

産業構造審議会 製造産業分科会 繊維産業小委員会（第12回）

議事録

日時：令和6年5月31日（金曜日）13:00～15:00

場所：経済産業省会議室及びオンライン

出席者

○委員出席者：新宅委員長、生駒委員、大矢委員、柿本委員、鈴木委員、筑紫委員、
富吉委員、福田委員、高橋氏（松浦委員の代理）、森川委員、吉高委員、
渡邊委員

○オブザーバー：消費者庁消費者教育推進課
環境省「ファッションと環境」タスクフォース

○事務局：経済産業省製造産業局生活製品課

議事録

1. 開会

○経済産業省生活製品課 田上課長

定刻になりましたので、これより第12回産業構造審議会製造産業分科会繊維産業小委員会を開催いたします。事務局の経済産業省生活製品課の田上です。

委員の皆様におかれては、御多忙のところ御出席いただきまして、ありがとうございます。委員の御出席ですが、本日、井上委員、久我委員、松浦委員が御欠席、大矢委員、柿本委員、富吉委員、福田委員、森川委員、渡邊委員がオンラインで御出席、新宅小委員長、生駒委員、鈴木委員、筑紫委員、吉高委員、松浦委員の代理としてU Aゼンセンの副事務局長の高橋様が経産省の会議室に御出席をいただいております。

それでは、議事に入りたいと思います。以降の議事進行につきましては、新宅小委員長をお願いしたいと存じます。

○新宅小委員長

それでは、私のほうで議事を進めさせていただきたいと思います。

2. 事務局説明

○新宅小委員長

まず最初に、事務局から資料の御説明をお願いいたします。

○経済産業省生活製品課 田上課長

それでは、資料3と4に基づきまして、説明させていただきます。

まず、資料3、「繊維・アパレル産業における環境情報開示ガイドライン（仮称）（案）」でございます。

1 ページ、目次でございます。

2 ページ目が、ガイドラインの趣旨・目的でございます。御案内のとおり、繊維産業は原材料や製造工程で多くのエネルギーが使用され、二酸化炭素も排出されています。染色工程においては、エネルギー使用量に加えまして、水の使用量も多くなっています。こうした背景から、海外では持続可能な繊維産業に向けて、積極的な取組が行われているところ です。

このため、我が国の繊維産業でも、従来の、技術や価格以外の新しい訴求力として、環境負荷の低減を加えていってはどうかということでございます。この点、日本の繊維製品の製造工程における環境負荷の低減を図っていくために、今年3月に「繊維製品の環境配慮設計ガイドライン」を策定、公表いたしました。このガイドラインに基づきまして、多くの企業で環境配慮設計ガイドラインに基づいた繊維製品の企画・設計が期待されています。

一方で、こうした環境負荷の低減を加速していくために、このガイドラインに基づいて製造された製品の価値を様々なステークホルダーへしっかり伝えていくことで、消費者や企業の意識を高めながら、行動変容を促していく視点も重要ではないかと考えております。海外、特に欧州では、繊維製品における環境情報の制度整備が進展してきていまして、既に海外のアパレル企業では環境情報の開示が始まっています。

日本においても、取引先である海外アパレルから環境情報の提供が求められている日本企業も出てきています。中小企業の方々、織りやニットの製造を行う企業に対して、海外のアパレルから製織、ニット製造における温室効果ガスの排出量や水の使用量の情報提供を求められることが、想定されるというか、実際に起こっていますし、この動きは今後も加速していくと考えられています。国内のアパレル企業でも、こうした国際的な動向を踏まえて消費者の意識が高まり、行動変容が進んだ結果、今後、対応が求められる可能性も

ございますので、ぜひとも先手を打った対応をしていく必要があると思います。

一方、日本の繊維・アパレル企業では、一部の企業では（情報開示の）取組は進んでいますが、欧米に比べるとまだまだ情報開示が十分とは言い難い状況にありますので、これをいかに産業全体に広げていくかが課題になっています。

こうした状況については、昨年開催いたしました（繊維産業における）資源循環システム検討会でも、アパレル企業が取り組みやすいトレーサビリティの確保や情報開示についての環境整備を検討せよ、との宿題をいただいていますので、このガイドラインで繊維・アパレル企業が主体的に情報開示を行っていただけるよう、開示の考え方や推奨される情報開示の項目、参考となる評価方法について御紹介させていただいたものとなります。

続いて、3ページでございます。このガイドラインが想定する対象者・構成・利用方法でございます。

まず、対象者でございますが、繊維製品を企画・設計して消費者に販売されるアパレル企業や商社・卸。2つ目にアパレル産業のサプライチェーン上にある糸をつくられる事業者、織り、染め、縫製の企業、そして繊維製品の輸入、販売に携わる輸入事業者を考えています。

繊維産業の特徴として、サプライチェーンの分業化が進んでいまして、工程ごとに多くの中小企業・小規模事業者がいらっしゃいます。繊維製品のアパレル企業が情報開示を行っていくためには、中間工程にいらっしゃいます事業者にも、しっかり情報提供できるような仕組みをつくっていく必要がございますが、特に製造工程を担っていらっしゃる中小企業においては、ノウハウや人材が十分でないとか、情報開示に係る負担が大きいという声も多く、できるだけ環境情報を開示しやすい構成を心がけたつもりでございます。また、工程間の調整を行う繊維の商社・卸においても、サプライチェーン全体で情報開示を推進していく観点から、このガイドラインを参照した取組を行っていただきたいと考えています。

最近、ウルトラファストファッションと言われる事業形態の事業者にも、ぜひとも取組をお願いしたいと考えています。

このガイドラインの構成・利用方法です。構成は、まず参考となる国内外の先行制度の動向、そして参考となる考え方、情報開示が期待される項目でございます。

国内外でいろいろな環境情報の開示に関する制度や指針が策定、公表されています。これを全部読めというのは非常に大変だと思いますので、このガイドラインで、その動きや

考え方をお示しさせていただこうかと思います。

さらに、繊維・アパレル企業が環境、社会といった外部環境に影響を及ぼし得る点を考えて、情報開示が期待される項目を具体的に挙げさせていただきました。それぞれの項目で算定方法や開示方法とともに、今回は載せていませんが、取り組んでいただきやすいように先進的な事例をつけさせていただこうかと考えています。

続いて、4ページです。このガイドラインでは、いろいろな環境情報の開示項目があるのですが、それぞれの企業の状況に応じて、対応可能なものからやっていただきたいと考えています。先行する法制や指針で既に開示方法が示されているものもありますから、このガイドラインでは新しい算定、開示方法を示すのではなくて、いろいろなところにまたがった情報を1つのガイドラインとしてまとめて、これだけ読んで、あとは参考をしっかりと読んでいただくという形にしました。

続いて、5ページから情報開示をめぐる国内外の動向でございます。サステナビリティをしっかりとやっていこうということで、環境配慮に関する国際的な意識が近年高まってきて、情報開示の枠組みも確立されつつあります。欧州では、環境規制に関する制度整備と併せて、環境配慮に関する情報開示についても制度整備が進んでいます。こうした流れを踏まえまして、日本でも関係省庁で制度整備が行われているところです。

まずは、非財務情報開示に関する国際的枠組みの動向でございます。ここは皆さんお詳しいので、あまり説明はしませんが、金融安定理事会でTCFDの提言が出まして、財務諸表を掲載する報告書で非財務情報の開示を行うというもので、このフレームワークの中に、ガバナンス、戦略、リスクの管理、指標と目標という項目が示されています。

