

サステナブルファッションとキャサリン妃から学ぶ実践方法

法学部政治学科4年 尾関なな海

目次

0 はじめに

1 サステナブルファッション

1.1 定義

1.2 消費者のサステナブルファッションの実践方法

1.2.1 意思決定

1.2.2 購入・レンタル

1.3.3 利用

1.3.4 手放す

2 キャサリン妃のサステナブルファッション

2.1 キャサリン妃の環境問題に対する取り組み

2.2 サステナブルファッションを広める影響力

2.3 おしゃれで、真似しやすい、サステナブルなファッション術

2.3.1 自分で選び、好きなものを着る

2.3.2 試着する

2.3.3 繰り返し着る

2.3.4 衣服を借りる

2.3.5 リフューズ

2.3.6 ハイ&ロー

3 結論

参考文献

0 はじめに

「サステナブル」という言葉は、近年最も頻繁に耳にする表現の一つである。テレビCM、政治家の発言、さらには多くの企業のウェブサイトなど、さまざまな場面で「サステナブル」あるいは「サステナビリティ」という語が用いられている。いうまでもなく、サステナブル (sustainable) は、sustain (持続する) と able (〜できる) からなる言葉で、「持続可能性」を意味する。そして、このサステナブルという言葉は、社会面、環境面を考慮しながら、経済活動を持続可能な形で発展させるための概念として使われてきた経緯がある。¹

この流れの中で注目を集めているのが、「サステナブルファッション」である。注目される背景には、ファッション産業がもたらしている深刻な環境被害がある。ファッション産業は「世界第2位の環境汚染産業」と指摘されている。² UNCTADによると、同産業は世界で年間930億立方メートルの水を使用しており、500万人の年間ニーズを満たす量に相当する。また、毎年約50万トンのマイクロファイバーが海洋に投棄され、炭素排出量は国際航空業界と海運業界を合わせた量を上回るとされる。³ その理由として、まず一つの衣服が作られるまでにかかる環境コストが高いことが挙げられる。例えば、ジーンズ1本を作るためには、約7,500リットルの水が必要であり、これは平均的な人が7年かけて飲む水の量に等しい。⁴ さらに、低価格・低品質・高頻度の買い替えを促す「ファストファッション」の拡大は、「大量生産・大量消費・大量廃棄」という構造を加速させており、原材料の採取から製造、流通、廃棄に至るすべての段階で膨大な資源とエネルギーを消費しており、ファッション産業が環境に及ぼ

¹ 佐藤みず紀, 「サステナブルとは? 意味やSDGsとの関係性、実践のヒントを紹介」, 朝日新聞SDGs ACTION!, 2023年1月20日(更新:2024年7月9日), <https://www.asahi.com/sdgs/article/14813463>.

² United Nations, “UN Launches Drive to Highlight Environmental Cost of Staying Fashionable”, UN NEWS, 25 Mar. 2019, <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161>.

³ 国際連合広報センター, 「国連、ファッションの流行を追うことの環境コストを『見える化』する活動を開始」, 2019年4月30日, https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/32952/.

⁴ 同上.

す負荷は深刻さを増している。⁵

こうした背景の中で、このような問題を生み出した責任はどこにあるのかという問いは、依然として明確な答えを持たない。企業側が環境コストを無視して利益を追求してきたことは否定できず、同時に消費者の選択もこの構造を支えてきたという見方もある。「需要があるから供給がある」という市場原理は、消費者にも一定の責任を課すものの、それによって製造の問題を覆い隠してしまう危険もはらんでいる。実際、製造過程に対する実質的な決定権を持つのは企業であり、消費者がそのプロセスに直接関与することは極めて困難である。このような視点は、筆者の留学先のユニバーシティ・カレッジ・ダブリン (University College Dublin) において、エグレ・グシュチューテ教授 (Dr. Egle Gusciute) の“Environment”の授業を通じて深められたものである。とりわけ、資本主義経済の中で企業が経済成長を優先し続けることで環境負荷が繰り返されるとする“Treadmill of Production Theory”を学んだことは、環境問題の背景にある制度的な構造に目を向けるきっかけとなった。⁶ これまで筆者が触れる機会の多かった“Ecological Modernization Theory”は、技術革新によって環境と経済の両立が可能だとされており、それに比べると“Treadmill of Production Theory”の視点は、より根本的な問いを投げかけるものとして新鮮に感じられた。このような理論的背景を踏まえたうえで、筆者は基本的に企業および資本家の側により大きな責任があるのではないかと考えるようになった。製造過程における実質的な決定権は企業が握っており、消費者がそのプロセスに直接関与することは極めて困難であるからだ。しかし同時に、消費者の意識と行動が社会を変える原動力となることもまた事実である。選択的な購買や倫理的消費の広がりや、企業の方針や業界の構造を変える契機となり得る。したがって、企業は製造段階における環境配慮を徹底すべきであると同時に、消費者もまた、自らの選択が社会や環境に与える影響を意識し、行動を変えていくことが求められる。

では、サステナブルファッションの重要性が広く認識されつつある一方で、実際に行動に移している消費者はどれくらい存在するのだろうか。消費者庁が2021年に実施した「『サステナブルファッション』に関する消費者意識調査」によると、「約6割が

⁵ 環境省, 「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」, n.d., https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/.

⁶ Justin Sean Myers, “Theories in Environmental Sociology”, in *Twenty Lessons in Environmental Sociology*, edited by Kenneth A. Gould and Tammy L. Lewis, Oxford UP, 2020, pp. 28–56 (pp. 34–40).

サステナブルファッションに関心を持っている、または具体的な取組を行っている」とされ、関心の高まりがうかがえる。⁷しかしその内訳を見ると、「具体的な行動を起こしている」人はわずか4%、「これから起こしたい」が4%、「関心はあるが具体的な行動は起こしていない」人が51%を占めている。このように、関心の高さに対して実際の行動が伴っていないというギャップからは、サステナブルファッションが「ハードルの高いもの」として受け止められていたり、何から始めればよいか分からないと感じている消費者が少なくないことがうかがえる。こうした現状を踏まえると、消費者が具体的な行動のイメージを持つためには、実践的なロールモデルの存在が行動変容を促すうえで重要な手がかりとなり得る。

サステナブルファッションを自らのスタイルで体現し、広く影響力を持つイギリス王室のウェールズ公妃キャサリン（以下、キャサリン妃）が、その一例として注目に値すると考える。キャサリン妃がサステナブルファッションの実践者として注目に値するのは、主に以下の三つの理由による。

- ① 環境問題に対する取り組み
- ② サステナブルファッションを広める影響力
- ③ おしゃれで、真似しやすい、サステナブルなファッション術

まず、英国王室はチャールズ国王をはじめ、環境問題への高い関心を有していることで知られており、キャサリン妃もウィリアム皇太子とともに数々の環境関連活動に参与している。次に、キャサリン妃が着用した服がメディアで報道された直後に完売する現象、いわゆる“Duchess Effect”や“Kate Effect”は広く知られており、妃がファッション業界にもたらす経済効果は年間で約10億ポンド（約1800億円）とも試算されている。^{8,9}この影響力は、単なる売り上げだけでなく、ブランドの認知度向上や価値

⁷ 消費者庁、「令和3年度サステナブルファッションに関する消費者意識調査」, 2021年10月13日,
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/investigation/assets/consumer_education_cms202_211013_01.pdf.

⁸ Jacque Lynn Foltyn, “Sustainable Kate? Wear-Again Anne?: The Recycled Fashions of the Duchess of Cambridge and the Princess Royal”, in *Engaging with Fashion Perspectives on Communication, Education and Business*, edited by Federica Carlotto and Natalie C. McCreesh, Brill, 2018, pp.271–93 (p. 273).

