特選
2021
文部科学
大臣賞

第19回「金融と経済を考える」高校生小論文コンクール

ものを大切に使うということ

東京都・東京都立国際高等学校　2年　小林　晏

「この服高い。」

私が4,000円の服を見てそう言うと、隣で見ていた父が、「最近の子はお金の感覚がおかしくなってるよ。」と呟(つぶや)きました。私はいつもそれと同じようなデザインのTシャツを1,000円で買っているので、何がおかしいのか分からず、父になぜそう思うか聞くと、昔は一つの服を大切に何年も何十年も着ていたこと、だから品質もデザインも良い高い服を買っていたことを教えてくれました。私の父は、家に帰ってから父が20代の時から使っているネクタイやズボンなどを見せてくれました。それから、私もクローゼットを開けて自分の持っている服を見渡してみましたが、中学2年生から身長も体重もほとんど変わっていないのに、古くても1年前の服しかありませんでした。それ以前に買った服を捨ててしまったのは、その服がもう流行ではなくなったからだったり、首元がよれてしまったからだったと思います。私は自分のクローゼットの中を見て、父の言ったように私と同じ世代の子は洋服に対する金銭感覚がおかしくなっているのかもしれない、と思いました。金銭感覚がおかしくなってしまった、というより、服を大切にするという感覚を失ってしまった、の方が適切な表現かもしれません。そこで、私は自分の周りの人がどのような理由で服を捨てているのか興味を持ったので、アンケートを取りました。まず、私と同じように「もう流行っていない」という理由で服を捨てたことがあるか、という質問に対して、回答者82人のうち15人が「はい」、67人が「いいえ」と回答しました。しかし、どのような理由で服を捨てているか、という質問に対して15人からは、「デザインが好きじゃなくなった」「汚れてしまった」など様々な回答が集まりましたが、デザインや好みの変化を理由に捨てた人が多くいました。このような理由で服を捨ててしまうということは、好みが変わるたび、または流行が変わるたびに服を買い替えているということです。今の世代の人が服を大切にする感

© 金融広報中央委員会2021

覚を失ってしまったのは、こういった消費行動が原因ではないでしょうか。

現代は、ＳＮＳが普及したことで新しい情報が次から次へと飛び交うようになり、流行が目まぐるしく変化するようになりました。そしてその流行が過ぎ去っていくと、また新しい流行が生まれていくのです。雑誌が主流であった父の世代に比べ、ＳＮＳを使うようになってから毎日新しい情報が目に入るため、流行の移り変わりも昔より早くなったのではないかと考察します。また、私たちはＳＮＳを使って情報を集めるようになった一方で、ＳＮＳを「自分をアピールするツール」としても使うようになりました。そのため、今まで以上に自分が人にどう見られているのか、どう思われているのかを気にするようになったのです。これが原因で、流行の服を買うようになる人が増えたと考えます。そして、何より問題なのが、流行の服はとても売れる上に売れなくなるのも早いので、安く売られ、大量生産・大量消費されるいわゆる「ファストファッション」だということです。このようなファストファッションが普及し始めたのには、大きな理由があります。それは、若年層の節約思考です。実際の総務省のデータを見ると、可処分所得に占める消費支出の割合である平均消費性向の 1984 年から 2014 年までの推移は、全体が低下する中、20 代、30 代前半は全体より低下幅が大きいのです[1)]。この節約思考により、特に若年層の消費者がより安く、お得な商品を求めるようになりました。さらに、節約思考が広がるにつれて多くのファストファッションブランドが生まれたため、安いということが大前提となり、それに加えてデザイン性や流行、品質なども求められるようになりました。安くてデザイン性も高い服を売り出す店が年々増え、アパレル業界全体に大量生産・大量消費の流れができてしまっています。私は、中学２年生の時に、世界中に支店を持つような大手洋服チェーン店で職場体験を１週間ほどした経験があります。その時の仕事は主にストックの整理や品出しで、毎日のように新作の洋服が大量に段ボールに詰められて店に運ばれてきて、ひたすらそれを開けてはハンガーにかけていくという作業をしていました。私はこの時、まだ「ファストファッション」という言葉すら知らなかったのですが、それでも大量に運ばれてきた新作と沢山売れ残ったセール品を入れ替える時に、何か違和感を感じたのを覚えています。