欧州でも、非財務情報開示指令を改める形で、企業サステナビリティ報告指令が2023年1月に発効しています。

CSRDは、先ほどのNFRDの問題点を解決することを目的として策定されています。CSRDの特徴としては「ダブル・マテリアリティ」という考え方がありまして、「マテリアリティ」は難しい言葉ですが、自社の事業活動にとって何が重要であるかを示すもので、企業がこの課題に沿って行動指針を策定して、情報開示を行います。この課題が企業の収益に直接的に関係があるかどうか、昔はファイナンシャル・マテリアリティが重視されてきたのですが、CSRDでは自社の経営活動が環境や社会にどういった影響を与えるかという「インパクト・マテリアリティ」を重視することになっており、企業の活動がサステナビリティに対する外部影響と、サステナビリティの問題が企業の業績に与える内部

の影響の両方に焦点を当てた「ダブル・マテリアリティ」という考え方が明確になっています。

そういった話が、企業のガバナンスの問題と、「なお」というところで、企業活動に併せて、個々の製品に対する情報開示についてもフランスなどで進んでいます。フランスの政令では、製造業者や輸入事業者などに対して、リサイクル素材の利用率やリサイクルの可能性、トレーサビリティ、マイクロプラスチックファイバーの含有を情報提供することの義務付けが始まっています。

一方、国内を見ていきますと、2020年頃までは国際的な開示のフレームワークが乱立していたとも言われていますが、2021年に I F R S 財団が国際的なサステナビリティ基準の策定に向けて、I S S B を立ち上げて、国際的な開示のスタンダードが確立し始めています。

I S S B のでは、2023年6月に、これまで複数存在していた開示フレームと互換性のある情報開示基準を策定しています。金融庁の金融審議会でも報告書を受けて設立したサステナビリティ基準委員会で、I S S B に準拠したサステナビリティ開示基準の草案が2024年3月に取りまとめられたところでございます。

これが海外の状況なのですが、では、これからガイドラインに基づいてどういったことをやっていくのが、8ページ目からの情報開示の考え方ということでございます。

情報開示に当たっては、単に情報開示を行っていただくことが目的ではなくて、それぞれの繊維・アパレル企業が自社の事業活動を通じて、環境や社会にどういった貢献を果たし得るかを検討し、その方針に基づいて行動目標を策定していただきたいと考えています。

情報開示に当たっては、(1)から(3)を踏まえていただくのが望ましいと考えていますが、この考え方に基づいて何をやっていくことが企業にとって情報開示に取り組みやすいかということで、中小企業の方でも、会社の中で御議論いただけるようにワークシートを用意しています。

(1)事業活動が外部環境に及ぼす影響の特定、行動方針の策定でございます。先ほど申し上げましたように、自社の事業活動によって、それがどういった影響があるかをしっかり把握してください、ということでございます。

2番目が、行動方針を策定した後に、企業で数値目標を設定すると。行動方針に基づいて客観的に取組の進捗を評価できるようにしたほうが、進捗が進んでいるか進んでいないかが分かるようになります。

例えば、温室効果ガス排出量を低減させるという行動目標を立てた場合に、いつまでにこれを減らすのかを評価していくために、何年までに何年と比較して何%削減するというように、アウトプットやアウトカムをしっかりと明確にしていきたいと考えています。

その目標達成に向けた具体的な取組の設定ということで、先ほどの何年までに何%排出量を削減するという目標に対して、CO₂の発生を抑制していくために、海外で生産された生地ではなくて、国内の近隣事業者で生産された生地を使うといった取組が考えられますので、こうした具体的なアクションに変換していくということでございます。

ここで注意していきたいのが、サステナビリティに関して、「グリーンウォッシュ」と言われる見せかけだけの環境配慮に対しては、厳しく批判される可能性がございます。欧州でも行政的な措置が講じられているところも出てきており、この「グリーンウォッシュ」に対して、環境配慮に対する問題意識などを消費者や投資家に対して、しっかり客観的な検証を加えて示していく必要があるのではないかと考えています。

また、情報開示の基本的な方法でございます。開示の方法としては、各社、専用のホームページを立ち上げて、そこに情報を掲載するやり方がありますが、扱う情報量が多く、製品ごとではないので、企業の生産活動に関する情報開示を行う場合にはある意味有効なのですが、他の企業となかなか比較ができないといった問題もあります。最近では、サステナビリティレポートなどで、企業間の比較が容易になっているものもございます。

一方で、商品ごとの環境情報の開示については、フランスの事例を除くと、まだ取組はあまりございません。

そして、消費者に対する情報開示について、我が国の繊維・アパレル企業では、まだなかなか少ない状況でございますので、効果的な情報開示をどのようにしていくかは、業界の皆さんともよく考えていきたいと思えます。

10ページから、具体的にどういった情報開示が期待されるかでございます。消費者、生活者に対する環境配慮に関する取組状況の説明責任や国内外の取引先から環境配慮に関する情報開示を求められる可能性がありますので、企業の競争力を維持強化していく観点からも、しっかり情報の開示や情報開示に向けた準備をしておくことは重要と考えています。

最初は、製造工程におけるエネルギーの使用量や温室効果ガスの排出量でございます。製品の製造工程で排出されるCO₂の算定をして公表する動きが広がってきています。製品、サービス単位で、その製品のライフサイクルの各段階におけるCO₂の排出量を算定したカーボンフットプリントの取組が繊維・アパレル業界でも始まっています。

具体的な算出や開示方法でございますが、先般お示しした環境配慮設計ガイドラインでは、環境省と経産省でカーボンフットプリントガイドラインに基づいて算定することとしています。企業として、Scope 3 までの排出量算出に関しては、今年（2024年）の3月にサプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドラインが公表されておりまして、業界団体の御協力をいただきながら、ファッション産業に特化したものも取りまとめられています。このガイドラインを使いながら、それぞれの事業所単位でのGHGの排出量の算定から始め、将来的には製品単位での排出量の算定も行っていただきたいと思います。

続いて、製造工程における水の使用量でございます。繊維製品は原材料の生産から製造段階で多くの水が使われておりまして、これが環境負荷につながっているとの指摘も多々いただいています。グローバルに見ても、水の使用量をどうやって減らしていくかは課題になっています。

（水の使用量の）算出、開示の方法ですが、環境配慮設計ガイドラインでは、製品の重量又は点数当たりの生産過程の水の使用量や従来の水の使用量との比較検証を評価方法に入れることが望ましい、となっています。

続いて、サステナブル原料の使用でございます。製造工程の環境負荷だけではなくて、原料そのものの環境負荷についても開示していくことも大事だと考えております。バイオマス由来の繊維やリサイクル繊維についても、バージンと比べて環境負荷が小さくなる可能性もありますので、フランスなどでは、これをリサイクル素材の利用率として、情報提供事項として義務づけがされています。

算出、開示の方法ですが、商品の設計段階から素材の仕様を確認して正確に開示していくことが必要かと思っていますが、先ほど申し上げましたように、「グリーンウォッシュ」とならないよう注意していく必要があるかと思います。リサイクル繊維については、どういったリサイクルプロセスで再資源化されたものなのかとか、製品全体に占める割合はどれぐらいなのか、どういった原料からリサイクルされたか、それを消費者が適切に判断できるよう情報開示をしていくことが求められるかと思います。

続いて、(4)でございます。使用、廃棄に係る環境負荷ということで、製造工程や原料の環境負荷の低減と加えて、消費者の使用や廃棄における環境負荷の低減も重要になってくるかと思います。長寿命化やリペア、リサイクルの可能性は、衣料品の廃棄を減らしていくために重要な要素です。また、マイクロプラスチックについても、最近、新聞報道で