⁹ Clara Strunck and Yu Mochizuki, 「ロイヤルファミリー着用ブランドが、一夜にして

観の伝播にも貢献していると考えられる。そして最後に、キャサリン妃のファッションが、単にお洒落であるだけでなく、無理なく自然体でサステナブルファッションを体現している点である。

サステナブルファッションは注目されている概念であるが、その定義は多岐にわたり、具体的な実践方法までを包括的に整理した文献は多くない。また、英国王室のファッションについても、メディアでは取り上げられているが、それをまとめた文献や著書は数が限られている。例えば、中野香織氏は英国王室メンバーたちのファッションスタイルから一人一人の人生や価値観を読み解いている。また、英国王室キャサリン妃研究家のにしぐち瑞穂氏は、キャサリン妃の内面が反映されたファッションスタイルを解説し、一般人でも取り入れやすい妃の着こなしのルールを紹介している。一方で、本稿では、サステナブルファッションに関連する様々な概念とその実践方法を提示し、影響力のあるキャサリン妃のファッションスタイルから、一般市民でも取り入れやすいサステナブルファッションの実践方法について掘り下げる。

第1章ではまず、サステナブルファッションの定義および類似する概念を紹介し、消費者が実践し得る具体的な行動について検討する。第2章では、キャサリン妃のファッションを通じて妃の社会的影響力を分析し、妃のスタイルから学べるポジティブかつ簡便なサステナブルファッションの実践方法について考察する。結論では、キャサリン妃の影響力が持つ意義とともに、ファッションを楽しむという姿勢こそが、サステナブルファッションの実践において鍵を握ることを確認し、最近のキャサリン妃のファッション動向にも触れる。

爆発的な人気を得るまで」, Harper's BAZAAR, 2023年9月5日,
<https://www.harpersbazaar.com/jp/fashion/celeb-fashion/a44995676/kate-effect-brands-worn-by-royals-230915-hns/>.

1 サステナブルファッション

1.1 定義

キャサリン妃のサステナブルファッションについて論じるにあたり、まずは「サステナブルファッション」とはどのようなものか、その定義と背景について整理しておきたい。サステナブルファッションとは何を指すのだろうか。高品質な素材を用いた長く着られる服のことだろうか。それとも、何度も着用するという行為そのものがサステナブルなのだろうか。さらには、生産者の労働環境や動物福祉に配慮された製造背景を持つ服のことを意味するのだろうか。実際、この言葉の定義は一つではなく、立場や文脈によって多様に捉えられている。

例えば、環境省はこれを「衣服の生産から着用、廃棄に至るプロセスにおいて将来にわたり持続可能であることを目指し、生態系を含む地球環境や関わる人・社会に配慮した取り組み」と定義し、「企業と生活者の両方が取り組めるもの」と位置づけている。

一方で、水野大二郎氏はサステナブルファッションを「環境・経済・社会の持続可能性を前提とした、新しい物質と情報が織りなす循環系を作り出すためのファッションデザインにおける実践、方法、理論」と定義しており、より理論的で包括的な視点を提示している。¹⁰

また、「サステナブルファッション」に類似する概念に「エシカルファッション」がある。「サステナブルファッション」と「エシカルファッション」は明確に区別されない場合もあるが、前者が「地球環境への配慮」を、後者が「倫理的配慮」、すなわち動物福祉や生産者・労働者の権利保護などに焦点を当てるとされる。¹¹しかし、両者は相互に重なり合う部分も多い。例えば、未来の世代が安心して暮らせる地球環境を守るという「サステナブル」な視点は、他者や動物に配慮するという「倫理的」な視点とも深く結びついている。

¹⁰ 水野大二郎, Synflux 編著, 『サステナブル・ファッション——ありうるかもしれない未来』, 学芸出版社, 2022 年, p. 42.

¹¹ KOMERU, 「エシカルとサステナブルの違いとは。ファッション業界の変化と取り組み」, n.d., <https://komehyo.jp/komeru/640>.

その他にも「エコファッション」、「スローファッション」など、関連する用語は多数存在する。¹² これらは相互に重なり合いながらも、それぞれ異なる問題意識や時代背景を持って生まれてきた概念であり、今日の「サステナブルファッション」へと至る発展の過程を映し出している。¹³ 例えば、1960年代の「エコファッション」は、環境問題への関心の高まりとともに登場し、1990年代には毛皮使用への批判から「エシカルファッション」への注目が集まった。¹⁴ さらに2000年代には、「ファストファッション」への対抗として「スローファッション」が提唱されるなど、サステナビリティをめぐる関心は広がりと深化を続けてきた。¹⁵

このように、サステナブルファッションには多面的な要素が含まれており、明確に一つの定義に収斂させることは困難である。だが、それゆえにこの概念は、さまざまな立場から多様な形で実践され得る柔軟性を持っているとも言える。特に環境省が述べるように、これは「企業だけでなく生活者も取り組めるもの」であり、日常生活における個人の選択や行動にも深く関わるものである。¹⁶ したがって本稿では、サステナブルファッションの定義を一義的に定めることを目的とするのではなく、消費者が実践できる具体的な方法に焦点を当て、その多様な実践例を検討していく。次章ではその一環として、消費者が日々の購買や着用行動の中でどのようにサステナブルファッションを体現できるのかを考察していく。

1.2 消費者のサステナブルファッションの実践方法

「はじめに」で述べたように、ファッション産業は、原材料の調達、生地や衣服の製造、輸送、そして廃棄に至るまでのあらゆる段階で環境に影響を及ぼしている。さらに、衣服は複数の素材から構成されているうえに、多くの製造工程が海外における分業体制に依存している。その結果、サプライチェーンは非常に複雑化し、環境負荷の実態を消費者が把握することは困難である。このようなグローバル化した構造を、

¹² 『サステナブル・ファッション——ありうるかもしれない未来』, p.42.

¹³ 同上.

¹⁴ 同上.

¹⁵ 同上.

¹⁶ 環境省, 「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」.

個人の力で直接的に変えるのは難しいかもしれない。しかし、どれほどサプライチェーンが複雑であっても、最終的にその衣服を選び、買い、着るのは私たち自身である。つまり、ファッションを実際に楽しんでいるのは企業ではなく、私たち消費者なのだ。だからこそ、私たちはまったく無力なわけではないし、自分たちの自由をどう使うかで、サステナブルな選択をすることは十分に可能である。例えば、自分で衣服を作ることも、サステナブルファッションの実践方法の一つである。素材や生産過程を自ら選択できるため、環境や倫理に最大限配慮した衣服づくりが可能となり、最も持続可能な方法の一つだと考えられる。しかしながら、衣服作りには高度な技術や時間、道具が必要であり、多くの消費者にとっては現実的な選択肢とは言い難い。そこで本稿では、あくまで一般的な消費者をモデルとし、日常的な衣服との関わりを「意思決定」「購入」「利用」「手放す」の4つの段階に分け、それぞれの段階で実践可能なサステナブルファッションの方法を紹介する。

1.2.1 意思決定

衣服を現在よりも1年長く着ることで、日本全体として年間4万トン以上の廃棄量削減につながるとされている。¹⁷では、私たちはどのように「長く着られる服」を選べばよいのだろうか。その判断軸として挙げられるのが、「品質」「サイズ感」「ブランド」「好み」「価格」「汎用性」の6つである。ここで注目すべき点は、これらがいずれも「環境にやさしいかどうか」というサステナビリティに直結する指標ではなく、私たちが日頃から服を選ぶときに自然と考えている基準であるということだ。つまり、環境配慮を特別なものとして構えなくても、すでに私たちが消費者として大切にしている視点の中に、長く着られる服を選ぶヒントが含まれている。

まず「品質」の観点では、衣服の厚みや生地の丈夫さ、ほつれにくさなどを確認することが重要である。実店舗であれば実際に手に取って確認できるが、オンラインショッピングではそれが難しい。実際、通販サイトでの失敗の原因は、「サイズが合わない・思っていたものと違った」と答えた人が63.0%、次いで「見た目が思っていたものと違った」(42.7%)、「品質が悪かった」(34.8%)という結果が出ている。¹⁸

¹⁷ 同上。

¹⁸ eccLab, 「通販サイトでのファッションアイテム購入の失敗経験者は43.3%」, ECCLab, 2018年10月26日, <https://ecclab.empowershop.co.jp/archives/55853>.

加えて、自分の体にフィットするかどうか、購入時に重要な判断材料となる。試着することで、サイズ感や着用時の印象を把握できるが、これもオンラインでは確認が難しい。実際に、通販サイトでの購入において「サイズが合わない」「思っていたものと違った」と感じた人は全体の 63.0%にのぼった。¹⁹ これらのデータは、オンラインではサイズ感が判断しづらいことを示している。もっとも、サイズを選択については、消費者は実店舗でも失敗することがある。実際、「実店舗での買い物で失敗したことがある」と答えた人は 33.1%おり、その理由の最多は「試着しないで買った」(34.3%) だった。²⁰ このことから、試着の有無が購入満足度に大きく影響することがわかる。

お気に入りのブランドがある人は、そのブランドの商品を日頃からチェックしていることが多いかもしれない。しかし、そのブランドがサステナビリティにどの程度取り組んでいるかを、個人がすべての観点から調査するのには限界がある。そこで、ブランド名を Shift C で検索してみるの、有効な手段の一つである。²¹ 同サイトでは、ブランドがサプライチェーン全体を通じて「人間」「地球」「動物」に与える影響についての情報が公開されており、総合的に 5 段階（「素晴らしい」、「良い」、「ここから」、「まだまだ」、「他の選択を」）で、顔文字のアイコンを用いた視覚的な評価とともに示されている。²² 2025 年現在、6,146 のブランドが掲載されており、絞り込み検索によって国を選択することも可能で、日本のブランド約 500 件についても調べることができる。²³

「自分が本当にその衣服を気に入っているかどうか」は、その服を長く愛用する上で極めて重要な要素である。もし、「今流行しているから」「周囲が着ているから」といった理由だけで選んだ服であれば、その流行が過ぎた瞬間に着る機会が減り、クローゼットに眠ったままになる可能性が高い。特に近年はトレンドのサイクルが加速しており、流行が数ヶ月で終わってしまうことも珍しくない。そのため、流行のみを基

¹⁹ 同上.

