



S REPORT サステナブルレポート No.71

ファッションと環境、両立の道とは

再資源化

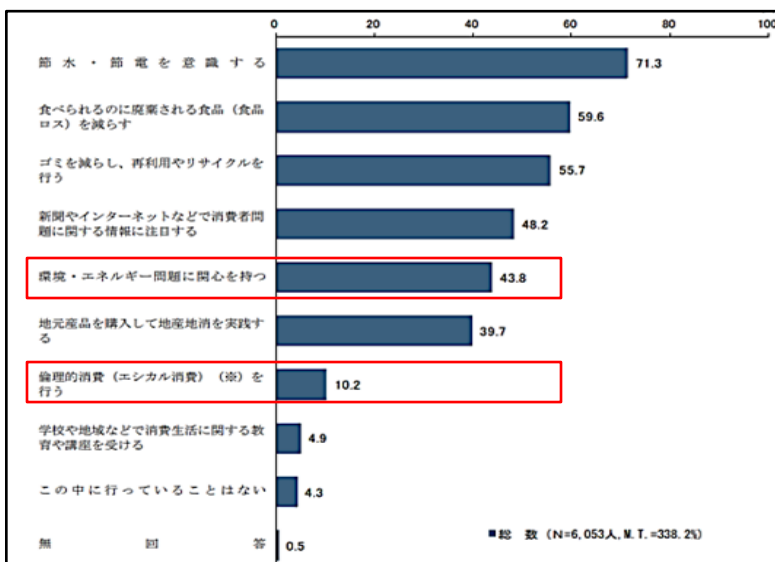
リサイクル



■ 消費者の意識は

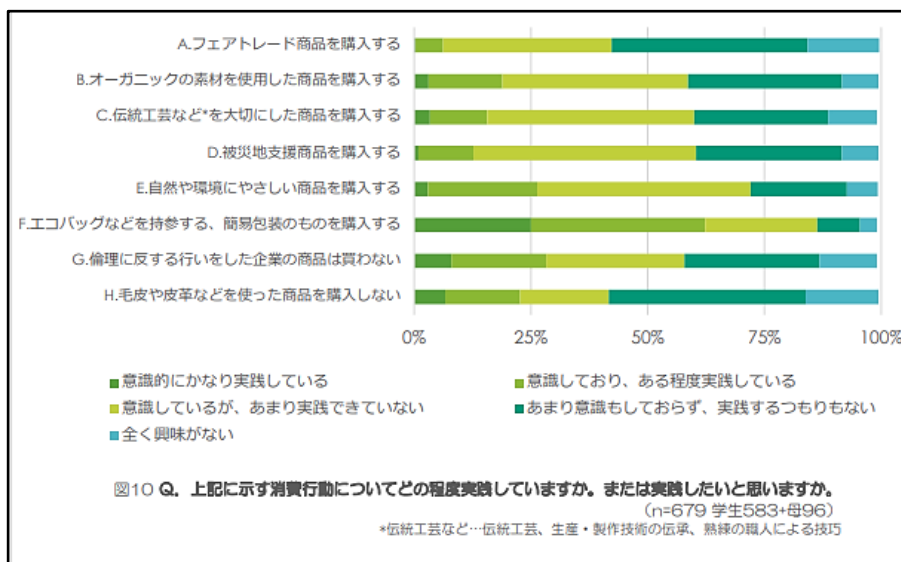
- 一般的な消費生活において、「環境・エネルギー問題に関心を持つ」は43.8%だが、「倫理的消費（エシカル消費）を行う」は10.2%にとどまる。
- ファッションにおけるエシカル消費の調査でも、実践している割合は20%前後にとどまる。
- 消費者の意識と行動の間にギャップがあり、環境に配慮した消費行動は最重要課題とは認識されていない。

■ 日頃の消費生活で行っていること



出典：消費者庁「平成30年度消費者意識基本調査」赤枠を筆者追記

■ ファッションにおけるエシカル消費の意識と行動



出典：一般社団法人日本衣料管理協会 「平成 28 年度トピックス調査 ファッションに対する価値観に関する調査」

意識を行動につなげる事が重要であり、課題である

■ 環境対策への取り組み

- ファッション業界の産業活動が環境に与える影響は大きいことが指摘されている。
- グローバル・ファッション業界は、2018年「ファッション業界気候行動憲章」を発表し、国連気候変動枠組み条約（UNFCCC）事務局のもと、気候への影響に取り組み始めた。

■ ファッション業界への警告

If the industry continues on its current path, by 2050, it could use more than 26% of the carbon budget associated with a 2°C pathway.