も出ていますが、海洋汚染の原因となっていますので、こうした情報についても、しっかり開示していくことが必要と考えています。

続いて、化学物質使用量の削減でございます。人体に有害な化学物質については、その使用に対して情報開示が求められてきています。国内でも家庭用品規制法や化管法などで規制されていますので、こうした情報をデータベースなども参考にしながら把握していただきたいと思います。

(6) 販売製品の廃棄量でございます。繊維製品の製造企業における廃棄量が①でございまして、どうしても製造工程で残糸、捨て耳、生地のカットくずが発生していますので、こうした製造工程で発生する繊維くずについても、しっかり把握をしていただきたいと思いますと考えています。

続いて、アパレル企業における販売製品の廃棄量でございます。繊維産業に対して、大量生産・大量廃棄の批判があるわけですが、実際には手放されている衣料品の多くが家庭で使用された後に手放されているもので、販売過程で出る未使用製品の廃棄についても問題になっています。多くの企業は、バーゲンなどで売残った製品を廃棄されていないと思いますが、しっかり消費者に対して情報開示していただきたいと思います。

(7) 回収した衣料品の処分方法でございます。近年、アパレル企業においても、環境配慮の取組として、店頭で使用済みの衣料品を回収する取組が進んできていますが、店頭で回収された衣料品がどのように処分をされているのか。せっかく環境を守ることに貢献しようと店頭に着なくなった衣類を持ってきたところが、海外に流れて行って、自分の思ったことと違うようなことにつながるといった不幸なことにならないよう、処分方法についてもしっかりと開示していただきたいと思います。

8 番目が、生物多様性に関する取組でございます。環境省で、生物多様性の民間参画ガイドラインを公表されています。事業者向けに、基礎的な情報、考え方などが取りまとめられていますので、そうしたものを参考にしていただきたいと思います。

最後、その他環境配慮に関する取組ということで、企業によっては、包装材やハンガーもリサイクルされている企業もございますので、そうした取組についても、しっかり情報発信をしていただきたいと思います。

最後、「おわりに」ですが、ここで申し上げたいことが3点ございます。

1 つ目は、2 つ目のパラのところで、情報開示してくださいとお願いしても、なかなか社内にそういった人材がいないということで、信州大学の森川先生のところでやっていら

っしゃるようなLCA評価人材育成事業や、中小企業でもやってみようかと思える分かりやすい手順書の作成をしっかりとやっていくことが必要かと思っています。

また、2つ目が、3パラのところですが、リサイクル繊維などサステナブルにもいろいろな基準があるのですが、そういったリサイクルとかバイオベースの繊維の定義について、ルールをちゃんと整備していくことが必要ではないかと考えています。経産省の標準化事業で定義や表示ルール、識別評価に関する規格化を業界と一緒につくっているところでございます。

そして、このガイドラインについて、グローバルに見ても情報のアップデートが非常に激しいものですから、定期的にメンテナンスをしていく必要があるかと考えています。

また、開示された情報が本当に正しいかどうか、海外ではグリーンウォッシュに対する規制もどんどん強くなってきていますので、第三者の監査の仕組みも将来的に入れていく必要があるのではないかと考えています。

最後、16ページです。こうした取組を踏まえて、私どもとしては、繊維・アパレル企業に情報開示をしっかり進めていただきたいので、ガイドラインで何らかの数値目標・KPIを決めましょうと言っている以上は、我々も目標を設定すべきかと思っていますので、ここは御相談をさせていただきたいと思います。

続いて、資料4でございます。これまで委員の皆様方に活発に御議論いただいていた内容をとりまとめたものでございます。

まず、「はじめに」でございますが、今回、繊維産業小委員会を再開した理由を書いています。

2つ目に、繊維産業における諸課題の分析と論点です。繊維産業の現状と課題を分析させていただいて、今回の繊維産業小委員会ではサステナビリティの確保と人材確保、取引適正化、サプライチェーンの強靱化の3つに論点を絞らせていただいて、御議論いただいたことを書いています。

3番目に、国内外における繊維産業をめぐる動向ということで、欧州で持続可能な繊維戦略が策定されて、同戦略に基づいて個別政策が動き出している状況です。

こうした欧州の動きにしっかりついて行かないと、日本企業も取り残されていくのではないかと心配の声もありますので、我々としても企業が国際競争力を持った形にいけるようサポートしていきたいと考えています。

一方で、特にフランスでは、個別製品に対する動きも非常に活発になってきていますと

ということや、未使用製品の廃棄を禁止したり、拡大生産者責任における拠出金を基にした衣類・靴の修理費用を支援する制度が始まっています。

日本における政策動向ということで、環境省の中央環境審議会で、循環型社会形成推進基本計画の見直しが行われておりまして、次の計画においてはライフサイクル全体での徹底的な資源循環の対象品目として繊維・ファッションが挙げられています。

また、昨年（2023年）3月に取りまとめられた成長志向型の資源自律経済戦略においても衣類、繊維の分析が行われており、特にトレーサビリティのデータ取得が目指すべき方向として取り上げられています。このように、政府全体で繊維製品における資源循環システムの構築は大きな政策課題になっています。

4番目に、環境配慮型のサステナビリティの確保でございます。繊維製品の環境負荷低減に向けて、家庭などから手放された衣料品の有効活用が重要になっています。この手放された衣料品の資源循環に関する取組は、民間企業で先進的な取組が行われ始めましたが、繊維製品は複数の素材で製造されている製品が多いこともあり、技術的、コスト的な制約から限られたリサイクル方法しかなくて、特に繊維から繊維にリサイクルするものは、極めて限定的になっています。

こうした状況を踏まえて、昨年（2024年）9月に「繊維製品における資源循環システム検討会」の報告書で、「回収」、「分別・再生」、「設計・製造」、「販売：」の各フェーズで技術的・制度的な課題整理をしていただいたところです。

この検討会を踏まえて、4－1ですが、環境省で自治体や事業者の衣類回収における「専ら物」の取扱に関して、グッドプラクティスを収集、整理することや、故繊維の再生利用に関する技術を持った事業者を自治体に向けて発信される仕組みの整備をいただいています。

また、本通常国会で、環境省より資源循環の促進のための再資源化事業等に関する法律が出されまして、先般成立したところです。これで消費者の衣料品回収への参画を促して、家庭から廃棄される衣料品の削減をしっかりと図っていくことになります。

4－2、技術基盤をしっかりと整備していこうということで、例えば副資材の除去や選別の自動化、複合素材繊維の分離、再資源化、リサイクルプロセスの環境負荷の低減ということで、NEDOのプログラムで技術開発が行われています。このプロジェクトでしっかりとやりながら、手放された衣料品の再資源化を促進し、2030年度において廃繊維を原料としてリサイクル繊維の生産体制を少なくとも5万トンぐらいにはしていきたいと思っています。

す。

続いて、環境配慮設計の推進ということで、今年（2024年）の3月に（ガイドラインを）策定いたしました。繊維製品における環境配慮設計をしっかりと普及していこうということで、ファッションを学ばれる学生さんに対しても積極的に紹介していくなど、ガイドラインの普及を徹底していきたいと思いますし、今後、LCA、カーボンフットプリントの手順書などの整備や人材の育成などもやっていきたいと思います。

これらの取組をしっかりと行っていくことによって、環境配慮設計に基づいて衣料品をつくられた事業活動に取り組んでおられる繊維・アパレル企業を8割ぐらいまで広げていきたいと思っています。

また、4－4はアパレル産業における情報開示の推進と「グリーンウォッシュ」への対応でございます。ここは情報開示の仕組みなので、先ほど申し上げましたとおりなので、詳細には説明しませんが、2030年度に向けてアパレル企業における情報開示率を高めていくと。具体的な数字を入れられればいいのですが。

