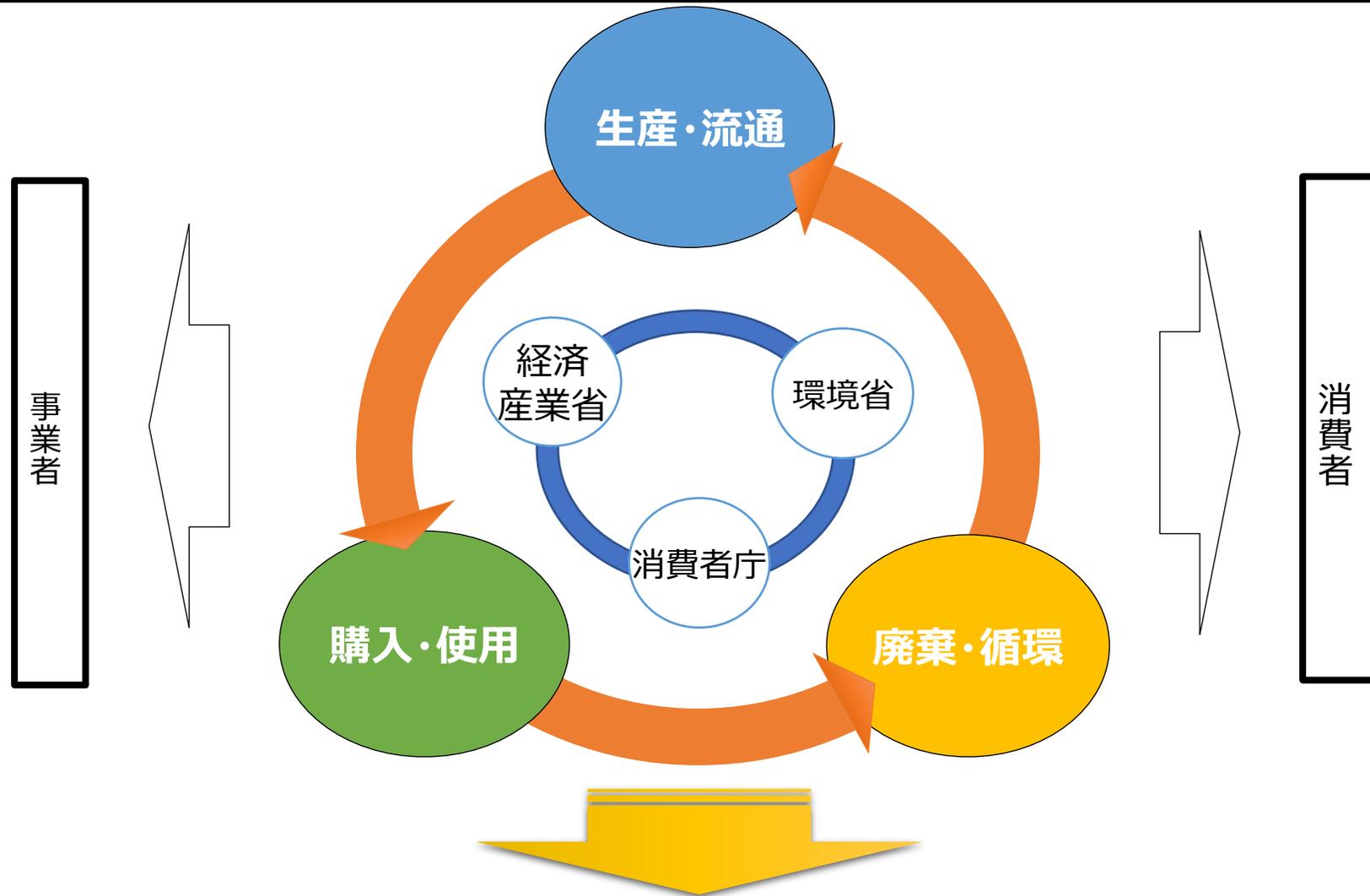


サステナブルファッションの推進に係る取組

消費者庁 消費者教育推進課
課長 山地あつ子

1. サステナブルファッションの推進体制

消費者庁、経済産業省、環境省の3省庁が連携し、生産・流通から廃棄・循環までの各段階に応じて、事業者及び消費者の双方に向けた取組を計画的に進めるとともに、制度面を含めた課題の整理・検討を行っていく。