²⁰ 同上.

²¹ Shift C, “6146 Rated Brands”, n.d., <https://shiftc.jp/brand/>.

²² Shift C, “How We Rate Fashion Brands ファッションブランドの評価方法”, n.d., https://shiftc.jp/how_we_rate/.

²³ 池田真隆, “国内 500 アパレルブランドのエシカル度を比較、「Shift C」とは”, alterna, 2025 年 2 月 6 日, <https://www.alterna.co.jp/146250/>.

準にした購買は結果的に衣服の使用期間を短くし、廃棄や買い替えを早めてしまう。一方で、自分の好みや価値観にしっかりと合致したアイテムを選べば、たとえトレンドから外れても気に入って着続けることができるだろう。

「汎用性」も、見落とされがちだが長く着用できる衣服を選ぶうえで重要な基準である。たとえ気に入った衣服であっても、手持ちの他のアイテムと組み合わせにくければ、着用の幅は限定され、結果的に着用回数が少なくなる。特定のイベントでしか使えないような衣服も、日常的には着づらく、次第に使われなくなってしまうことがある。一方で、他のアイテムと合わせやすく、季節や場面を問わず着回せる服は、限られたアイテム数でも着こなしの幅を広げ、着用頻度が高まる。結果として、そうした衣服は長く大切にされやすく、無駄な買い足しを防ぐことにもつながる。汎用性の高い衣服を選ぶことによって、限られたアイテム数でも着回しが効くワードローブが構築でき、無駄な買い足しを防ぐことにもつながる。

これまでの判断軸は衣服そのものの特徴に基づいていたが、「価格」はそれには当てはまらないものの、衣服を選ぶ上で無視できない重要な要素である。実際、令和3年度サステナブルファッション消費者調査結果報告において、「衣服を購入するときに重視することは何ですか」という質問に対し、79.1%の人が「価格」と回答している。²⁴特に1996年～2012年生まれのZ世代においては、月にファッションに使う金額が2,999円以下とする人が最多の29.7%であり、8割以上が1万円未満であるという調査もある。²⁵このような背景から、安価でトレンド性の高いファストファッションを選ばざるを得ないという状況も少なくない。こうした中、「環境に悪いとわかっているけど安さから買ってしまう」という「ごめんね消費」のような心理も確認されている。²⁶一方で、「安価な商品＝環境に悪い」「高価な商品＝環境に良い」と単純に結論づけるのは早計である。確かに、SHEINのような超低価格のファストファッションブランドは、大量生産・大量廃棄を前提としたビジネスモデルによって、労働環境の劣悪さや

²⁴ 消費者庁、「令和3年度サステナブルファッションに関する消費者意識調査」。

²⁵ PR TIMES, 「Z世代の5割は、お金があったらハイブランドを『買いたい』。購入の決め手は『価格』と『デザイン』」, 2023年12月14日, <https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000084.000071963.html>.

²⁶ デカボ Lab, 「ウルトラファストファッションの誘惑に揺れるZ世代。環境への悪影響を知らずについ購入してしまう『ごめんね消費』の現実とその背景を調査」, 2024年11月21日, <https://decarb-lab.earth-hacks.jp/journal/decabo-lab-ultra-fast-fashion>.

環境負荷の大きさといった深刻な問題を抱えていることが広く指摘されている。しかし、Shift C の評価によれば、ルイ・ヴィトンを含む高級ブランドの約 75%が「他の選択を」または「まだまだ」といった低評価に分類されている。²⁷つまり、価格の高低だけで環境への影響を判断することはできず、ブランドの生産体制や透明性を慎重に見極める必要がある。例えば、高級ブランドの中には、刺繍や仕立て、染色といった高度な技術を要する工程には敬意を払う一方で、ミシン縫製などの一般的な工程を軽視しているといった課題が指摘されている。²⁸また、サプライチェーン全体における情報開示が不十分である点も、多くのブランドに共通する問題である。²⁹

このように、私たちが日常的に衣服を選ぶ際の「品質」「サイズ感」「ブランド」「好み」「汎用性」「価格」といった観点から、サステナブルな選択をするための視点や工夫を紹介してきた。どれも一つひとつは小さなことかもしれないが、こうした視点を買い物の際に意識することで、不要な購入を防ぎ、満足度を高めると同時に、環境負荷の削減にもつながるだろう。

1.2.2 購入・レンタル

現在では、実店舗に足を運んで購入する方法に加え、オンラインショッピングも広く普及している。こうした多様な購入手段のなかで、環境負荷の観点からどの方法が最も持続可能であるかについては、意見が分かれるところである。この点について、Jaller と Pahwa はアメリカの 2016 年時間利用調査 (ATUS) を用いて、消費者の購買行動とそれに伴う輸送手段の違いによる環境影響を評価している。³⁰ 当研究では、オンラインと実店舗の購買行動が互いに補完的であることが多いこと、またオンライン

²⁷ Amy Miles, 「高級ブランドはファストファッションよりサステナブルといえるのか?」, スパロウ真奈 訳, 2024 年 6 月 28 日, Shift C, https://shiftc.jp/2024/06/28/luxury_fashion_susustainability/.

²⁸ 同上.

²⁹ 同上.

³⁰ Miguel Jaller and Anmol Pahwa, “Evaluating the Environmental Impacts of Online Shopping: A Behavioral and Transportation Approach,” *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 80 (2020): 102223, <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102223>.

ショッピングが必ずしも実店舗での買い物を完全に代替していないことが明らかになった。さらに、同じ商品の購入でも、配送効率（1回の配送で何軒回るか）や注文の「まとめ買い」の有無によって、環境負荷に大きな差が生じることが示されている。例えば、配送トラックが1回の配送で約90件を回るように効率化されていれば、実店舗に車で行くよりも、オンラインショッピングの方が二酸化炭素排出量や走行距離（VMT）が大幅に少なくなる。一方で、「即日配送」や「少量注文」の増加は配送効率を下げ、オンラインの環境メリットを打ち消してしまう恐れがある。このように、どの購買手段が最もサステナブルであるかは一概には言えず、注文の仕方や配送の工夫によって環境負荷は大きく変動する。環境への影響を最小限にするには、消費者の「まとめ買い」や、配送業者のルート最適化など、関係者全体の工夫が重要となる。また、中古品を扱う古着店や、フリマアプリ（例えばメルカリ）を活用することで、出品者・購入者の双方が、3Rの一つである「リユース（Reuse）」を実践することができる。こうした手段は、新品の購入を減らすことで資源消費の抑制につながり、サステナブルな消費行動として注目されている。

さらに近年では、購入に際して「リフューズ（Refuse）」という概念が3Rに加えられ、4Rや5Rの一つとして提唱されている。これは、そもそも不要なものを「買わない」「受け取らない」という選択であり、例えばマイバッグを持参することで購入した衣服を入れる袋を断る行動もその一例である。環境省が2020年11月に実施したレジ袋使用状況の調査によると、調査期間の直近1週間以内の買い物でレジ袋を使わなかった人は71.9%に達し、同年3月の30.4%から大幅に増加していた。³¹ また、51.9%の人が常にマイバッグを持ち歩いていると回答しており、同年7月1日に始まったレジ袋有料化を契機に、マイバッグの携帯が生活習慣として定着しつつあることがうかがえる。³² また、「リフューズ」を実践する方法として、実店舗での店員からの提案や、オンラインショッピングにおける関連商品の巧妙なレコメンドに流されず、自分にとって本当に必要かどうかを見極め、不要であればきっぱりと断る姿勢も求められる。こうしたマインドセットは、過剰な消費を避けるうえで重要である。

加えて、「レンタル」という選択肢にも目を向けたい。たとえば、日本初・国内最大級の女性向けファッションレンタルサービス airCloset は、ファッションレンタルサー

³¹ 環境省, 「71.9%」, ecojin, 2021年9月29日,
<https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/scope/20210929.html>.

³² 同上.