私はファストファッションが 100％悪だとは思っていません。なぜなら、デ

© 金融広報中央委員会2021

ザイン性の良いものが安く手に入るというのは、若者や低所得者にとってとても有り難いことだと思うからです。しかし、ファストファッションが環境に悪影響を与えているのも事実です。環境問題の中でも特にゴミ問題が深刻です。日テレニュース24は、「独立行政法人・中小機構の報告書によると、日本における衣料品の廃棄は、年間約100万トン、約30億着にのぼる」と報道しました[2)]。私は、このファストファッション問題を解決するために一人一人の消費行動を変えていく必要があり、まずは、流行を追うという消費から、自分に合ったものを消費するという消費行動に変えるべきだと思います。ＳＮＳが進化し情報に溢(あふ)れている今、知らないうちに流行が自分の好みかのように錯覚してしまうことがあります。そのため、本当に自分が好きなものや自分に合ったものを見極めないと、買ってからその服を買ったことを後悔して、捨ててしまうということが起こります。実際、冒頭にも出した服を捨てる理由を尋ねたアンケートでも、回答者31人のうち12人が、「着てみたら小さかった」「似合わなかった」などと回答しました。しかし、それでもトレンドを取り入れたいと思う人も多くいると思います。そこで、新たにファストファッションの解決の糸口として注目されているのがファッションレンタルサービスです。これは、洋服を買わずに定額料金で借りることができる、サブスクリプションの一種です。このサービスがあれば、服にすぐ飽きてしまう人やトレンドに敏感な人も大量消費の道を避けることができます。また、もうひとつの大量消費を避ける道として利用されているのがフリーマーケットアプリです。どのくらいの人が利用しているのか気になったので、これについても「フリマアプリで服を売ったことがあるか」とアンケートを取ると、84人中19人が「ある」、65人が「ない」と回答しました。私の家ではいらなくなった服は売る、というのが当たり前のようになっていたので、想像していたよりも使ったことのある人が少なく驚きました。ですが、アプリでは売ったことがないが、近所のフリーマーケットで売っている、という人は10人ほどいました。このように、ファストファッションが広まる一方で、服の価値を見失わずに、知恵を出し合って少しでも廃棄量を減らそうと努力している企業や個人が多く存在するのです。

　これらのファストファッションを解決する方法は、アパレル業界だけではなく、今の大量生産・大量消費社会において様々なことに通用すると思います。

© 金融広報中央委員会2021

私たちが自分の欲望のままに物を買い、そのニーズに合わせて企業が大量生産するという流れは、私たち一人一人が消費に対する意識を変えていかない限り終わりがありません。ただ、何もかも我慢して消費するということにマイナスなイメージを持ってしまうのもよくないです。これからの社会に最も必要なのは、楽しい消費と環境保護のバランスではないでしょうか。このバランスを保つために、個人が自分に合ったものを見極めたり、廃棄量を減らす個人の努力と、企業がサステナブルファッションを積極的に売り出したり、企業ゴミを減らす企業の努力の両方が必要不可欠だと考えます。この両方の努力が繋(つな)がり社会全体に大量生産・大量消費から脱却する流れが生まれれば、「サステナブル」な商品が大流行し、楽しい消費と環境保護のバランスが最高に保たれる、そんな社会になる日も近いと思います。

父は、「最近の子はお金の感覚がおかしくなっている。」と言っていましたが、この論文を書いていて、「最近の子」がおかしいというより、「世の中全体」のお金の感覚が昔と比べて変化しているのだと感じました。社会全体で大量生産・大量消費の流れができてしまうと、いくら個人が努力しても大きな変化を生むことはできません。だからこそ、私はＳＮＳなどを使って多くの人に訴えていきたいです。私が大量消費のスタイルをやめてレンタルサービスやフリマアプリを使っていれば、その姿を見て周りの人が影響を受け、同じように大量消費スタイルを変えてくれるかもしれません。その輪が広がってくれることを信じて、まずは私が一歩踏み出してみようと思います。

（注）

1）消費者庁「平成 29 年版消費者白書　第 1 部第 3 章第 1 節 (2) 若者の消費支出について」
図表Ｉ - 3 - 1 - 3
URL　https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2017/white_paper_131.html#zuhyo-1-3-1-3
閲覧日 2021 年 2 月 19 日

2）日テレ NEWS24「衣料品の廃棄は年間 30 億着、どう減らす？」
URL　https://www.news24.jp/articles/2019/04/18/07429544.html
閲覧日 2021 年 2 月 19 日

© 金融広報中央委員会2021