事業者の取組の推進（環境配慮設計の推進・透明性の向上等）、消費者の行動変容等の実現
ファッションロスの削減

■ サステナブルファッションの推進に向けた関係省庁連携会議の開催

- 環境省、経済産業省、消費者庁の各省庁での取り組み内容、3省庁で連携すべき取り組み事項を共有・検討
- 第1回：令和3年8月20日
- 第2回：令和4年6月15日
- 第3回：令和4年12月12日
- 第4回：令和5年11月30日（予定）

■ ジャパンサステナブルファッションアライアンス（JSFA）への参画

- 事業者により設立されたジャパンサステナブルファッションアライアンス（JSFA）に、パブリックパートナーとして消費者庁も参加。総会にて消費者庁の取組を説明
- パブリックパートナーとして、環境省、経産省、消費者庁の3省庁にて毎月開催される定例会議に継続的に参加（直近は令和5年10月27日）

2. 消費者庁の取組 (1)

①「サステナブルファッション習慣のすすめ」特設ページの開設 (令和3年8月)

- サステナブルファッションが求められる背景やサステナブルファッションの取組の動向を伝え、消費者に具体的な行動を呼びかけ
- 消費者意識・行動の変容が事業者の取組とともに不可欠であることから、サステナブルファッションに初めて取り組む消費者を含め消費者向けに、分かりやすく具体的な行動のヒント集を有識者からのヒアリングを踏まえて取りまとめて公表
- 具体例として46事業者の取組事例を紹介 (令和3年12月事業者URLリンク掲載)
- 8事業者の取組内容を動画にて紹介 (令和4年1月より掲載)



「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント ～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



事業者においても、サステナブルファッションの推進に向けた取組が進められています。その一例をご紹介します。



2023.05.02 **NEW**
株式会社ビーラボ「BIOLOGIC LOOP」
BIOLOGIC LOOPは資源を無駄にせず、廃棄をしない、繊維製品の循環プラットフォーム。要らなくなった繊維製品を、混用率ごとに分別することで、最適なマテリアルリサイクルを行い循環をさせます。繊維製品をゴミにせず、資源として考える捨てない選択をするためのプラットフォームです。



2023.03.03
株式会社島精機製作所「牛乳パックから生まれた糸 REPAÇ™ (リパク)」
(株)島精機製作所のサステナブル素材ブランド「ReMateri® (リマテリ)」は、再生紙を使って糸をつかった。紙の持つ多様な機能性を持ち合わせたこの糸は、様々な用途を期待される素材だ。1kgの糸をつくる過程で約233gのCO₂排出を削減。紙のリサイクルに新しい可能性を提案する。



2022.01.31
株式会社ウィファブリック「SMASELL (スマセル)」
ファッションを楽しみながら地球を守る、持続可能性に合うサステナブルアウトレットモール。最後の一点まで商品を届けたい企業と、お得意な商品を購入したい購入者を繋げることで新しい販売機会を生み出し、「廃棄のない循環型社会」を目指している。



2022.01.31
株式会社京都紋付「KUROZOME REWEAR FROM KYOTO」
「黒に染めれば、服は生まれ変わる。」よりサステナブルな社会のために。お気に入りの一着をずっと大切にするために。「黒染」によるリユースという選択肢を届ける。



2022.01.31
大丸松坂屋百貨店「AnotherAddress」
服は使い捨てではないという信念のもと、ファッションの本質的な価値、サステナブルな取り組みを重視し、社会や環境にとって持続性の高いビジネスモデルへ転換することを目指す。



2022.01.31
高島屋百貨店「Depart de Loop」
サステナブルな循環型社会の実現を目指す高島屋のプロジェクト。再生繊維(再生ポリエステル)を使った服を販売し、着なくなった後に回収。その服を繊維原料に再資源化して、何度でも新しい服に生まれ変わらせる。

消費者行動18のヒントのとりまとめ・公表



「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント ～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



