

ファッションブランド「JAMMIN」に聞く

社会貢献×ビジネス展開の秘策

ファッション業界では、トレンドのサイクルの早まりが大量の在庫ロスを生み、サステナビリティへの対応が急務になっています。「いかに無駄をなくし、ブランドの価値を守るか」は大きな経営テーマです。そのような中で、あえて「トレンド予測をしない」「在庫を持たない」という独自の方法で事業と社会貢献を両立させているブランドがあります。京都にあるJAMMIN(ジャミン)です。毎週、異なるNPOとコラボし、受注があった分だけ手作業でプリントする方式を確立。寄付総額は1億2千万円を超えました(2025年11月時点)。社会貢献を軸にしながら、ビジネスとして持続している同社の取り組みを、企画・広報・ライターを担当する山本めぐみさんにお聞きしました。



山本さんは、「服は自分を表現するツールの一つ」といいます。「カッコいい! それどこの? 何て意味?」と、若い人が社会問題を知るきっかけになればと、Tシャツのデザインに社会問題を込めます。

「私たちは、自分たちが応援したいと思った様々なNPOやNGO団体とコラボし、その活動や想いをTシャツのデザインに落とし込んで販売しています」

きっかけは、同社代表の西田太一さんが学生時代にスリランカに行き、子どもたちが汚れた水を飲んでいる光景を目にしたことから。「バケツと砂利があれば簡単に水を綺麗にできて病気を防げるのだが……」と、自分の持っている知識で、救える命や解決できる問題があるかもしれないと気がついたそうです。



高い技術を誇る国内工場で生産された特注のTシャツ。1枚買うと700円がチャリティー先に寄付される仕組み(チャリティー先: NPO法人TSUBASA)

その後、発展途上国のインフラ開発などを行う建設コンサル会社勤務を経て、「目の前にある今にも死にそうな人たちの貧困をどうにかしたい」「一人の小さなアクションを通じて社会を良くしたい」「日々の暮らしの中で社会問題との接点を作りたい」という想いから、JAMMINを立ち上げます。

「これまでに提携した団体は580以上になりました」と山本さん。寄付額は700円を基本とし、たとえばTシャツ（3,500円）の場合、そのうちの20%が提携（コラボ）した団体に届けられるようになっています。

設立当初は寄付額が1万円程度だったといいますが、今では毎週15万～20万円になりました。いったい、どのようにJAMMINは認知されて、売上を伸ばしているのでしょうか。



学生時代に研究室で水の調査をしていた西田さん。発展途上国を訪れたときに、「小さなアクションで変えられることがある」と気がついたという

潮目は「日本ダウン症協会」とのコラボ

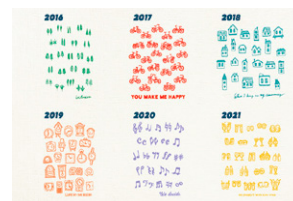
2013年の創業当時、クラウドファンディングなどは少しずつ認知されつつあったころでしたが、「服を買ってその一部を寄付するという取組みについては、世間の目には珍しく映っていたようです。当時はお金がなくて、自分たちでプリントしたTシャツを乾かす乾燥機も買えないので、アサガオを育てる支柱にかけ、家庭用ストーブで乾燥させていました」（山本さん）。

そんな流れが変わったのは、2016年に「日本ダウン症協会」とコラボしたとき。ダウン症は、21番目の染色体が1本多くあることによって起こる、生まれつきの染色体異常症です。こちらの団体とのコラボしたTシャツをリリースしたとたん大きな反響を呼び、チャリティー金額が30万円ほどに跳ね上がりました。それまでは多くても1団体につき1万円から3万円くらいの寄付金でした。このとき、「デザインの力を感じた」と山本さん。デザインは、葉っぱをモチーフにしたものを提案しました。2枚でワンセットとして描かれている葉っぱの中に、「3枚でワンセットの葉っぱ」があり、ダウン症のことを示すようにしたのです。

こうしてJAMMINの表現力によって、ダウン症への理解が深まることに手応えを感じ、「世界ダウン症の日」と定められた3月21日にあわせて、毎年コラボをするようになりました。コラボは10回を数え、2025年のコラボでは約156万円を寄付として届けました。



公財日本ダウン症協会とのコラボデザイン（販売期間2025/2/24～3/2）。21番目の「3つ」は、2つのショートケーキとケーキ箱。おいしいものを仲間と一緒に楽しむ幸せ、サポートしてくれる家族や仲間、一緒にいる仲間と、「笑顔いっぱい毎日」を！そんな気持ちを表現している



公財日本ダウン症協会とのこれまでのコラボデザイン。「23の対のうち、ひとつだけ3つあるシリーズ」



クリックすると
JAMMINの商品が
見られます。

定番のTシャツ以外にも、キッズ用、フリル袖Tシャツ、カットソー、スウェット、パーカー、エプロン、ショルダーバッグ、ポーチ、クッションカバーまで、多くのアイテムがある

ファンづくりがブランディングの一つに

JAMMINの強みは、メッセージ性です。デザインしたTシャツを通して、社会問題とNPOなどの団体の活動を伝えています。そこで活躍しているのが、山本さんのライティングです。ファッション業界では珍しく、専属のライターとして活躍しています。