続いて、適量生産・適量消費に向けた取組の方向性でございます。適量生産・適量消費についても、様々御議論いただきました。付加価値の高い繊維製品を販売していくことで、低価格競争を回避しながら差別化を図り、この製品を適正価格で販売して競争力の強化につなげていきたいと考えています。どれぐらいまで供給量の適正化をしていくかですが、2030年に向けて市場の供給量を減少に転じさせて、2040年ぐらいには90年と同じぐらいの数字にしていければと考えています。

5番目、繊維産業におけるその他の課題への対応ということで、5－1では人手の確保に向けた対応でございます。前回の小委員会にて特定技能への繊維業の追加の要件として、JASTIという人権基準の案をお示しさせていただきました。しっかり今年度中にこの運用を図ってまいりたいと思います。

5－2では、取引適正化です。繊維産業では、他の産業に比べて給料が安くて、人手確保が難しいという状況がございます。賃上げをやっていくためには、価格転嫁をしっかりとやって、賃上げの原資を確保していくことが必要となりますので、取引適正化の中では、いまだに上代から加工賃を逆算して算定されている取引慣行がまだ残っていると聞きますので、それをなくしていきたいと思います。

5－3では、サプライチェーンの維持に向けた取組の方向性でございます。経営者の方が高齢化しているとか、アクシデント等により突然、廃業されてしまうこともありますの

で、サプライチェーン上のチョークポイントをしっかり把握して、サプライチェーンの維持にしっかり取り組んでいく必要があるかと思います。

サプライチェーンの事業承継で経営資源を集中させていく、複数社でサプライチェーンを強靱化していくと。そのためには、経営者に対して気づきの提供や早期の働きかけなどもしっかりやっていく必要がございますし、自治体や繊維組合との連携も必要になってきます。サプライチェーンの維持がないと、繊維産地を維持できないという問題もございますので、ここはしっかりやっていきたいと思います。

今回は骨子ということで、今日、委員の皆様方から様々御意見をいただきながら、次回の小委員会で具体的に本文を記載したものをお示ししたいと思います。長くなり申し訳ございません。以上です。

3. 自由討議

○新宅小委員長

ありがとうございました。それでは、残りの時間で自由討議に入りたいと思います。

経済産業省にお越しいただいている委員の方で発言御希望の方は、ネームプレートを立ていただければと思います。オンラインの方々は、Teamsのコメント欄に発言希望を記載いただくか、挙手のリアクションボタンを押してください。

それでは、皆様から御発言いかがでしょうか。では、早速、鈴木委員、お願いします。

○鈴木委員

日本アパレル・ファッション産業協会の鈴木です。よろしくお願いします。先ほど来、出ている情報開示の件は、我々アパレル会員企業というのは、アパレルとファッションに全て関連しているので、我々が当事者という形になると思います。

前回もお話しさせていただいたのですけれども、情報開示の件は、我々の理事会の中で「絶対やっていかなければならない」と話をしています。その大きな理由は、誤解されているところがあるからなので、それをきっちり払拭しなければいけないということで、これをやっていこうではないかと今、話をしています。

先ほど、この資料にありました情報開示しなければいけない(1)から(8)、いろいろあると思うのですけれども、この中で、できることからきちんと行動を起こしていかなければいけないと思っています。我々の会員企業は120あるのですけれども、このうち20が上場企業なわけです。K P Iではないのですけれども、これは話をしていないのですが、私と

しては20の上場企業に関しては、何らかのアクションを2年後までにやることを促していきたいと思っております。まず、それが1つ。

2つ目、先ほど資料4の4―5に書いてある方向性ということなのですが、これは私、そのとおりだと思うのです。数量を減らすために上質で長く使用できる製品を生み出すこと、衣料品の適量生産を目指し、大量生産の産業から脱却していくこと、そのとおりだと思います。高付加価値な繊維製品を販売していくこと、低価格競争を回避し、差別化を図っていくことも含め、そうした製品を適正な価格で販売していくことが、我が国の競争力の強化にもつながる、本当にそのとおりだと思います。それで1990年の数量に持っていくのだと。本当に素晴らしいことだと思います。

ただ、これ、なぜ1990年から、今こうなってしまったのかというのが、非常に大きな問題だと思うのです。その間にあったのが、いろいろ考えたのですが、いろいろな要因が絡み合っただけで、今みたいになってしまった。

1つ目が、所得がなかなか上がってこないのではないかと、その間に消費税を含めて増税があったり、そしてまた、大店法もできて、いろいろなところに大きなショッピングセンターがいっぱいできた。そこに国内外のファストファッションがどんどん入った。

そうしたときにどうなったかというと、我々の協会の企業は比較的、百貨店のアパレル、ファッション企業が多いです。その百貨店というのはプライスも中間より高いのかな。今も価格を上げていこうとする企業がほとんどなのです。価値を上げようではないかと。ここに書いてあるとおりです。価値を上げて、1客単価を上げていこうというのがビジネスの基本ではないかというところが多いです。ただ、大店法等でファストファッションがわっと出てきてこうなってしまった。我々百貨店は、御存じのとおり、どんどん閉店してしまいました。ここがゆゆしき問題で、我々もなかなか苦しんでいるというのが現状なのです。本当に数を減らすために何をするかというのを考えていかないと、なかなかそうはならないと思いますので、これは一緒になってやらなければいけないことではないかと思っておりますので、よろしくお願いいたします。以上です。

○新宅小委員長

ありがとうございました。ちなみに、ちょっと質問させてください。120社のうち20社が上場企業でというお話があったので。現時点で、この手の情報開示をやっている企業さんはどのぐらいなのでしょう。

○鈴木委員

どうだろう。田上さん、知っているのでは。

○経済産業省生活製品課 田上課長

CO₂の排出量を算定し、公表するなどの取組を開示されている企業はほとんどないという認識ですが、一方で、回収した衣料品をこのようにリサイクルしていますとか、店頭で回収しています、という取組は大手のアパレル企業では発信されています。とにかく様々な情報を消費者にお示し、選択できるような形をつくっていただきたいと思いますし、企業がいろいろな情報を出しているものですから、それを比べることができないので、比較できるようにするというのも今回の1つの目的でもございます。

○新宅小委員長

ありがとうございました。それでは、オンラインのほうで大矢委員、お願いいたします。

○大矢委員

化繊協会の大矢です。まず、情報開示ガイドライン案についてですが、構成全般については特に問題なく、よくできていると思いました。

1点、5. 情報開示が期待される開示項目の中に、生物多様性に関する取組の記載がありますが、この項目は、ほかの項目と比べて少しわかりにくいところかと思いますので、どのような業種でどのような記載が必要なのか等、少し説明があるとよいと感じました。

それから、中間取りまとめの骨子案についてですが、全般的に議論した内容がコンパクトに整理されていると思いました。1点、先ほどの鈴木委員のコメントに関わる内容になりますが、まず、4-2の2030年度に廃繊維を原料としたリサイクル繊維の生産を5万トンに拡大する記載や、供給点数20億点の目標等、個別目標が書かれている箇所につきましては、各目標の根拠を示した上で、その妥当性や実現可能性などについて少し議論ができるとよいかと思いました。

もう一つ、4-5についてですが、価値に見合う商品価格が最終的に消費者に受容されるための仕掛けが必要であり、仕掛けの案などがもしあれば記載できればよいかと思った次第です。私からは以上です。○新宅小委員長