- 消費者が実際の行動に移しやすくする仕掛けとして、ヒントに関連する事業者等の具体的取組事例のリンクを設定

ヒント14 お店などでの古着の回収サービスを利用する

販売した服の回収サービスを提供しているメーカーもあります。服を買う時に回収サービスを提供しているメーカーを選ぶことも一つの選択技です。また、企業や団体が店頭や出張引き取りで不要な服を回収し、リサイクル・リユースを行っている場合もあります。

店舗での回収の例

- 事例14-01
- 事例14-02
- 事例14-03
- 事例14-04

18のヒント

- 具体的な行動のヒントを伝えることで、行動する人の輪を広げる

買う時、選ぶ時のヒント

THINKING 3年

RENTAL SHOP

- ヒント1 本当にその服が**必要**かどうか、もう一度よく考えてみる
- ヒント2 **長く**着ることができるものを買う
- ヒント3 **処分**するときのことも考えてみる
- ヒント4 買うと決めたら服の**ストーリー**にこだわる
- ヒント5 **カスタムメイド**での購入を考えてみる
- ヒント6 バザーやフリーマーケットなどで**古着**を買う
- ヒント7 **レンタル**サービスを利用する
- ヒント8 メーカー**売れ残り**在庫販売での購入も考えてみる

日々のお手入れや洗濯時などのヒント

- ヒント9 大事に使い**長持ち**させる
- ヒント10 **マイクロ・プラスチック**を流出させない
- ヒント11 お直しや**リペア**で長く着られるようにする
- ヒント12 家族や友人同士で**着まわす**

店舗での回収の例

☆事例14-01	アダストリア	株式会社アダストリア
☆事例14-02	グリーンレーベルリラクシング	株式会社ユナイテッドアローズ
☆事例14-03	ユニクロ	株式会社ユニクロ
☆事例14-04	無印良品	株式会社良品企画

2. 消費者庁の取組 (2)

②サステナブルファッション地域実証事業の実施

- 徳島県にて、自治体、事業者、消費者が協働するサステナブルファッションの紹介シンポジウムやサステナブルファッションショー等のイベントを開催

<イベント開催（オンライン配信）>

- ・令和3年7月12日 ファッションから考えるサステナブルな未来
- ・令和3年12月9日 ファッションから考えるサステナブルな未来
～わたしたちができること～
- ・令和4年3月10日 サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム
～フランスの取組から学ぶ～

消費者庁

サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム

～フランスの取組から学ぶ～

フランスにおける先進的なファッションロス規制の状況や国民の意識の高さの背景、EUにおけるサステナブル消費の重要性の高まり等について海外有識者・事業者から広く聴取し、日本における今後の対応・方向性について議論します。

日時：令和4年3月10日(木)17:00～19:35
テーマ：「サステナブルファッションの国際的潮流と今後の展開」

シンポジウムの見どころ

- ・日仏におけるサステナブルファッションの有識者やアパレル関係の事業者を交え、情報交換・議論をする場として、本シンポジウムを開催します。

◆ 基調講演

- ・ファッションの国・フランスの政府関係者や世界向けラグジュアリーブランドの役員が登壇します。最先端のファッション界におけるサステナブルな取組について知ることが出来ます。
- ・日本における最新の取組状況について、消費者庁審議官より講演します。

◆ ラウンドテーブル

- ・日仏様々な立場でファッションに携わる有識者たちが、今後のサステナブルファッションの動向・展望について意見を交わします。
- ・官民・日仏多様な視点での意見を聞ける貴重な機会です。

・オンライン動画配信によるライブ中継を行います。(お申込不要)
・日仏同時通訳あり
YouTube： https://youtu.be/zs5_KOGGJI (日本語)

- 愛知県にて、地場産業の未利用素材を活用したサステナブル商品の開発実証を実施

<先進的モデル事業実施（地域協力課モデル事業：愛知）>

- ・「衣類」をテーマに、地域で先進的な取組を行なっているリデザインプロジェクト、フェアトレード名古屋ネットワークを核に「中部エシカリングプロジェクト」を発足
- ・生産者、販売者、消費者の間にある分断を、理解で繋ぐ仕組みづくりと、AIやオンラインの先進技術を活用し広く発信し、伝え、行動に導くことでエシカルの推進を図る

