

問題

右の図1は経済産業省（『繊維産業の課題と経済産業省の取組』）、図2は「小島ファッションマーケティング」による、国内のアパレル（服飾）産業の概況から作成したグラフである。以下の間に答えなさい。

問1 国内の、新品衣料の売れ残りや廃棄点数の統計は無いようです。しかし、再販売される一部を除き、焼却などで新品のまま廃棄される衣料品の数は、年間10億点にのぼるだろうと言われています（仲村和代、藤田さつき『大量廃棄社会』光文社新書2019）。このような結果を生む、国内のアパレル業界の状況はどのようなものなのでしょうか。同書によると、企業が縫製工場に発注する際に求められる最少単位は国内の工場では数十着、中国の工場では500～5000着、バングラデシュやベトナムの工場では1万～10万着であるといっています。必要ならこのことを参考にして、図1、2から読み取れる国内のアパレル業界の状況を、300字以内で述べなさい。

問2 国内だけでなく、欧米のアパレル業界も同様な課題を抱えています。この状況を改善しようと、「誰が私の服を作ったのか？」をスローガンに、国際的な運動「ファッションレボリューション」が生まれました。例えばその活動の一つに、2015年、ドイツで撮影し、インターネット上に配信されたPR動画があります。以下のような内容です。

買い物客でにぎわうベルリンの広場の真ん中に、1台の自動販売機が置かれています。無地の白いTシャツの自販機で、「たった2ユーロ（約250円）」と書いてあります。興味を持った人が寄ってきてお金を入れ、サイズのボタンを押すと、モニターに途上国の縫製工場で働く少女たちの姿が映し出されます。この映像にかぶせて、次々と流れるテロップ。

「マニーシャのことを知ろう」

「何百万もいる、女工たちの一人だ」

「私たちの着る、安い服を作っている」

「時給13セント（約13円）たらずで」

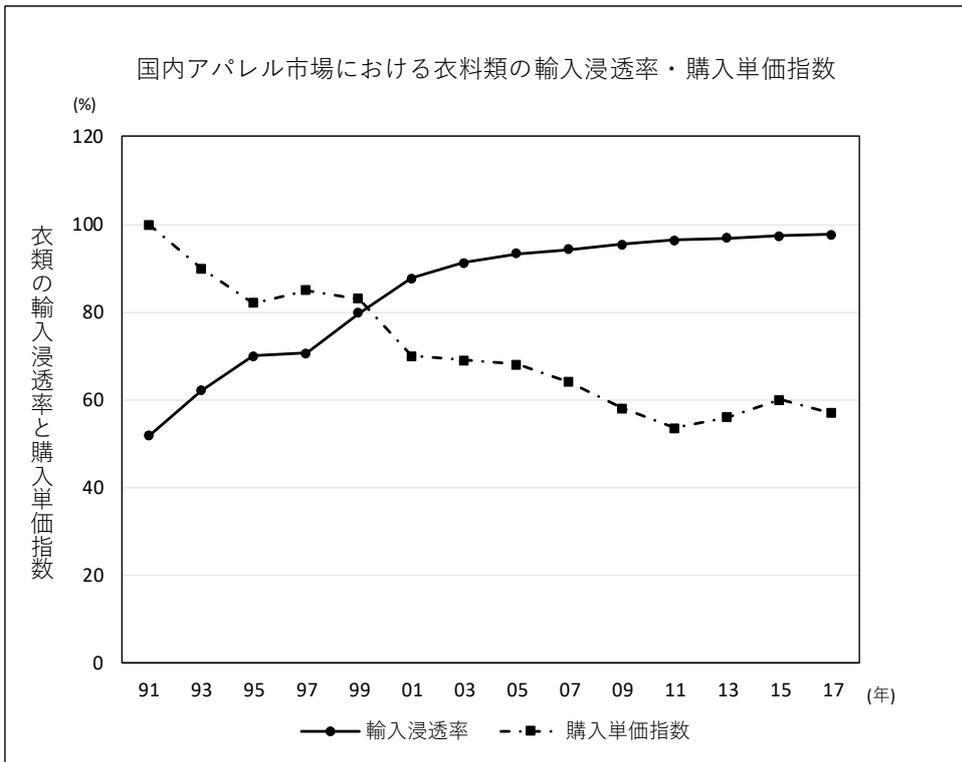
「毎日16時間も働いて」

映像の終わりに、「それでもまだ、あなたは2ユーロのTシャツを買いたいですか？」というテロップが流れ、次いで、「買う」「寄付する」の2択のボタンが表示されます。

PR動画には、次々に訪れては、複雑な表情でモニターの映像に見入る人々の姿が映し出されていきます。

この動画は、企業と消費者に対し、それぞれ何を求めているのか。また、そのことが右図から読み取れるアパレル業界の課題を改善することに、どのようにつながると考えられるのか。300字以内で述べなさい。

図1



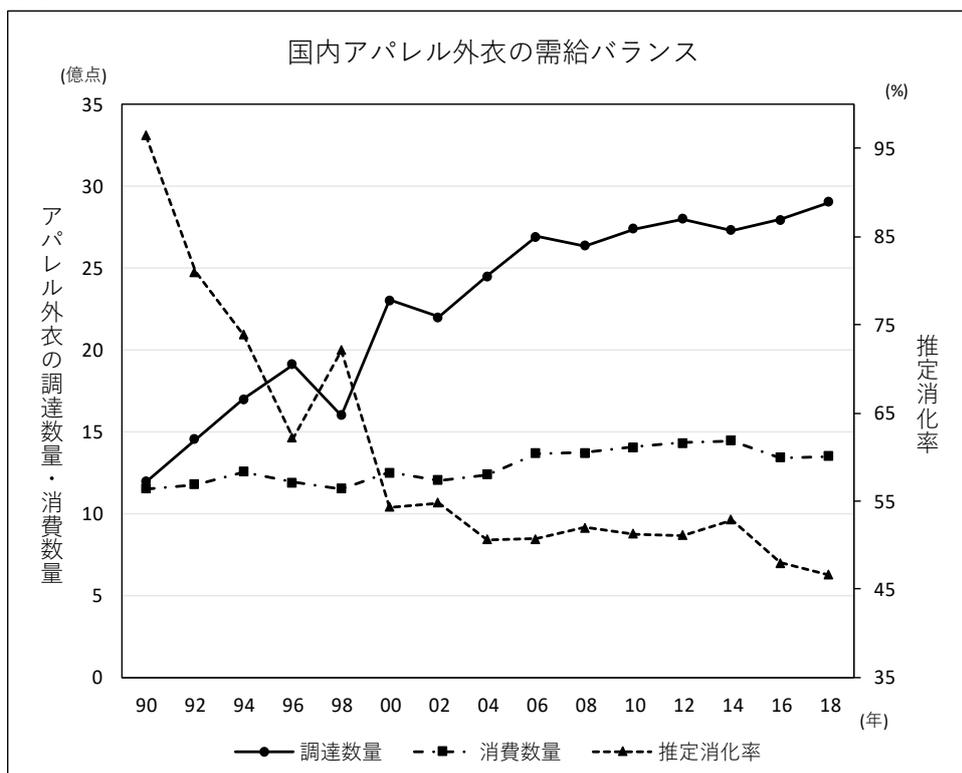
輸入浸透率：

国内で供給される衣料品数に占める輸入品数の割合

購入単価指数：

1991年の購入単価を100にしたときの購入単価の割合

図2



アパレル外衣：

下着を除いた衣料品

調達数量：

輸入数量+国内生産数量

推定消化率：

調達数量に占める消費数量の割合