どうもありがとうございます。生物多様性のところは少し書き込めば。

○経済産業省生活製品課 田上課長

生物多様性のところは、なぜ必要なのかというのは記載します。

○新宅小委員長

あとは、いろいろなところで2030年ぐらいをめどにどのぐらいという目標値をある程度、最終的に示していくことになると思うのですけれども、先ほどの120社中20社とか、全体でいったら、ここから2年後にというお話でしたので、30年だともっと高いと思うのですが、それぞれの項目、政策でどのぐらいを目指していくか。特に2030年ぐらいが1つめどになるかなと思うのですけれども、ここら辺の数字をどう立てていくかというのは非常に難しい問題だと思うのです。

一方で、今御指摘のように実現可能性はあるのかという話と、もう一方では、やはりこのくらいやらないと社会的なインパクトは全然ないよねというので、経産省を含めて掲げて、何とかそれをどう実現していくかということを考えていくという両建てがあると思います。でも、この手のものは、できるところから考えていくとなかなか進まないの、思い切ってチャレンジングな目標値を掲げていくしかないのかなとも感じるのですけれども、いかがでしょうか。皆さん、この点について御意見があれば、田上さんも含めて。どうぞ。

○鈴木委員

ざっくりばらんな話なのですが、例えばさっき言ったように、我々の会員企業の百貨店中心のところというのは、恐らく1990年よりも売上げが下がっている分、生産量は減っているはずなのです。今、何点は何点になったかと言えないのが申し訳ないのですけれども、減っています。でも、全体を見たときには、ずっと出ているように、売上げは下がっているのだけれども、量は増えている。ここをどのような形でやっていくのかというのが一番のポイントなのではないかというのは本当に思いますね。ただ、先ほど言ったように、いろいろなことが絡み合っただけでそのようになっているわけですから、難易度が非常に高い話なのですけれども、そんな気がすごくしているのです。

○新宅小委員長

田上さん、何かありますか。

○経済産業省生活製品課 田上課長

百貨店も、それ以外の一般というか、昔のファストファッションみたいなアパレルも、国民の皆さんから、すごい大量廃棄産業みたいに見られてしまっているの、我々としてはアパレル産業協会だけをお願いしていくことはないのですが、やはり何らか業界全体で示していけるものをつくっていかないと、何となく改革に後ろ向きというか、国民から環境にちゃんと配慮しているのという声に応えていける場所をしっかりと示していかないと、ずっと疑問の声が残っていつてしまいますし、冒頭に書きましたが、価格や技術だ

けの価値ではなくて、環境配慮しているというところも1つの消費者に対する売りとして、また付加価値の高い、金額の高いところにもお客さんに戻ってきていただけるようにしていくのが1つあるかなと思います。

情報開示というのは、企業にとっては大変だと思いますが、そうした選択肢をしっかりと消費者に提供して選んでもらえる、それが企業の競争力につながっていけるような仕掛けをつくりたいと思います。ある意味、新宅先生がおっしゃるように、ちょっとチャレンジな目標、業界も変わったなと思っていただけるようにしたいと思います。

○鈴木委員

我々の業界にできるところは、情報開示は先ほど言ったように、できるところからになると思うのですけれども、必ずやっていかなければいけないというのは痛切に感じているのです。それは必ずやっていこうとは思っています。

○新宅小委員長

ありがとうございます。それでは、富吉委員、オンラインから御発言をお願いいたします。

○富吉委員

日本繊維産業連盟の富吉でございます。まず、中間取りまとめですけれども、これまでの議論が非常にコンパクトに取りまとめられて、かつ意欲的なものも含めて数値目標もある程度設定されておりますので、非常にいい方向の取りまとめの骨子案になっているのではないかと思います。

この点に関して、1点だけ質問があるのですけれども、今後、この取りまとめを受けてどういう方向に持っていくのかというところは、お聞かせいただきたいと思っているところでございます。

一方で、資料3の環境情報開示ガイドラインでございますけれども、ここについては2つの視点からコメントをさせていただきたいと思います。

1つは、コーポレートガバナンスの観点、これは、特に上場企業でございます。私、人権をはじめとして、サステナビリティに関する非財務情報開示について結構いろいろな会社のホームページをチェックしているのですが、正直、きちっと情報開示できている企業は少ないと思っています。情報開示が抽象的で、9割以上、具体性が足りないというのが正直な感じですが。そういう意味で、今回、ガイドラインの中で、具体的にこういう項目を公表しなければいけない、しかも数値を公表しなければいけないといった項目もあるので、

これに沿って具体的な取組や事実関係が各社で公表されていくということが期待できるかなと思っております。特に、コーポレートガバナンスは、上場企業にとっては、義務であり、今できていないということ自体が大きな問題なので、ここはしっかり対応していただきたいと思っております。

次に、サプライチェーンを考えると、サプライチェーンに存在するほとんどの企業が中小企業であり、上場企業の情報開示においても、中小企業からの情報提示が非常に重要になってくると思います。例えば、今回の情報開示ガイドラインの中でも引用されていますカーボンフットプリントガイドライン、経産省・環境省両省でお作りになったものだと思いますけれども、中小企業の方は多分1ページも読まないうちに閉じてしまうような内容になっていると思います。そうすると、ガイドラインを読んで対応してくれというのは、ほぼ不可能なことだと思ってまして、むしろガイドラインに沿って中小企業が対応できるような、例えばウェブページでデータを入れていくと、LCAのデータがある程度出てくるとか、こういう簡素で、小中学生でもデータを入れたら対応できるようなレベルの取組、ウェブサービスとか、そういうものが必要なと思います。そういうものがなければ上場企業の正確な情報開示も難しくなるのではないかと考えています。これはぜひ検討していただきたいところだと思います。

中小企業も含めて情報開示が進めば、ビジネスモデルも変わっていくのではないかと考えています。今、商品をつくる上で、残念ながらアパレル企業は商社任せという面も否めない部分がございますが、情報開示となると、商社に任せず自分でやらなければいけなくなるので、そういう意味でビジネスモデルの変化という面でも情報開示は重要だろうと考えております。私も業界団体に所属する身としてしっかり対応していきたいと考えております。以上でございます。

○新宅小委員長

どうもありがとうございます。冒頭のこれからの取り組み方。

○経済産業省生活製品課 田上課長

今後、中間取りまとめを1回させていただきますけれども、取りまとめしてそれで終わりではなくて、前回も人権の基準のところはまた秋に御議論させていただきますということを申し上げましたし、サプライチェーンのチョークポイントの話とかもまた引き続き検討していきたいと思いますので、フォローアップをしながら、しっかり繊維産業が競争力を持った形にしていくように引き続きやっていきますので、これをやったから終わりでは

ありません。まだ頑張ります。

○新宅小委員長

あと、中小企業のお話は、こちらもまとめていてちょっと悩んでいるというか、どういう情報の出し方をすれば、中小企業がこの情報開示に乗ってくれるかというか、いや、困ったなみたいな感じになってしまうと思うのです。それは多分、事務局でも認識していると思うので、今も1つ御提案があったのですが、こんな出し方をすれば中小企業は乗れるのではないかという御意見とかアイデアを委員の皆さんからいただければありがたいということだと思います。よろしくお願いします。

それでは、生駒委員、お願いします。

○生駒委員

欧米のアパレル産業でも既に始まっている環境情報開示の状況を日本でも遅れることなく先手を打って対応していきたいというお話、大変うれしく、心強く思いました。

ちょうどタイミングよく、ですが、私、ファッションジャーナリストという肩書きと日本エシカル推進協議会会長という肩書きを持っているのですが、この6月にエシカルバイブルという本を出版いたします。私どもは、専門家の集団ですので、環境問題から人権、動物福祉まで58人の専門家が筆を執りまして、1冊にまとめさせていただきました。