2. 消費者庁の取組 (3)

③サステナブルファッションに関する日EU国際シンポジウムの開催 (令和5年6月20日)

- **基調講演** : EUより行政による循環経済の実現、人権デューデリジェンスを目指した法制度の内容を、欧州繊維産業団体より持続可能な衣料品サプライチェーン構築に向けた取組などを説明
- **ラウンドテーブル** : 経済産業省より繊維産業における環境や人権への配慮に関するガイドライン策定などの取組紹介、日本でサステナブルファッションに取り組む事業者及び学生による取組紹介・意見交換

サステナブル ファッション に関する日EU国際 シンポジウム

Japan-EU Symposium on Sustainable Fashion

2023 **6月20日(火)**
17:00 ~ 19:00

日本語 / 英語 同時通訳あり

未来を 変える

サステナブルファッション
の可能性 ~日EUの取組~

サステナブルファッションの推進に取り組む日本とEUの有識者に御登壇いただき、環境や人権に配慮するための法規制が進められているEUの先進的な取組について御紹介いただくとともに、日本の取組や今後の方向性について議論します。



プログラム

16:30 開場

17:00

開会あいさつ

河野 太郎
内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全)

Jean-Eric Paquet (ジャン=エリック・パケ)
駐日欧州連合(EU)大使

17:10

第1部 基調講演

① EUの取組紹介
Sarianne Tikkanen (サリアン・ティッカネン) 氏
(欧州委員会 環境総局 政策責任者)

② 駐日EU代表部の取組紹介
Nevena Mateeva (ネヴェナ・マテエヴァ) 氏
(駐日EU代表部 通商部 一等書記官)

③ 欧州繊維産業団体の取組紹介
Miriam Geelhoed (ミリアム・ギルホード) 氏
(Modint シニアコンサルタント)

休憩

18:15

第2部 ラウンドテーブル

取組紹介
田上 博道 氏
(経済産業省 製造産業局 生活製品課長)

意見交換
コーディネーター
向 千鶴 氏
(WWD JAPAN編集統括サステナビリティ・ディレクター)
パネリスト
根岸 由香里 氏
(株)サザビリーグループ リトルリーグカンパニー ロンハーマン事業部長 兼 ウィメンズディレクター
大坪 岳人 氏
(株)ゴールドウイン ニュートラルワークス事業部長
大学生(2名)

18:55

閉会あいさつ

相本 浩志
(消費者庁新未来創造戦略本部次長)

19:00

閉会



2. 消費者庁の取組 (4)

④サステナブルファッション・サポーター等の委嘱 (令和3年9月～)

- サステナブルファッションの推進に賛同し協力いただける著名人・有識者等を「サステナブルファッション・サポーター」等として委嘱し、消費者向けの情報発信を強化
- サステナブルファッション・サポーター懇談会において意見交換
(令和3年11月2日、令和4年11月8日、令和5年11月30日(予定))

エシカルライフスタイルSDGsアンバサダー

富永 愛 氏

モデル、国際協力NGOジョイセフアンバサダー

サステナブルファッション・パートナー

剛力 彩芽 氏

俳優、モデル

サステナブルファッション・サポーター (12名)

生駒 芳子 氏

VOGUE, ELLE元副編集長、マリ・クレール日本版・元編集長

eri 氏

DEPTカンパニー代表／アクティビスト

鎌田 安里紗 氏

一般社団法人unisteps共同代表

ガンバレルーヤ まひる 氏・よしこ 氏

お笑い芸人

関 龍彦 氏

講談社FRaU編集長 兼 プロデューサー

向 千鶴 氏

WWDJAPAN編集統括サステナビリティ・ディレクター

村田 邦子 氏

kokoperi (アフリカ布作家)

レイザーラモンRG 氏

お笑い芸人

2. 消費者庁の取組 (5)

⑤啓発動画を作成・公開 (令和4年3月)

- 消費者向けに「地球を変えるサステナブルファッション」動画を公開 (令和4年3月)

