

ファッションブランドPilgrim Surf+Supplyに聞く

サステナブルプログラム構築への挑戦



▲ブランドのアイコンであるペナントロゴを使ったTシャツ。



▲購入者はタグのQRコードから支援方法を選ぶことができる。さらにアプリを通して生産者の生活環境の向上などの変化を知ることができる。

大量の商品を取り扱い、大量の廃棄を生むファッション業界。安さが求められるこの業界は、環境負荷が高く、国連貿易開発会議から「世界第二の汚染産業」との烙印を押されています。過去20年間のうちに衣料品の生産は約2倍になり、購入が急増するにつれて、捨てられるスピードも早まっています。そのような業界において、「ファッション業界をよりサステナブルに」と、海外の生産者と消費者をデジタル技術で結ぶ新たな取り組みであるプラットフォーム「farmers 360° link」を採用したPilgrim Surf+Supply（ピルグリム サーフ+サプライ）のディレクターにお話を聞きました。

海外では衣服の生産現場の透明性を求める「Fashion Revolution」という活動が活発化し、欧州連合（EU）は売れ残った衣服の廃棄を禁止する「エコデザイン規制」を2024年7月に導入するなど、世界の潮流は大量生産社会からの脱却を図ろうとしています。そこには、サステナブルとは、私たちの生活に取り入れることから始

まる、という考え方があります。

日本ではビームスとパートナー契約したPilgrim Surf+Supply（以下、ピルグリム サーフ+サプライ）。そのディレクター（事業責任者）の泉貴之さんは、「もともとビームスは、ライフスタイルを提案するという観点から、サステナブル、環境、人道に重きを置いてきました。そして、それぞ

ニューヨーク・ブルックリン発のブランドでありセレクトショップ。日本ではビームスとパートナー契約。日本の旗艦店は渋谷、京都にある。2023年に、「farmers 360° link」のアフリカのザンビアコットンを使ったTシャツを販売し、売り上げの一部が零細綿花生産農家の支援に使われる寄付の仕組みを取り入れた。購入者が商品タグのQRコードから支援内容を選ぶことができるほか、アプリを通して生産者の生活環境の向上などの変化を知ることができる。

れのブランドが、独自の取り組みが展開できる自由な社風や仕組みがあります。だからこそピルグリム サーフ+サプライで、新しい挑戦ができたんです」と説明します。

ザンビアの農家とつながる

渋谷駅から徒歩10分ほどのビルの一角に、ピルグリム サーフ+サプライのショップがあります。“自然と都会のデュアルライフ”をコンセプトにしている同ブランドの店内には、サーフボードやアウトドア用のイス、マグボトル、時計に混じって、Tシャツやパーカーなどの洋服が木製のハンガーにかかり、洋服屋というより、サーフィンが好きな友人の家に遊びにきたような感覚になります。

商品を手にレジに向かうと、スタッフが洋服の内側にあるタグを見せて、こう説明します。

「このTシャツに使われているコットンは、環境に配慮した農法で育てられ、一つずつ手摘みされたものです。大規模な農家とは異なり、一つひとつ丁寧に生産、収穫してくれているので、手間暇がかかっています。タグにあるQRコードをご自宅で読み取ってみてください。農家を支援するメニューが出てきます」

看板商品であるペナントロゴ入りのTシャツなど、対象の商品を購入すると、この「支援」ができます。素材であるコットンを小規模な農業者たちから仕入れて商品を作り、消費者の手に届け、商品の売り上げの一部を、生産者が暮らす地域の支援にまわすという、循環する仕組みです。

実際にタグのQRコードをスマホで読み取ると、画面にカラフルなイラストとともに「Farmer to You, You to Farmer（農家からあなたへ、あなたから農家へ）」というキャッチコピーが映し出されます。次に、ザンビアの地図と生産者のマップが現れ、寄付するお金の使い道が選択できるようになっています。選べるメニューは3つ^(※)で、「効率的なコットンの栽培に必要な農業資材支援」「水と衛生的な環境を整える、ポリタンク+手洗石鹸支援」「子どもの健康を食からサポートする高栄養食品支援」のいずれかです。

「生産者がどんな作り方をしているのか、マップをみると、農家一軒一軒の生産工程も見ることができます。農家の住む暮らしや地域が見えて支援メニューも選べるという、顔の見える寄付になるようにこだわりました」（泉さん）

※支援内容に関しては、購入時期によって異なります。

「farmers 360° link」との出会い

私たちは格安の洋服が手に入る時代に生きています。「ファストファッション」と



「farmers 360° link」の仕組みを紹介したパネルを店内に置いている。



ビルグリム
サーフ+サプライの店舗。

もいわれる洋服が大量に売っていますが、そこには低賃金、長時間労働、労働環境の問題が隠れています。そのような中で、「もっとサステナブル（持続可能）な方法でアパレルを作りたい」と願っていたと泉さん。大手商社の三井物産が開発した、世界中の農家のトレーサブルな生産物とデジタル技術を組み合わせ、購入者と生産者をつなぐ「farmers 360° link」というプロジェクトがあることを知ります。