エシカル基準というものを我々は策定してしまして、8項目にわたるのですが、それは中小企業向けにつくりました。というのは、いろいろ調べていきますと、認証を取るとというのが、どうしても人手もお金もかかる作業なわけです。なかなかそれに着手できなくて後手後手になっている。サプライチェーンを見ると、ほとんどが中小企業、零細企業が多いということで、そういった事情を鑑みて、エシカル度を自己採点できるシステムを作りました。

これは先ほど富吉委員がおっしゃったのですが、本当はウェブ上に載せて、皆さんが答えていくと集計されるようなシステムがつかれないかと今皆で話し合っているところですが、自分たちの事業の立ち位置が分かる、自分たちのどこが足りていないか、あるいは足りているかということが自己判断できる、そういう基準になっておりまして、その解説書となります。今お話を聞いておりまして、ちょうどタイミングよく、私もその編集の最後の締めで追われているのですが、そこで感じたことを1つ、2つお伝えしたいと思います。

まず、情報開示は非常に重要なことではあると思うのですが、今の段階では投資家向け

というか、企業としてのガバナンスの指標といいますか、そういう姿勢を見せるという段階にとどまっているように思われるのです。今後、これをいかに消費者、一般の方に向けての情報開示につなげていくかというのが、次のステップですごく重要なと思っています。ファッションの品質表示タグのところで、例えばQRコードをつけて、トレーサビリティがたどれるかというような仕組みがあれば、消費者庁も熱心に取り組まれているエシカル消費に関して言えば、すごく大きな推進力になると思うのです。情報が明らかになると消費者も選択する基準がクリアになりますから、そういう意味で企業側も消費者側も併せて情報開示の力で前に進むことができると思いましたので、今後こういった情報開示の流れをどのように消費者に向けてもつなげていかれるかということは、お聞きしたかったことが1つです。

あと、私もエシカルとなりますと、先ほど富吉委員も触れられたのですけれども、情報開示に関しては人権のデュー・ディリジェンスの問題であったり、動物福祉のものであったり、環境問題だけではなくて、情報開示していくこともまた今すごく求められていると思うのです。ですので、今後、さらに情報開示の領域を広げていかれる予定があるのかどうか、そういったところもお伺いしたいと思います。

1つ意見なのですけれども、最後、サプライチェーンのお話がありました。繊維産業は、いろいろ問題を抱えていて、人材が不足しているとか、取引の適正化とかある中で、サプライチェーンの維持ということがすごく重要だと聞いたのですが、私もそう思っていました、分業化していることがものすごくデメリットのようにずっと言われてきているのですけれども、海外の方とかとお話をしていると、日本のものづくりの細やかさと繊細さは、実は分業化によって支えられているのではないかと指摘されるのです。専門性の高い分業制があることで、産業自体の品質、クオリティが保たれているというような視点もあるということをお聞きして、合理化を図るだけではなくて、今後どのような形で維持していけるのかを考えることは重要ではないかと考えます。この点に関しては、かなり創造的にクリエイティブに考えないと克服できないと課題であると思いますが、テクノロジーの力を借りたり、いろいろ方法はあると思います。日本ならではの産業構造の環境をどのように維持していけるのか、進化させていけるのかといったところも大きな課題かなと思っています。これも、我々の持っている大きな価値なのではないかとも思いました。 以上です。

○新宅小委員長

どうもありがとうございました。消費者向けの情報開示というお話があったのですけれども、この辺。

○経済産業省生活製品課 田上課長

既に海外では、デジタル製品パスポートが始まっています、繊維製品にも適用している動きもあります。そうした動きの中、日本でも欧州にテキスタイルを輸出されている企業は（情報開示に）対応していかないといけません。では、日本において、個々の衣類でどうしていくかは、例えばJクオリティであれば、トレーサビリティの確保ということで、QRコードでどこの工場で織りや染色を行ったかを見られる仕組みが既に始まっていますので、そうした取組をより広げていくことも、付加価値の高い分野から始めていくことはあり得ると思います。いずれにせよ、業界とも相談させていただきたいと思います。そうした取組が、他の一般アパレルにも広がっていくよう我々も関係企業と相談していきたいと思います。そうしたもの（情報開示を求めていること）が消費者の声だということを企業に伝えていくことをしないと、消費者は（情報開示を）求めているのではないかと企業の中にはおっしゃる方もたまにいらっしゃいます。

○新宅小委員長

今の話題にひょっとしたらつながる御意見かもしれないので、柿本委員、お手が挙がっている、オンラインからお願いできますか。

○柿本委員

それでは、消費者、生活者としての御意見を申し上げさせていただきます。

資料3、4ともに非常によく取りまとめていると考えております。コメントを4点申し上げます。

まず、私ども主婦連の衣料部の今年の活動目標を申し上げますと、回収事業に取り組んでいる事業者を確定し、回収した衣料品をどのように処分、または利用しているかをきちんと確認して追っていく、というものでございます。集めているだけで有効利用されていないのではないかという疑念が消費者にはございます。

2点目、環境に関することといたしまして、マイクロプラスチックファイバーに関する情報、それから廃棄量の削減について、調査研究を進めるということを活動目標にかかげております。これによって、消費者の行動変容を促すというものでございます。

アパレル事業者の新しい動きとして、自社の中古衣料を消費者から買い取り、修理・メンテナンスの後、再販売するポップアップストアの開店の案内が届いております。私たち

消費者、生活者の周りで動きがいろいろ始まっているというのを 実感しております。

大量消費・大量廃棄のままでは、地球環境、ひいては、私たちの生活ももたないというのは、私たちも重々承知しております。ホームページにきちんとした情報を出していただくことは肝要でございますが、ぜひ事業者、生産者の皆様に工夫をしていただいて、私たちの手元に確実に届く為の工夫が非常に重要だと思います。

それで、富吉委員から学生でも理解できるというお話がございましたけれども、やはり小学生から中学、高校、全て連なっております。私たちの行動は一朝一夕ではそうそう変わることができない場合も多くございますので、きちんと関係省庁と協力の上、進めていきたいと考えております。

○新宅小委員長

よく分かりました。どうもありがとうございます。

それでは、御意見を伺っていききたいと思います。筑紫委員、お願いします。

○筑紫委員

上智大学の筑紫です。発言の機会を与えていただきありがとうございます。

私も資料3のガイドラインと資料4の中間取りまとめにつきまして、基本的に異存ございません。細かい点、3点、御意見申し上げたいと思います。

資料4の4―4につきまして、先ほどから議論になっている情報開示率を高めるというところですが、私としても数字が入るといいなと考えております。冒頭で鈴木委員から大変力強いお話があったかと思うのですが、120社中の20社は2年以内にかなり頑張るということですので、思いつきの意見で恐縮なのですが、場合によっては、そういうところは数年以内に100%を目指していただき、それが難しい中小企業については別途目標を定めるというやり方もあるのかなという気がいたしました。

2点目は、進捗管理、フォローアップの話が先ほどから出ていますけれども、これについても確かに情報開示の推進ということで、目標だけ定めても、最後だけ見るというのはなくて、やはりフォローアップしていくことが必要かなと考えております。その際に、業界団体のほうできっちりそういうフォローアップをしていただき、毎年伸びていくように、中小企業についてはいろいろ情報提供、アドバイスをするということがなされるのであれば、それがいいなと思うのですが、もしそれが難しいようであれば、別途対応が必要かと思いました。