⑥インフルエンサーを活用した情報発信

地球を変えるサステナブルファッション

- ▶ 導入動画 (TOTAL:40秒)
 - “18のヒント”
 - 1.買う時、選ぶ時のヒント
 - 2.日々のお手入れや洗濯時などのヒント
 - 3.処分する時のヒント
 - 4.その他のヒント
- ▶ 本編動画 (TOTAL:12分)
 - 地球を変えるサステナブルファッション



**大量消費・大量廃棄
モデルにより
環境負荷が大きい**

環境負荷が極めて大きい産業と言われています

Lara(アーティスト)
Instagram 13.4万人フォロワー(2022年10月時点)



みんなでファッションとサステナブルを楽しみましょう!

実施期間	インフルエンサー数	発信回数 (サステナブルファッション関連)	インプレッション数※ 合計
令和4年5月22日～5月31日	10名	10回 (各インフルエンサー-1回)	X (旧Twitter) : 41,020
令和5年5月2日～6月13日	10名	20回 (各インフルエンサー-4回) 20回 (各インフルエンサー-4回)	X (旧Twitter) : 2,499,302 Instagram 677,813

・各インフルエンサーが自由にコメント
・投稿順やタイミングは各インフルエンサーの任意で実施

(投稿例)



ゆり家 @yurieterna · 3月24日
私も最近長く持ち回りを着る！よりも長く着ることが出来るデザインを購入するように心がけていますし、「みんなもこれを読んでサステナブルなファッションistaになっちゃおう〜」 #PR

消費者庁「18歳から大人」@caa_18sai_otona · 2021年8月20日
【#18歳から大人まであと224日】
身近なファッションにも、環境や労働など様々な課題があるって知ってましたか？
服を選ぶ、着る、処分するとき、あなたにもすぐにできるサステナブルなことがあります！
18のヒントをチェック！
#サステナブルファッション #エシカル消費 ethical.caa.go.jp/sustainable/in...



宮田綾子 @ayako_miyata
サステナブルは学校の授業でも習うみたいで娘の方が詳しくだったりします、私もファッションが好きなので参考にしたい。身近なところから、最近娘と兼用で着たりできるものを選んでいたりしています！ #PR

消費者庁「18歳から大人」@caa_18sai_otona · 5月18日
服を選ぶ、着る、処分する時、あなたにもできるサステナブルなことがあります。
身近なファッションにある環境や労働などの様々な課題を解決する第一歩！
18のヒントや事業者の取組みを参考に、できることから始めませんか？
#サステナブルファッション #エシカル消費 ethical.caa.go.jp/sustainable/in...

サステナブルファッション 習慣のすすめ

午前7:48 · 2022年5月24日 · Twitter for iPhone
5件のリツイート 72件のいいね

2. 消費者庁の取組 (6)

⑦Instagram開設 (令和5年3月～)

- 若年層へ周知啓発するためInstagramを開設し情報発信



消費者庁エシカル消費

消費者庁エシカル消費公式アカウントです。

「かみのいと」
和紙から生まれた、天然繊維の服

本体紙100%!
綿73%
紙系繊維27%

奈良時代からあった和紙を材料とした「紙衣」を現代のファッションとして甦らせたんだって。環境に優しいだけでなく、通気性・保温性もあるから夏物・冬物にも適した素材で、機能性も兼ね揃えているの!

服を買うときのヒント4
服のストーリーにこだわってお洋服を選ぼう!

新素材の事例紹介
(ヒント4：買うと決めたら服のストーリーにこだわる)



職員の実践例
(ヒント12：家族や友人同士で着まわす)



河野前大臣とエシカルライフスタイルSDGsアンバサダー富永愛氏との懇談



河野前大臣とサステナブルファッション・パートナー剛力彩芽氏との懇談

3. サステナブルファッションの取組状況等 (1)

- 「サステナブルファッション」について知っている（「言葉と内容の両方を知っている」又は「言葉は知っているが内容は知らない」）と回答した人の割合は42.7%
- サステナブルファッションについて、68.2%の人が何らかの取組を行っている