ビスが環境に与える影響について定量的な検証を行った。³³ 同社が 2023 年 5 月 23 日に発表した内容によれば、ファッションレンタルモデルは、すべての衣服をユーザーが購入・所有し、使用後に廃棄するという従来の販売モデルと比較して、CO₂排出量を約 19%、廃棄物排出量を約 27%削減できると推計された。³⁴ 衣服は、原料調達段階および生産段階において CO₂排出量が特に多いという特徴を持つため、シェアリングを通じてユーザーによる衣服の購入・保有が抑制されることで、衣服の生産量そのものが減少し、これが主な CO₂排出削減効果として寄与していることが分かる。また、廃棄物排出量の削減についても、同様に衣服の購入・保有の抑制によって生産量が削減されたことが主因とされる。生産量の抑制は、原料調達・生産段階における工程ロスや使用済み衣服の廃棄量の削減につながるほか、同社では、レンタル提供を終了した破損等によって着用できない衣服について、廃棄衣料品を 90%原料とする循環型繊維リサイクルボード「PANECO」に活用する取り組みも開始しており、焼却処分の削減と資源循環の促進が期待されている。³⁵ したがって、消費者は全ての衣服を新しく購入する代わりに、airCloset のようなレンタルサービスも利用することによって、間接的に CO₂排出や廃棄物の削減に貢献できる。

1.2.3 利用

衣服の「利用」とは、主に着用することを指すが、1つのアイテムをより長く使うためには工夫が必要である。特に、衣服が壊れてしまった際にすぐに捨てるのではなく、「5R」の一つである「リペア (Repair)」を検討することは重要だ。リペアを施すことで、思い入れのある一着を長く着続けることができるし、少し手を加えることで新たな魅力と共に蘇ることもある。例えば、イギリス発祥の伝統的な補修技術である「ダーニング」は、擦り切れたり、穴が開いた衣類を美しく修復する方法として知られている。代表的な手法には、「バツダーニング」や「バスケットダーニング」、「ゴマ

³³ airCloset, “airCloset エアークローゼット あなたの、もうひとつのクローゼット”, n.d., <https://corp.air-closet.com/service/>.

³⁴ airCloset, “環境省実証事業による、ファッションレンタルサービスの脱炭素・資源循環効果を公開”, 2023 年 5 月 23 日, <https://corp.air-closet.com/news/press-release/230523/>.

³⁵ airCloset, “エアークローゼットがレンタルによる循環で衣服廃棄ゼロを実現”, 2022 年 2 月 24 日, <https://corp.air-closet.com/news/press-release/220224/>.

ダーニング」などがある。³⁶ 筆者もバスケットダーニングに挑戦した経験があり、T シャツの破れを約 30 分でかわいらしく補修することができた。また、日本にも「刺し子」と呼ばれる伝統的な補修技法がある。刺し子は 16 世紀初頭に始まり、特に東北地方で広く用いられてきた。藍染めの布に白糸で模様を刺すこの技術は、もともと布を補強し、保温性を高めるために施されたものであり、庶民の生活の知恵から生まれたとされている。³⁷ 本来、刺し子は「着用前に布地を補強するために施すもの」である。³⁸ しかし近年では、この刺し子が「Visible Mending（見せる補修）」として海外でも注目を集めている。³⁹ BBC の記事では、刺し子が「300 年の歴史を持つ日本のアップサイクル手法」と紹介されており、「初心者にも優しく、デニムを修繕するのに最適」と評価されている（アップサイクルについては後述）。⁴⁰ 本来の刺し子の意味とは異なる形で受け取られている側面もあるが、現代のリペア手法の一つとして再評価され、注目を集めていることは確かである。

1.2.4 手放す

現状では、着られなくなった衣服は、可燃ごみ・不燃ごみとして手放される割合が最も高くなっているが、再流通や回収にまわすことが、ファッション産業を循環させるために重要となる。⁴¹ 具体的には、リサイクルショップやフリマアプリ等を通じ古着として譲渡や売却することや、資源として、または地域や店舗で回収してもらうこ

³⁶ 東京ガス ウチコト編集部, 「イギリスから来た古くて新しい服のお直し、ダーニングを学ぶ〜Vol.1 ダーニングの魅力」, 2024 年 12 月 6 日, <https://uchi.tokyo-gas.co.jp/topics/10003>.

³⁷ オリムパス製絲株式会社 手芸のオリムパス編集部, 「刺し子の基本」, 手芸のオリムパス, n.d., <https://www.olympus-thread.com/basic/sashiko/17/>.

³⁸ 大本綾, 「『刺し子』から考える意味のイノベーション」, News Picks, 2024 年 6 月 17 日, <https://newspicks.com/news/10135047/body/>.

³⁹ 同上

⁴⁰ Bel Jacobs, “The 300-Year-Old Japanese Method of Upcycling”, BBC, 14 Oct. 2024, <https://www.bbc.com/culture/article/20231013-the-300-year-old-japanese-method-of-upcycling>.

⁴¹ 環境省, 「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」.

とが挙げられる。例えば、ユニクロでは、全店舗に RE.UNIQLO 回収ボックスを設置し、不要になったユニクロ、ジーユー、プラステの衣服を回収する取り組みを行っている。⁴² 回収された衣服は、状態に応じて仕分けされ、再利用可能なものは難民キャンプなどに寄贈される。⁴³ 一方で、再利用が難しい衣服については、素材ごとにリサイクルが行われており、例えばダウンやフェザーなどは新たな衣服の原材料として活用されている。また、衣服としての再利用やリサイクルが困難な場合でも、断熱材や防音材といった別の資材として再資源化されている。

また、一般的に知られていない概念に「アップサイクル」がある。アップサイクルは、本来は捨てられるはずの製品にデザインやアイデアによって新たな価値を与えて再生することで、「創造的再利用」とも呼ばれている。⁴⁴ この「アップサイクル」という言葉が初めて公に登場したのは、1994年にドイツの環境系メディア『Salvo NEWS』に掲載されたライナー・ピルツ (Reiner Pilz) 氏の発言によるとされている。⁴⁵ 彼は、「私は、何もかも粉々にしてしまうだけのリサイクルを“ダウンサイクル”と呼んでいる。我々に必要なのは、古くなった製品の価値を下げるのではなく、むしろ高めるアップサイクルである (I call it (Recycling) down-cycling. They smash bricks, they smash everything. What we need is upcycling, where old products are given more value, not less)」と述べている。⁴⁶ つまり、古くなった製品や廃棄物を分解して再加工するリサイクルに対して、アップサイクルは素材そのものの形状や質感を生かしながら、新たな価値を加えるという点が特徴である。素材を原料レベルまで戻す必要がな

⁴² ユニクロ, 「RE.UNIQLO (リサイクル・リユース) について」, n.d., <https://faq.uniqlo.com/articles/FAQ/100001727/?l=ja&fs=RelatedArticlehttps://faq.uniqlo.com/articles/FAQ/100001727/?l=ja&fs=RelatedArticle>.

⁴³ ユニクロ, 「RE.UNIQLO」, n.d., https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/sustainability/planet/clothes_recycling/re-uniqlo/.

⁴⁴ 講談社 SDGs, 「【2025年版】アップサイクルとは？リサイクルやリメイクとは違う、SDGsへの新たなアプローチ | SDGsにまつわる重要キーワード解説」, 2025年5月12日, <https://sdgs.kodansha.co.jp/news/knowledge/40580/#section-1-1>.

⁴⁵ UPCYCLE JAPAN, 「今こそ知りたい『アップサイクル』その歴史・リサイクルとの違い・衣食住から見る12事例を詳しくご紹介！」, n.d., <https://www.upcycle.co.jp/articles/posts/yAASe3DK>.