3点目ですけれども、グリーンウォッシュについて、資料3や資料4で言及がございまして、それは大変重要なことかと思いました。

そして、資料3の11ページに具体的な例も挙がっているのですが、これらに入れるのが適切かはちょっと分からないのですけれども、グリーンウォッシュの例について、海外では、こういうことをやると具体的に問題になっている、あるいは国内でもプラスチックの分野とかで、景表法との関係で問題になったケースとかがあると思いますので、そういった情報をまとめて示していくというのも重要な取組かなと思いました。以上です。

○新宅小委員長

御意見、どうもありがとうございました。

それでは、引き続き御意見を伺って、また議論させていただきたいと思います。森川委員、オンラインからよろしくお願いします。

○森川委員

信州大学繊維学部の森川です。まず、「情報開示ガイドライン」及び「中間取りまとめ」をおまとめいただき本当にありがとうございました。大変評価をしております。

これまでも議論を続けてきましたように、繊維産業における環境負荷低減の取組は、いろいろな産業の中でも複雑で長いサプライチェーンを持っている特殊な産業ということで、なかなか簡単ではありません。けれども、欧州ではかなりダイナミックなフレームの再構築といいますか、再編成が進んでいる中で、日本でも昨年、今年と経済産業省が中心となって「繊維製品の環境配慮設計ガイドライン」が検討、策定されまして、各企業がそれぞれの事業に照らし合わせてどのような対応を取るべきかが整理、明示されたと思っています。それを今度、情報開示のガイドラインとして示すということで、さらにその次のステージに向けて着実に進んでいるものと評価をしております。

特にガイドラインの8ページからの「4. 我が国における情報開示の考え方」という中で、(1)から(9)までありますが特に(1)から(6)はライフサイクルアセスメント等を中心に、より定量的で客観的な指標によるマネジメントということかと思っています。これは国際的な標準とのすり合わせがきちんとできる枠組みの中で進めていく、つまり国内的なガイドラインということだけでなく、国際的な部分にちゃんとすり合わせができていく項目と考えています。また(7)以降につきましては、サプライチェーンの再構成に向けて、それぞれの事業者が進めていくために重要な項目がちゃんと明示されていると理解しています。これらのことが整理されたということで、KPIなど定量的な目標を設定して、情報開示し

ながら、各企業あるいは業界団体が積極的に取組を進めていく枠組みができたと評価しております。

取りまとめも含めて、その上で5点だけお話をさせて頂ければと思います。

まず1つ目は、情報開示ガイドラインの3ページのところに、対象となる事業者が出ております。(1)、(2)、(3)ということで系統的に整理がされて書かれておりますが、その中でも特に私は、(1)の「アパレル事業者等における製品の企画、設計」の段階が非常に重要だと考えています。これまでの企画、設計における部分では、デザイナーさんや生産担当者さんが入るということだと思うのですが、それだけでなく、今後はできれば企業内のサステナビリティ分野に関する専門家や担当者が入って、適切に製品や材料さらに製造工程や、先ほど何名かの委員の先生方からも話が出ていました廃棄、リサイクルに関する観点から「製品設計」を適正に行っていく。そのための体制を企業の中でつくる。このようなチームづくりがきちんとできることが、今後必須になってくるのではないかと思います。この企画・設計段階で、環境負荷を低減するための定量的な算定の部分や、情報開示の方法などがそれを具体的に進んで行けば良いと思っています。

これができなければ、環境負荷への取組はなかなか進んでいかないと思われ、そのための「人材育成」も必要だと思います。私も大学に身を置く立場ですので、その立場から言いますと、大学も含めた高等教育機関が中心になって、法規制や環境配慮設計、情報開示などに関わる専門人材の育成をしていくこと。さらに関連する企業内の皆さんのリスクリングやリカレント研修も進めていくことが重要だと思います。これが2番目になります。

3番目は、このガイドラインの13ページの(7)のところにもありますが、今後、これら取組や整備をさらに促進すべきと考えるのですが、先ほども大矢委員や柿本委員からも出ていましたように、産業界側の取組だけでは片手落ちだと思いますので、本資料に書かれていますように消費者側の意識の醸成や行動変容の促進が重要と考えます。企業が幾ら努力しても、社会全体で取り組むという形にならないければ最適化がなされませんので、環境負荷低減のためには車の両輪のように、両者がバランスして進んでいくことが肝要だと思います。

今は産業界を中心にガイドライン作成や取組が進んでいきますが、今後産業界だけでなく消費者側へのアプローチも含めて、どのようなプロセス、ロードマップでやっていくべきかということが議論され整備されていけばと思っています。なかなか難しいところではあると思いますが、進めて行かなければならないと感じています。

4 番目は、ヨーロッパの動きが非常に速いということです。それらの動向や情報については繊維産業連盟の長保幸先生からもいただいたり、私も個人で情報を取りに行ったりしていますが、今後、特に欧州やアジアを中心とした海外の状況や動向を継続的に把握して行くことが大切かと思います。この委員会の中でもフランスやEUの方に出席いただいてお話を聞く機会があり、非常に有益だったと思います。そういう交流・コミュニケーションや情報収集・分析を継続的に進めて行ける体制が必要で、今後に向けてそれらに取り組める厚い人材の層やチームを構築することが必要と思っています。

最後 5 番目に、ファッション、アパレルに対する国際的な変化、あるいは急激な変化に対して、日本はこれまで企業が個別に対応される側面があったかなと感じていますが、先ほども言いましたようにこの間、経済産業省を中心に環境省とも連携されて、業界全体で非常に速いスピードで取組が進められ整備が進んできていると思います。また関連する各業界団体も急ピッチでガイドラインに基づいた取組を導入され、さらに先進的な取組も進められていると感じています。

前回の委員会でもお話ししましたが、日本における繊維の要素技術は、世界的に非常に優れていると思います。例えばこれまでも高機能繊維や高性能繊維に関する分野は国際的に高い技術を持っていて世界をリードしてきたと思います。今、フェーズが変わって、世界的に研究開発は快適性や利便性などを焦点としたものから、サステナビリティに資する様々な材料技術開発や製造技術開発に移っていますが、日本はこれらの研究開発分野においても世界を引っ張る形で取組が進んでいて、それらの成果が最終的には産業や市場に実装できる形に進むと思います。また一方で、日本は非常に高い企業マネジメント技術を持っていますので、サステナビリティに向けてもポテンシャルがあると思います。ぜひそこを触発しながら、今回この会議で提案されました環境配慮設計のガイドライン、さらに情報開示のガイドライン等で整備がなされていって、技術とマネジメントの両面から日本の繊維産業の国際的なプレゼンスを上げていくということが進めばと思います。

ファストファッションの話も出されていましたが、恐らく確実にファッション・アパレルは、これまでのフェーズからサステナビリティのフェーズに大きく変化し、以前に示しましたネイチャーポジティブに描かれたロードマップにある「反転」や「再興」という概念のように、日本の繊維産業も国際市場に向け新たなポジティブな方向に反転していく。あるいは反転できる局面に入ってきているのではないかと考えています。日本の高い技術や、日本がもともと持っているサステナブルな文化や生活様式、先ほど生駒委員も言われ

ていましたけれども、そういったものが国際的にアピールできる時代に入っていくと思います。先ほど申し上げました繊維の要素技術だけではなく、環境配慮設計や情報開示、さらに人権も含めた整備をきっかけに業界団体、各企業が反転に向けて大きく進めていくことが求められていると思います。