【サステナブルファッションの認知度】

		n=	(%)		
			言葉と内容の両方を知っている	言葉は知っているが内容は知らない	言葉と内容のどちらも知らない
全体 (今回)	5,000		13.5	29.2	57.3
年代	10代	260	18.1	25.0	56.9
	20代	532	15.6	25.0	59.4
	30代	627	15.8	28.2	56.0
	40代	827	12.5	28.1	59.5
	50代	758	12.3	28.4	59.4
	60代	718	11.0	29.9	59.1
	70代以上	1,278	13.3	33.3	53.4
前年11月調査	5,000		11.9	29.2	58.8

【サステナブルファッションの取組状況】

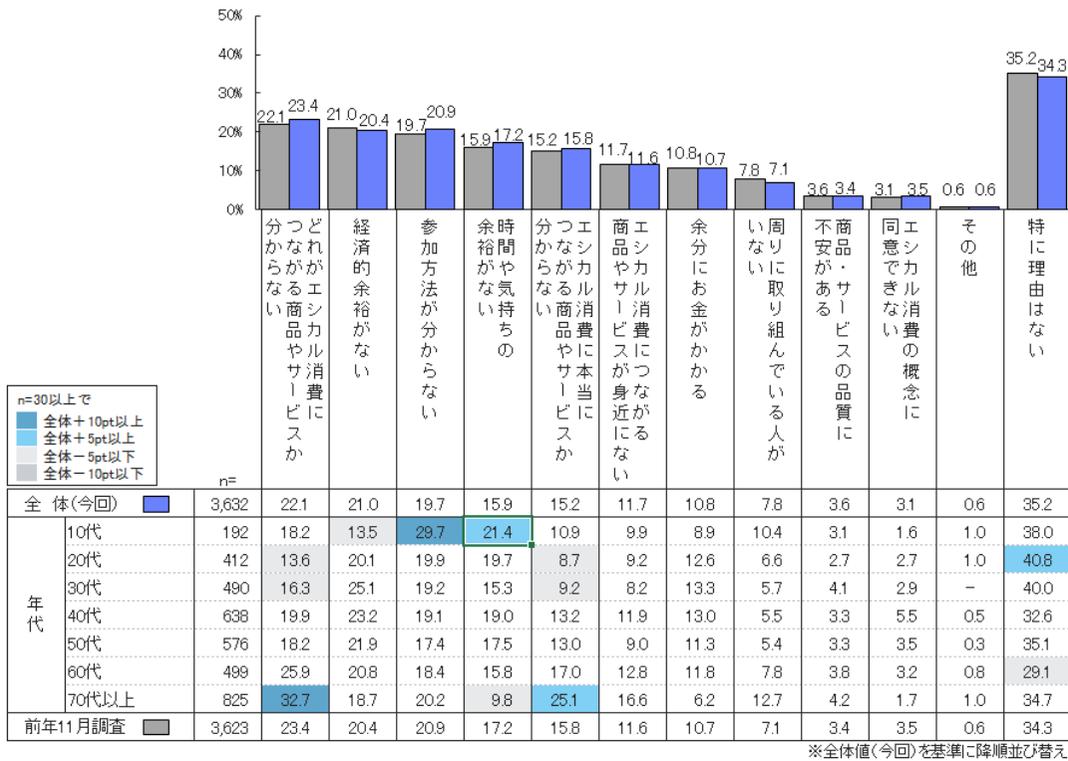