⁴⁶ 同上

いため、大規模な工場や専門設備を必要とせず、個人の発想や工夫によって比較的手軽に取り組むことができる。たとえば、履かなくなったジーンズを切って小さなポーチを作るといった方法は、手軽に挑戦できるアップサイクルの一例である。

2 キャサリン妃のサステナブルファッション

2.1 キャサリン妃の環境問題に対する取り組み

英国王室は、チャールズ国王を筆頭に、様々な場面で環境保護活動のイニシアチブをとっている。チャールズ国王は、「地球温暖化」という言葉が生まれる前、1970年から「私たちは今まさに環境汚染がもたらす恐ろしい影響に直面している」と問題に言及しており、環境啓蒙活動は有機農法の取り組みからウール産業の支援、歴史的な建築物の保存まで多岐にわたっている。⁴⁷ そうしたチャールズ国王の古いものや伝統を大切にする態度は装いにも現れている。特に、チャールズ国王御用達の英国ブランド John Lobb の靴はつぎはぎだらけであり、20代の頃から履いているという。あまりにもコーディネートが不変なため、「ワーストドレッサー」に選ばれたこともあるが、サステナブルが謳われるようになってからはそれが高く評価されるようになり、2012年には男性ライフスタイル誌『GQ』英国版の「ベストドレスト・マン」に選ばれている。⁴⁸

そして、こうした国王の環境意識の高さはウィリアム皇太子にも受け継がれている。その活動の一つに、アースショット賞の創設がある。アースショット賞は、環境問題の解決に取り組む人や団体に対し、「自然の回復と保護」「空気の浄化」「海洋の回復」「無駄のない生活」「気候変動」の5つの分野で受賞者を決め、各受賞者には環境活動を継続するために100万ポンドの賞金が贈られるというものだ。⁴⁹ また、ウィリアム皇太子はBBCのインタビューにおいて印象的なエピソードを紹介している。彼によると、8歳の息子ジョージ王子は、学校の活動でゴミ拾いを行った翌日、同じ場所に再びゴミが捨てられていたことに驚き、「なぜまたゴミがあるのか」と混乱していたという。皇太子はこの出来事を通して、ジョージ王子がすでに人間活動による環境問

⁴⁷ Kaori Takeuchi, 「実はこんなにやっている！ 尊敬したい、英国ロイヤルズの“SDGs”トリビア18」, 25ans, 2023年4月20日, <https://www.25ans.jp/princess/british-royal-family/g43637913/britishroyals-sdgs-230420/>.

⁴⁸ 中野香織, 『ロイヤルスタイル——英国王室ファッション史』, 吉川弘文館, 2019年, p. 157.

⁴⁹ Kaori Takeuchi, 「実はこんなにやっている！ 尊敬したい、英国ロイヤルズの“SDGs”トリビア18」.

題に気づき始めていることに触れ、気候変動への不安を子どもたちが感じざるを得ない状況に対して、「申し訳なさを感じる」と語った。⁵⁰

キャサリン妃も、ウィリアム皇太子とともに環境問題への取り組みに積極的に参加している。キャサリン妃は幼少期にガールスカウトに所属しており、スカウト運動113年の歴史の中で初めて「スカウト」の女性総裁に任命されている。⁵¹ 2021年には、ウィリアム皇太子とともに COP26（第26回国連気候変動枠組条約締約国会議）に出席するためスコットランドのグラスゴーを訪れたが、その直前に現地のスカウト活動に参加した。⁵² この活動では、スカウトの子どもたちとともに、スカウトで培われる技術や知識が環境問題の解決にどのように役立てられるかを実践的に示した。⁵³ 例えば、植物由来のベジバーガーを調理したり、自転車の整備方法を学んだり、ひまわりの種を詰めた「シードボム（種の爆弾）」を地面に投げて自然な形での緑化を促す活動を行った。⁵⁴ これらの体験を通じて、キャサリン妃は次世代に対して、自然との関わり方や環境保全の重要性を伝えている。

また、キャサリン妃が紡ぐ貴重な言葉の端から、環境問題への危機意識を垣間見ることができる。ウィリアム皇太子とキャサリン妃は、2023年10月10日の世界メンタルヘルスデーを記念し、若者が自らの感情やコミュニティについて語るフォーラム“Exploring Our Emotional Worlds”をバーミンガムで主催した。このイベントはメンタルヘルスを主題とするものであったが、キャサリン妃のスピーチには環境問題への言

⁵⁰ Lanford Beard, “Prince William Admits He Fears Giving Charlotte and Louis ‘the Burden’ of Climate Change Worry”, People, 14 Oct. 2021, <https://people.com/royals/prince-william-admits-climate-change-fears-for-prince-george-princess-charlotte-prince-louis/>.

⁵¹ にしぐち瑞穂, 「元ガールスカウトのキャサリン妃、113年の歴史上初の”スカウト”女性総裁に任命!」, 25ans, 2020年10月1日, <https://www.25ans.jp/princess/catherine/a34228918/kate-201001/>.

⁵² Stephanie Petit, “Kate Middleton and Prince William Grill Veggie Burgers and Sow Wildflower Seeds in Eco-Friendly Scout Meet-Up”, People, 1 Nov. 2021, <https://people.com/royals/kate-middleton-prince-william-kick-off-cop26-visit-meeting-young-scouts/>.

⁵³ 同上

⁵⁴ 同上

及が含まれていた点が注目に値する。例えば、キャサリン妃は「私たちは、SNS や紛争の脅威、パンデミック、気候変動、そして生活費の高騰といった懸念が、感情的な安定や将来の希望に深刻な影響を与え得る、急激に変化する世界に生きています

（“We are living in a world however, that is changing so fast, where social media and concerns about the threat of conflict, pandemics, climate change, or the cost of living can impact our emotional well-being and future hopes dramatically”）」と述べている。

⁵⁵ ここで climate change（気候変動）は、現代の若者が不安を感じる主要な要因の一つとして、パンデミックや物価高騰などと並列的に挙げられている。このことは、キャサリン妃自身が気候変動を深刻な社会課題として認識していることを示していると考えられる。さらに、「私たちは地球を修復し、守り、投資する必要があるのと同様に、その上で生きるコミュニティや人々、関係性に対しても同様の配慮が求められる

（“For just as we need to restore, protect, and invest in our planet, so we must also restore, protect, and invest in the communities, relationships, and people living on it”）」とも述べている。⁵⁶ このように、メンタルヘルスに関する文脈においても、地球環境の保護を当然の前提として言及している点は、キャサリン妃にとって環境問題が無関係なものではなく、人々の幸福と密接に結びついた重要課題であるという認識があることをうかがわせる。このような発言は、キャサリン妃が環境問題を直接的に活動の中心に据えることは少ないながらも、その重要性を深く理解し、意識の中に根付かせていることを示唆していると言えるだろう。

2.2 サステナブルファッションを広める影響力

Ipsos が 2024 年 5 月に発表した、英国民を対象とした調査によると、キャサリン妃はウィリアム皇太子とともに最も人気のある王室メンバーであり、69%の英国民が彼らを支持しているという。⁵⁷ もちろん、そんな妃のファッションは常に国民、そして

⁵⁵ Chelsey Sanchez, “Princess Kate Says She Wants to Shape ‘Kinder, More Equal Societies’ in Rare Speech”. Harper’s Bazaar, 10 Oct. 2023, <https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a45496895/princess-kate-middleton-speech-world-mental-health-day-2023/>.

⁵⁶ 同上

⁵⁷ Gideon Skinner, Keiran Pedley, Cameron Garrett, Ben Roff, Laura King, “Public Perceptions of the Royal Family Improve as Prince and Princess of Wales Remain the Most Popular and Over Half Believe King Charles Is Doing a Good Job”, Ipsos, 7 May

世界中の注目の的だ。例えば、2022年のエリザベス女王即位70周年を祝うプラチナ・ジュビリーではキャサリン妃のスタイルに関する検索数が400%も増加したという。⁵⁸では、人気No.1王室メンバーのキャサリン妃がサステナブルファッションを押し進める影響についてどのような可能性が考えられるだろうか。

今やハイブランドからローブランドまで、多くの企業がサステナブルな取り組みに力を入れているように見える。しかし、ブランド側がどれほど努力しても、そうした商品に関心を持ち、実際に選ぶ消費者が増えなければ、ファストファッションが主流を占める現状は変わらない。特に、比較的価格の高いサステナブルファッションを広く普及させるためには、消費者の目に触れる機会を増やすことが重要である。しかし、サステナブルに取り組むブランドが自らのプロモーションだけで広く認知されるのは難しい。そこで、影響力のある人物に着用してもらうことで、知名度の低いサステナブルブランドも注目を集め、人気を得る可能性がある。

キャサリン妃は王族であるためにプロモーションが禁止されている点においてインフルエンサーやセレブリティとは一線を画していることは留意する必要があるが、“Kate Effect”と呼ばれるほどの経済効果を生み出すキャサリン妃にとって、有名なブランドでなくともそのブランド名を世間に知らせることは容易いことである。実際、キャサリン妃は、サステナブルブランドのアイテムを着用する機会が多く見られており、妃のファッションへの注目度から、その売り上げに貢献したとされる事例はいくつか見られる。

その最たる例が、Penelope Chilversのロングタッセルブーツである。Penelope Chilversは2002年に創業され、職人技とオーダーメイドにこだわり、長持ちするブーツを生産しているサステナブルなブランドである。⁵⁹キャサリン妃がこのブーツを初披露したのは2004年、オックスフォードシャーのブレナム宮殿で開催されたゲーム・

2024, <https://www.ipsos.com/en-uk/public-perceptions-of-royal-family-improve-prince-and-princess-of-wales-remain-most-popular-royals>.

