

鉄道制服がバッグに大変身！静岡鉄道×地元ブランドのアップサイクルプロジェクト

静岡鉄道(株) ×ものがたりを着るお店choosy×(株)静鉄アド・パートナーズ

1.取組概要	静鉄電車沿線の事業者と連携し、鉄道・索道事業において定期更新により通常廃棄される制服を原料として、ショルダーバッグやエコバッグなどのアップサイクル商品を製作しました。製作した商品は、静鉄電車のイベント時に販売を行っており、併せて本プロジェクトの背景や目的を紹介する動画やパネルを展示することで、環境への意識啓発や沿線地域の活性化につなげています。
取組継続年数	1年目
2.該当するSDGs目標・ターゲット	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> <p>鉄道部で廃棄される制服をアップサイクルし、新たな価値を与えることで、資源を無駄にせず、環境への負荷軽減につなげています。また、本取り組みに関する紹介動画やパネルを作成し、イベント時にお客さまや他の企業にご覧いただくことで、環境啓発の輪を広げています。</p> <p>【ターゲット】 2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。</p>
3.目標に対する達成状況、実績	2024年度廃棄予定であった制服を用いて、アップサイクルを行いました。(ジャケット14着、パンツ28本、シャツ56着、ネクタイ14本の廃棄削減に貢献している)また本取組みが新聞や静岡ビジネスレポートで紹介されるなど、関係企業団体のイメージ向上につながりました。静鉄電車ファンや地域の皆さまへ商品を届けることで、沿線の活性化にも寄与しております。
4.取組が開始されたきっかけ・課題意識	一定の期間ごとに制服の交換しているが、制服の特性上、リユースやリサイクルが難しく、これまでには、やむを得ず廃棄という選択をしてきた中、古着の販売や服のお直し、アップサイクル商品の販売などを行なながら、環境活動にも取り組んでいる「ものがたりを着るお店choosy」から、制服アップサイクルの提案をいただいたことがきっかけです。
その他関連するSDGs目標	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p> <p>8 働きがいも経済成長も</p> <p>11 住み続けられるまちづくりを</p> <p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p>

5.取組イメージ

- ①制服交換時に出た不要の制服をchoosyに譲渡
- ②choosyが各デザイナーに依頼
- ③アップサイクル商品の製作
- ④静鉄電車のイベントで販売・環境啓発(廃棄しない選択をPR)



製作の様子(当社HPにて動画公開中)
https://youtu.be/uulXA8_4CuU?si=wScPLHl4MJ0tE8r



パネルデザイン



掲出の様子(トレインフェスタ)

6.応募した取組の今後の計画・展開

【アップサイクル商品の継続販売】

制服更新のタイミングにあわせて、引き続き、廃棄予定の制服を提供し、アップサイクル商品の継続的な販売を行います。あわせて、環境啓発につながるPR活動も継続して実施してまいります。

【同業他社へ展開】

制服の特性上、これまで廃棄を選択してきた他社に対し、本取組みを紹介し、アップサイクルの可能性を広くアピールしていきます。

【静岡鉄道と連携したファッションショーの展望】

廃棄制服を活用した衣装をモデルが着用し、ファッションショーが可能か検討しています。環境啓発活動をより多くの市民へ周知したいと考えております。

7.取組のポイント(挑戦性、新規性等)

【鉄道制服という“再利用困難素材”への挑戦】

本取組は、静岡県内で初めて鉄道会社の制服をアップサイクルしたものであり、全国的にも稀有な事例です。鉄道制服は、犯罪・テロ対策として一般的なリユースやリサイクルが困難とされてきました。その「再利用が難しい」という課題に対して、沿線地域の小規模事業者と連携し、“鉄道らしさ”というブランド価値を活かしながら、日常使いができる高品質な製品へと昇華させました。

【子育て世代の女性を起用一多様な働き方の創出】

アップサイクル製品の製作には、子育て中の女性クリエイターを起用。家庭と仕事を両立しながら得意分野を活かすという形で、柔軟で持続可能な雇用機会を創出しています。これはSDGs目標8「働きがいも経済成長も」や目標5「ジェンダー平等の実現」にも通じる取組であり、就労機会に制約を抱える人々の社会参画モデルとしても意義を有しています。

【廃棄ゼロと持続性一制服更新サイクルを逆手に取る】

鉄道制服は一定期間ごとに更新が必要となるため、今後も安定的な素材供給が可能です。これにより、単発の企画ではなく、持続的なアップサイクル事業として定着させる仕組みを構築しました。また、「制服を廃棄しない」という新たな選択肢を社会に提示するべく、社内外への発信活動にも注力しています。自社HPやYouTubeでの啓発動画配信、さらには他社と連携したイベントでのパネル展示などを通じて、業界全体への波及効果も目指しています。