き生きとする。本当に関わった全ての方の取り組みには恐縮する限りです。

実際に二年続けて参加して思った事は、繊維製品の循環型社会への取り組みは様々に行われており、その可能性に触れたことです。それは様々な企業の取り組みに加え、学生による自由な発想で新たな商品としてリ・デザインを行い、その商品をショーや販売、発表によって、エンドユーザーと繋いでいく。これらには、さまざまな拡がりを感じ、可能性を感じるどころです。

一方、実際に行うことで、デザイン面からの課題も感じています。それは、まずイベントとしての性格かもしれません。どうしても製作期間が必要なため、ある短い期間に集中しやすく、～サーキュレーション・デザイン・ウィークなど、何か第三者が解りやすい、名前が必要なのかもしれません。また、つくりだされた作品や企業の知見をわかりやすく見るためのプラットフォームも必要かもしれません。もしかしたら、そのプラットフォームから、企業による製品や学生による作品の、新たな活用が始まるかもしれません。

結果、デザインというものは、伝えるコンセプトを戦略的に考えることによって、先鋭化する部分が多いと私は考えています。これはこれからの循環型社会に対して戦略が必要かどうか、そう社会が問われている部分と、重なることもあるのかもしれません。しかし、こうやって実際に循環型社会について考えていく機会はなかなか無いのが現状です。この機会を下された方々に感謝を申し上げます。今後も何かデザイン面でお手伝いできる機会があれば是非参加したいと思います。

● 井上実行委員

昨年に続き、さらにパワーアップした“en・we・cle”の活動に今年も参加できたことを、大変光栄に思っています。特に今年は、神戸大学の学生も、廃材の風合い評価をすることや、アートとしての作品を展示させていただくことで一緒に参加できたことがとても嬉しいです。廃材というとかリサイクルという言葉だけを聞くと、バージンのものよりも性能が低くなるというようなイメージが付きまってしまうかもしれませんが、実際に出来上がった作品は、バージンにはない、何とも言えない色味や風合いを醸し出しているものがたくさんあります。学生さんたちは、感性でそれ

を感じ取って作品をつくっていかれたのだと思います。

今回、神戸大学衣環境学チームでは、廃材の布の力学特性・表面特性を測定し、風合いの評価結果を示す、という挑戦をし、発表もさせていただきました。ヒトの感性を数値化する、という試みを、このような場で実践できることは、これまでこの研究を続けてきた私にとって、とても重みのあることでした。今後、さらに、布の持つ特徴を活かし、デザイナーさんが感じているであろう廃材ならではの風合いを客観的に示し、形にするアップサイクルの一助になることを願っています。

私の説明より学生さんの話の方がわかりやすかった、というコメントにはややショックを受けました（笑）が、さらに、ここから“en・we・cle”（エンウィクル）は羽ばたいていくものと思いますので、微力ながらも可能な限り、力を尽くしたいと存じます。今後とも何卒よろしく願います。

● 奥林実行委員

2022年の「私たちのSDGs」に引続いて2回目の開催で、昨年同様になんばマルイで展開すると思いきや、今年はさらに活動の場を広げファッションショーが京都文化博物館にて開催されました。京都文化博物館は、京都工芸繊維大学で教鞭をとられた武田五一先生の師匠、辰野金吾先生の設計であることから、心地よい縁を感じながら参加させて頂きました。ファッションやデザインに縁のない私は、昨年は本当に名前だけの実行委員でしたが、今回は素材の物性測定という役割を頂き、より参加している実感を味わうことができました。学生主体の企画ということから、素材の測定を依頼しようと研究室の修士学生のスケジュールを探ったところ、夏休みということもありインターンシップやアルバイト等で難し状況でしたが、ガーナから留学している博士学生が学部でファッションデザインを勉強していたことを思い出し、声を掛けたところ興味があるということで、測定を担当することを引受けてくれました。測定の詳細を打合せながら、イベントの趣意や素材の経緯などを説明し、測定の後にはその結果や実際の用途についてディスカッションし、どのようにアップサイクルされるのか楽しみであると話していたことを思い出します。日本語が分からない留学生ですが、一度オンライン会議に出席し、他大学の学生さんと顔合わせをしたことで、ともに携わるイベントをより身近に感じたようでした。「私たちのSDGs」はそれ自身が、リサイクル・アップサイクルを目的とした環境問題を考えるトレンドィーで大変素敵なイベントですが、この企画を通じて、繊維素材の多様性や測定の難しさを再認識するとともに、異なるフィールドで勉強する、異なる文化を持つ学生たちの繋がりが、繊維の次の時代を紡いでくれるのではと、そのようなことを感じる事ができた2023年の「私たちのSDGs」でした。この報告書をお読みいただいている皆様へ、「私たちのSDGs」が皆様のSDGsを見つけるお手伝いになりましたら幸いです。来年また、パワーアップした「私たちのSDGs」でお会いできることを楽しみにしています。

● 與倉実行委員

木村昭夫先生率いる日本繊維機械学会・繊維リサイクル技術研究会のメンバーとして、「私たちのSDGs」の活動に参加しています。昨年度は「子育てひろば・リユース活動」と題したポ

スター展示だけでしたが、本年度は実行委員として繊維廃材の物性評価のお手伝いをしました。カーテン地やカーペット地などの廃材は衣服素材としてユニークな特性を持ちます。その特性が個性豊かな作品として活かされ、リアルクローズとして発信される、とても素敵なイベントになりました。多くの皆様とご一緒に活動することが出来て、とても有意義な経験になりました。ありがとうございました。

私は教育学部で小学校・中学校家庭科の教員養成に関わっています。中学校学習指導要領（平成29年度告示）技術・家庭科家庭分野「B衣食住の生活」の衣生活の内容は、(4)衣服の選択と手入れ、(5)生活を豊かにするための布を用いた製作の2項目で構成されています。生活を豊かにするための布を用いた製作とは、資源や環境に配慮して身の回りの生活を快適・便利するなど、自分や家族、地域の人々の生活を豊かにする物を製作することです。製作を通して、衣服等の再利用など布を無駄なく使うことが資源や環境への配慮に繋がることを理解し、着用できなくなった衣服を作り替えるリフォーム、使える部分を利用して別の用途のものを作るリメイク、余った布で小物を作る、裁断での材料の無駄をなくすなど、製作を工夫することが出来るように指導します。さらに、エシカルな消費や衣生活文化の伝承にも関連付けていきます。中学・高等学校の家庭科でこのような内容を学んできた生徒たちが、引き続き大学生としてエンウィクルの活動に参加して、さらにグローバルに繊維産業全体の新しい価値観の創生に視野を広げ、繊維製品の循環を目指した「私たちのSDGs」の輪を広げていただければ幸いです。

● 木村実行委員（総括担当）

既述の通り、昨年度（2022年度）に初めて任意団体であるチーム“エンウィクル”を結成し「私たちのSDGs」イベントを開催した。イベントは盛況の内に終了し、チーム内外から大きな反響があり、スタッフ一同このイベントは続けるべきという一致した意見のもと「私たちのSDDs 2023」開催に向けて年始早々から内容について吟味が始まった。2022年度よりもバージョンアップする必要があるとのプレッシャーから2023年度企画は簡単ではなかったが、まずはチーム“エンウィクル”を任意団体から一般社団法人日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会の一組織とすることにし、対外的にもより信用のおける団体として活動を開始した。今年度は昨年度を上回るインパクトあるイベントを目指すこと、および学会の組織らしい内容にすることを目標とした。その結果、2022年度に比べて既述のようにファッションショーと特別講演会（Part1）と企業展示（Part2）が加わった。さらにアカデミックな要素も入れるために物性評価もすることになり、どのような物性をどこで誰が担当すべきか、素材提供企業が物性の公表を許諾して頂けるか、など多くの細かな課題が発生したが実行委員の皆様の多大なる努力のお陰でスムーズに進めることができた。実行委員の皆様には本当に頭が下がる思いである。

Part1の特別講演は京大医生物学研究所の河本宏先生にお願いした。講演内容が素晴らしかったことは言うまでもないが河本先生の人柄に感銘し、多彩な趣味には圧倒された。決してマネできるレベルではなかった。本イベントのお陰で河本先生に出会えたことは小生にとってイベントの大きな成果であった。講演ならびに講演後に行った河本先生と小生とのトークセッションから再生医学と繊維リサイクル（繊維製品の循環）の接点が見つかり、今後の繊維リサイクル活動に大きな光が見えたように思えた。新しいモノづくりには異業種交流が重要であることは言うまで

もないが今回のような異学間交流も非常に大切であることを再認識した。

Part1のメインイベントであるファッションショーは初めての試みであったが実行委員長、副実行委員長を始めとする実行委員の綿密な計画と、応援部隊として加入して下さった舞台衣装/舞台演出/身体表現等を専門とされている田中秀彦先生（成安造形大）の指導によって登壇した学生たちもプロのモデルのように眩しく見えた。聴衆のアンケート回答にも絶賛の声が多々あり、当初はどうなるかとヒヤヒヤしたが取り越し苦労であった。学生やスタッフの勧めもあって小生も恥ずかしながらモデルとして登壇したが、足がもつれることもなく何とか無難に役目を果たすことができた。70歳を過ぎて若い学生諸君と一緒にファッションショーに出させて頂いたこと、小生にとっては夢のような出来事であった。感謝に堪えない。肝心の作品であるが、今回のテーマである「リアルクローズ」に相応しい日常に取り組んでも全く違和感のない、いや、取り込みたくなるような素晴らしい作品ばかりで、学生の感性と指導された先生方の手腕の高さを改めて感じた次第である。小生もショーに着用したジャケットをいち早く購入させていただいた。恐らくPart2で販売された作品の中で一番高額であったように思われるが、それなりの価値があったと満足している。

Part2で行った企業展示ならびに展示者と学生とのトークショーは今年初めての試みであったが、企業展示の多くは現在マスコミ等でも取り上げられているアップサイクル品が多く、学生諸君が商品を目の当たりにしながら開発関係者と直接会話できたことは大きな意義があったと思っている。また、アップサイクル品の制作に関わった学生諸君がリレー形式で制作物の説明を行った学生トークショーは完成に至るまでの苦労話なども聞くことができ、各制作物に愛着を感じる事ができた。さらには大学間の垣根を越えた議論が交わされ、学生にとっては単独の大学では味わえないような緊張感とワクワク感があったのではと思っている、展示販売も一日平均の売り上げでは昨年以上であったようである。展示販売の来客の様子を見ていると、とくに多くの一般の方々が制作物に興味を示してられたことに大きな喜びを感じた。

今回は2022年度に比べて参加大学も実行委員の数も増加した。我々年寄りは何かあるとすぐに「今の若者はー」と若者を否定的にとらえることが多いが、今回のイベントを通して多くの学生諸君と接し、「今の学生は凄い！ やれば出来る！」と今までの思いを反省し、学生をリスペクトする気分にもなった。最近は様々な取り組みで「学生の主体性にまかす」という言葉をよく耳にする。今回のイベントも教員からの押し付けではなく学生の主体性に任すことが大前提であった。言葉では「任せる」というのは簡単であるが、決してほったらかしにするのではなくポイントポイントは経験豊かな各先生方が抑えて下さっていたように思う。言い過ぎると学生から何も新しいことは生まれなし、ある程度筋道を立てないとイベントの焦点が発散してしまいつまらないものになってしまう。学生たちと指導する先生方の我慢比べかと思われる。今回のイベントに小生が直接指導した学生はいないので外野からの感想であるが、チーム“エンウィクル”はこのバランスが絶妙であったように思う。

今回も多くの先生方が実行委員として参加して下さり、また実行委員を通じて多くの協力者が集まって下さった。スタッフ一人一人の力量が優れていることは言うまでもないがスタッフ全員がベクトルを同じくして協力し合うと素晴らしいイベントを構築できることを実感した。素晴らしいイベントを作り上げて下さった皆様方に改めて感謝申し上げます。

さ～て、来年度は何をするか？ 今から気持ちの良いプレッシャーがかかっている。

(順不同)

5.2 参加学生の声

イベント終了後に実施した学生アンケートの回答より、学生的心声を以下に掲載する。

| |
|---|
| 今回参加して最もインパクトがあったこと（印象的なこと、思い出になること等） |
| 提供して下さった企業様が多く、驚きました。また、自分の商品を買ってくださる人を実際に見ることができて、嬉しかったです。 |
| 企業さんとの出会い。直接的な交流や自身の研究との直結するテーマであるためそれに関する進捗 |
| ファッションショー |
| ファッションショー |
| 普通の学校生活を送っていたら関わることのなかった他大学、他学年の方達とたくさんコミュニケーションが取れたことがとても楽しかった |
| 自分たちで作り上げた商品を目に留めてくれたお客さんから褒めていただいたり、喜んでいただいた事がとても嬉しく印象深かったです。 |
| ファッションショーは制作側も出演側も初めて経験した。これからの服作りに色々な視点から見る事が出来ると思う。 |
| 販売会です。来て下さるお客様が本当に皆さん素敵で、商品を買われていかれる方皆さんが笑顔で帰っていく姿を見て、とっても幸せな気持ちになりました。このイベント参加へのお話をお聞きした時に自分が感じた、こんな素敵なイベントがあってこんな素材までメイク出来るんだ！と驚いた瞬間を皆さんと共有できて、何も出来ない私でもとても嬉しかったです。 |
| 自分が製作したものを購入して下さったことが初めてで嬉しかったです。また、SNSでイベントを知った学生の方が足を運んで下さり、SDGsに関心を持つとともに、唯一無二のデザインに惹かれたと声をかけて下さったことが印象に残っている。 |
| 1番は他の人の作品をたくさん見ることができたこと。ファッションショーも販売初日の搬入も行ってほぼ全ての作品を間近で見ることができて、何でできているのかや手作業の大変さ、工夫した部分など値段に見合った努力が詰め込まれている作品をアイデアを見ることができてすごく楽しかった。後、イベントが残り3日の時ぐらいに自分と同じ大学の1年生が作った作品がひとつしか売れてないことを知り何とか買って欲しい思いで他大学のみんなと仲良くなった記念におそろいで買ったことが嬉しかった。 |
| ファッションショーや展示販売に参加したことで、他大学の制作物も見ることができて、その多様なアイデアに驚かされた。同じ素材を使っているも、全く別の雰囲気のものもあり、とても面白いと感じた。 |
| 他大学の先生や学生と交流を持てたこと。搬入したての商品が即行でお買い上げされたこと。 |
| 企業・一般の方に向けてファッションショーを開催すること、なんばマルイで販売することなど、なにもかも初めてでしたが、自分の服が誰かに素敵と思っていただけ、売れるという形で結果に残せたことがとても思い出になりました。 |
| 様々な人との出会いがあったこと。 |
| 廃材はゴミとして捨てられていると思っていたが、新しいものを制作している企業が多数いると知り、嬉しく、魅力を感じた。また、ファッションショーは、参加できなかったけれど、映像を見て自分が制作したものがモデルさんの力を借りとても輝いて見え、制作できたことがとても嬉しかった。ファッションショーをみて、制作作品を買いられたお客様や素敵だと思い購入されたお客様など様々なお客様がいて、自分が企画し制作したものが売れる喜びを感じる事が出来た。 |
| 様々なアイデアやデザインがとても刺激になった。 |
| トークショーが印象的でした。 |
| 関係者の方々のみならず、一般の方が興味を持ってブースを見に来て下さったこと。 |
| 販売で自信なかったけど色々な大学の方と話しながらか楽しかった |
| ファッションショー。いろいろな廃棄予定の繊維から作られたファッションアイテムをみる事ができて、繊維の可能性を感じる事ができたし、SDGsへの取り組みを自分ごととして捉える事ができた。また、自分自身を含め、学生がたちがデザインや制作をした服を学生モデルが着用してランウェイを歩いている姿を見て、少しではあるが、自信にもつながった。 |
| ワークショップをしたこと、色々焦ってしまったがお客さんからしたら、店員なのでこっちは焦ってしまうと不安にさせるので色々大変だった |
| 企業の方が購入して下さる機会が多く、その方達とお話したりできたのが思い出です。 |
| 一品モノと言うことで買われる方がいたこと。 |
| 自分の作った製品が目の前で売れた瞬間、私の考えるものが評価されたと感じ非常に嬉しかった。また、何度もスペースを訪問されたお客さんが沢山の商品を購入して下さっていた。SDGsへの取り組みと、私達の考えが1人でも一般のお客さんに理解して頂けたと感じ、達成感があった。 |
| ファッションショーはとても素晴らしいと思います。一つ一つの作品からファッションショーに至るまで、各大学の学生たち自身が運営に携わっていたのは本当に感動的でした。 |
| 夏休み期間にみんなで集まって制作をしたこと。とても印象に残る夏休みになった。また、頑張って制作した服が売れたことがとても嬉しかった。 |
| 今回参加して思った事は、最初は簡単な気持ちで参加した私たちのSDGsという取り組みでしたが、進めていくうちに楽しくなり色々な先輩方との交流や自分たちが頑張って作ったものを自分たちで売り目のお客様が喜んでる姿が見れる、本当に凄く嬉しい思い出となりました。本当にかげのけない経験になったと思いますし、自分のランクアップにも勉強にもなって参加できてよかったと心から思いました。 |
| 自分たちが作った商品が売れることが嬉しかった。 |
| 多くの人がファッションショーを見に来て下さったこと |
| 自分の作品が全て売れた |
| 同じ素材を使っても、デザインする人によって全く違う新しい商品ができたことが非常に面白かった。 |