⁵⁸ Jessica Davis, “キャサリン妃効果、やはり絶大！ジュビリー後にキーワード検索数が急増”, Harper's BAZAAR, 2022年6月10日, <https://www.harpersbazaar.com/jp/fashion/celeb-fashion/a40247153/kate-platinum-jubilee-style-220610-hns/>.

⁵⁹ Penelope Chilvers, “Our Approach”, n.d., https://penelopechilvers.com/our-approach?srsId=AfmBOoq6mv4Ok5U18Aqmu15dDCzC6AKBzLB6Et_feMmBJnvMHcXtnuSi.

フェアでのことである。創業者であるペネロペ・チルヴァースは、キャサリン妃が最初の顧客の一人だったといい、「当時まだ私は駆け出しのデザイナーでしたが、何日も電話が鳴り止みませんでした。彼女が『昔からの愛用品』として（私のブランドを）着用するたびに、売上げが伸びていきました」と語ったという。⁶⁰そして、20年近く経った今でも、妃が定期的にこのブーツを愛用している姿が見られる。同ブランドは「健康的なアウトドアライフスタイルからインスピレーションを得て、旅行を念頭に置き、長持ちするように作られた実用的なフットウェア」であると謳っており、このブランドにとって良いプロモーションになっていることは間違いない。

このように、キャサリン妃はサステナブルブランドの売上げや認知度の向上において大きな影響力を持っている。今後も新たなサステナブルファッションブランドが登場する中で、キャサリン妃の選択が、より多くの人々にこれらのブランドを知るきっかけを提供してくれることが期待される。

2.3 おしゃれで、真似しやすい、サステナブルなファッション術

2.3.1 自分で選び、好きなものを着る

たとえキャサリン妃の影響力によってサステナブルファッションの認知が広がったとしても、多くの人々にとって、それらのブランドが必ずしも手の届きやすい価格であるとは限らない。また、「果たしてプリンセスのファッションが参考になるのだろうか？」と疑問に思う人もいるだろう。いくらキャサリン妃が市民出身の「現代のシンデレラ」であるとはいえ、今や英国王室の未来を担う存在である。しかも、キャサリン妃は大学卒業後、英国アパレルブランドのジグソーでバイヤー職に就いており、もともとファッションへの関心が高かったことは明らかである。そのため、妃のファッションセンスは、一般市民よりもはるかに高度なものであるかもしれない。

しかしだからこそ注目すべきなのは、キャサリン妃が「自分で選ぶ」という姿勢を貫いている点である。実際、妃はプロのスタイリストを雇わず、衣服を選ぶのも買うのも、そしてコーディネートまでも自ら手がけているという。⁶¹この「自分で選ぶ」と

⁶⁰ Clara Strunck and Yu Mochizuki, 「ロイヤルファミリー着用ブランドが、一夜にして爆発的な人気を得るまで」.

⁶¹ にしぐち瑞穂, 『幸せを引き寄せる——キャサリン妃着こなしルール』, 幻冬舎,

いう意識は、自分のファッションに責任を持つ姿勢であり、責任ある消費者意識を育むうえで重要な意味を持つ。さらに、完璧に見えるキャサリン妃のファッションの裏には、実は真似しやすいシンプルな法則が隠されている。それは、「好きなものしか持たない、着ない」というポリシーである。このポリシーは、サステナブルである以前に、一人の消費者として、またファッションを楽しむ主体として大切なマインドセットを思い出させてくれる。つまり、「サステナブルファッションはポッシュで難しそう」という印象を和らげ、もっと自由で身近なものとして捉え直すきっかけとなるのだ。次節以降では、キャサリン妃のファッションから、一般の消費者でもすぐに実践できるサステナブルファッションの具体例を紹介していく。

2.3.2 試着する

「1.2.1 意思決定」でも述べたように、無駄な買い物によって衣服および金銭を浪費しないためには、購入前に「試着」を行うことが重要である。店頭で衣服に一目惚れして購入したものの、帰宅後に似合わないと感じるという経験は、多くの人が一度は経験していると考えられる。いくらマネキンが着用している衣服が魅力的であっても、自身の体型や雰囲気に合わせていなければ、衣服本来の魅力も自身の魅力も十分に引き出せず、逆効果となる可能性がある。そのため、事前に試着を行い、自分に合ったサイズやフィット感を確認することは、無駄な消費を防ぐ上で極めて有効である。この点に関して、キャサリン妃は妥協を許さない姿勢で知られており、ビスポーク（注文仕立て）の衣服だけでなく、ZARAなどの既製品においても試着を欠かさないという。⁶² こうした姿勢は、自分の体型に合った衣服を慎重に選ぶという点で、消費における意思決定の一つの模範であると言える。

2.3.3 繰り返し着る

キャサリン妃のファッションにおいて注目されている要素の一つに、着用した衣服をさまざまな場面で繰り返し着回すスタイルがある。衣服を繰り返し着用することは、新たな衣服の購入を抑制し、不要な衣服の廃棄を減少させるという点において、

2015年, p. 4.

⁶² にしぐち瑞穂, 『キャサリン妃着こなしルール』, p. 45.

本質的にサステナブルな行為である。このような着回しの実践は、キャサリン妃が公の場に登場するたびにメディアによって注目され、妃のファッションを分析する記事において頻繁に取り上げられている。

また、キャサリン妃は着回しをする際、髪型やアクセサリーなどのスタイリングを場面に応じて変えることで、同じ衣服であっても印象を新たに見せる工夫をしているのがよく見られる。このような工夫は、限られた衣服を有効活用する一つの手法として参考になる。中でも真似しやすい着回し術のテクニクとして、ベルトを使ったアレンジ方法がある。例えば、キャサリン妃は、2011年にカナダで開催された英国アカデミー賞（BAFTA）のイベントで初めて着用したアレキサンダー・マックイーンのリベンダー色のドレスを、10年後の2021年10月17日に開催された初のアースショット賞授賞式のグリーンカーペットで再度披露した。⁶³ 同じドレスであっても、2011年にはゴールドのベルト、2021年にはホワイトのベルトを着用していた。ベルトの色が異なるだけで、ドレス自体の印象や色味まで変化して見えるのは興味深い現象である。2011年にはドレスの色がゴールドのベルトとの対比で暗めに見えるのに対し、2021年には白のベルトの効果によってコーディネート全体に清々しさがプラスされ、ドレスの色が明るく見えている。このように、ベルト一本でコーディネートの印象を変えることができるので、コーディネートが狭まりやすいワンピースやドレスを着る際に取り入れることで、アイテムの寿命を長くできるだろう。

2.3.4 衣服を借りる

「1.2.2 購入・レンタル」では、サステナブルファッションの実践方法の一つとして、衣服を新しく購入する代わりに、レンタルサービスを使うという選択があると紹介した。キャサリン妃が着用したドレスは、このようなレンタルサービスの中でたちまち人気になっている。例えば、The Vampire's Wifeのような王室御用達のブランドは、By Rotationのアプリで276着以上のドレスがレンタルされており、エシエタ・カブラ＝デイヴィス（Eshita Kabra-Davies）によると、「いいね！」は1ヶ月で76%も

⁶³ Emily Chan, 「キャサリン妃、ウィリアム王子が創設したアースショット賞で10年前のドレスをリバイバル。」, VOGUE JAPAN, 2021年10月18日, <https://www.vogue.co.jp/celebrity/article/duchess-of-cambridge-recycles-alexander-mcqueen-gown-earthshot-prize>.

増加しているという。⁶⁴ また、英国皇太子妃がウィリアム王子との初めての公式肖像写真で着用したグリーンファルコネッティのドレスは、By Rotation で 25 回以上レンタルされ、最も人気のあるレンタルの一つであり続けている。⁶⁵

また、キャサリン妃自身がレンタルサービスを通してドレスを着用した際は、メディアを大いに賑わせた。⁶⁶ その姿が見られたのが、アースショット賞の第二回授与式である。授与式で披露される衣装は、再利用またはリサイクルしたものであることが求められていたのだが、キャサリン妃はイギリスのレンタル衣裳スタジオ HÜRR でレンタルした Solace London のグリーンのドレスを着用した。レンタルサービスに抵抗がある人もいる中、プリンセスがレンタルサービスを使う選択をしたことは先進的であったと言えるだろう。

2.3.5 リフューズ

キャサリン妃は、ファッションブランドから贈られた衣服を「自分は着ないから」と言って送り返したことがあるという。⁶⁷ この行為は、「1.2.2 購入・レンタル」で紹介した「リフューズ (Refuse)」の概念に当てはめて解釈できる。つまり、「自分が着ないものは持たない」という姿勢を徹底しているのだ。キャサリン妃のこの行為が際立っているのは、贈り物という断りにくい状況であっても、自分の価値観と必要性に照らして判断し、不要なものはきっぱりと「持たない」と決めている点である。これは「何を買うか」以前に、「何を選ばないか」「何を持ち込まないか」を意識する姿勢であり、まさにリフューズの実践である。消費者としても、セールや流行など購買意

⁶⁴ Georgia Brown, “The Secret to Princess Kate’s Sustainable Style Revolution Explained”, HELLO!, 14 Apr. 2023, <https://www.hellomagazine.com/fashion/royal-style/489995/kate-middleton-sustainable-fashion-revolution/>.