出典：令和5年度第3回消費生活意識調査

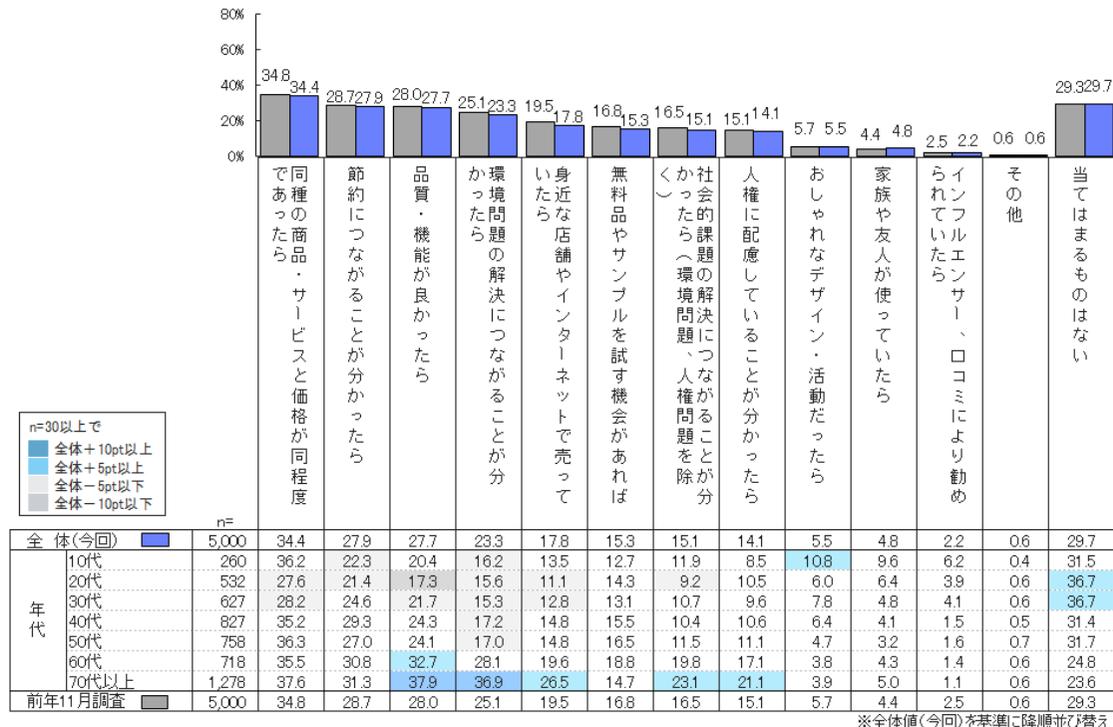
3. サステナブルファッションの取組状況等 (2)

- エシカル消費につながる行動を実践していないと回答した人にエシカル消費に取り組んでいない理由について聞いたところ、最も多かったのは、どれがエシカル消費につながる商品やサービスかわからない(22.1%)、次いで、経済的余裕がない(21.0%)、参加方法がわからない(19.7%)
- エシカル消費を実践したい又はもっと実践したいと思う条件について、最も多かったのは、同種の商品・サービスと価格が同程度であったら(34.4%)、次いで、節約につながる事が分かったら(27.9%)、品質・機能がよかったら(27.7%)