| あなたが思う今回のイベントの全般の改善点とそれに対するアイデアを記述してください |
|--|
| 商品を作るのが、ギリギリになってしまったため、もう少し計画性を持って商品作りをしたと感じた。 |
| 技術や権利などの色々な課題はある中だと思いますが、可能であれば情報発信のために映像としてのアーカイブのクオリティを上げ（音声や動点での撮影や編集の質など）、一連の活動を動画アーカイブとして、一般に公開するのも広くフィードバックをもらえる手段なのではないかと考えました。 |
| 素材の配布から制作の時期をもう少し長くできると助かります。 |
| 販売staffの数が多すぎて手持ち無沙汰になること。制作スケジュールがタイトだったこと。 |
| 店内に店員が多すぎる時間などが多々あり、お客様がお店に入りづらいのでは無いと思った |
| もう少しワークショップが始まる前に宣伝活動が多くあった方が様々な人の目に届きやすかったのではないかと思います。例えば、チラシを作り、配る事などが考えられます。 |
| ①販売の際に、売れた服は売却済ではなく、売約済の方がいい。お客様から廃材を生かす取り組みなのに焼却を想起させられると言われた。②販売のブースと展示ブースは出来れば隣が理想。なるべく両スペースが見える場所をしたい。お客様にも伝えやすく、分かりづらい。③ポスターは貼ってあるものの、企業の廃材で学生が作ったということ、一つ一つデザインから学生がしたということ、SDGsの取り組み、環境にいいということがお客様が販売ブースに来ただけでは伝わっていなかったのもう少しそれらを書いたパネル等を分けて沢山置いた方がいいかなと思う。④隣の帽子屋のショートカットコースだと思われており、商品に見向きもせず抜けていく方が多かったので、棚の配置を一直線では行けないように設置したら変わるかなと考える。⑤外国の方（中国系）が多くこられており、説明をしようとすると、手で大丈夫と振られてしまうことが多かった。英語の表記はあってもいいのではないかなと思った。 |
| お客様に説明する時に、他の大学さんの作成したものや私の大学で扱っていなかった素材について上手く説明できなかった事が自分的な改善点だと思います。お客様自体、関西の色々な学生が制作に携わっていると知らない方も多く、これはどう作ったんですか？と聞かれてしまってパニックになったことがあったので、関西の色々な大学生がそれぞれの知識を活かして作っているということをもっとアピール出来たらいいな！！！！と思いました。素敵なイベントを開催して下さい、お声がけて頂きありがとうございます。ぜひ来年も再来年も、参加させていただきたいです😊 本当にありがとうございました。ラスト1日よろしく願い致します。 |
| SNSでの発信が少ないように感じた。Instagramだけでなく、他のSNSでの発信(TikTokやYouTubeなど)も考えてみては。他大学の方との交流が少なく、事前に交流の場があれば良いと思った。 |
| 自分の商品について見に来てくれたお客さんに話しかけたけれどお客さん側からしたら店員さんがずっとそばに居られるのは嫌だったら、1人でゆっくりみたいなど自分がお客さんだったらそう思うなということを考えて積極的な接客ができなかった。なぜこの値段にしたのかどういうふうに作ったのかひとつ、ひとつの作品にポップなどあれば良いと思った。 |
| 特にファッションショーまでのスケジュールをより具体的に、詳細に知りたいと感じた。今回は、ショーが近づくにつれ制作に追われてしまったので、具体的なスケジュールを把握し、制作に取り掛かるタイミングなどをより早めれたら良いと感じた。 |
| 衣類が通行人の目隠しになってしまっているため、エレベーター側にアクセサリ類の机を置いた方が良いと思った。イベントスペースと販売スペースに若干の距離ができていないため、パッと見の関連性が認識しにくいと思った。 |
| 今回、廃材を用いて制作しましたが、その制作の際にも廃棄がでてしまったり余ってしまったりしたため、制作時にも廃棄を出さないようなものづくりの提案をできればなと思いました。 |
| 外国人の方も多かったので英語表記のタグやパンフレットのようなものがあったらいいかなと思いました。 |
| 1日立ちっぱなしでしんどい顔をする場面があったこと。販売することを目的とするのならば、販売方法や接客などを変える必要があると思う。お客様が来店された時は、いらっしゃいませ、ありがとうございますがより言える空気感を作る必要があると感じた。 |
| マルイでの販売の際、試着したいというお客様のために、フェイスカバーがあれば良いと思いました。 |
| 今回のイベントは凄く良かったので特にないです。 |
| 情報がギリギリに回っているところと情報内容が具体的で無いところ(少し分かりにくかった) |
| ファッションショーの際のモデル集めが大変だった。予定が合わずに、十分なリハーサルができなかったことが、改善するべき点だと思う。当日の直前のリハーサルは、流して覚えるだけ、みたいな感じで、モデルさんも不安を拭ききれないと思ったため、事前にスケジュールを決めて、モデルも集めておくべきだと思った。そして、全員で集まれる日を確保して、リハーサルを行うべきだと思う。 |
| 準備期間がもう少し欲しかった |
| 企業の方だけでなく、一般の方にもイベントを知ってもらう必要があると感じました。そのため、広報にさらに力を入れるべきだとも思います。 |
| このエンヴェル全体動きが直近になって分かることを改善した方がいいと思います。(提出物の期限やシフトなど。) |
| マルイのイベントスペースへの出店であったが、既存の商品が売られている中で手作り品が並ぶことは、手作り品が逆に目立って良いと考える側面と、手作り品目当てに尋ねてくるお客さんが元より少ないのではないかと考える時があった。提案としては、手作りマルシェ的なイベントへ出店することで、同じ手作り製品を求められるお客さんへSDGSという付加価値を付けて、商品を販売することが出来るのではないかと考えた。 |
| 今回は時間に追われていたので、最後まで完璧にできなかったのはちょっと残念でした。もう少しだけ余裕があればいいと思います。 |
| 制作する期間がけっこう短かったので大変だった。自分たちのスケジュール管理も頑張っていきたい。 |

| |
|--|
| <p>お店の広告 平日の昼時はマルイのショップ自体にあまりお客様がおられず、店の中で店員同士で話すだけの時間が多くありました。なのでポップをもっと作ったり、マルイのショップ付近で配るチラシを作ったりしてももっともって人目に触れたら良いと思った。</p> |
| <p>ポップなどの言葉を日本語だけにしない、もっと詳しい詳細を書く 色んな大学の商品があるので、自分の大学の商品しか使用用途が分からずお客様に説明する時に言葉に詰まった事が何回もありました。なのでポップの裏などに、用途は〇〇、こういう使い方がオススメなど説明文を予め少しだけ補足書きしてくれると助かると感じた。そして服などによくあった事で、サイズが分からない、男女どちら用でも大丈夫か？などの質問をよくされました。なのでサイズ表記なども大事かなと思います。海外のお客様が平日は6~7割を占めていた様に思いました、なので英語、韓国語 などでもポップを書いた方がいいと思います。又、「売約済」「非売品」も英語や韓国語で書くのがとても重要だと思います。 ・できればファッションショーの動画をワークショップの方でも流す 今回、売れ残ってしまったお洋服が幾つかあったと思います。そういうのを防ぐ為に、自分たちはこうやって着たなどもっと分かりやすく宣伝できたらいいのではと感じました。ショップに立ち寄って下さった方にわざわざ毎回、向こうの店舗でファッションショーで着てみたのであちらを参考にして下さい！と言うのは少し無理があるように思います。なので動画でなくてもパンフレットのように写真だけ纏めたものを1つ用意しておくのも良いと思います。</p> <p>・店舗内を明るく、興味を持って貰えそうな場所にせっかく学生たちが作った商品やお洋服が飾っているのにマルイの他のお店の雰囲気感に負け、声を出して客呼びが出来なかったり店舗内がシンプルで落ち着きすぎているようにも思いました。なのでもっとお客様を引けるような店舗内に飾り、彩りを増やしてみたり、自分たちで書いたポスターなどあっても面白いなと思いました。</p> |
| <p>お店の外にも商品をお店の中にばかり商品を置いていても学生が店内にたくさんいるので、入りづらい雰囲気があるように感じました。なのでお店の入口のところにクルクル回せるアクセサリースタンドを用意してジュシュなどをたくさん飾ったりするのもいいかなと思いました。</p> |
| <p>購入して下さった方にガチャガチャ要素を 正方形のクジ引き箱を作りそこに、5%オフなどの当たりくじを作るのも良いのかなと思いました。最終的に売れなくなっていく、値下げする商品を見分けて見るならそういう〇%オフなどのクーポン券を作り、買って頂きたい商品を値下げした方が私達も嬉しいと思います。 そのクーポン券を当日から使えるようにしたら、購入後ならもう1つ買わせてもらおうかな。などの気持ちになり商品が全て売り尽くせる効果の1つになると思います。</p> |
| <p>アンケートについて 個人的になのですが、お店の商品を見たいのにアンケートお願いしますと先に声掛けにいちやうのは少し勿体無いと感じました。確かにアンケートも凄く大事なのですが、商品を第1に見てもらいたいので買って頂いた時におまけ程度でお渡しするのを徹底しても良いのかなと思いました。</p> |
| <p>とくになし</p> |
| <p>ファッションショーの際、会場が少し暑かったこともあり、販売する商品の汗、メイクによる汚れが気になった。ショーの際の着用方法を見直したり、洗濯することを考慮したデザインが必要になってくると思う。</p> |
| <p>連絡共有が出来てなかったと感じたのでもっとグループでしっかり連絡共有をして欲しかった</p> |
| <p>販売時に、今年は海外のお客様が多く来てくださったので礼等に英語表記も付けた方が良いと思う。</p> |

上記の回答から、参加学生にとってインパクトがあった内容は、ファッションショー、なんばマルイでの販売、ワークショップ、企業トークショーなどに散らばっており、それぞれに関わった経験から心に残るものがあつたようである。

イベント全般の改善点とそれに対するアイデアについての内容には、活動全体のスケジューリング、情報共有についての意見があつた。それぞれの大学から参加するエンウイクルにおいて、情報共有の滞りは特に重要課題と感じている。今後、より良い方法を検討し改善する必要がある。また印象的なのは、ファッションショー、展示、販売の場面において、さらに発信力を強めるアイデアが多く見られることである。実際に現場で感じたことを実行に移すアイデアを、ぜひ取り入れていきたいと考えている。

(文責/整理：宮原佑貴子)

5.3 おわりに

2年目を迎えた「私たちのSDGs」は、共催、協賛、後援団体の各団体に支えられ、そして素材を提供いただいた企業のご協力のもと、盛大に開催することができました。関係いただいた皆様には心より感謝を申し上げます。本当にありがとうございました。

エンウイクルは、今年から、日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会の内部組織として新たな一歩を踏み出しました。周りを見れば、企業団体、研究者、専門家、学生等といった、立場や視点の異なる人々が、繊維製品の循環をめざすという同じ目標のもと、開かれた地平線に手を取り合っているようです。そして、この出会いがつながり、あちらこちらで新しいアイデアや取り組みを生み出しています。繊維素材、繊維製品が私達を結びつけ、強力なネットワークが構

成され、それがどんどん未来に向かって進んでいる、大きな力を感じています。

今回のイベントには、多くの方に来場いただき、様々な感想や意見をいただくなかで社会的な関心の高まりを実感しています。

環境問題は待ったなしの状況にあります。私たちエンウイクルは、文・理系の垣根なく知見を持ち寄り、常にアイデアや発見が生まれ、誰もが参加できる、フラットで遊び心を忘れない場所であり続けることができればいいなあと考えています。そして、繊維製品の循環とともに、私たちにとってより良い社会へ向かう輪をどんどん広げていきたいと考えています。

(文責：宮原佑貴子)

5.4 展望

SDGs の目標が社会に浸透し、以前よりは繊維製品における環境への影響の問題意識は深まってきたが、残念ながら現実的にこの問題を改善するための理解につながっているとは言い難い。しかし深刻な繊維製品の大量消費と廃棄の問題を解決するためには、生活に身近な繊維における改善に向けたひとりひとりの行動がますます重要であり、そのためには生産者側だけでなく、消費者が実際の行動にうつすきっかけが一層必要である。繊維製品において長く行われてきた既存の生産と消費システムに対して、消費者の行動を急速に変えることは容易ではないが、商業的な利益を目的としないエンウイクルの取り組みでは、デザインと制作の実践活動によって繊維廃材の資源としての価値を創出し、これまでの繊維製品とは異なる新しい切り口を切り拓こうと、文化的側面からも意味あるイベントを企画し、課題を投げかけながら情報発信を行った。

イベント Part1 の京都文化博物館でのファッションショーでは、日常生活に活かす服飾素材としての新しい衣服を提案し、資源としての繊維廃材の価値を提案する試みを行った。それは流行のための衣服とは異なる、ごく日常的な服の選択肢になることに視点を置いた廃材利用の可能性を問うたものであったが、その評価は概ね廃材利用についての前向きな意見をいただいた。言うまでもなく衣服は人が身に着けることで完成する。繊維廃材が新しい用途になった時にはこんな表情を見せるのか、という予想していなかった意外性や、理屈や言葉では語りきれない廃材による衣服の存在感が、実際にファッションショーを観ていただいた方に感じていただけたのではないかと思う。

イベントの Part2 でのなんばマルイでの販売では、多くの方が手に取って購入してくださった。店頭での反応は、昨年と同様に材料が廃棄繊維であることよりも、特徴ある素材を活かしたデザイン性への評価が大半であったことは、廃材を用いたデザインは、他にはない新しい質で、人の関心を掘り起こす可能性が大きいことをあらためて感じた。

エンウイクルは、所属する大学も学年もさまざま、今年度は昨年とはほぼメンバーも入れ替わったが、参加した学生たちには変わらない姿勢が感じられた。それは自らが消費者としての強く意識を持っていること、生活に対する理想を描く姿勢があること、根気強い実践力を持っていることである。大学の垣根を越えて協力しあい物事を進めることができたのはこうした学生たちが集まったからこそであるだろう。また学生の専門分野は生活分野全般であり常に専門的に制作を行っているのではないことは興味深いことでもある。制作に取り組んだ学生たちは、同時に消費者であり使用者としての立場からも繊維廃材の活かし方を考えることができることから、制作物が生活に取り入れやすいデザインになった。さまざまなデザインを人は普段何気なく受け入れ

ているが、それは社会としてのモノの在りようと繋がっている。学生たちが今回、繊維廃材からデザインした制作物は、決して独りよがりでのものではなく社会の価値観を映し出していることにも言及したい。

制作物の一部について行った物性の評価は将来的な廃棄繊維における客観的な価値を見出す一歩となった。繊維廃材の新たな利用が一般的なアパレル製品の基準に照らしてどのような品質特性になるかを検証することは、廃棄繊維を利用する際の実用性の信頼を得るためには無くてはならない観点であり、これからも関係機関と連携して分析を進めることが重要である。他方、同時に学生たちが繊維廃材を手に取り、その繊維の元の用途と関係なく新たに提案した用途は、デザインとして心地よいものと捉えたひらめきによるものであり、繊維廃材による新しい価値を掘り出すためにはこうした感性的な制作プロセスは極めて重要であり、今後は科学的側面と感性的側面により繊維廃材の新しい品質を見出していくことが求められる。

近年、消費者の価値観もデザインのしかたも在り方は大きく変化しているなか、繊維製品はこれまでの短期間の流行に沿うものづくりから、時間軸に左右されない社会的・文化的に価値を持ちえた服飾の品質を考えることが必要である。もちろん繊維廃材をめぐる課題は多岐にわたって山積しているが、学生主体のエンウィクルの活動では、柔軟に試作を積極的に行うことで、繊維廃材の新しい用途の解釈を生み出すことが可能と考える。そして大きな視野による問題意識と細やかな生活へのまなざしを持って「繊維廃材によってどんな生活を描けるか」を、繊維分野だけでなく新しい領域とも融合させながら社会に問う実践活動を、学生のチームワークを土台に学会、学校関係者、企業との協働で行うことに、エンウィクルとしての活動の意義があると考え

(文責：森下あおい)

資料 1

主催、共催、協賛、後援、資材提供

| | |
|-----------|--|
| 主催 | 一般社団法人日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会・「私たちのSDGs」実行委員会 |
| | 株式会社 Style Agent |
| 共催 | 一般社団法人日本繊維機械学会フェロー会 |
| | NPO 法人未利用資源事業化研究会 |
| 協賛 | なんばマルイ |
| 後援 | 京都工芸繊維大学・繊維科学センター |
| | 協同組合関西ファッション連合 (KanFA) |
| | 近畿経済産業局 |
| | 京都市ごみ減量推進会議 (公益財団法人京都市環境保全活動推進協会) |
| | 一般社団法人日本繊維製品消費科学会 |
| | ダイセン株式会社 (繊維ニュース) |
| | 日報ビジネス株式会社 (循環経済新聞) |
| | 株式会社織研新聞社 |
| | 京都新聞 |
| | 京都市教育委員会 |
| | 京都市 |
| | 京都府 |
| | 一般財団法人ボーケン品質評価機構 |
| | 一般社団法人 Textile Circular Network |
| | 一般社団法人 Textile Upcycle Platform |
| 近畿地方環境事務所 | |
| 資材提供 | (有)井上企画・幡、エシカルカウンセル、岡本(株)、(株)カズマ、(株)カラーループ、木下製網(株)、(株)ジャパンプルー、(株)SHINDO、高島リボン(株)、瀧本(株)、(株)チクマ、帝人(株)、トーア紡マテリアル(株)、東リ(株)、時田毛織(株)、ナカノ(株)、東谷商店、(株)フィジックス、(有)村田堂、(株)ワコール、ワタキューセイモア(株) |

資料 2

実行委員、参加大学、協力

| | |
|-------------|------------------------|
| 実行委員 | 森下あおい（滋賀県立大学）：実行委員長 |
| | 宮原佑貴子（京都光華女子大学）：副実行委員長 |
| | 木村照夫（京都工芸繊維大学）：全体総括 |
| | 井上真理（神戸大学） |
| | 三宅 肇（甲南女子大学） |
| | 高山祥子（京都女子大学） |
| | 奥林里子（京都工芸繊維大学） |
| | 與倉弘子（滋賀大学） |
| | 西晃平（四天王寺大学短期大学部） |
| | 鈴木彩希（四天王寺大学短期大学部） |
| | 谷明日香（大阪樟蔭女子大学） |
| | 佐々木一泰（滋賀県立大） |
| | 奥谷隆幸（株Style Agent） |
| | 参加大学 |
| 滋賀大学 | |
| 京都光華女子大学 | |
| 京都女子大学 | |
| 京都工芸繊維大学 | |
| 甲南女子大学 | |
| 神戸大学 | |
| 大阪樟蔭女子大学 | |
| 四天王寺大学短期大学部 | |
| 協力 | 田中秀彦（成安造形大学）：舞台演出 |
| | 呉 鴻（京都光華女子大学）：映像 |
| | 澤井桃子（京都光華女子大学）：アニメーション |
| | 立命館大学 RitsCLO：アンケート |
| | トーア紡マテリアル(株)：舞台マット提供 |