⁶⁵ 同上

⁶⁶ Elise Taylor, “Kate Middleton Wears a Rented Dress and Princess Diana’s Choker to the Earthshot Prize in Boston”, VOGUE WORLD, 2 Dec. 2022, <https://www.vogue.com/article/kate-middleton-earthshot-prize-rented-dress#:~:text=Instead%20of%20purchasing%20a%20brand,1.3%20million%20items%20since%202010.>

⁶⁷ にしぐち瑞穂, 『キャサリン妃着こなしルール』, p.21.

欲を刺激する要素に対して、「それは本当に必要か？」と自問することが、意味のある消費を見極める第一歩となる。このような選択の積み重ねが、結果としてサステナブルなファッションの実践に繋がっていくと考えられる。

2.3.6 ハイ&ロー

サステナブルファッションというと、「高価で環境に配慮されたブランドを選ぶべきもの」といったイメージを持たれがちである。そうした視点から見ると、キャサリン妃のスタイルは一見、サステナブルとは矛盾しているように見えるかもしれない。なぜなら妃は、ハイブランドだけでなく、手頃な価格のローブランドも頻繁に着用しているからだ。実際に妃のスタイルは「ハイ&ロー」と呼ばれ、高価なアイテムと安価なアイテムを巧みに組み合わせることで知られている。特に ZARA のアイテムを着回す姿から、英国では「ケチなプリンセス」と称されることもある。これは、王室メンバーとして税金を原資にした公務費を使っていることを踏まえ、無駄遣いせずに質素な姿勢を評価する声である。⁶⁸ 一方で、「王室の顔」としてサステナブルファッションを体現する立場にあるなら、高価な環境配慮型ブランドだけを着るべきだという意見もあるかもしれない。⁶⁹ しかしキャサリン妃は、価格帯にとらわれず、「自分に似合うかどうか」を基準に服を選んでおり、その姿勢は一貫している。いくらでも高価な衣服を選べる立場にありながら、あえて ZARA のようなブランドを自身のワードローブに取り入れているのは、妃の価値観に基づく選択だといえる。サステナブルファッションにおいて重要なのは、ブランドの価格帯以前に、自分の価値観やライフスタイルに合った服を選び、長く大切に着るという姿勢である。

このように、着用する衣服を全てサステナブルブランドで揃える必要はない。むしろ、自分のスタイルに合い、長く着られると感じたものを大切に着続けることこそが、最も現実的でサステナブルな選択である。

⁶⁸ にしぐち瑞穂, 『キャサリン妃着こなレール』, p. 17.

⁶⁹ Georgia Brown, “The Secret to Princess Kate’s Sustainable Style Revolution Explained”.

3 結論

本稿では、サステナブルファッションの実践方法を検討し、その具体例としてキャサリン妃のファッションスタイルを取り上げた。妃のスタイルには、ベルトを使った着回し術やレンタルサービスの活用など、具体的かつ日常に応用しやすい工夫が数多く見られる。そして、研究を通して最も印象的だったのは、妃自身がファッションを心から楽しんでいるという点である。「サステナブルファッション」と聞くと、多くの人は、サプライチェーンの複雑さや地球環境といった大きな問題を背景に、どこか難しそうでとっつきにくい印象を抱くかもしれない。さらに、高価な衣服を購入しなければならない、あるいは衣服の購入自体を控えるといった、制限的・否定的な行動を求められるものとして想像されがちである。しかし、キャサリン妃のように自分の好きなアイテムを自らの意思で選んだり、試行錯誤しながらコーディネートを楽しむという営みの積み重ねが、結果的にサステナブルなファッションの実践に繋がる可能性がある。もっとも、キャサリン妃のファッションには、高級ブランドのアイテムや、一般の人々には手が届きにくいハイセンスな着こなしも多く含まれており、そのすべてが私たちの日常生活に応用できるわけではない。そこで本稿では、「消費者が実践可能なサステナブルファッションの方法」に焦点を当て、参考にしやすい具体例を選び紹介したことをここに付記しておきたい。

なお、キャサリン妃は2024年1月に腹部の手術を受けたことを発表し、3月にはがん闘病中であることを公表した。その後は治療に専念し、同年9月には化学療法を終えたことを報告している。病氣療養中は長らく公の場に姿を見せなかったことから、SNSで憶測や誤情報が拡散されたり、公開された写真の加工疑惑で混乱を極め、妃自身が謝罪コメントを発表することもあった。そうした状況の中でも、妃は2025年7月2日にエセックス州の科尔チェスター総合病院を訪問した際、「治療中はある種の気丈さや平静さを見せ、治療が終われば、前に進もう、元の状態に戻ろうという気持ちになる」と語っている。⁷⁰しかし、同時に、「でも実際にはその後の段階は本当につらい。必ずしも臨床チームの監督下にあるわけではないが、おそらく以前のように自宅で普通に生活することはできない」とも吐露している。⁷¹そして、5月のメンタルヘルス啓発週間に合わせてX（旧ツイッター）に投稿された動画では、冒頭で「この1年

⁷⁰ CNN 編集部, 「英キャサリン妃、がん治療後の『非常につらい』状況を語る」, CNN.co.jp, 2025年7月3日, <https://www.cnn.co.jp/world/35235042.html>.

⁷¹ 同上

間、自然は私の聖域だった」と話している。⁷² この発言からは、自然の力やその大切さを、妃自身が改めて深く実感していることがうかがえる。また、2025年7月1日には、妃がウィリアム皇太子とともにロイヤルワラント（王室御用達）授与者の認定を受けたことで、妃の選ぶブランドやスタイルが社会に与える影響は一層大きくなると予想される。⁷³

このように、キャサリン妃のファッションは、サステナブルファッションの理想と現実の橋渡しをするロールモデルとして、多くの人々に影響を与える可能性がある。本稿で取り上げたような、小さくとも前向きな工夫の積み重ねは、私たち消費者が無理なく、楽しみながらサステナブルな選択を実践していくうえで、有効な手がかりとなるだろう。今後も、そうした発見を日常の中やキャサリン妃のファッションのような具体例から見つけ出し、大切にしていきたい。

⁷² 同上

⁷³ Kaori Takeuchi, 「ウィリアム皇太子とキャサリン妃、王室御用達の授与ができるように。チャールズ国王が授与者に任命」, ELLE, 2025年7月1日, <https://www.elle.com/jp/culture/celebgossip/a65257879/princess-catherine-prince-william-issue-royal-warrants-250701/>.

参考文献

- airCloset, 「airCloset エアークローゼット あなたの、もうひとつのクローゼット」, n.d., <https://corp.air-closet.com/service/>.
- , 「エアークローゼットがレンタルによる循環で衣服廃棄ゼロを実現」, 2022年2月24日, <https://corp.air-closet.com/news/press-release/220224/>.
- , 「環境省実証事業による、ファッションレンタルサービスの脱炭素・資源循環効果を公開」, 2023年5月23日, <https://corp.air-closet.com/news/press-release/230523/>.
- Beard, Landlord, “Prince William Admits He Fears Giving Charlotte and Louis ‘the Burden’ of Climate Change Worry”, People, 14 Oct. 2021, <https://people.com/royals/prince-william-admits-climate-change-fears-for-prince-george-princess-charlotte-prince-louis/>.
- Brown, Georgia, “The secret to Princess Kate’s sustainable style revolution explained”, HELLO!, 14 Apr. 2023, <https://www.hellomagazine.com/fashion/royal-style/489995/kate-middleton-sustainable-fashion-revolution/>.
- Clara, Strunck and Yu Mochizuki, 「ロイヤルファミリー着用ブランドが、一夜にして爆発的な人気を得るまで」, Harper’s BAZAAR, 2023年9月5日, <https://www.harpersbazaar.com/jp/fashion/celeb-fashion/a44995676/kate-effect-brands-worn-by-royals-230915-hns/>.
- CNN 編集部, 「英キャサリン妃、がん治療後の『非常に辛い』状況を語る」, CNN.co.jp, 2025年7月3日, <https://www.cnn.co.jp/world/35235042.html>.
- Davis, Jessica, 「キャサリン妃効果、やはり絶大！ジュビリー後にキーワード検索数が急増」, Harper’s BAZAAR, 2022年6月10日, <https://www.harpersbazaar.com/jp/fashion/celeb-fashion/a40247153/kate-platinum-jubilee-style-220610-hns/>.
- Emily, Chan, 「キャサリン妃、ウィリアム王子が創設したアースショット賞で10年前のドレスをリバイバル。」, VOGUE JAPAN, 2021年10月18日, <https://www.vogue.co.jp/celebrity/article/duchess-of-cambridge-recycles-alexander-mcqueen-gown-earthshot-prize>.
- Foltyn, Jacque Lynn, “Sustainable Kate? Wear-Again Anne?: The Recycled Fashions of