山本さんは、毎週、コラボ団体にインタビューしてその団体が取り組んでいる社会問題、ミッション、寄付金の使い方を丁寧に聞き取ります。そしてそれをテキスト化して、Tシャツの販売と同時にJAMMINのHPにアップします。

「本気で取り組んでいる人たちの、ホンキを伝えたい」という山本さんの想いがほとぼしる文章を読むと、「このTシャツ、かっこいいな」と思った人が、さらに「世の中にはこんな社会問題があるんだ。それに向かって頑張っている人がいるなら応援してみよう」とついつい購入したくなる仕組みです。

Tシャツのデザインとテキストの両方に、熱いメッセージを込めることで、他のブランドと差別化してきたJAMMIN。ファッション業界で重視されるトレンド追求とは一線を画したことも加わり、次第にそのスタイルに共感する固定のファンができていきます。

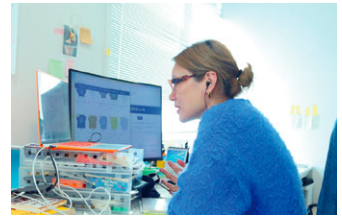
「オリジナルのタグが左の裾の部分についているので、発売されるデザインが毎回違って、『それJAMMINの服だよ』とわかります。ファンのみなさんも、イベントなどでこのタグがついている服を見かけると、仲間意識を持ってそうやってお話しされているそうです。NPOなどの団体さんは、セミナーや講演会などで同じような課題に取り組んでいる団体さんと横の繋がりががあるので、□コミでJAMMINを広げてくださることも多いですよ」と山本さんは嬉しそうに話します。

JAMMINのデザインは、社会課題を理解するためのコミュニケーションツールとなり、ファンが増えることで、「社会的メディア」にもなっているといえます。

ロスのない経営方針の確立

現在、アパレル業界は大量生産・大量在庫が前提の業界構造です。しかし、JAMMINは創業当初から、あえて小ロット、受注生産を選んできました。

「JAMMINは小さなブランドなので、賛否両論あるようなテーマに取り組んでいる団体であっても、自分たちの判断で支援しようと決めてコラボすることができます。日本には様々な社会問題があり、それを支えるいろいろな団体があるので、それを知ってほしい。



コラボ団体にオンラインでインタビューをする山本さん。毎回、しっかり時間をとって取材し、団体の活動や想いを伝えるべく熱の入った長文を書く。書いた記事はHPに掲載している

共感されやすく、支援が集まりやすい社会問題もあればそうでないテーマもあります。なかなか光が当たりにくい問題に取り組んでいる団体を紹介していきたいと思いますが、経営面ではTシャツは売れてほしい。そういうリスクマネジメントも兼ねて、1週間という区切りをつけて販売しています」と山本さん。

こうして販売期間を限定することで、トレンドや、凸凹がある売れ行きに頼らないという、ビジネス設計をしています。

他にも特徴的な経営方針があります。それは“受注生産”という、在庫を持たない独自のモデルです。小さなブランドなので大きな倉庫もなく、たくさんの在庫を抱えることができません。オーダーが入った分を事務所に併設されたプリント室で、手作業でシルクスクリーン印刷します。そのため、在庫廃棄ロスも発生しません。

アパレル出身者がいなくて素人集団だったからできたと山本さんは笑います。

JAMMINは、在庫ゼロの体制を構築してきました。この方針は、在庫は経営リスクの要因の一つとされている中で、経営面から見ても、今のSDGsの流れから見ても、ブランド価値の向上につながっています。

小規模だからこそ、SDGsの流れに沿ったブランドの構築が可能

JAMMINでは、顔が見えるモノづくりにもこだわっています。一部のアイテムからMADE IN JAPAN化を進めています。オリジナルTシャツに関しては、原料のコットンも2021年4月からインドの生産農家の暮らしに配慮したオーガニックのものに切り替えました。生地を編むところから、染め、裁断して縫製まですべて日本国内で行っています。取引している愛知県の紡績工場や染色工場などにも見学に行きました。どれだけ自動化されようが、現場に人がいないとモノづくりはできないと実感したそうです。

「私たちのTシャツは、多くの人たちの『てまひま』によって完成しています。生地を作り、染めて、縫製し、デザインを作り、版に仕上げ、プリントする。その後は、服をたたんで、梱包し発送。多くの部分が手作業です。JAMMINのアイテムには、デザインに込められた団体ごとの想いはもちろん、服の製造にも、人の想いが詰まっているんです。それを感じながら長く着ただけだったらと思います。ちなみに、服のたたみ・梱包作業は、事務所1階にある就労支援施設で働く人たちの力を借りています。就労支援施設は、JAMMINのものづくりに携わってくださっていた会社の社長のお子さんに障害があり、就労支援施設の立ち上げに至りました。今では運営は別ですが、同じ建物にあり、作業を委託したりと、その関係は継続しています」と山本さん。

小規模な会社だからこそできることがあり、サプライチェーン全体に目を配り、透明性を高めることで、社会へ利益を還元できることが、JAMMINから見えてきます。