順不同

資料3

| 大学名 | 学科名 | 氏名 | 学年 | 参加方法 |
|-------------|---------------------|-----------------|----|------|
| 京都工芸繊維大学 | 工芸科学研究科先端ファイブロ科学専攻 | Christiana Agbo | D2 | 物性評価 |
| 滋賀大学教育学部 | 教育学部中等家庭専攻 | 關口 理紗 | 4 | 物性評価 |
| 大阪樟蔭女子大学大学院 | 人間科学研究科 化粧ファッション学専攻 | 諏訪利央美 | 2 | 制作者 |
| 大阪樟蔭女子大学 | 化粧ファッション学科 | 益永寧音 | 3 | 制作者 |
| 大阪樟蔭女子大学 | 化粧ファッション学科 | 兵野仁美 | 4 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 現代社会学科 | 川口 桃佳 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 伊藤 愛里 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 亀井 彩花 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 俣野 知香 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 山本 佳奈 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 山本 胡桃葉 | 3 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 多田 美和 | 2 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 西村 伊織 | 2 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 藤井 ほの花 | 2 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 生活造形学科 | 弓削 凜 | 2 | 制作者 |
| 京都女子大学 | 教育学科 | 津山 光海 | 2 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 内本 有紀 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 小川 千晴 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 久保 睦実 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 清水 結羽 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 向井 真結 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 山本 愛莉 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 脇阪 美咲 | 1 | 制作者 |
| 四天王寺大学 | 短期大学部ライフデザイン学科 | 中村 玲菜 | 1 | 制作者 |
| 甲南女子大学 | メディア表現学科 | 加藤 結衣 | 2 | 制作者 |
| 甲南女子大学 | 生活環境学科 | 西村 愛梨 | 2 | 制作者 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 村上 穂佳 | 3 | 制作者 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 中村 莉穂 | 3 | 制作者 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 濱中 真心 | 3 | 制作者 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 檜迫 睦季 | 1 | 制作者 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 伊藤 彩香 | 1 | 制作者 |

| | | | | |
|----------|---------------|-------------|--------|------|
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 澤井 桃子 | 4 | 映像 |
| 京都光華女子大学 | キャリア形成学科 | 勝木 友利乃 | 4 | 映像 |
| 滋賀県立大学 | 生活デザイン学科 | 池松 万智子 | 3 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活デザイン学科 | 久龍 未空 | 3 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活デザイン学科 | 野村 紗来 | 4 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活デザイン学科 | 新木 彩夏 | 3 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活文化学専攻 | 原田 裕作 | M1 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活文化学専攻 | 坂上晴穂 | M2 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活文化学専攻 | 野々村 多慧 子 | D 1 | 制作者 |
| 滋賀県立大学 | 生活文化学専攻 | Wang Yl | D 1 | 制作者 |
| 神戸大学 | 国際人間科学部環境共生学科 | 高木莉子 | 3 | 物性評価 |
| 神戸大学 | 国際人間科学部環境共生学科 | 仲 優里奈 | 3 | 物性評価 |
| 神戸大学 | 国際人間科学部環境共生学科 | 三野夏実 | 3 | 物性評価 |
| 神戸大学 | 国際人間科学部環境共生学科 | 南 里奈 | 3 | 物性評価 |

提供元：株式会社カズマ

カーテン素材

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格 (円) | 制作大学 |
|--------|---|--------|----------|-------------|
| SK-01 |  | セットアップ | 6,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-02 |  | スカート | 5,000 | 滋賀県立大学 |
| KJ-202 |  | バッグ | 2,000 | 京都女子大学 |
| OS-01 |  | エプロン | 3,000 | 大阪樟蔭女子大学 |
| OS-02 |  | アームカバー | 700 | 大阪樟蔭女子大学 |
| OS-03 |  | エプロン | 3,000 | 大阪樟蔭女子大学 |
| OS-04 |  | アームカバー | 700 | 大阪樟蔭女子大学 |
| ST-03 |  | トートバッグ | 2,000 | 四天王寺大学短期大学部 |

| | | | | |
|-------|---|-------|-------|-------------|
| ST-04 |  | ぬいぐるみ | 2,200 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-05 |  | シュシュ | 400 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-13 |  | エプロン | 1,200 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-15 |  | バレッタ | 400 | 四天王寺大学短期大学部 |

提供元：株式会社 ジャパンブルー

デニム素材（生機）

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|--------|--|-----------------|---------|--------|
| SK-03 |  | スカート | 5,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-04 |  クロッシェ 滋賀県立大学 生機 3800円 | クロッシェ | 3,800 | 滋賀県立大学 |
| SK-05 |  キャスケット 滋賀県立大学 生機 3800円 | キャスケット | 3,800 | 滋賀県立大学 |
| SK-06 |  ヘアアクセ 滋賀県立大学 生機 300円 | ヘアアクセ | 300 | 滋賀県立大学 |
| SK-07 |  ブレスレット 滋賀県立大学 生機 300円 | ブレスレット | 300 | 滋賀県立大学 |
| KJ-704 |  デニム、古着、生 ティッシュケース 滋賀県立大学 生機 2000円 | ティッシュケース | 2,000 | 京都女子大学 |
| KJ-710 |  | スマホホルダー オレンジ | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-711 |  | スマホホルダー 青 | 1,200 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|--------|---|-------------------|-------|-------------|
| KJ-712 |  | スマホショルダー ストライプ | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-201 |  | バッグ | 2,000 | 京都女子大学 |
| ST-14 |  | トートバッグ (小) | 1,500 | 四天王寺大学短期大学部 |
| KN-15 |  | 入れ物 | 600 | 甲南女子大学 |

提供元：有限会社 村田堂

制服

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|--------|---|--------|---------|--------|
| SK-08 |  | ベスト | 4,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-09 |  | スカート | 4,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-10 |  | スカート | 1,000 | 滋賀県立大学 |
| KJ-204 |  | セットアップ | 7,800 | 京都女子大学 |
| KJ-602 |  | ジャケット | 4,000 | 京都女子大学 |
| KJ-603 |  | パンツ | 3,000 | 京都女子大学 |
| KN-01 |  | ブラウス | 3,500 | 甲南女子大学 |
| KN-05 |  | シュシュ | 400 | 甲南女子大学 |

制服

| | | | | |
|-------|---|-------|-------|--------|
| KN-06 |  <p>髪飾り 甲南女子大学 制服生地 400円</p> | ヘアアクセ | 400 | 甲南女子大学 |
| KN-07 |  <p>ヘアバンド 甲南女子大学 制服生地 450円</p> | ヘアバンド | 450 | 甲南女子大学 |
| KN-08 |  <p>カバン 甲南女子大学 制服生地 2000円</p> | バッグ | 2,000 | 甲南女子大学 |
| KN-09 |  | 巾着 | 500 | 甲南女子大学 |
| KN-10 |  <p>イヤリング 甲南女子大学 制服生地 700円</p> | イヤリング | 700 | 甲南女子大学 |

提供元：株式会社 チクマ

作業服

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格 (円) | 制作大学 |
|-------|---|-------|----------|--------|
| SK-11 |  | ジャケット | 3,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-12 |  | ジャケット | 3,800 | 滋賀県立大学 |

提供元：ワタキューセイモア株式会社

医療用白衣

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格 (円) | 制作大学 |
|-------|---|-------------|----------|--------|
| SK-13 |  | トップス (紺) | 3,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-14 |  | トップス (白) | 3,500 | 滋賀県立大学 |

提供元：ナカノ株式会社

再資源織物

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|-------|---|--------|---------|--------|
| SK-15 |  | セットアップ | 8,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-16 |  | ワンピース | 5,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-17 |  | ジャケット | 10,000 | 滋賀県立大学 |

提供元：エシカルカウンセル

布ラップのハギレ素材

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|--------|---|----------|---------|-------------|
| KJ-101 |  | バッグ | 6,500 | 京都女子大学 |
| KJ-105 |  | ポーチ 白 | 2,000 | 京都女子大学 |
| KJ-106 |  | ポーチ 黒 | 2,000 | 京都女子大学 |
| ST-16 |  | ブローチ | 300 | 四天王寺大学短期大学部 |
| KK-08 |  | ヘッドドレス | 1,000 | 京都光華女子大学 |

提供元：高島リボン株式会社

リボン

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|-------|---|---------|---------|-------------|
| SK-18 |  | ベスト | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-19 |  | スカート | 4,800 | 滋賀県立大学 |
| SK-20 |  | Tシャツ | 3,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-21 |  | Tシャツ | 3,500 | 滋賀県立大学 |
| ST-01 |  | リボンブルゾン | 4,000 | 四天王寺大学短期大学部 |

提供元：株式会社SHINDO

リボン

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|---------|---|--------|---------|--------|
| KJ-1104 |  | カードケース | 1,400 | 京都女子大学 |
| KJ-1105 |  | カードケース | 1,400 | 京都女子大学 |
| KJ-1106 |  | カードケース | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1107 |  | カードケース | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1108 |  | カードケース | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1109 |  | カードケース | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-1110 |  | ピアス | 900 | 京都女子大学 |
| KJ-1112 |  | ピアス | 700 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|---------|---|--------|-------|-------------|
| KJ-1113 |  | ピアス | 900 | 京都女子大学 |
| ST-06 |  | バレッタ | 400 | 四天王寺大学短期大学部 |
| KK-07 |  | ヘッドドレス | 600 | 京都光華女子大学 |
| KN-14 |  | ポーチ | 1,200 | 甲南女子大学 |

提供元：東リ株式会社

カーペット素材、糸

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|---------|---|----------------|---------|--------|
| SK-22 |  | ワンピース | 4,200 | 滋賀県立大学 |
| SK-23 |  | スーツ (上) | 4,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-24 |  | スーツ (下) | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-25 |  | ストール | 1,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-34 |  | クラッチバック (大) | 1,200 | 滋賀県立大学 |
| SK-35 |  | クラッチバック (小) | 800 | 滋賀県立大学 |
| KJ-1004 |  | ブローチ 犬 | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-1005 |  | カードケース | 600 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|--------------------|---|--------------|-------|--------|
| KJ-1006 |  | カードケース | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-1007 KJ-1008 |  | 鍋つかみ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1009 KJ-1010 |  | 鍋つかみ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1011 KJ-1012 |  | 鍋つかみ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1013 KJ-1014 |  | 鍋つかみ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1015 |  | ブローチ あざらし | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-203 |  | ぬいぐるみ | 2,500 | 京都女子大学 |
| OS-07 |  | ストラップ | 500 | カーペット糸 |
| OS-08 |  | スマホショルダー | 2,000 | カーペット糸 |

カーペット

提供元：株式会社ワコール

インナーウェア素材、レース

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|---------|---|--------|---------|-------------|
| SK-26 |  | ストール | 1,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-27 |  | ワンピース | 4,800 | 滋賀県立大学 |
| KJ-903 |  | スリーブ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-1111 |  | ピアス | 700 | 京都女子大学 |
| KJ-1114 |  | カードケース | 1,000 | 京都女子大学 |
| ST-07 |  | イヤリング | 400 | 四天王寺大学短期大学部 |

提供元：株式会社colourloop

再資源フェルト

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|--------|---|--------|---------|--------|
| SK-28 |  | ロングベスト | 3,200 | 滋賀県立大学 |
| SK-29 |  | パンツ | 3,200 | 滋賀県立大学 |
| SK-30 |  | ベスト | 2,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-31 |  | ケープ | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-32 |  | ワンピース | 4,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-33 |  | ストール | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| KJ-701 |  | 小物入れ | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-702 |  | 小物入れ | 800 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|-----------------------|---|----------|-------|--------|
| KJ-703 |  | ティッシュケース | 1,800 | 京都女子大学 |
| KJ-301 ~ KJ-303 |  | オブジェ | 1,000 | 京都女子大学 |
| KJ-713 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-714 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-715 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-716 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-717 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-718 |  | コースター | 150 | 京都女子大学 |
| KJ-803 |  | 小物入れ | 1,600 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|--------|--|-------|-------|-------------|
| KJ-804 |  | 小物入れ | 1,600 | 京都女子大学 |
| KJ-805 |  | 小物入れ | 1,600 | 京都女子大学 |
| KJ-806 |  | 小物入れ | 1,700 | 京都女子大学 |
| ST-11 |  コースター (1枚) 200円 四天王寺大学 デニム、フェルト | コースター | 200 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-12 |  四天王寺大学 フェルト 500円 | ブローチ | 500 | 四天王寺大学短期大学部 |

提供元：帝人株式会社、木下製網株式会社

漁網

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|--------|---|-----------|---------|--------|
| SK-30 |  | ベスト | 2,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-31 |  | ケープ | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| SK-32 |  | ワンピース | 4,500 | 滋賀県立大学 |
| SK-33 |  | ストール | 3,000 | 滋賀県立大学 |
| KJ-401 |  | 付け襟 | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-402 |  | 付け襟・ワンピース | 非売品 | 京都女子大学 |
| KJ-403 |  | 巾着 | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-404 |  | 巾着 | 1,200 | 京都女子大学 |

提供元：岡本株式会社

靴下輪っか

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|---------|---|----------|---------|--------|
| KJ-1001 |  | イヤリング | 600 | 京都女子大学 |
| KJ-1002 |  | イヤリング | 600 | 京都女子大学 |
| KJ-1003 |  | イヤリング | 600 | 京都女子大学 |
| KJ-708 |  | キーホルダー | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-709 |  | キーホルダー | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-103 |  | スマホショルダー | 2,000 | 京都女子大学 |
| KJ-104 |  | スマホショルダー | 2,000 | 京都女子大学 |
| KJ-107 |  | キーホルダー | 1,000 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|-------|---|-----------------------|-------|----------|
| KN-11 |  | コースター | 1,200 | 甲南女子大学 |
| KN-12 |  | バッグ | 1,500 | 甲南女子大学 |
| KK-03 |  | ブローチ (大) | 400 | 京都光華女子大学 |
| |  | ブローチ (小) | 300 | 京都光華女子大学 |
| KK-04 |  | ベジタブル ストッカー (大) | 1,000 | 京都光華女子大学 |
| |  | ベジタブル ストッカー (小) | 600 | 京都光華女子大学 |
| KN-16 |  | コースター | 600 | 甲南女子大学 |

提供元：株式会社フジックス

ミシン糸

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格 (円) | 制作大学 |
|--------|---|--------------|----------|----------|
| KJ-807 |  | イヤリング | 1,200 | 京都女子大学 |
| KJ-808 |  | イヤリング | 1,200 | 京都女子大学 |
| KN-13 |  | ミサンガ | 300 | 甲南女子大学 |
| KK-01 |  | 巾着バッグ (赤) | 2,500 | 京都光華女子大学 |
| KK-02 |  | 巾着バッグ (青) | 2,500 | 京都光華女子大学 |
| KK-05 |  | イヤリング | 1,200 | 京都光華女子大学 |
| KK-06 |  | ピアス | 1,200 | 京都光華女子大学 |
| OS-05 |  | ランプシェード | 1,000 | 大阪樟蔭女子大学 |
| OS-06 |  | ヘアエクステ | 300 | 大阪樟蔭女子大学 |

提供元：東谷商店

古着

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格 (円) | 制作大学 |
|--------|---|-----------------|----------|--------|
| KJ-501 |  | 付け襟 (デニム) | 900 | 京都女子大学 |
| KJ-502 |  | 付け襟 (デニムと花柄) | 900 | 京都女子大学 |
| KJ-601 |  | 付け襟 (ストライプ) | 900 | 京都女子大学 |
| KJ-605 |  | 付け襟 (ボタン) | 1,500 | 京都女子大学 |
| KJ-606 |  | 付け襟 (花柄) | 900 | 京都女子大学 |
| KJ-801 |  | 付け襟 | 1,800 | 京都女子大学 |
| KJ-802 |  | 巾着 | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-902 |  | ポーチ | 900 | 京都女子大学 |

| | | | | |
|-----------------------|---|-----------|-------|-------------|
| KJ-901 |  | バッグ | 2,500 | 京都女子大学 |
| KJ-503 ~ KJ-512 |  | ヘアアクセ | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-102 |  | バッグ | 4,000 | 京都女子大学 |
| KN-02 |  | ブラウス | 3,500 | 甲南女子大学 |
| KN-03 |  | スカート | 3,000 | 甲南女子大学 |
| KN-04 |  | スカート | 3,000 | 甲南女子大学 |
| ST-02 |  | パッチワークシャツ | 4,000 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-08 |  | ブックカバー | 1,000 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-09 |  | 巾着 | 500 | 四天王寺大学短期大学部 |
| ST-10 |  | メガネケース | 500 | 四天王寺大学短期大学部 |

提供元：有限会社井上企画・幡

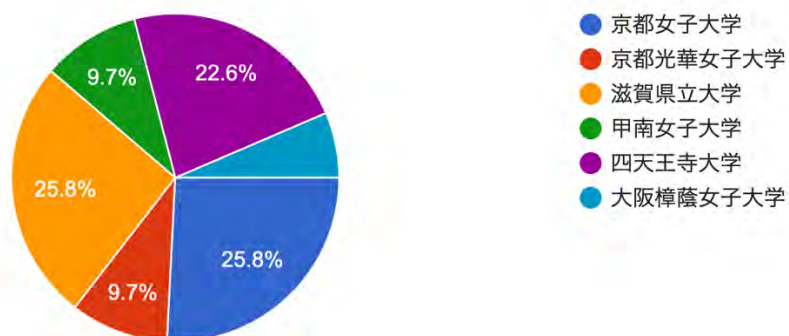
蚊帳素材

| 品番 | 画像 | アイテム名 | 販売価格（円） | 制作大学 |
|---------|---|-----------|---------|--------|
| KJ-604 |  | 帽子 | 1,500 | 京都女子大学 |
| KJ-304 |  | 巾着 (大) | 400 | 京都女子大学 |
| KJ-305 |  | 巾着 (小) | 350 | 京都女子大学 |
| KJ-705 |  | イヤリング | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-706 |  ピアス 蚊帳 京都女子大学 | ピアス | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-707 |  イヤリング 蚊帳 京都女子大学 | イヤリング | 800 | 京都女子大学 |
| KJ-1101 |  京都女子大学 蚊帳 リース 1200円 | リース | 1,600 | 京都女子大学 |
| KJ-1102 |  京都女子大学 蚊帳 リース 1400円 | リース | 1,400 | 京都女子大学 |
| KJ-1103 |  京都女子大学 蚊帳 リース 1200円 | リース | 1,200 | 京都女子大学 |

資料5 「私たちのSDGs2023」 学生アンケート集計結果 (n=31)