「単なる寄付だと顔が見えない。寄付したその先の様子や暮らしている人の生活とつながりたかった」と泉さんは話します。

加えて、コットンは衣類の素材の1つなので、原料素材部門が担当だろうと泉さんは思っていました。が、「farmers 360° link」を開発したのは三井物産のインフラを担当する部門だと聞いて興味を持ったそうです。

「インフラというのはそこに暮らす人の生活がかかっているものなので、農家が住む地域を良くする支援につなげようという、本気度がうかがえました」と話します。

ただ、最初は寄付を積み重ね、現地に学校をつくりたいという思いもありました。しかし、プロジェクトチームで何度も話し合っていく中で、短期には現実的ではないという結論になりました。1つ学校を創れば教員が必要です。教員が住む宿舍もあわせて準備することになります。学校を継続するために必要となる金額の規模も全く違ってきます。実現するには、ビルグリムサーフ+サプライだけでなく、もっと多く

の仲間が必要だとなりました。

「まずは自分たちができる範囲の行動を起こすことで、それに共感してくれる企業やブランドが今後増えることを願っています」と泉さん。

また、このプロジェクトは寄付するだけでなく、その相手から素材（コットン）を仕入れる双方向のもので、導入することとは新しい素材への挑戦を意味します。それでも導入に踏み切ったのは、以下のような成功経験があったからと、泉さんは説明します。

ブランドとして寄付を絡めた 新たなアイテムへの挑戦

ビルグリムサーフ+サプライは、「farmers 360° link」導入の前に、環境対策への寄付活動を始めていました。それはショッピングバッグの有料化にともなう“寄付”でした。

2020年7月から環境負荷の低減を目指し、ショッピングバッグの有料化をスタートしましたが、もとは無料で渡していた商品袋を有料にして、そこで発生したお金が売上になることに違和感を感じていた泉さんは、スタッフと話し合いの場を持ちます。

「話し合いで、いただいたお金は環境団体に寄付したらどうかという意見がでました。しかし、寄付先はどこにしたらいいのかわからず、まったく顔の見えない団体に寄付するのにも躊躇がありました。そこで長年、環境活動団体を支援していたパタゴニアさんに寄付先を紹介してもらったんで

す。同じタイミングで日本ファンドレイジング協会の鵜尾雅隆さんがラジオで『正解を探すのではなく、好きな寄付団体、心が動く組織に寄付をすればいいんです』と話していて、そうか、自分たちらしい寄付をすればいいんだ、と。寄付をするなら、自然環境を守る活動をしている団体であり、さらに、社会や行政に社会問題として認知されていない“光の当たっていない活動”にスポットを当てたいという思いが出てきました」(泉さん)

さらに、寄付するだけにとどまらず、寄付先でどのように使われているのかを知る必要があると、寄付先の活動にスタッフを連れて参加したといいます。

「実際に現場に行ってみると、そこでのいろんなことを感じます。それを、店舗のスタッフに共有していけば、より多くのお客さまに私たちの想いを伝えられます。こうしていくことで、社会がもっとサステナブルになるとわかりました」と笑顔で話します。このような経験が積み重なり醸成したからこそ、ブランドとしてザンビア支援という新たなプロジェクトへ挑戦することができたのです。

「やると決めてから、どういう取り組みをするかをチームで議論しました。結果的にはピルグリム サーフ+サプライのシグネチャーアイテムに取り入れることになりました。シグネチャーアイテムとは、ブランドのロゴがプリントされたTシャツやトレーナーなどで、コンスタントに売れる定番商品です。ここで、最も考えなければいけないのは、その商品ブランドの価値を崩さないでいけるかということでした。素材を変

えても、今と同等の素材感を出せるかの方がハードルでした。何度か試し編みをしてOKがでて、プロジェクトが始まりました」

このプロジェクトは導入からまだ1年ほどですが、徐々に寄付対象のアイテム数を増やしています。今後の目標は、展開規模を大きくすること、そして支援選択率を上げることだといいます。

「まだ商品を購入したお客さまのうち、すべての方がQRコードを読み取って、支援を選択しているのか、というとそうではありません。このプロジェクトのことは必ず店頭で説明するようにしています。しかし、商品の購入はオンラインショップでも可能なので、ネットで購入されたお客さまには、直接、説明できない課題があります。もちろん説明は書いていますが、やはり面と向かって説明するのとしないのとでは違って来るかもしれません」と、課題を話します。

国連の「持続可能な開発目標 (SDGs)」が掲げているテーマの一つに、「つくる責任つかう責任」があります。環境や生産者に配慮した製品を、私たち消費者が選択していくことで、健全なビジネスの成長を促し、ひいてはそれが地球環境の保全にもつながっていく



購入費が寄付につながるショッピングバッグ。