【エシカル消費に取り組んでいない理由】



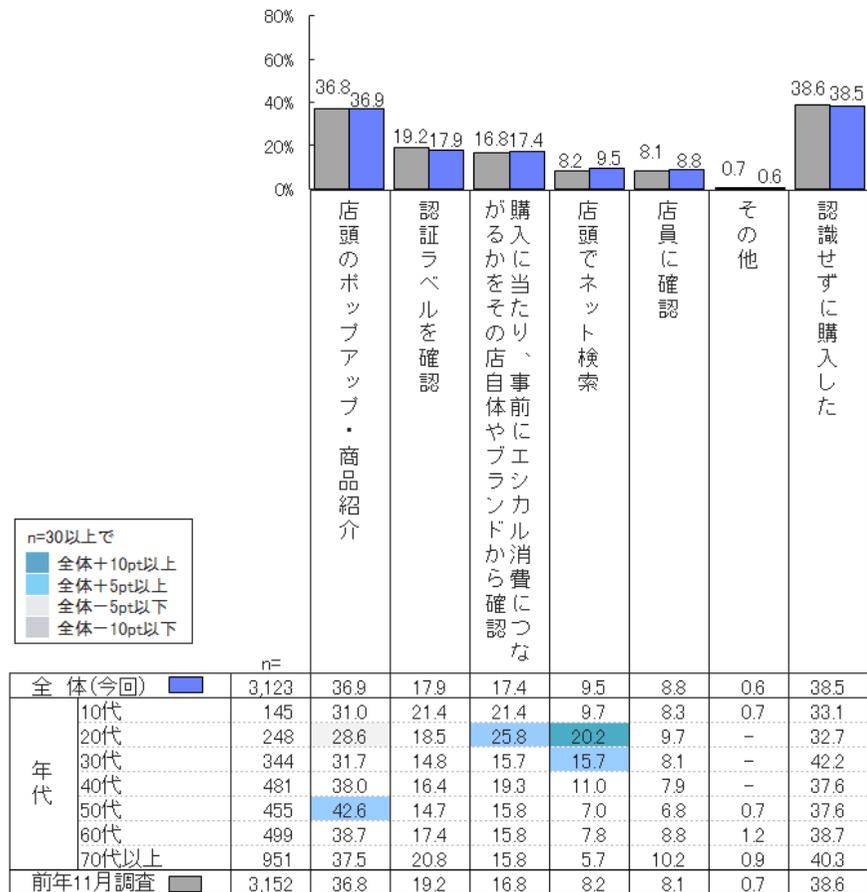
【エシカル消費を実践したいと思う条件】



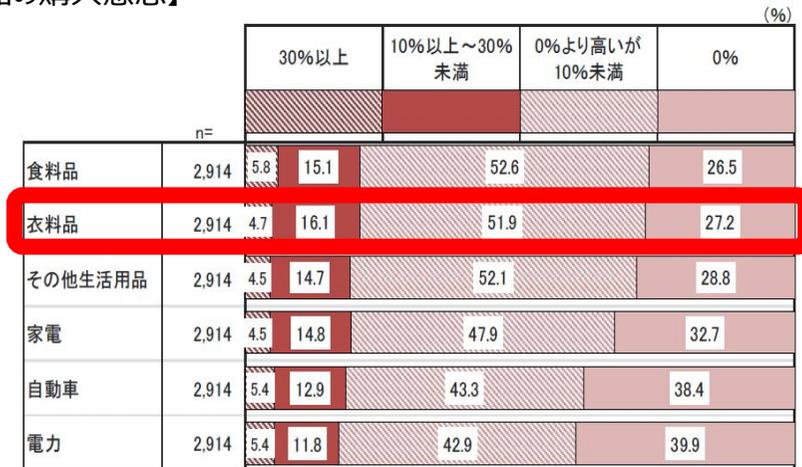
3. サステナブルファッションの取組状況等 (3)

- エシカル消費につながる商品・サービスであるかの確認について、若い世代は購入に当たり事前店やブランドから確認する等、積極的な確認行動がみられた
- エシカル消費につながる衣料品が、どの程度なら割高であっても購入したいかについて、割高でも購入したい（「30%以上」と「10%以上～30%未満」と「0%より高いが10%未満」のいずれか）と回答した人の割合は72.8%
- 上記衣料品について、どの程度まで割高なものを購入した経験があるかについて、割高で購入した（「30%以上」と「10%以上～30%未満」と「0%より高いが10%未満」のいずれか）と回答した人の割合47.3%

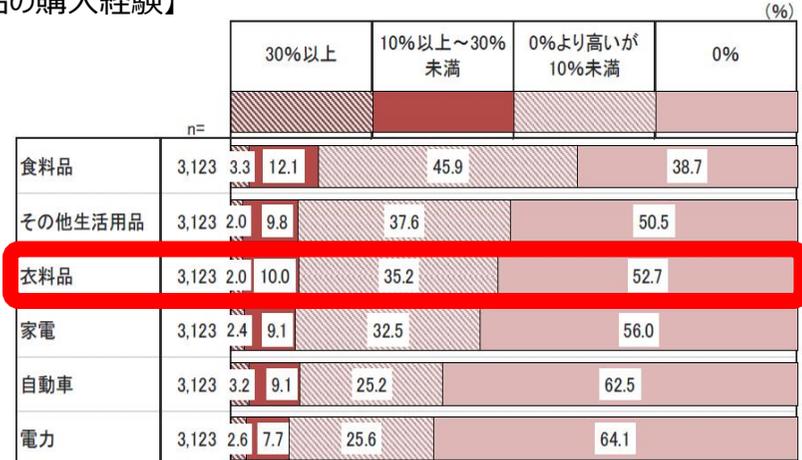
【エシカル消費につながる商品・サービスの確認方法】



【割高商品の購入意思】



【割高商品の購入経験】



出典：令和5年度第3回消費生活意識調査