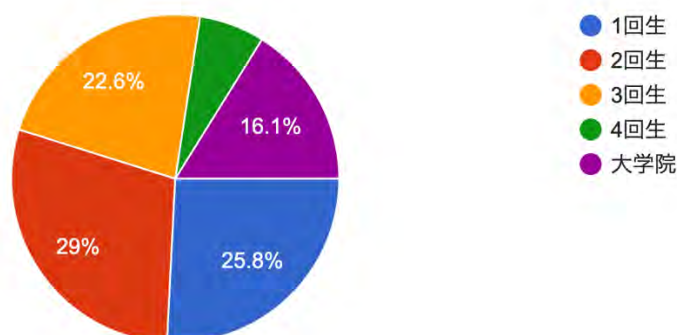
1.大学名

31件の回答



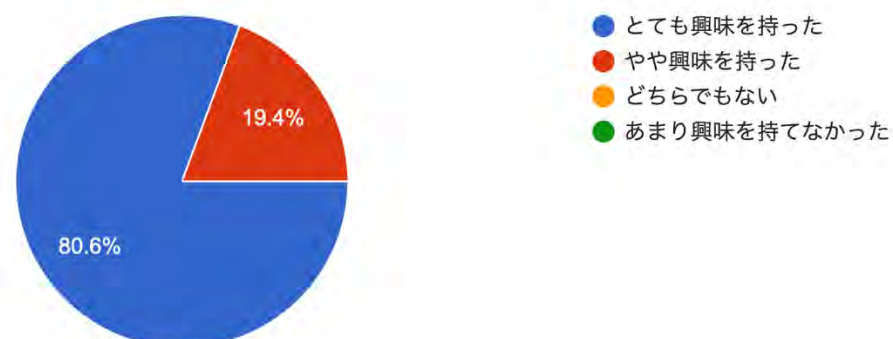
2.学年

31件の回答



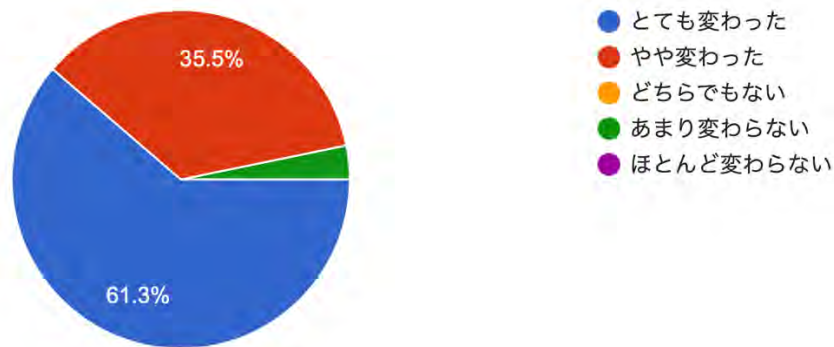
3.今回のイベントには興味を持って参加できましたか

31件の回答



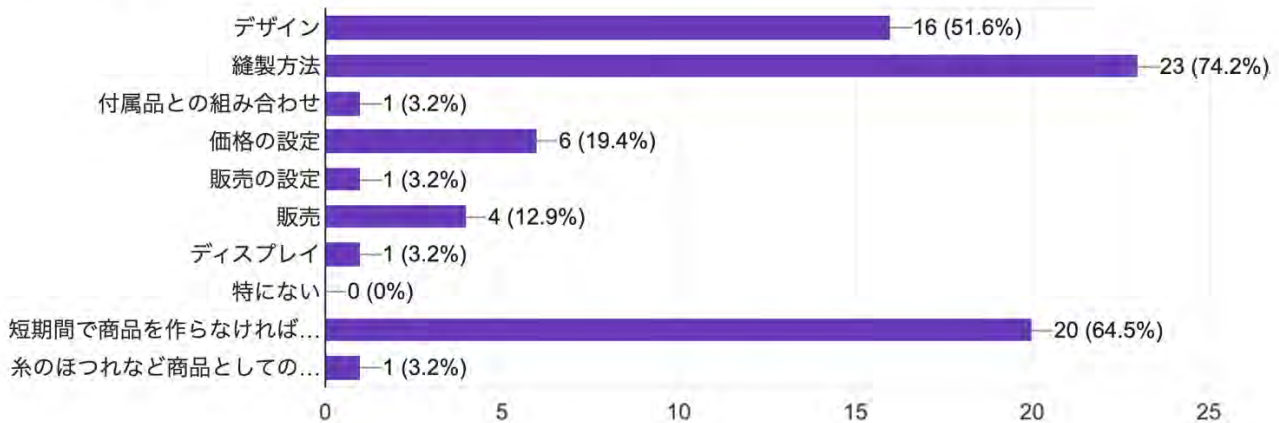
4. 今回のイベントに参加してSDGsについての意識は変わりましたか

31件の回答



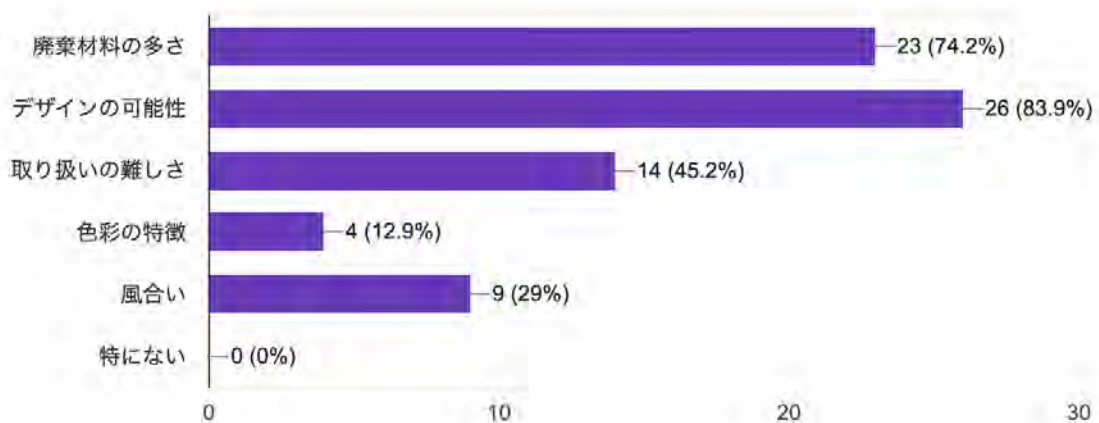
5. 今回、最も大変だったことは何ですか（複数選択可）

31件の回答



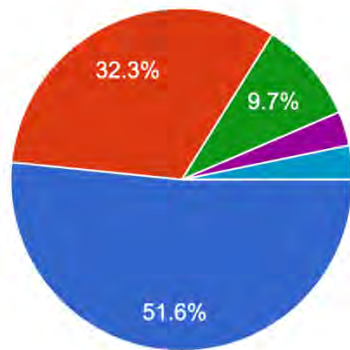
6. 廃棄予定の繊維を用いて制作して気づいたことは何ですか（複数選択可）

31件の回答



7.販売価格はどのようにして決めましたか

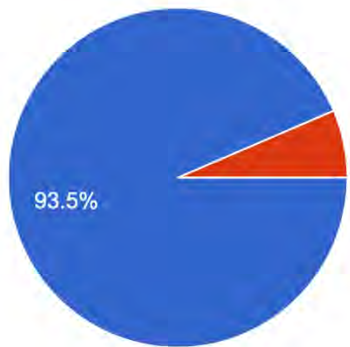
31件の回答



- 材料費と制作に要した時間を考慮して
- 一般に販売されている類似品の価格を...
- アップサイクルを意識して高めに設定
- 無償提供された素材のため安めに設定
- 思いつき
- 昨年の作品を参考にした。

8.他大学の学生と一緒に取り組んで良かったことはありますか

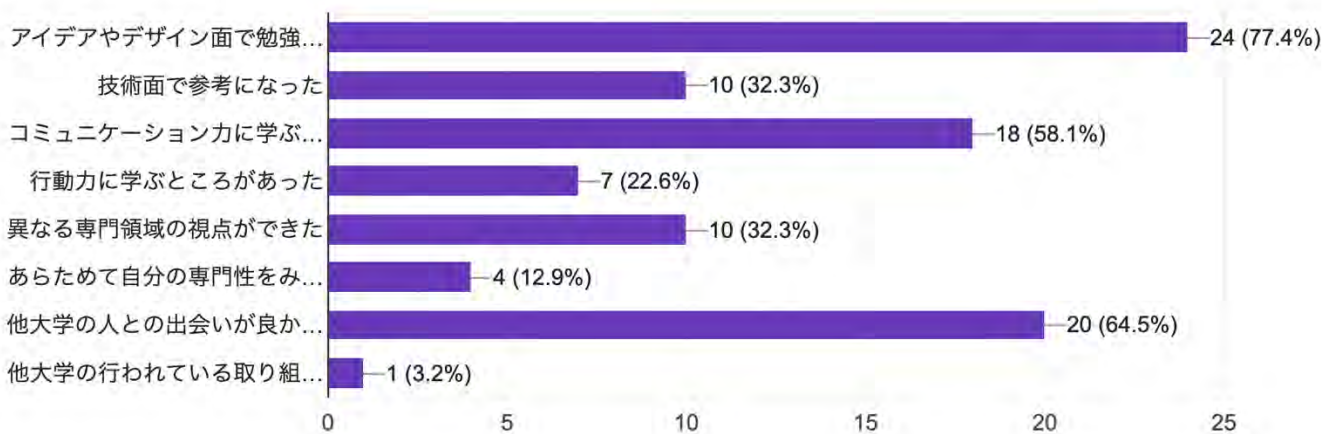
31件の回答



- 大いにある
- 少しある
- どちらでもない
- ほとんどない
- 全くない

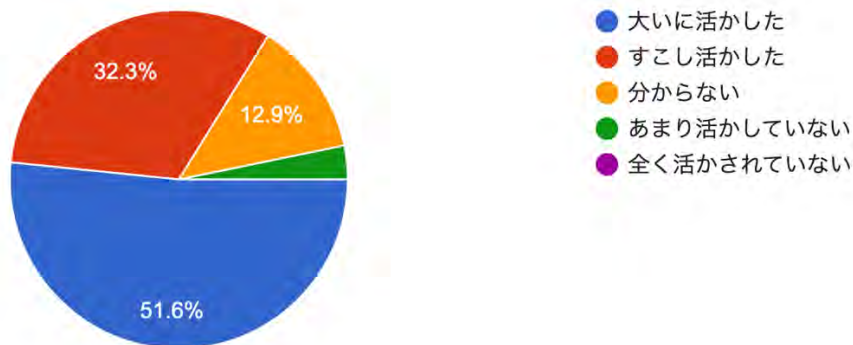
9.「他大学の学生と一緒に取り組んで良かった」と答え...、どのようなことが良かったですか（複数選択可）

31件の回答



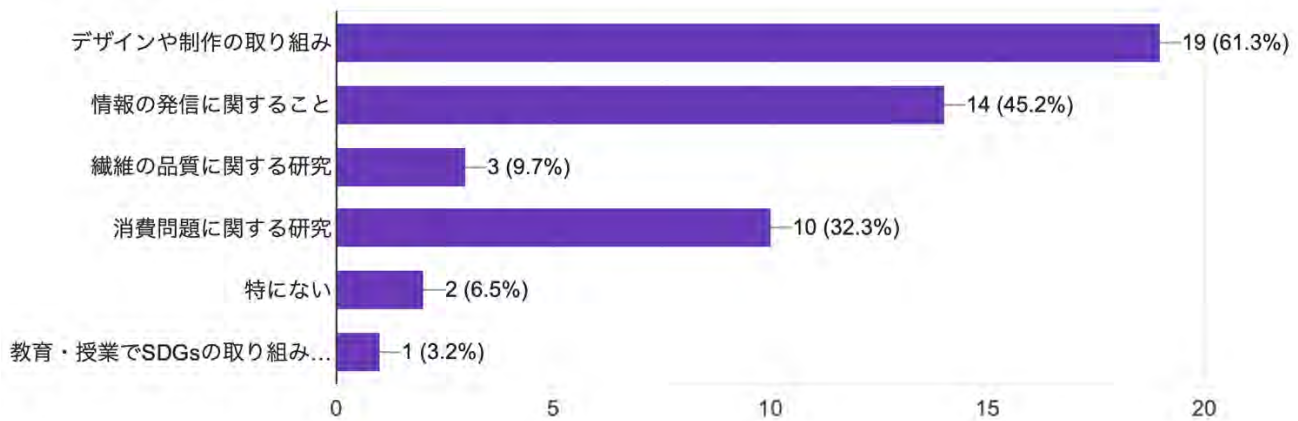
10.自分の大学での学びや知見は活かせたと感じますか

31件の回答



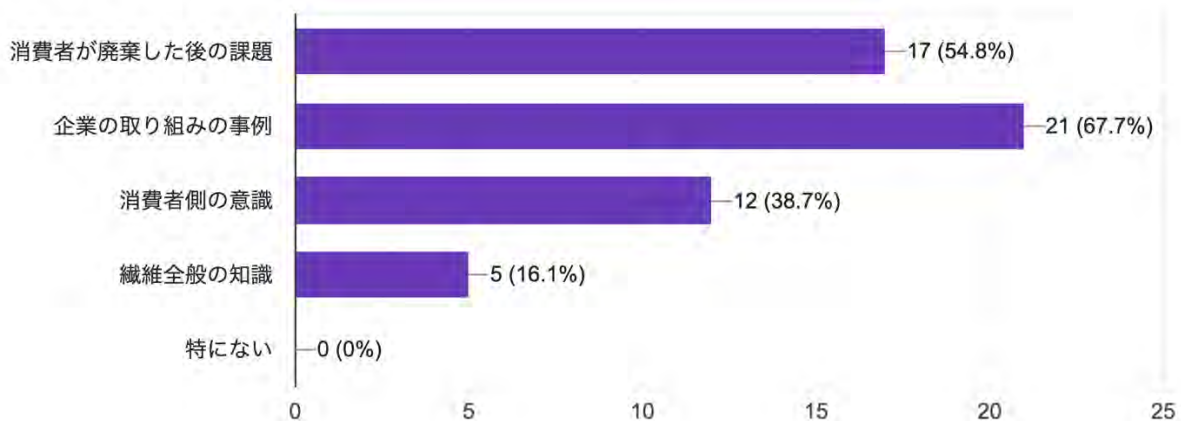
11.自分の専門領域が可能なSDGsに関する社会貢献はどのようなことだと思いますか（複数選択可）

31件の回答



12.廃棄に関わる繊維に関して知りたいことはありますか（複数選択可）

31件の回答



13.ファッションショーに取り込んだ感想（大変だったこと、良かったことなど）を記述してください

※ こちらの回答結果は「3.1.3 part.1 の総括」に掲載しています。

14.ファッションショーは、観た人に何が伝えられたと思いますか、自由に記述ください

※ こちらの回答結果は「3.1.3 part.1 の総括」に掲載しています。

15.企業トークショーで司会を担当した人は、その感想を自由に記述してください

※ こちらの回答結果は「3.2.5 企業トークショー」に掲載しています。

16.学生トークショーに参加した人は（発表、聞く側どちらでも）その感想を自由に記述してください

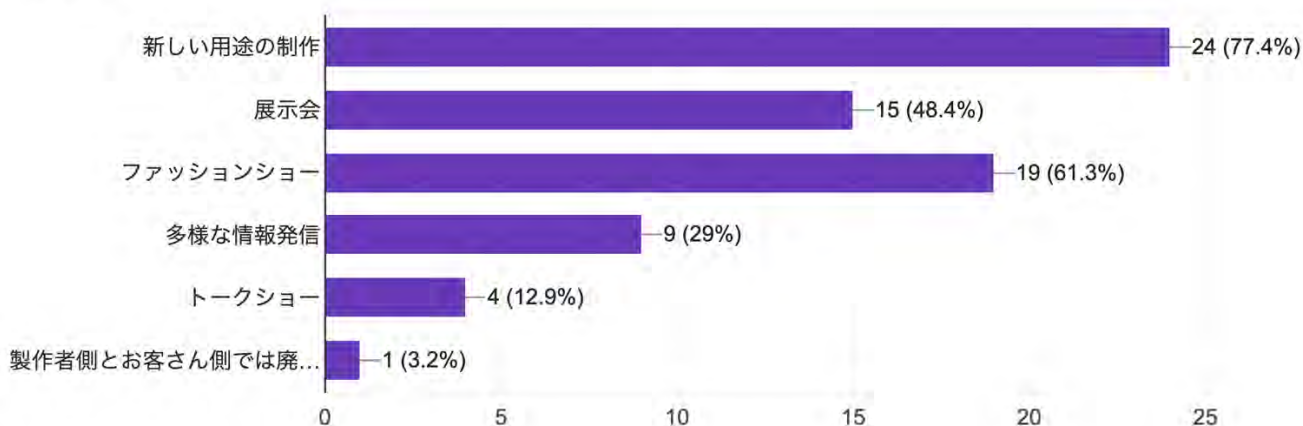
※ こちらの回答結果は「3.2.6 学生トークショー」に掲載しています。

17. ワークショップに参加した人は、その感想を自由に記述してください

※ こちらの回答結果は「3.2.4 ワークショップ」に掲載しています。

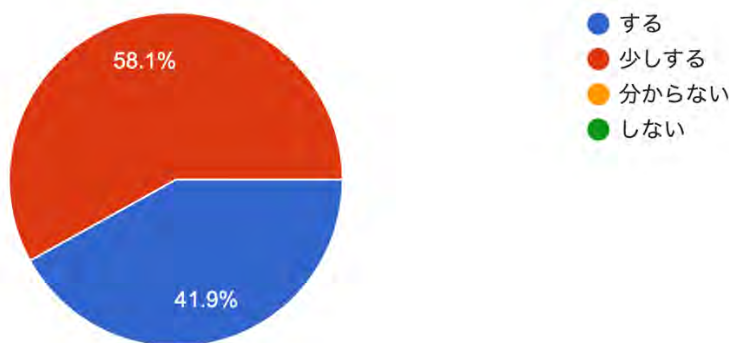
18.廃棄予定の繊維を使ったイベントをまた行うならどんな内容がしたいですか（複数選択可）