- the Duchess of Cambridge and the Princess Royal”, in *Engaging with Fashion Perspectives on Communication, Education and Business*, edited by Federica Carlotto and Natalie C. McCreesh, Brill, 2018, pp.271–93.
- Jacobs, Bel, “The 300-Year-Old Japanese Method of Upcycling”, BBC, 14 Oct. 2024, <https://www.bbc.com/culture/article/20231013-the-300-year-old-japanese-method-of-upcycling>.
- Jaller, Miguel and Anmol Pahwa, “Evaluating the Environmental Impacts of Online Shopping: A Behavioral and Transportation Approach,” *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 80 (2020): 102223, <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102223>.
- KOMERU, 「エシカルとサステナブルの違いとは。ファッション業界の変化と取り組み」, n.d., <https://komehyo.jp/komeru/640>.
- Myers, Justin Sean, “Theories in Environmental Sociology”, in *Twenty Lessons in Environmental Sociology*, edited by Kenneth A. Gould and Tammy L. Lewis (Oxford UP, 2020), pp. 28–56.
- Penelope Chilvers , “Our Approach”, n.d., https://penelopechilvers.com/our-approach?srsltid=AfmBOoq6mv4Ok5U18Aqmu15dDCzC6AKBzLB6Et_feMmBJnvMHCXtnuSi.
- Petit, Stephanie, “Kate Middleton and Prince William Grill Veggie Burgers and Sow Wildflower Seeds in Eco-Friendly Scout Meet-Up”, People, 1 Nov. 2021, <https://people.com/royals/kate-middleton-prince-william-kick-off-cop26-visit-meeting-young-scouts/>.
- PR TIMES, 「Z世代の5割は、お金があったらハイブランドを『買いたい』。購入の決め手は『価格』と『デザイン』」, 2023年12月14日, <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000084.000071963.html>.
- Sanchez, Chelsey, “Princess Kate Says She Wants to Shape ‘Kinder, More Equal Societies’ in Rare Speech”, Harper’s Bazaar, 10 Oct. 2023, <https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a45496895/princess-kate-middleton-speech-world-mental-health-day-2023/>.
- Shift C, “6146 Rated Brands”, n.d., <https://shiftc.jp/brand/>.

- , “How We Rate Fashion Brands ファッションブランドの評価方法”, n.d., https://shiftc.jp/how_we_rate/.
- Skinner, Gideon, Keiran Pedley, Cameron Garrett, Ben Roff, Laura King, “Public Perceptions of the Royal Family Improve as Prince and Princess of Wales Remain the Most Popular and Over Half Believe King Charles Is Doing a Good Job”, Ipsos, 7 May 2024, <https://www.ipsos.com/en-uk/public-perceptions-of-royal-family-improve-prince-and-princess-of-wales-remain-most-popular-royals>.
- Takeuchi, Kaori, 「ウィリアム皇太子とキャサリン妃、王室御用達の授与ができるように。チャールズ国王が授与者に任命」, ELLE, 2025 年 7 月 1 日, <https://www.elle.com/jp/culture/celebgossip/a65257879/princess-catherine-prince-william-issue-royal-warrants-250701/>.
- , 「実はこんなにやっている！ 尊敬したい、英国ロイヤルズの“SDGs”トリビア 18」, 25ans, 2023 年 4 月 20 日, <https://www.25ans.jp/princess/british-royal-family/g43637913/britishroyals-sdgs-230420/>.
- Taylor, Elise, “Kate Middleton Wears a Rented Dress and Princess Diana’s Choker to the Earthshot Prize in Boston”, VOGUE WORLD, 2 Dec. 2022, <https://www.vogue.com/article/kate-middleton-earthshot-prize-rented-dress#:~:text=Instead%20of%20purchasing%20a%20brand,1.3%20million%20items%20since%202010>.
- United Nations, “UN Launches Drive to Highlight Environmental Cost of Staying Fashionable”, UN NEWS, 25 Mar. 2019, <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161>.
- UPCYCLE JAPAN, 「今こそ知りたい『アップサイクル』その歴史・リサイクルとの違い・衣食住から見る 12 事例を詳しくご紹介！」, n.d., <https://www.upcycle.co.jp/articles/posts/yAASe3DK>.
- eccLab, 「通販サイトでのファッションアイテム購入の失敗経験者は 43.3%」, 2018 年 10 月 26 日 <https://ecclab.empowershop.co.jp/archives/55853>.
- 池田真隆, “国内 500 アパレルブランドのエシカル度を比較、「Shift C」とは”, alterna, 2025 年 2 月 6 日, <https://www.alterna.co.jp/146250/>.

大本綾, 「『刺し子』から考える意味のイノベーション」, News Picks, 2024年6月17日, <https://newspicks.com/news/10135047/body/>.

オリムパス製絲株式会社 手芸のオリムパス編集部, 「刺し子の基本」, 手芸のオリムパス, n.d., <https://www.olympus-thread.com/basic/sashiko/17/>.

環境省, 「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」, n.d., https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/.

——, 「71.9%」, ecojin, 2021年9月29日, <https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/scope/20210929.html>.

講談社 SDGs, 「【2025年版】アップサイクルとは? リサイクルやリメイクとは違う、SDGsへの新たなアプローチ | SDGsにまつわる重要キーワード解説」, 2025年5月12日, <https://sdgs.kodansha.co.jp/news/knowledge/40580/#section-1-1>.

国際連合広報センター, 「国連、ファッションの流行を追うこと環境コストを『見える化』する活動を開始」, 2019年4月30日 https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/32952/.

佐藤みづ紀, 「サステナブルとは? 意味やSDGsとの関係性、実践のヒントを紹介」, 朝日新聞 SDGs ACTION!, 2023年1月20日(更新:2024年7月9日), <https://www.asahi.com/sdgs/article/14813463>.

消費者庁, 「令和3年度サステナブルファッションに関する消費者意識調査」, 2021年10月13日, https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/investigation/assets/consumer_education_cms202_211013_01.pdf.

スパロウ眞奈, 「高級ブランドはファストファッションよりサステナブルといえるのか?」, 2024年6月28日, Shift C, https://shiftc.jp/2024/06/28/luxury_fashion_sustainability/.

デカボ Lab, 「ウルトラファストファッションの誘惑に揺れるZ世代。環境への悪影響を知らずについ購入してしまう『ごめんね消費』の現実とその背景を調査」, 2024年11月21日, <https://decarbolarb.earth-hacks.jp/journal/decarbolarb-ultra-fast-fashion>.

東京ガス ウチコト編集部, 「イギリスから来た古くて新しい服のお直し、ダーニングを学ぶ～Vol.1 ダーニングの魅力」, 2024年12月6日, <https://uchi.tokyo-gas.co.jp/topics/10003>.

中野香織, 『ロイヤルスタイル——英国王室ファッション史』, 吉川弘文館, 2019年.
にしぐち瑞穂, 『幸せを引き寄せる——キャサリン妃着こなしルール』, 幻冬舎, 2015年.

——, 「元ガールスカウトのキャサリン妃、113年の歴史上初の“スカウト”女性総裁に任命!」, 25ans, 2020年10月1日,
<https://www.25ans.jp/princess/catherine/a34228918/kate-201001/>.

水野大二郎+Synflux 編著, 『サステナブル・ファッション——ありうるかもしれない未来』, 学芸出版社, 2022年.

ユニクロ, 「RE.UNIQLO」, n.d.,
https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/sustainability/planet/clothes_recycling/re-uniqlo/.

ユニクロ, 「RE.UNIQLO (リサイクル・リユース) について」, n.d.,
<https://faq.uniqlo.com/articles/FAQ/100001727/?l=ja&fs=RelatedArticlehttps://faq.uniqlo.com/articles/FAQ/100001727/?l=ja&fs=RelatedArticle>.