“今のままでは**2050年までに**
パリ協定の2度目標に関連する
炭素バジェットの**26%以上を**
ファッション業界が占める
可能性がある”

出典：Ellen MacArthur Foundation「A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE」(2017)著者抄訳

■ ファッション業界気候行動憲章

賛同者	112社（2020年10月現在）	
	グローバル企業	Adidas、Gap Inc.、H&M Group、Levi Strauss & Co. など
	日本企業	アシックス、ファーストリテイリング、YKK
	団体	社会的責任のためのビジネス、中国紡織工業連合会 など
	NPO	WWFインターナショナル
約 束	温室効果ガス排出量を合計 30%削減 （～2030年） 生産段階の 脱炭素化 気候に優しく 持続可能な素材 の選択 低炭素の輸送 消費者との 対話 と意識の向上 循環型ビジネスモデル の模索	

出典：国際連合広報センター「ファッション業界、画期的な気候行動憲章を発表」

ファッション業界の環境問題への取り組みが活発化

■ 消費者を巻き込むために、取り組みの拡大と工夫が求められる

- 生産・輸送・販売・廃棄回収の各段階における**取り組みが今後拡大・定着すれば、購買活動そのものが環境貢献につながる**スキームとなる。
- 社会的動機が高い消費者はエシカル消費を実行するが、個人的動機が高い消費者には影響しないとの研究がある。幅広い取り組みについて、**消費者が個人のメリットと関連付けられるような情報発信**が求められる。

■ 事例（H&Mの取り組み）



出典 調査…池田善英「倫理的消費に及ぼす購入動機の効果」(東京成徳大学経営学部経営論集第7号(2018) 掲載)

事例…H&M「サステナビリティ」を元に図を著者作成

写真…写真AC、pixabay

購入するだけで環境貢献できるスキームを目指して

■ 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会

「環境対策に関する自主行動計画」を作成

作成時期	2009年	
参加企業	40社 ・イッセイミヤケ ・オンワードホールディングス ・東京スタイル ・レナウン など	
内 容	温暖化対策 3 R 省エネルギー 社員啓発	

出典：一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会「環境対策」
<http://www.jafic.org/projects/environment/eco/>

■ 環境省、初めての環境負荷実態調査を実施決定

「令和2年度ファッションと環境に係る調査」

目的	日本のファッション産業が環境に与える影響を定量的に把握する
方法	企業・関係機関へ聞き取り（20か所程度） ↓ 以下を推定 ・製造過程で使用する水の量、水質汚染の状況 ・生地、服の廃棄量 ・製造、販売、廃棄 各段階で排出されるCO2量
活用	・消費者、企業、自治体、国の対策に活用 ・報告書作成（企業の取り組み事例など）

出典：NHK「ファッション産業の環境への影響 初の実態調査へ 環境省」2020年12月5日
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20201205/k10012747211000.html>

ESG経営の 分析・実行・発信。

国内外のESG情報を提供し、プロジェクトの提案と支援を行います。



▶ 環境コンサルティング事業

情報提供から実行支援まで

SDGs・ESGの企業対応を 支援しています。

- ✓ 何から取組み始めればいいのかわからない
- ✓ 経営層や社員への浸透に悩んでいる
- ✓ SDGs・ESG投資に関する社内セミナーや社員研修を行いたい

無料!

お問い合わせ／お見積もり

お急ぎの方はお電話で

☎ 03-5542-5300

受付時間 9:00~19:30

参照・引用資料

- 消費者庁,「平成30年度実施 消費者意識基本調査 II 調査結果の概要」
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/pdf/survey_002_190705_0005.pdf)
- 一般社団法人日本衣料管理協会,「平成 28 年度トピックス調査 「ファッションに対する価値観に関する調査」」 (<http://www.jasta1.or.jp/pdf-data3/topics-h28.pdf>)
- Ellen MacArthur Foundation,「A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE」,2017(https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Summary-of-Findings_Updated_1-12-17.pdf)
- 国際連合広報センター,「ファッション業界、画期的な気候行動憲章を発表」,2019年2月14日 (https://www.unic.or.jp/news_press/features_backrounders/32117/)
- 池田善英,「倫理的消費に及ぼす購入動機の効果」東京成徳大学経営学部経営論集第7号,2018年 (<https://www.tsu.ac.jp/Portals/0/site-img/keiei/2016/2018.03%20%E7%B4%80%E8%A6%81%20%E6%B1%A0%E7%94%B0.pdf>)
- H&M「サステナビリティ」(https://www2.hm.com/ja_jp/hm-sustainability/lets-change.html)

サステナブルレポートに関するお問い合わせ先:

SREPORT 編集部 ☎ 03-5542-5300 ✉ info@sfinter.com

- 本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。
- 本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。
- 本レポートの配信に関して閲覧した方が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失 利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。
- 本レポートに関する知的所有権は株式会社サティスファクトリーに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

Satisfactory



全従業員で
毎週更新中

<https://www.sfinter.com/report/>