31件の回答



19.将来の仕事を選ぶときにSDGsを意識しますか

31件の回答



20.今回参加して最もインパクトがあったこと（印象的なこと、思い出になること等）を記述してください

※ こちらの回答結果は「5.2 参加学生の声」に掲載しています。

21.あなたが思う今回のイベントの全般の改善点とそれに対するアイデアを記述してください

| あなたが思う今回のイベントの全般の改善点とそれに対するアイデアを記述してください |
|---|
| 商品を作るのが、ギリギリになってしまったため、もう少し計画性を持って商品作りをしたいと感じた。 |
| 技術や権利などの色々な課題はある中だと思いますが、可能であれば情報発信のために映像としてのアーカイブのクオリティを上げ（音声や動点での撮影や編集の質など）、一連の活動を動画アーカイブとして、一般に公開するのにも広くフィードバックをもらえる手段なのではないかと考えました。 |
| 素材の配布から制作の時期をもう少し長くできると助かります。 |
| 販売staffの数が多すぎて手持ち無沙汰になること。制作スケジュールがタイトだったこと。 |
| 店内に店員が多すぎる時間などが多々あり、お客様がお店に入りづらいのでは無いかと思った |
| もう少しワークショップが始まる前に宣伝活動が多くあった方が様々な人の目に届きやすかったのではないかと思いました。例えば、チラシを作り、配る事などが考えられます。 |
| ①販売の際に、売れた服は売却済ではなく、売約済の方がいい。お客様から廃材を生かす取り組みなのに焼却を想起させられると言われた。②販売のブースと展示ブースは出来れば隣が理想。なるべく両スペースが見える場所をしたい。お客様にも伝えづらく、分かりづらい。③ポスターは貼ってあるものの、企業の廃材で学生が作ったということ、一つ一つデザインから学生がしたということ、SDGsの取り組み、環境にいいということがお客様が販売ブースに来ただけでは伝わってなかったの、もう少しそれらを書いたパネル等を分けて沢山置いた方がいいかなと思う。④隣の帽子屋のショートカットコースだと思われており、商品に見向きもせず抜けていく方が多かったので、棚の配置を一直線では行けないように設置したら変わるかなと考える。⑤外国の方（中国系）が多くこられており、説明をしようとする、手で大丈夫と振られてしまうことが多かった。英語の表記はあってもいいのではないかなと思った。 |
| お客様に説明する時に、他の大学さんの作成したものや私の大学で扱ってなかった素材について上手く説明できなかった事が自分的な改善点だと思います。お客様自体、関西の色々な学生が制作に携わっていると知らない方も多く、これはどう作ったんですか？と聞かれてしまってパニックになったことがあったので、関西の色々な大学生がそれぞれの知識を活かして作っているということをもっとアピール出来たらいいな！！！！と思えました。素敵なイベントを開催して下さい、お声がけて頂きありがとうございますございました。ぜひ来年も再来年も、参加させていただきたいです🙏本当にありがとうございました。ラスト1日よろしくお願い致します。 |
| SNSでの発信が少ないように感じた。Instagramだけでなく、他のSNSでの発信(TikTokやYouTubeなど)も考えてみては。他大学の方との交流が少なく、事前に交流の場があれば良いなと思った。 |
| 自分の商品について見に来てくれたお客さんに話しかけたけれどお客さん側からしたら店員さんがずっとそばに居られるのは嫌だったら、1人でゆっくりみたいなど自分がお客さんだったらそう思うなということを考えて積極的な接客ができなかった。なぜこの値段にしたのかどういふふうに作ったのかひとつ、ひとつの作品にポップなどあれば良いなと思った。 |
| 特にファッションショーまでのスケジュールをより具体的に、詳細に知りたいと感じた。今回は、ショーが近づくとつれ制作に追われてしまったので、具体的なスケジュールを把握し、制作に取り掛かるタイミングなどをより早めれたら良いと感じた。 |
| 衣類が行人の目隠しになってしまっているため、エレベーター側にアクセサリ類の机を置いた方が良いと思った。イベントスペースと販売スペースに若干の距離ができていないため、パッと見の関連性が認識しにくいと思った。 |
| 今回、廃材を用いて制作しましたが、その制作の際にも廃棄がでてしまったり余ってしまったりしたため、制作時にも廃棄を出さないようなものづくりの提案をできればなと思いました。 |
| 外国人の方も多かったので英語表記のタグやパンフレットのようなものがあったらいいかなと思いました。 |
| 1日立ちっぱなしでしんどい顔をする場面があったこと。販売することを目的とするのならば、販売方法や接客などを変える必要があると思う。お客様が来店された時は、いらっしゃいませ、ありがとうございますより言える空気感を作る必要があると感じた。 |
| マルイでの販売の際、試着したいというお客様のために、フェイスカバーがあれば良いと思いました。 |
| 今回のイベントは凄く良かったので特にはないです。 |
| 情報がギリギリに回っているところと情報内容が具体的で無いところ(少し分かりにくかった) |
| ファッションショーの際のモデル集めが大変だった。予定が合わずに、十分なリハーサルができなかったことが、改善するべき点だと思う。当日の直前のリハーサルは、流して覚えるだけ、みたいな感じで、モデルさんも不安を拭いきれないと思ったため、事前にスケジュールを決めて、モデルも集めておくべきだと思った。そして、全員で集まれる日を確保して、リハーサルを行うべきだと思う。 |
| 準備期間がもう少し欲しかった |
| 企業の方だけでなく、一般の方にもイベントを知ってもらう必要があると感じました。そのため、広報にさらに力を入れるべきだとも思います。 |
| このエンヴェクル全体の動きが直近になって分かることを改善した方がいいと思います。（提出物の期限やシフトなど。） |
| マルイのイベントスペースへの出店であったが、既存の商品が売られている中で手作り品が並ぶことは、手作り品が逆に目立って良いと考える側面と、手作り品目当てに尋ねてくるお客さんが元より少ないのではないかと考える時があった。提案としては、手作りマルシェ的なイベントへ出店することで、同じ手作り製品を求められるお客さんへSDGSという付加価値を付けて、商品を販売することが出来るのではないかと考えた。 |
| 今回は時間に追われていたので、最後まで完璧にできなかったのはちょっと残念でした。もう少しだけ余裕があればいいなと思います。 |
| 制作する期間がけっこう短かったので大変だった。自分たちのスケジュール管理も頑張っていきたい。 |

21.あなたが思う今回のイベントの全般の改善点とそれに対するアイデアを記述してください（回答続き）

| |
|--|
| <p>お店の広告 平日の昼時はマルイのショップ自体にあまりお客様がおられず、店の中で店員同士で話すだけの時間が多くありました。なのでポップをもっと作ったり、マルイのショップ付近で配るチラシを作ったりしてもっともっと人目に触れられたら良いと思った。</p> |
| <p>ポップなどの言葉を日本語だけにしない、もっと詳しい詳細を書く 色んな大学の商品があるので、自分の大学の商品しか使用用途が分からずお客様に説明する時に言葉に詰まった事が何回かありました。なのでポップの裏などに、用途は〇〇、こういう使い方がオススメなど説明文を予め少しだけ補足書きしてくれると助かると感じた。そして服などによくあった事で、サイズが分からない、男女どちら用でも大丈夫か？などの質問をよくされました。なのでサイズ表記なども大事かなと思います。海外のお客様が平日は6~7割を占めていた様に思いました、なので英語、韓国語 などでもポップを書いた方がよいと思います。又、「売約済」「非売品」も英語や韓国語で書くのがとても重要だと思います。・できればファッションショーの動画をワークショップの方でも流す 今回、売れ残ってしまったお洋服が幾つかあったと思います。そういうのを防ぐ為に、自分たちはこうやって着たなどもっと分かりやすく宣伝できたらいいのではと感じました。ショップに立ち寄って下さった方にわざわざ毎回、向こうの店舗でファッションショーで着てみたのであちらを参考にして下さい！と言うのは少し無理があるように思います。なので動画でなくてもパンフレットのように写真だけ纏めたものを1つ用意しておくのも良いと思います。</p> <p>・店舗内を明るく、興味を持って貰えそうな場所に せっかく学生たちが作った商品やお洋服が飾っているのにマルイの他のお店の雰囲気感に負け、声を出して客呼びが出来なかつたり店舗内がシンプルで落ち着きすぎているようにも思いました。なのでもっとお客様を引けるような店舗内に飾り、彩りを増やしてみたり、自分たちで書いたポスターなどあっても面白いなと思いました。</p> |
| <p>お店の外にも商品をお店の中にばかり商品を置いていても学生が店内にたくさんいるので、入りづらい雰囲気があるように感じました。なのでお店の入口のところにクルクル回せるアクセサリースタンドを用意してシュシュなどをたくさん飾ったりするのもいいかなと思いました。</p> |
| <p>購入して下さった方にガチャガチャ要素を 正方形のクジ引き箱を作りそこに、5%オフなどの当たりくじを作るのも良いのかなと思いました。最終的に売れなくなっていき、値下げする商品を見分たちで見るとそういう〇%オフなどのクーポン券を作り、買って頂きたい商品を値下げした方が私たちも嬉しいと思います。そのクーポン券を当日から使えるようにしたら、購入後ならもう1つ買わせてもらおうかな。などの気持ちになり商品が全て売り尽くせる効果の1つになると思います。</p> |
| <p>アンケートについて 個人的になのですが、お店の商品を見たいのにアンケートお願いしますと先に声掛けにいっちゃうのは少し勿体無いと感じました。確かにアンケートも凄く大事なのですが、商品を第1に見てもらいたいので買って頂いた時におまけ程度でお渡しするのを徹底しても良いのかなと思いました。</p> |
| <p>とくになし</p> |
| <p>ファッションショーの際、会場が少し暑かったこともあり、販売する商品の汗、メイクによる汚れが気になった。ショーの際の着用方法を見直したり、洗濯することを考慮したデザインが必要になってくると思う。</p> |
| <p>連絡共有が出来てなかったと感じたのでもっとグループでしっかり連絡共有をして欲しかった</p> |
| <p>販売時に、今年は海外のお客様が多く来てくださったので札等に英語表記も付けた方が良いと思う。</p> |

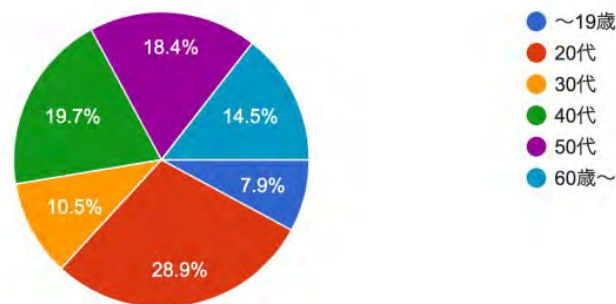
私たちのSDGs 2023 ～繊維製品の循環をめざして～

マルイ来場者 アンケート集計

・アンケート（マルイ店舗とGoogleフォームにて実施）回答数：77件

1. 年代

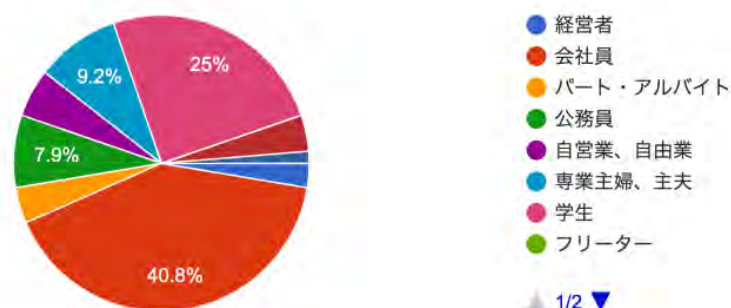
1.年代
76件の回答



・20代～60代まで幅広い年代の人が店に訪れていた。特に20代は、28.9%と一番多かった。次に多かったのは、40代(19.7%)、50代(18.4%)、60代(14.5%)であった。

2. 属性

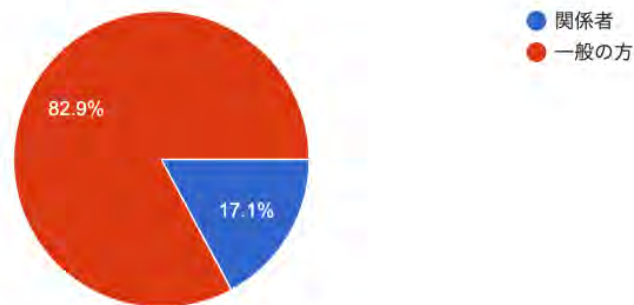
2-1.属性①
76件の回答



・属性は、会社員が40.8%と最も多かった。次に、学生が25%、専業主婦、主夫が9.2%出あった。実際には、店舗にきたお客様の層とこの結果を照らし合わせると、マルイの消費者の傾向として、平日には買い物中の専業主婦や会社員、土日にはショッピングにきた20代の若者が主に店を訪れていた。

2-2. 属性（一般、関係者）

2-2.属性②
70件の回答



・ 今回のイベントでのアンケートの回答者の中で、一般の人は82.9%、関係者の人は17.1%という回答になった。（しかし、質問の中に一般か関係者かという選択を入れておらず、ここでの関係者は関係者用のシートに記入していただいた方のみの方の割合のため、正確な数値ではない。）

3. 性別

3.性別
73件の回答

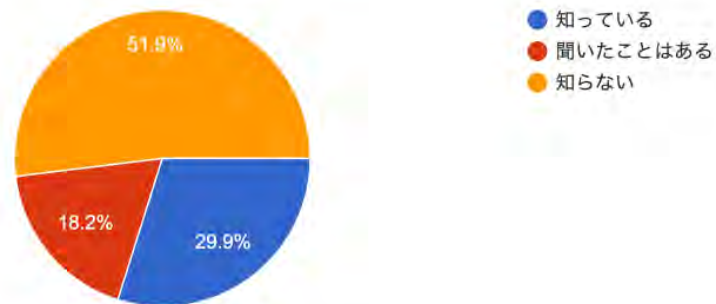


・ 75.3%が女性、24.7%が男性という結果になり、女性が多かった。

4-1. 「サーキュラーエコノミー」という言葉を知っていますか。」

4-1. 「サーキュラーエコノミー」という言葉を知っていますか。

77件の回答

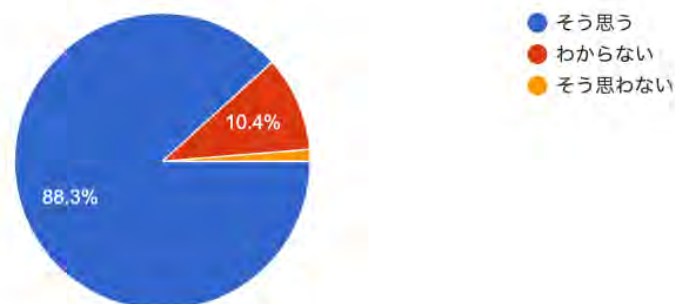


・「サーキュラーエコノミー」という言葉を知っている人は、29.9%、知らないは51.9%、聞いたことある18.2%と、半数の人が知らないという結果になった。

4-2. 繊維廃材を用いた製品を日常生活に取り込むべきですか？

4-2. 繊維廃材を用いた製品を日常生活に取り込むべきですか。

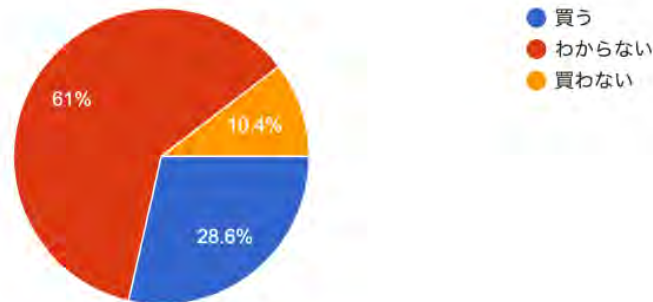
77件の回答



・88.3%の人が繊維廃材を用いた製品を取り込むべきと回答した。一方で、わからないと回答した人は、10.4%となった。繊維廃材を用いた商品を日常的に取り入れるべきだと感じている人は、多いと分かった。

4-3. 同じ値段だったらバージン品（新しく製造されたもの）よりもリサイクル品を買いますか？

4-3.同じ値段だったらバージン品（新品の材料で製造されたもの）よりもリサイクル品を買いますか。
77件の回答



・わからないが61%と半数以上の回答だった。買うと答えた人は28.6%、買わない人は10.4%だった。実際にアンケートをしている中で、わからないと答えた人の意見として、「値段よりもデザインがいいかどうか」「好きなデザインかどうかも重要」「素材がいいかによる」などの意見があった。

4-4. 今後衣服の廃材を減らすにはどのように取組めば良いと思いますか。（自由記述）

（リサイクル、リメイク）

- ・リサイクルボックスを利用する、回収の徹底、リサイクルしやすい素材を使う、国、企業が中心になって動く。
- ・使えるものはちがうものに変える 私は着物を服にしてまた着ています
- ・デザイン性の高い商品へのアップサイクル

（意識）

- ・買いすぎない。1着を大切に
- ・長く着れるものを購入することや、リメイクするなどして何度でも利用できるようにすることだと思います。
- ・一人一人の意識を変えていくことが大切だと思う
- ・環境問題について、知識を深め、問題を理解し、購買行動を変えていく、大切に着る
- ・服を買う段階で安いから使い捨て感覚で買うのではなく、長く使えるようなものを選ぶようにしていくことも必要かと思います。また、リメイクを手軽に楽しめることを広めたり、廃材の良さをもっと色々な世代に広めていく活動をしていくと良いのではないのでしょうか。廃材＝汚い、かわいくない、要らないものという感覚がなくなり、当たり前素材として扱われる世界になってくれることを願っています。
- ・環境問題について、知識を深め、問題を理解し、購買行動を変えていく、大切に着る

・「減らす」という点に重点とするならば、「捨てる」行為をしないことだと私は思います。捨てるのではなく、再利用する意識を高く持つことから始まり、循環の仕組みを構築に結びつけさせればと思います

(企業を含めた取り組み)

- ・ 廃材の「廃」イメージを生まないものづくりの企画、
- ・ 廃材の商品化も考慮に入れた当初からの物作り
- ・ 企業側から消費者へそのような取り組みを促していく。
- ・ 有限かもしれませんが、資源を循環型でどう使うかを考えて生産と消費のサイクルを組むしかないかと。
- ・ 適切な商品の生産
- ・ 廃材の再利用を積極的にPRする機会がもっとあれば良いなと思います
- ・ いいものを作り、高く売って、長くきていただく(繊維会社の方の目線)
- ・ 衣料品の品質基準の緩和、衣料→衣料のアップサイクルだけでなく、衣料→別業界への転用アップサイクルを行う
- ・ ファッション性のあるもの、買いやすい価格帯であること、予想外な発想の商品が出てくると話題性があり購入が伸びるかも知れないと思う

(価格)

- ・ バージン品よりもローコストで、バージン素材の値段を高くする。
- ・ バージン品には税を課す、またはリサイクル品は減税するなどには必要

(イベント)

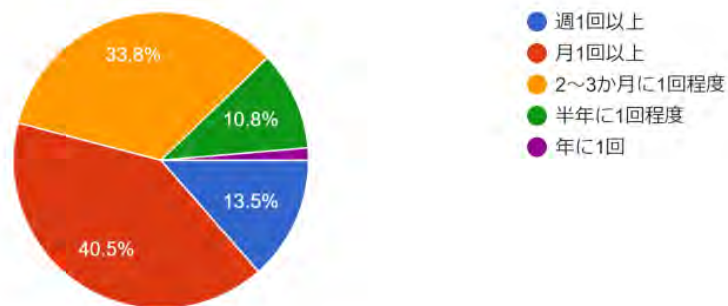
- ・ 皆さんのような取り組みが増えれば良いなと思いました。
- ・ 今回のようなリサイクルをする活動をもっと広めて色々な学生にも取り組んでもらう!
- ・ アクセサリー(ピアスやイヤリング)に廃材を使用して期間限定ショップやワークショップを開催したらいいと思います。

立命館大学の課外団体「Rits CL0」の消費者行動に関するアンケート

5-1. アパレルショップ等に行く頻度はどのくらいですか。

5-1.アパレルショップ等に行く頻度はどのくらいですか。

74件の回答

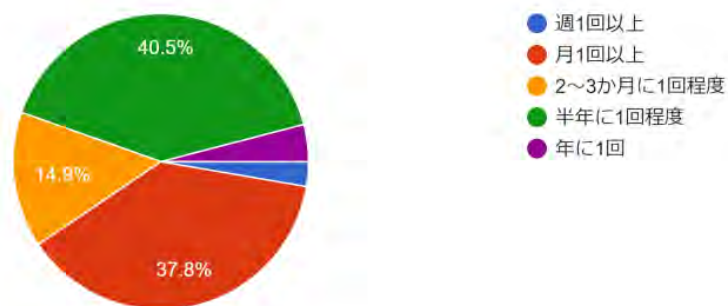


・月1回以上が40.5%と最も多くを占め、続いて2~3か月に1回程度が33.8%となり、半数以上の方が月一回以上アパレルショップに足を運んでいることがわかる。

5-2. 服（小物）はどの程度の頻度で購入しますか。

5-2.服（や小物）はどのくらいの頻度で購入しますか。

74件の回答

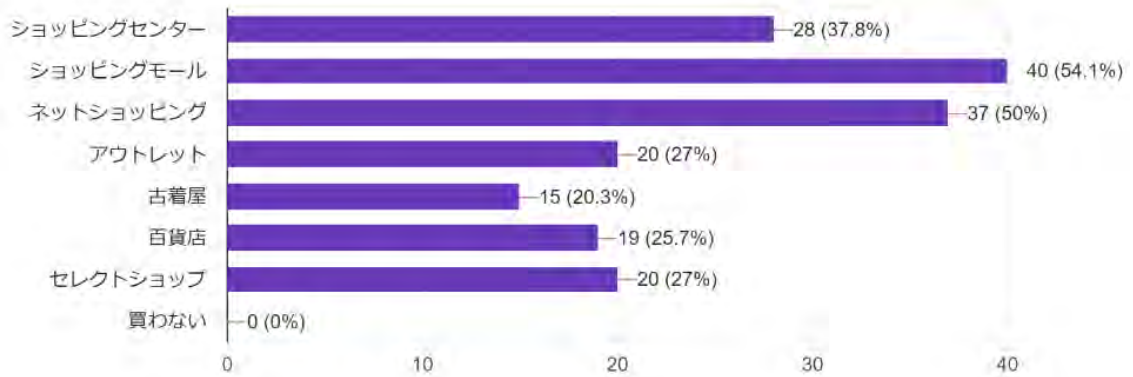


・半年に1回程度が最も多く40.5%を占めた。続いて月一回以上が37.8%、2~3か月に1回が14.9%となった。

5-3. よく服や小物を購入する場所を教えてください。（いくつでも）

5-3.よく服や小物を購入する場所を教えてください。（いくつでも）

74件の回答

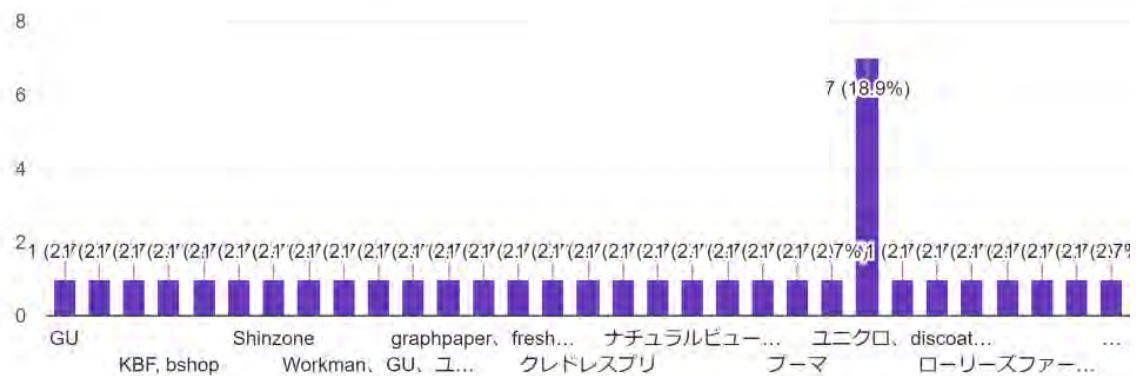


・ショッピングモール、ネットショッピングが50%以上となり、続いてショッピングセンターが37.8%を占める結果となった。実店舗を持たないネットショッピングがショッピングセンター、ショッピングモールと同じように服や小物を購入する場所として人々の日常に存在していることが分かる。

5-4. よく服や小物を購入するブランドを教えてください。

5-4.よく服や小物を購入するブランド名を教えてください。

37件の回答

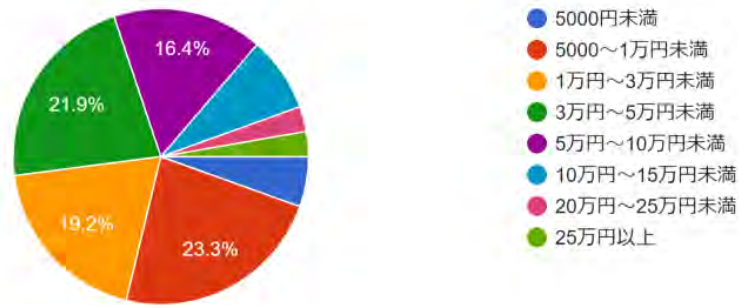


・35名程度の回答をいただいた中で、ほとんどの回答が各ブランド1人だったのに対し、7人が「ユニクロ」と回答しているのが印象的だった。

5-5. 1年あたり、服や小物を購入するのに使う平均金額はどれくらいですか。

5-5.1年あたり、服や小物を購入するのに使う平均金額はどれくらいですか。

73件の回答

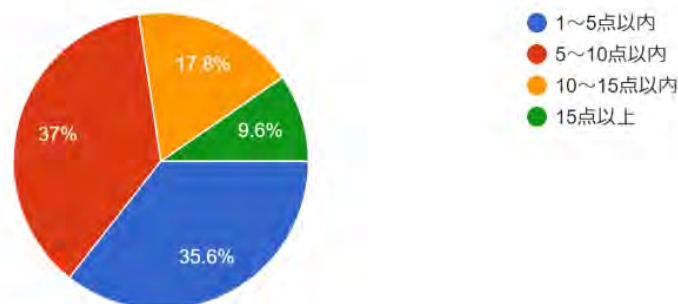


・ 5000~1万円未満が23.3%、3万円~5万円未満が21.9%、続いて1万円~3万円未満が19.2%という結果となった。回答していただいた年齢層に幅があったため、購入に使う平均金額にもこのように幅がある結果となったと考察する。

5-6. 1年あたり、服や小物を平均何点くらい購入しますか。

5-6.1年あたり、服や小物を平均何点くらい購入しますか。

73件の回答

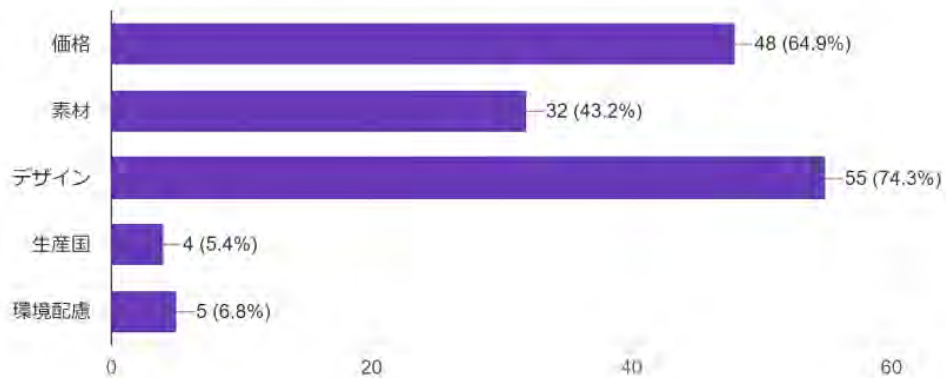


・ 1-5点が35.6%、5-10点が37%と大きく分けてこの二種類の回答となった。多くの人がシーズンごとに大体1~2点のアイテムを購入していると考察できる。

5-7. 購買時の優先順位（最も気を使っている項目を2つに○を書いてください）

5-7.購買時の優先順位（最も気を使っている項目2つに○を書いてください）

74件の回答



・ デザインが74.3%、価格が64.9%、素材が43.2%と続く結果となった。多くの人がデザインを最も重視し、価格や素材をその次に優先しているのではないかと考えられる。

6. 今回商品を購入していただいた方に質問です。

6-1. 購入された商品名を教えてください。

- ・ デニムストラップ
- ・ くつ下のブローチ
- ・ コースター、シュシュ
- ・ 看護服
- ・ くつ下のリサイクル商品（敷物とブローチ）
- ・ 靴下のブローチ
- ・ ボールが入った編み（玉ねぎ入れ）
- ・ メガネケース
- ・ つけ襟、スカート？
- ・ 廃材の糸を使用したピアス
- ・ ブローチ
- ・ 巾着
- ・ アクセサリー
- ・ キーホルダー、ポーチ
- ・ 野菜ストック用の編み込みのふくろ。コサージュ。布製のバッグ
- ・ エプロン
- ・ シュシュ

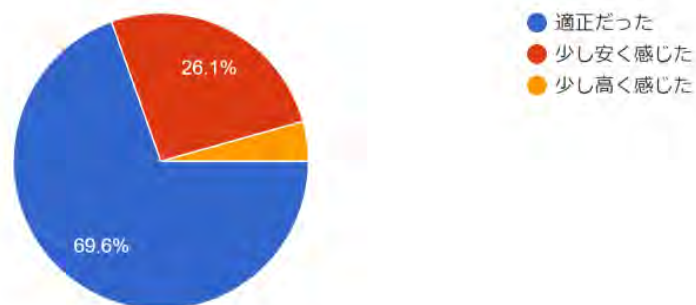
6-2. 購入を決めた理由を教えてください。

- ・ デザイン、色が魅力的だったから。
- ・ くつ下の輪からできているところに驚いた。
- ・ デザインが良かった、カーテン生地の手触りの心地が良かった
- ・ 柄が素敵だった
- ・ デザイン、活用性
- ・ デザインが良かったから
- ・ 発想が面白いと感じました
- ・ 使いそうだったから。デザインがかわいかった
- ・ デザインがかわいくて、学生が環境問題を考えて作ったという所に魅力を感じたから。
- ・ 色と形が好きで、趣味の着物に合わせることができるので購入させて頂きました。
- ・ かわいいから！
- ・ 使いやすい
- ・ 弊社の廃材を使っていたから
- ・ たまたま探していたので。学生さんが一生懸命取り組んでいるので。
- ・ 生活の中で利用したいと思い使う目的も見つかったので決めました。
- ・ かわいいから
- ・ デザインが可愛かったのと値段が手ごろだったこと

6-3. 価格は適正でしたか。

6-3.価格は適正でしたか。

23 件の回答



・ 「適正だった」が69.6%と最も多くを占め、続いて「少し安く感じた」が26.1%、「少し高く感じた」が4.3%となった。

私たちの SDGs2023～繊維製品の循環を目指して～なんばマルイ POPUP 来場者アンケート 調査報告書

立命館大学 RitsCLO

2023年9月16日

【調査対象】

なんばマルイ POPUP 来場者（関係者を含む）

マルイの来場者の特徴として、百貨店ということもあり、ショッピング、美容が好きな女性が多く、10代～20代後半を主なターゲットにしている。

【調査期間】

2023年8月29日～2023年9月4日

【調査主体】

- ・立命館大学 Rits CLO
- ・エン・ウィ・クル

アンケートは2部構成とし、1部は私たちの SDGs2023～繊維製品の循環を目指して～なんばマルイ POPUP（以下：なんばマルイ POPUP とする）における展示販売等に関する調査、2部は、立命館大学 RitsCLO の消費者行動に関する調査とした。

【調査目的】

今回の調査は、なんばマルイ POPUP での来場者の傾向（アパレルの購買行動、環境意識）や繊維循環、なんばマルイ POPUP に対してどのような意見を持っているのかを明らかにし、エン・ウィ・クルと Rits CLO の今後の活動の参考にすることを目的としている。

【調査方法】

- ・なんばマルイ POPUP におけるインタビュー形式でのアンケート調査
- ・QRコードを用いたアンケート調査

使用したサービス：Google Form（グーグルフォーム）

https://docs.google.com/forms/d/1jJozOGNIWQ3I0I4u_g0s7NuLG7FQcoQ23TG4uapWgHc/edit

【調査項目】

1部：なんばマルイ POPUP における展示販売等に関する調査

- ・サステナビリティについての知識の度合い
- ・繊維廃材を用いた製品に関する興味、意識の度合い
- ・今後、廃材を減らすためのアイデアについて

2部：消費者の購買行動に関する調査

- ・アパレルショップへ行く頻度
- ・服や小物を買う頻度
- ・一年あたりの服や小物に使う平均金額、平均購入点数

- ・アパレル購買時に重要視する項目について

1. 仮説

今回のイベントの来場者は、日頃、SDGs やアパレルの環境問題などを考慮して、実際に購買行動をしているのかという疑問を持った。そこで、私たちは、今回のイベントは「私たちの SDG～繊維の循環を目指して～」ということがタイトルに入っていることから、来場者は、元々環境問題やアパレルの問題に対して関心がある人が多いのではないかと想定し、アパレルの購入動機や認知は、「デザイン」や「お洒落」よりも「環境配慮」、「SDGs」が強い動機となるのではないかと仮説を立てた。また、繊維廃材を用いた商品に対して、積極的に購入意欲を示した人、実際に購入した人の特徴として、お金の余裕のある 40 代以上の女性で、1 着の平均が 5000 円以上の服を年に 4～6 点程度買う、お洒落に興味がある人ではないかと仮説を立てた。なぜなら、リメイク品は他のバージョン商品よりもユニークな商品が多く見られるため、お洒落が好きで個性的な商品を好む人が購入したいと考えるのではないかと思ったからだ。

2. 結果と考察

今回のアンケートは、合計 77 件の回答を得ることができた。目標としていた 200 人は、マルイの来場者が想定よりも、少なかったため、届かなかった。そのうち、一般の人は 82.9%、関係者の人は 17.1%という回答になった。(しかし、質問の中に一般か関係者かという選択を入れておらず、ここでの関係者は関係者用のシートに記入していただいた方のみのため、正確な数値ではない。)

2-1. 1 部での結果と考察

1 部では、なんばマルイ POPUP 来場者の傾向と繊維廃材に関してどのような意識を持っているかについて調査を行った。

a) 設問 1「年代」と設問 2「属性」、設問 3「性別」に関して

図 1 を見てわかるように、20 代～60 代まで幅広い年代の人が店に訪れていた。特に 20 代は、28.9%と一番多かった。次に 19.7%の 40 代、18.4%の 50 代が多いことが分かった。(図 1) 属性は、会社員が 40.8%と最も多く、次に学生が 25%、専業主婦、主夫が 9.2%であった。

(図 2) 性別は、女性が 75.3%、男性が 24.7%と女性が非常に多く来場した。(図 3) 実際にアンケート調査をしている時に見たお客様の層とこの結果を照らし合わせると、マルイの消費者の傾向として、平日には買い物中又は仕事終わりの 40 代～60 代の専業主婦や会社員、土日にはショッピングにきた 20 代、30 代の若者が主に店を訪れていたと考える。なんばマルイ 1F という立地の良さから、ファッションショーとは異なり、一般の幅広い年代、属性の来場者が多かったのではないかと考察する。

1.年代
76件の回答

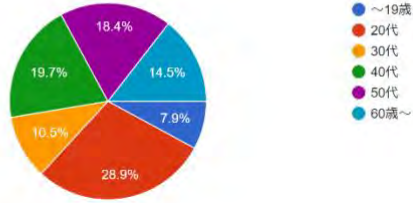


図 1

2-1.属性①
76件の回答

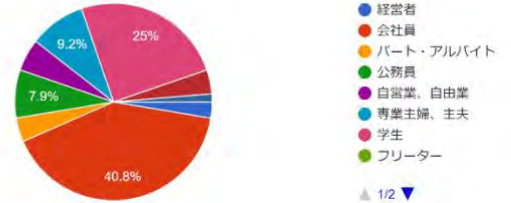


図 2

3.性別
73件の回答



図 3

b)設問 4-1.「サーキュラーエコノミー」という言葉を知っていますか。」と設問 4-2.「繊維廃材を用いた製品を日常生活に取り込むべきですか。」という設問に関して

「サーキュラーエコノミー」を「知らない」と答えた人が 51.9%と最も多く、続いて「知っている」が 29.9%、「聞いたことはある」が 18.2%となった。(図 4)

「知っている」「聞いたことはある」の割合が合わせて 48.1%とほぼ 50%に近い結果となった。私たちは、「サーキュラーエコノミー」という言葉の認知はまだあまり進んでいないのではないかと考察していたため、予想よりも前向きな回答が得られた。「繊維廃材を用いた製品を日常生活に取り込むべきですか。」という設問に対して、「そう思う」と答えた人は 88.3%、「わからない」が 10.4%、「そう思わない」が 1.3%という結果となった。(図 5) この結果から、繊維廃材に対して肯定的なイメージを抱いている人が多いのではないかと考察する。しかし、今回のアンケートでは、繊維企業の関係者を含むため、少し高い結果となったことも考えられる。

4-1.「サーキュラーエコノミー」という言葉を知っていますか。
77件の回答

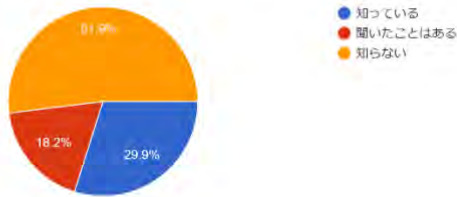


図 4

4-2.繊維廃材を用いた製品を日常生活に取り込むべきですか。
77件の回答

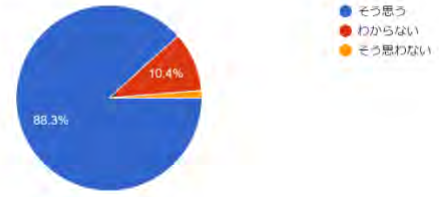


図 5

c)設問 4-3.「同じ値段だったらバージン品（新品の材料で製造されたもの）よりもリサイクル品を買いますか。」に関して

同じ値段だったらバージン品（新品の材料で製造されたもの）よりもリサイクル品を買うか「わからない」と回答した人が61%、「買う」が28.6%、「買わない」が10.4%となった。（図6）先ほどの4-2の設問と合わせてみると、繊維廃材に対して否定的なイメージを抱いているわけではないが、日常生活への繊維廃材の製品の普及がまだ進んでおらず、身近ではないという現状から、購入するかどうかのイメージが湧かなかったのではないかと考察する。対面でのインタビュー形式でアンケート調査を行った際に、「わからない」と回答した層に向けて、なぜ「わからない」に回答したのか尋ねると、「環境によくて、値段が同じでもデザインがよくないと買わない」「素材がいいかどうかによる」などの意見もみられた。この結果から、アップサイクルのアップサイクル、繊維廃材への興味関心の高さは、「バージン品よりも環境に配慮している繊維廃材製品を買う」という行動に繋がっておらず、環境問題や繊維廃材を用いた製品に関心があっても、やはり環境にいいからという理由だけで、アップサイクル品の購買には繋がりがづらいのではないかと考えた。

4-3.同じ値段だったらバージン品（新品の材料で製造されたもの）よりもリサイクル品を買いますか。
77件の回答

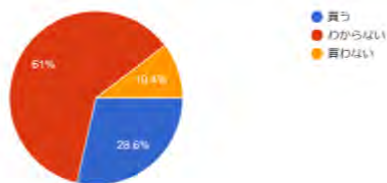


図 6

d) 設問 4-4 「今後衣服の廃材を減らすにはどのように取り組めばいいともいますか？」（自由記述）に関して（文末に回答を記載）

自由記述であったが 77 人中 46 人の回答を得ることができた。この中の意見で、最も多かったのが「安いものを沢山買うのではなく、デザイン性の高いものにアップサイクル、またはリサイクルをして 1 着の衣服の寿命を長くする」、「廃材の良さをいろんな世代に広げていく」という意見が見られた。この結果から、繊維廃材を生まれ変わらせるこのエンウィクルの取り組みは、来場者の方々にとって非常に肯定的なイベントであり、これからも継続し、廃材から生まれ変わる製品の価値、魅力を多くの方に広げ、届けることが大切だと考える。

2-2.2 部での結果と考察

2 部は、立命館大学 RitsCLO の消費者行動に関する調査である。

e) 設問 5-1 アパレルショップに行く頻度と設問 5-2. 服（小物も含む）を購入する頻度に関して

設問 5-1 から来場者のアパレルショップに行く頻度は、月 1 回以上が 40.5%と最も多くを占め、続いて 2～3 か月に 1 回程度が 33.8%となり、半数以上の人々が月一回以上アパレルショップに足を運んでいることがわかる。（図 7）設問 5-2 より、服を購入する頻度は、半年に 1 回程度が最も多く 40.5%を占めた。続いて月 1 回以上が 37.8%、2～3 か月に 1 回が 14.9%となった。（図 8）私たちは、半年に 1 回や 2～3 ヶ月のシーズンが変わるタイミングで購入する人が多いと想定していたが、月一回以上が 37.8%と服や小物を定期的によく買う人が多い結果となった。また、マルイの来場者は定期的にアパレルショップに足を運ぶ人が多いことから、ショッピングやファッションを楽しむ人が多いのではないかと考察する。

5-1.アパレルショップ等に行く頻度はどのくらいですか。
74 件の回答

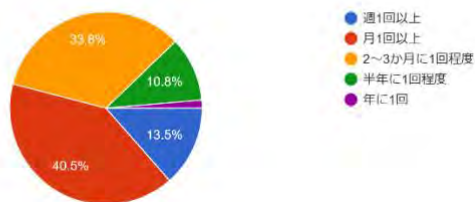


図 7

5-2.服（や小物）はどのくらいの頻度で購入しますか。
74 件の回答

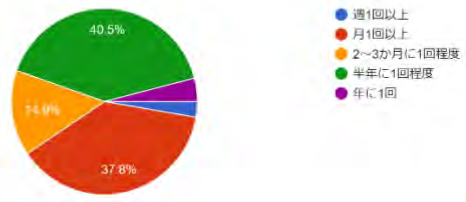


図 8

f) 設問 5-3. よく服や小物を購入する場所と設問 5-4. よく服や小物を購入するブランド名に関して

設問 5-3 から最も多かったのがショッピングモールで 54.1%、続いてネットショッピングで 50%、ショッピングセンターで 37.8%であった。(図 9) 実店舗を持たないネットショッピングが回答者の半分が選択するほど、日常の購買の選択肢の一つとして当たり前になってきているのではないかと考察する。

また、設問 5-4 は 37 件の回答中、ほとんどは各ブランドに対して 1~2 人程度の回答が多かったのに対し、7 人もの人がユニクロを挙げていたことが非常に印象的であった。(図 10) 今回のマルイ POPUP 来場者が幅広い年代層であったことから、SHEIN や GU といったファストファッションから BROOKS BROTHERS や Tom Ford などのハイブランドまで幅広い価格帯のブランドがあげられる結果となったと考えられる。

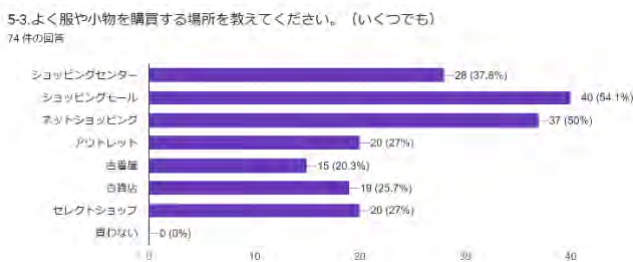


図 9

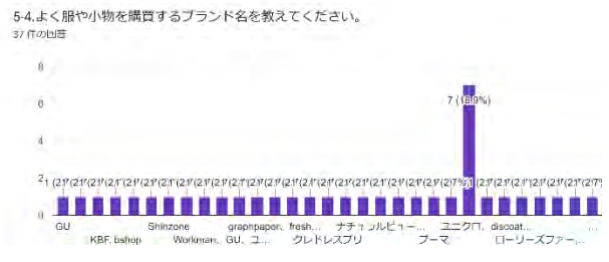


図 10

g) 5-5. 1年あたり、服や小物を購入するのに使う平均金額と設問 5-6. 1年あたりの服や小物の平均購入点数に関して

1年あたりの服や小物を購入するのに使う平均金額は、5000~1万円未満が 23.3%、3万円~5万円未満が 21.9%、続いて1万円~3万円未満が 19.2%という結果となった。(図 11) 1年あたりの平均購入点数は、1-5点が 35.6%、5-10点が 37%と大きく分けてこの二種類の回答となった。(図 12) 多くの人がシーズンごとに大体 1~2 点のアイテムを購入していると考察できる。

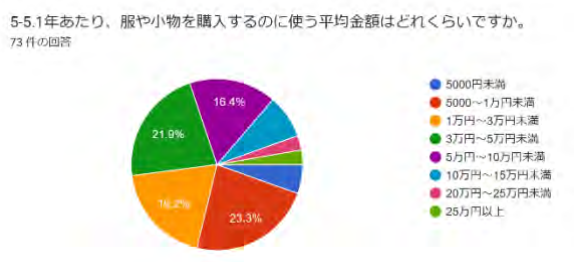


図 11



図 12

さらに、この二つのデータを用いて、特に注目していた 20 代以下の 1 点あたりにかける金額を算出した。その結果、20 代以下の服、小物一点あたりの平均金額は、5000 円以上～1 万円以下が 48.1%と一番多く、ファストファッションブランド(ユニクロ、GU、GRL、SHEIN など)の価格帯である 1000 円～4000 円以下が 25.9%、1000 円未満が 14.8%であった。(図 13) 私たちは、20 代以下は、収入が低いこともあり、ファストファッションブランド層の 1000～4000 円が圧倒的に多いと予想していたが、半数以上の人々が 1 点に 5000 円以上かけているという結果となった。また、20 代の 1 年間あたりの服や小物の平均点数を見ると、5～10 点が 37.0%と一番多く、次に 10～15 点が 25.9%となった。(図 14) この結果から、なんばマルイでの 20 代の来場者は 1 着約 5000 円～1 万円の服を 1 シーズン約 2～3 点購入していると分かる。これは、なんばマルイという立地もあり、若者の中でも服好きで服や小物にある程度お金をかける層だったからではないかと考察する。

20代以下の服、小物1点当たりの平均金額

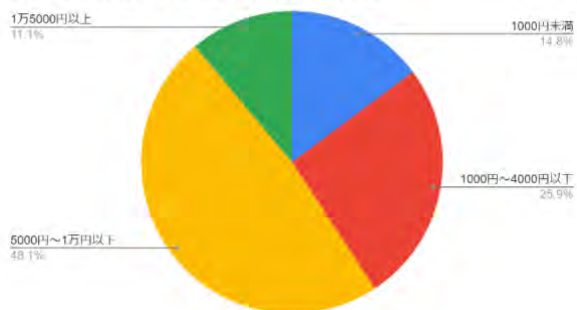


図 13

5-6.1年あたり、服や小物を平均何点くらい購入しますか。(20代以下)

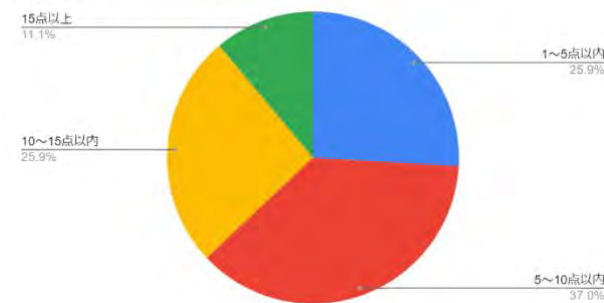


図 14

h) 設問 5-7. 購買時の優先順位 (最も気を使っている項目 2 つに○を書いてください) に関して

「価格」「素材」「デザイン」「生産国」「環境配慮」の 5 項目のうちから、最も気を使っている項目 2 つを選択してもらう設問とした。結果として、「デザイン」が最も多く 74.3%、続いて「価格」が 64.9%、「素材」が 43.2%、「環境配慮」が 6.8%、「生産国」が 5.4% となった。(図 15) この結果からわかるように、多くの人々がアパレル商品の購買時に「デザイン」、「価格」を重視していることがわかる。それに比べて、「環境配慮」は 6.8%、生産国は 5.4%ととても低い結果となった。1 部の設問 4-1～4-3 の結果と照らし合わせると、やはりアパレルの資源循環や繊維廃材について関心があっても、「環境に良いから」という理由だけでは、消費者に製品を購入してもらうことは難しいと考える。アパレル製品は、環境への配慮だけでなく、第一に服や小物の「デザイン」がいか、お洒落か、また「その製品が価格に見合っているか」というところが消費者から選ばれるために重要になってくると考える。

5-7.購買時の優先順位 (最も気を使っている項目2つに○を書いてください)
74 件の回答

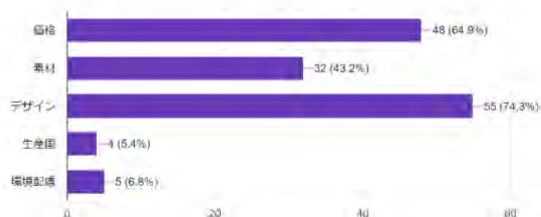


図 15

i)6-1. 購入された商品と 6-2. 購入を決めた理由の設問に関して（文末に回答を記載）

実際に商品を購入された方で、本設問には 17 件の回答があった。

今回のアンケートは、ブローチやシュシュ、アクセサリ、ポーチなど服よりも小物の購入が多いという結果となった。

その理由として、多く挙げられたのは「デザインが良かった、かわいかった」という意見であった。上記の h) で述べたように、消費者にとって「デザイン」は購買時の決め手になる大きな要因であることがここでもわかる。また、「生活の中で使う目的があったから」「使いそうだったから」など実際に日常生活の中に取り入れられる製品であったことも購入の決め手となったことがわかる。さらに、「学生が環境問題を考えて作ったという点に魅力を感じたから。」や「学生さんが一生懸命取り組んでいるので。」という意見もあり、学生主体での取り組みへのポジティブな印象が購入の決め手となる場合もあった。

実際に商品を購入した人の傾向についても、得られた回答から分析した。

実際に商品を購入した年代は、50代が最も多く 31.3%、続いて 20代が 25%、60歳～が 18.8%、30代、40代は同じく 12.5%という結果となった。（図 16）

約半数を 50代と 60歳～が占めており、さらにほとんどが女性であった。この方々の購入理由を分析すると、「デザインが良かった」「柄が素敵だった」という意見が多くみられた。そこから、商品のデザインや色使いが流行を意識したものよりも、全ての人に使いやすく、長く使えるものになっていたのではないかと考察する。

実際に商品を購入した年代

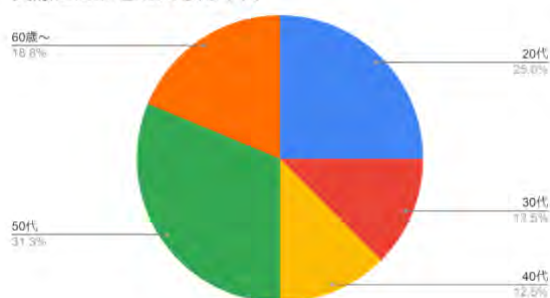


図 16

j)6-3. 販売商品の価格に関して（購入した人のみ）

本設問には 23 件の回答があった。

「適正だった」が最も多く 69.6%、続いて「少し安く感じた」が 26.1%、「少し高く感じた」が 4.3%という結果となった。（図 17）

およそ 70%の方が「適正だった」と価格設定を評価している。また、「少し安く感じた」の方を合わせると、90%以上の方が価格設定に対して肯定的な評価をしている。

6-3.価格は適正でしたか。
23件の回答

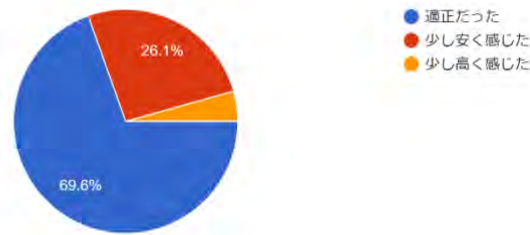


図 17

2-3. 1部と2部を合わせた分析

1部のアンケートより4-3.「同じ値段だったらバーゲン品（新品の材料で製造されたもの）よりもリサイクル品を買いますか。」から得られた回答と2部のアンケートの5-5.5-6.5-7の1年あたりの服や小物の平均購入金額、平均購入点数、購買時の優先順位から得られた回答を分析し、今後のアップサイクル製品のさらなる普及に向けて考察する。

設問4-3で、商品を「買う」と回答した人の年代は、20代と50代が27.3%と最も多く、40代～60代で半数以上という結果となった。（図18）また、性別で見ると女性が77.3%、男性が22.3%で、ここでも女性が多かった。（図20）さらに、「買う」と答えた人の1年あたりの服や小物の1点あたりの平均金額は、5000円～1万円未満が40%と最も多く、次に2000円～5000円未満、1万円以上が25%と多かった。（図22）「買う」と回答した人の購買時の優先項目を見ると、「価格とデザイン」、「価格と素材」を選択した人がそれぞれ45.0%と30%と価格とデザイン、素材を意識して商品を選ぶ人が多いという結果になった。（図24）一方で「買わない」と回答した人は、年代が19歳以下が25%、20代が37.5%と半数以上が20代以下（図19）で、「買う」と答えた人よりも若者が多い結果となった。また性別は「買う」と回答した層と同様に、女性が87.5%で女性が多かった。（図21）「買わない」と答えた人の1年あたりの服や小物1点あたりの平均金額は、5000円～1万円以上が50%、2000円未満、2000円～5000円が16.7%と「買う」と答えた人よりも少し平均金額は低い結果となった。（図23）「買わない」と回答した人の購買時の優先項目を見ると、「価格とデザイン」、「デザインと素材」を選択した人がそれぞれ71.4%と28.6%と買うと回答した人と比べて、「環境配慮」や「生産国」を考える人が少なく、圧倒的にデザイン、価格を重視することが分かった。（図25）また、設問4-1の「サーキュラーエコノミー」という言葉の認知度を測る質問では、「買う」と回答した人で知っている人の割合は、40.9%、聞いたことはあるが22.7%、知らないが36.4%と知っている人が多かった。（図26）一方で、「買わない」と答えた人は、知っていると回答した人は、14.3%、知らないと回答した人は85.7%と「買う」と答えた人と比べて、言葉の意味を知らない人が圧倒的に多い結果となった。（図27）

これらの結果から、アップサイクル品を「買う」と「買わない」層の違いには年代や環境問題への関心度、認知度が関わってくるということが分かった。「サーキュラーエコノミー」などの知識がある人は、「買う」と答える人が多く、「サーキュラーエコノミー」を知らない人は、「買わない」と答えることが多かったことから、今回のようなイベントで知らない人に、活動または問題を認知してもらうことが今後アップサイクルを広めていく上で大切だと考察した。また、「買う」という層には「環境配慮」や「生産国」など製品の背景を購入時の重視する項目に入っていると予測していたが、結果として、その割合は少なく「デザイン、価格」が多かったことから、「環境配慮」だけが購入の決め手になるわけではなく、商品のデザインも重要視されているため、今後アパレルのアップサイクル、リサイクル品を普及させていくためには、デザイン性も重視していかなければいけないと考察した。

(図 21) しかし、今回のアンケートは総数が 77 件と少ないため、「買わない」と答えた人の人数が 9 件と「買う人」よりも圧倒的に少ないことだったことから、もっと母数を増やしていく必要がある。

設問4-3に「買う」と回答した人の年代(22件)

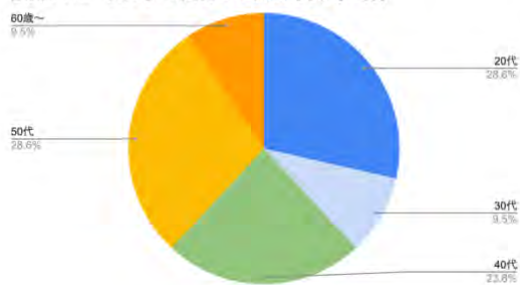


図 18

設問4-3で「買わない人」と回答した人の年代(9件)



図 19

設問4-3に「買う」と回答した人の性別(22件)

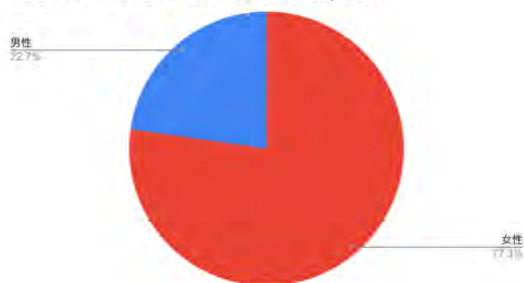


図 20

設問4-3で「買わない人」と回答した人の性別(9件)

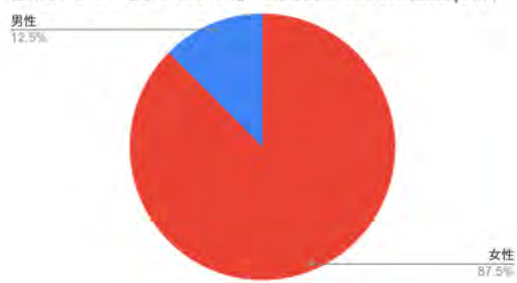


図 21

設問4-3に「買う」と回答した人の服一点あたりの平均購入金額 (22件)

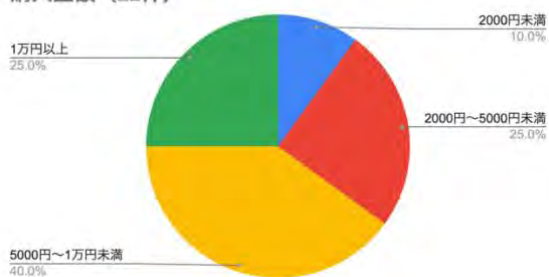


図 22

設問4-3に「買わない」と回答した人の服一点あたりの平均購入金額(9件)

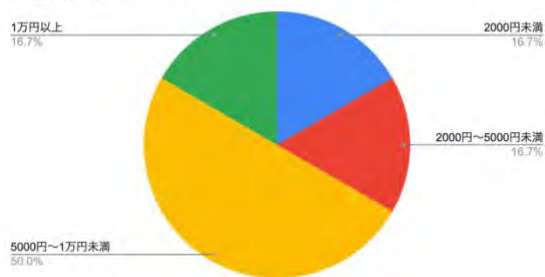


図 23

設問4-3に「買う」と回答した人の5-7.「購買時の優先順位」(22件)

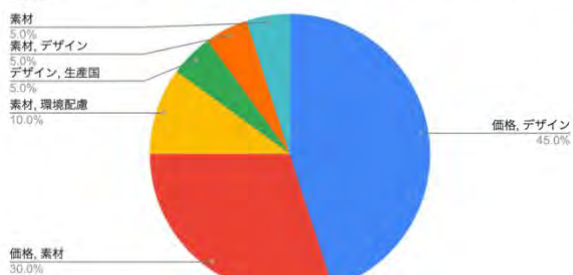


図 24

設問4-3で「買わない」と回答した人の5-7.「購買時の優先順位」

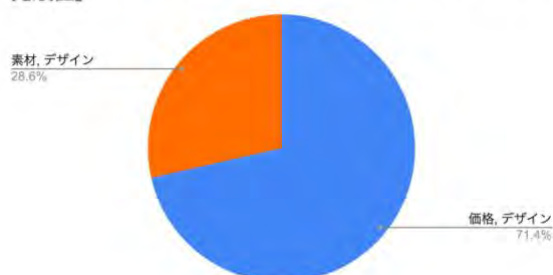


図 25

設問4-3で「買う」と答えた人の設問4-1.「サーキュラーエコノミー」という言葉の認知度(22件)

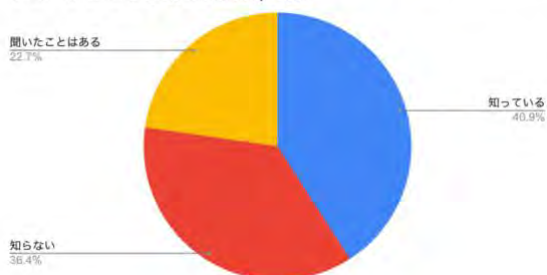


図 26

設問4-3で「買わない」と答えた人の「サーキュラーエコノミー」の認知度(9件)

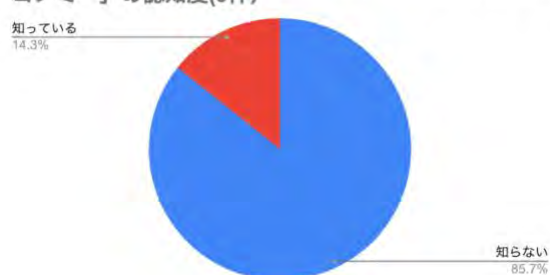


図 27

3. 結論と今後の展望

今回のアンケートから、私たちの仮説は一部正しかったと言える。まず、なんばマルイの来場者は、1点あたり約5000円～1万円以内のブランドの服を1シーズン約1～3点購入する、お洒落が好きな幅広い年齢の女性が多かった。その中でも、よりアップサイクル製品に対して、肯定的な印象を持ち、繊維廃材から作られた製品を購入すると回答した、また実際に商品を購入した方の傾向としては、20代、50代、60代の女性が多く、1点約5000円～1万円以内のブランドの服を1シーズン約1～2点購入している層であった。その層は、服、小物1点当たりの平均購入金額が5000円以上の回答が多かった。これらのことから、私たちが想定していた、アップサイクル品に肯定的で、購入する層の想定は概ね正しかったと言える。しかし、私たちの仮説とは違い、アパレルの購入要因として、「環境配慮」よりも「デザイン」を重視してアパレルを購入していることが明らかになった。

今後、さらにアップサイクル製品を普及させていくために、まず現在アップサイクル製品に肯定的な意見を持っている20代、50～60代に向けた商品企画や価格設定を行うことを提案したい。また、消費者がアパレルの購入で重要視する項目として「価格」「デザイン」が重要視していることが全体の傾向として明らかになり、今後バーゲン品よりもアップサイクル品を選んでもらうために、ターゲットを想定したお洒落なデザインとそれに見合った価格をつけていくことが必要なのではないかと考える。また、サーキュラーエコノミーという言葉を知っている人の方がアップサイクル製品に肯定的な意見が多く見られたことから、今後、エンウィクルやRits CLOの活動を通じて、より多くの人にアパレルの資源循環や社会問題に関する知識の発信をしていくことが、消費者の購買意識にもつながってくると考えた。しかし、今回のアンケート調査は総回答数が77件とデータが少ないことから、正確な結果とは言えない。そのため、継続的なアンケート調査によってより正確な分析が可能になるため、今後のさらなるアップサイクル普及のために継続的なアンケート調査を行いたい。

4-4. 今後衣服の廃材を減らすにはどのように取組めば良いと思いますか。（自由記述）

（リサイクル、リメイク）

・リサイクルボックスを利用する、回収の徹底、リサイクルしやすい素材を使う、国、企業が中心になって動く。

・使えるものはちがうものに変える 私は着物を服にしてまた着ています

・デザイン性の高い商品へのアップサイクル

（意識）

・買いすぎない。1着を大切に

・長く着れるものを購入することや、リメイクするなどして何度でも利用できるようにすることだと思います。

・一人一人の意識を変えていくことが大切だと思う

・環境問題について、知識を深め、問題を理解し、購買行動を変えていく、大切に着る

・服を買う段階で安いから使い捨て感覚で買うのではなく、長く使えるようなものを選ぶようにしていくことも必要かと思います。また、リメイクを手軽に楽しめることを広めたり、廃材の良さをもっと色々な世代に広めていく活動をしていくと良いのではないのでしょうか。廃材＝汚い、かわいくない、要らないものという感覚がなくなり、当たり前素材として扱われる世界になってくれることを願っています。

・環境問題について、知識を深め、問題を理解し、購買行動を変えていく、大切に着る

・「減らす」という点に重点とするならば、「捨てる」行為をしないことだと私は思います。捨てるのではなく、再利用する意識を高く持つことから始まり、循環の仕組みを構築に結びつかせればと思います

（企業を含めた取り組み）

・廃材の「廃」イメージを生まないものづくりの企画、

・廃材の商品化も考慮に入れた当初からの物作り

・企業側から消費者へそのような取り組みを促していく。

・有限かもしれませんが、資源を循環型でどう使うかを考えて生産と消費のサイクルを組むしかないかと。

・適切な商品の生産

・廃材の再利用を積極的にPRする機会がもっとあれば良いなと思います

・いいものを作り、高く売って、長くきていただく（繊維会社の方の目線）

・衣料品の品質基準の緩和、衣料→衣料のアップサイクルだけでなく、衣料→別業界への転用アップサイクルを行う

・ファッション性のあるもの、買いやすい価格帯であること、予想外な発想の商品が出てくると話題性があり購入が伸びるかも知れないと思う

(価格)

- ・バージン品よりもローコストで、バージン素材の値段を高くする。
- ・バージン品には税を課す、またはリサイクル品は減税するなどには必要

(イベント)

- ・皆さんのような取り組みが増えればいいなと思いました。
- ・今回のようなリサイクルをする活動をもっと広めて色々な学生にも取り組んでもらう！
- ・アクセサリ(ピアスやイヤリング)に廃材を使用して期間限定ショップやワークショップを開催したらいいと思います。

6.今回商品を購入していただいた方に質問です。

6-1. 購入された商品名を教えてください。

- ・デニムストラップ
- ・くつ下のブローチ
- ・コースター、シュシュ
- ・看護服
- ・くつ下のリサイクル商品(敷物とブローチ)
- ・靴下のブローチ
- ・ボールが入った編み(玉ねぎ入れ)
- ・メガネケース
- ・つけ襟、スカート?
- ・廃材の糸を使用したピアス
- ・ブローチ
- ・巾着
- ・アクセサリ
- ・キーホルダー、ポーチ
- ・野菜ストック用の編み込みのふくろ。コサージュ。布製のバッグ
- ・エプロン
- ・シュシュ

6-2. 購入を決めた理由を教えてください。

- ・デザイン、色が魅力的だったから。
- ・くつ下の輪からできているところに驚いた。
- ・デザインが良かった、カーテン生地のシュシュの触り心地が良かった
- ・柄が素敵だった
- ・デザイン、活用性
- ・デザインが良かったから

- ・発想が面白いと感じました
- ・使いそうだったから。デザインがかわいかった
- ・デザインがかわいくて、学生が環境問題を考えて作ったという所に魅力を感じたから。
- ・色と形が好きで、趣味の着物に合わせることができるので購入させて頂きました。
- ・かわいいから！
- ・使いやすい
- ・弊社の廃材を使っていたから
- ・たまたま探していたので。学生さんが一生懸命取り組んでいるので。
- ・生活の中で利用したいと思い使う目的も見つかったので決めました。
- ・かわいいから
- ・デザインが可愛かったのと値段が手ごろだったこと

（一社）日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会（木村照夫委員長）が関西の大学生らと結成したチーム「エンウィクル」は、「私たちのSDGsは、繊維製品の循環をめざして」とをテーマに掲げたイベントを開催した。企業が提供した廃棄予定のカーテン、カーペット、漁網などを素材として使い、洋服や雑貨等のアップサイクル製品を制作。ファッションショーで披露した他、大型商業施設で実際に販売し、広く情報発信を行った。

エンウィクルは、繊維製品の廃棄から生ま

大学生チームがSDGsイベント

繊維リサイクル技術研究会／エンウィクル

アップサイクル製品を披露し、販売も



ファッションショーには約200人の観客が集まった



繊維廃材を使ったアップサイクル製品を販売

れる環境負荷の低減を 大学▽滋賀大学▽四国 目指し、学生や研究者、 王寺大学短期大学部 都文化博物館別館（京 都市）で開催し、約2 00人の観客が集まっ た。特別講演には、「再 生細胞に新しい使命を 与える」と題して、京 都大学医学部研究所 所長の河本宏氏が登 壇。再生医療や再生織 材について、木村委員 長とのトークセッションも行った。「廃材コ による商品紹介、ワーク ショップといった盛り 上げた。今年は、▽ の学生が参加。素材提 供には1社からの協力 を受け、さまざまなア ップサイクル製品を生 み出した。

▽神戸大学▽滋賀県立 同イベントのPar 打ったファッションシ ョーでは、学生モデル が自分たちでデザイン したドレスやスーツを 着用し、新たな用途を 紹介した。

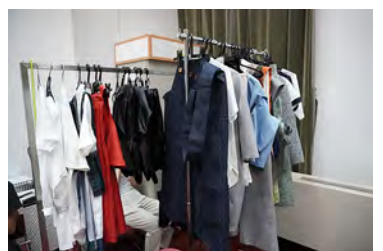
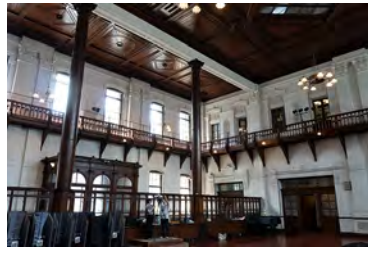
Parは8月29 日▽9月4日、なんば 展示やQRコードで紹 介するなど情報発信に 力を入れた。自由な 発想で新たな価値を生 み出す場として、今後 も継続して開催してい きたい」と話した。

00点を販売した。ま

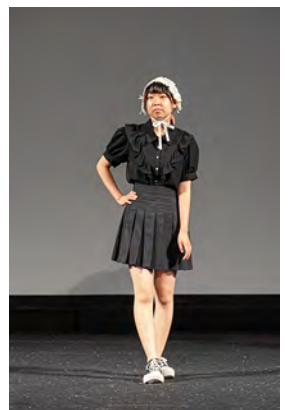
ショーリハーサル&バックステージ (2023年8月23日)



ショーリハーサル&バックステージ (2023年8月23日)



ファッションショー (2023年8月23日)



ファッションショー (2023年8月23日)

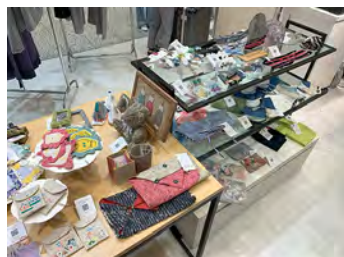


ファッションショー (2023年8月23日)

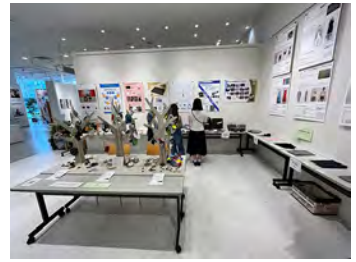




なんばマルイ会場 (2023年8月29日~9月4日)



なんばマルイ会場（2023年8月29日～9月4日）



学生トーク (2023年9月2日)



私たちの
SDGs part.1
FASHION SHOW

2023.8.23
 14:00open/14:30start
 京都文化博物館別館ホール

「繊維廃材による新しいリアルクローズの発信！」
 廃材
 コレクション

(一社)日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会・「私たちのSDGs」実行委員会

「私たちのSDGs 2023 part.2」のお知らせ

「私たちのSDGs2023」part.2としてなんばマルイ1F イベントスペースにて、学生によるアップサイクル製品の販売、企業による展示会、トークショー等を開催します。どなたも自由にご入場いただけます。

| | | |
|------------|---|---|
| 日 時 | 2023年8月29日(火)～9/4(月) 11:00-20:00 | |
| 場 所 | なんばマルイ1F イベントスペース 〒542-0076 大阪府大阪市中央区難波3丁目8-9 | |
| 内 容 | アップサイクル製品の販売 企業による展示会など | |
| ト ーク シ ョ ー | 9/1(金) 12:00-17:10 「我が社のアップサイクル戦略」 企業展示 8社による発表 | 9/2(土) 13:00-17:00 「私たちのアップサイクル」 参加学生による製品紹介 |
| | 9/3日11:30-17:00 「Vegan Leather」を用いて、 シメルダー・ホーチ子を作ろう！ 道長は役せず、誰でも簡単に作ることが できます。申込不要。参加費500円 | |

主催 一般社団法人日本繊維機械学会繊維リサイクル技術研究会・「私たちのSDGs」実行委員会、株式会社Style Agent
 共催 一般社団法人日本繊維機械学会フェロー会、NPO法人未利用資源事業化研究会
 協賛 なんばマルイ
 後援 京都工業繊維大学・繊維科学センター、協同組合関西ファッション連合(KanFA)、近畿経済産業局、
 京都市ごみ減量推進会議(公益財団法人京都市環境保全活動推進協会)、一般社団法人日本繊維製品消費科学会、
 ダイセン株式会社(繊維ニュース)、日報ビジネス株式会社(管理経済新聞)、株式会社繊維新聞社、京都新聞、
 京都市教育委員会、京都市、京都府、一般財団法人グリーン商品評価機構、
 一般社団法人Textile Circular Network、一般社団法人Textile Upcycle Platform、近畿地方環境事務所(順不同)

素材提供 (有)井上企画・橋 / エシカルカウンセル / 関本(株) / (株)カズマ / (株)カーループ / 木下製剛(株) /
 (株)ジャパンブルー / (株)SHINDO / 高島リボン(株) / 関本(株) / (株)キクマ / 帝人(株) /
 トーア紡マテリアル(株) / 東リ(株) / 駒田毛織(株) / ナカノ(株) / 東谷商店 / (株)フジックス /
 (有)村田堂 / (株)ワコール / ワタキューセイモア(株) (50音順)

お問い合わせ先: info@en-we-cle.com エンウィクルHP: https://en-we-cle.com
 パンフレットデザイン: 高山祥子(京都女子大学生活デザイン研究部)

無断転載厳禁

2023年10月1日発行

発行所

(一社)日本繊維機械学会・繊維リサイクル技術研究会
 「私たちのSDGs」実行委員会 (エンウィクル) 編集部

お問い合わせ先

tkimura426@gmail.com

【ホームページ】

研究会

<http://www.tmsj.or.jp/laborecycle/recycle-index.html>

エンウィクル

<https://en-we-cle.com/>