これと関連して、進めてきたいいくつかの取組を海外に発信するということが重要だと思っています。日本は繊維製品の輸入浸透率が高く日本のアパレル産業も多くは国内市場向けという理解をしていますが、今後は反転し海外市場に展開していくために、環境配慮設計や人権に関する枠組みなどのガイドラインや様々な取組を、日本語だけではなくて英語で積極的に世界に発信していくことが重要だと思っています。少し長くなりましたが、思っていることをお話しさせていただきました。

○新宅小委員長

どうもありがとうございました。大変多岐にわたってありがとうございました。それぞれ、ごもった御指摘だったと思います。

それでは、この後、お手の挙がっている委員で順番を申し上げますと、吉高委員、福田委員、高橋様という順番で御発言をお願いしたいと思います。

では、吉高委員、お願いします。

○吉高委員

ありがとうございます。私は、ガイドラインを中心にお話をさせていただきたいと思います。

もう一つの報告書は、基本的に異存ございません。1つ申し上げるとしたらウォッシュのところですね。この中に消費者庁との連携と書いてあるのですが、消費者庁は以前生分解性プラスチックに関して景品表示法に基づく措置命令を発表されたのですが、日本の場合、グリーンタクソミーというのがないので、何がグリーンで、何がグリーンではないのかというのが、欧州のように分類はされていないので、早急に連携を強めていただきたいと思います。公正取引委員会では、例えばサプライチェーンの上位が優越的地位の濫用をして下のサプライチェーンに対して環境でこうすべきと要請することなどに関する一定のガイドラインは出ているのですが、では、今度はどのように表示するかというガイドラインは基本的にグリーンに関しては、私、まだ消費者庁とかは認識がないので、そこら辺もぜひ進めていただくのがいいのかなと思っていますが、ぜひ御確認

いただければと思います。

もう一つ、開示のほうなのですけれども、まさに今週、金融庁のサステナブルファイナンス有識者会議で今後の開示についてどうしていくかというのを話しておりました。御案内のとおり、気候変動に関してはもう既定路線で、多分、将来的に法定開示になっていくと思いますので、今回は人権、人的資本、それから自然資本の関係をどうしていくかということで、どこをどうやってプライオリティを持って企業に情報開示を促していくのかというような議論をいたしました。ここにもありますように、ISSBは1回見送って、まずは気候変動できちっとやろうということを決めましたので、すぐ来ることではないとは思っていますが、先ほどほかの委員もおっしゃっていたように、これは環境情報ガイドラインで止めてしまうのは、欧州とかの動向にはついていけないと感じます。やはりサステナブルな情報開示ということでは、先ほど言ったように人権ですとか動物福祉ですとか、こういうのを同時に考えていかないといけないとは思っております。

それから、金融庁では事例集を徹底的に出しているのです。金融庁が全有価証券報告書を見まして、サステナブル記載欄の状況をモニタリングしています。大企業のトップレベルの事例集だけではなくて、中小企業ではこれぐらいの開示からでもいいのだよという事例集を今出し始めています。そうしますと、どれぐらいできていけばいいのかという具体的イメージができますので、できましたら今回のガイドラインにコラム的でもいいので、こんな形で出しているというちょっとした事例などを入れていただくと、企業のモチベーションが沸くのではないかと思います。金融庁のほうでもそういう工夫をしております。

もう一つの工夫としましては、もうちょっと図とかポンチ絵を入れるということでございます。例えば、サプライチェーンがあって、消費者はどこをしなくてはいけないとか、マテリアルな情報開示の項目があると思うのです。では、糸をつくっているところ、ボタンをつくっているところ、全部見なくてはいけないかという、そういうことではないので、やはりポンチ絵をつくって、まずは、どこがどういうところをやらなくてはいけないのかというのを図式化していただくのが大変重要なのかと思います。

さっき富吉委員もおっしゃいましたが、文字だけでは絶対見ないので、これも金融庁は工夫して、まずはどこから見るかということをポンチ絵で表したりしております。

つまり、あなたは今ここのので、まずはどこからやるべきかということを示す必要があると思います。例えば環境省でも中小企業向けにCO₂の排出量算定のワークシートがございます。それをそのまま使っていただければCO₂排出量の算定だけはできますので、

まずはそういうことをやりましょうというようなガイダンス——これ、ガイドラインとガイダンスはまた違うというように省庁の方はおっしゃるのですけれども、きっかけづくりがあるようなガイドラインにさせていただくのが大変いいのかなと思っております。

そして、生物多様性のことはまさにそうなのですけれども、ここでリサイクル、バイオマス繊維の定義というのがございますが、オーガニックコットンとか、オーガニックに対する迷いというのが結構アパレルの方にあると聞きました。実際にオーガニックコットンをする場合には、生物多様性の影響は確かに落ちるのだけれども、CO₂の部分では農業的にも増えてしまうというトレードオフが起こるようなことがあると。では、どちらを優先して開示していかなくてはいけないのかということも実はまだまだクリアではないので、このアパレル産業は何がマテリアルなのかということをきちっと指し示すような項目の優先順位ですとか濃度、今回ではなくても、こういったものをちゃんと指し示していただくような方向性もあったらいいのかと思っています。

最後に、ぜひ事例集とともに用語集もつくっていただきたいと思います。アルファベットのソープと言われます様々なジャーゴンがございますので、私も全国、中小企業を回ります際にはなるべく片仮名は使わない、ローマ字は使わないように努力しておりますが、どうしても使わなくてはいけない場合は、ぜひ最初に用語集、定義集をつくっていただくほうがいいのかなと思っています。以上でございます。

○新宅小委員長

どうもありがとうございました。お話を聞きながら思い出したのですけれども、吉高委員にも前に御協力いただいた繊維企業100選、あの大変な量を年末に読んでいただいて選定したのですが、あのときも中小企業がかなり応募していて、5項目のうち1つ、サステナビリティと挙げると結構書いていましたよね。だから、中小企業でも積極的に自分たちの売り込みとして取り組んでいるところはあって、廃棄くずで新しい商品をつくるとか、今の事例のお話を聞きながら思い出したのですけれども、だからそういうのをうまく生かしていくと結構いっぱいあるかなという気がします。

○経済産業省生活製品課 田上課長

事例集につきましては、今回間に合わなかったのですけれども、準備していこうと思っています。できれば中小企業の方々が自分事として感じていただけるように、大企業の取組ではなくて、中小企業さんの取組を紹介していけるようにしたいと思います。用語集は

担当と相談します。

○事務局

はい。

○経済産業省生活製品課 田上課長

担当がオーケーと言いましたので、やります。

○吉高委員

ポンチ絵はどうですか。

○経済産業省生活製品課 田上課長

ポンチ絵もやりましょうか。

○事務局

分かりました。

○経済産業省生活製品課 田上課長

頑張ります。

○新宅小委員長

基本的には、社会から求められているから、やらなければいけないというのでやっているというだけではなくて、これを自分たちの売りにしようとしている企業が、地方の中小企業の中に出てきている感じがしましたよね。

○経済産業省生活製品課 田上課長

私は昨日、福井の企業に出張で行っていたのですが、海外企業から情報を求められてはきているのですが、具体的にノウハウと人材もないので、そこを我々やこのガイドラインから提供していければ、必ずやっていただけたと思います。我々経産省として、気にしないといけないのが、やらないことによって企業の競争力の毀損につながっていくことなので、それはしっかり取り組んでいきたいと思います。

○新宅小委員長

ありがとうございました。それから、福田委員、オンラインからお願いいたします。

○福田委員

A.T. カーニーの福田でございます。まず、資料の取りまとめ、ありがとうございました。私からは、資料4について2点ほどコメントさせていただいた上で、それをまとめた御意見を差し上げたいのです。

まず、資料4の3－1、3－2のところで、EU、フランスにおける政策動向が指摘さ

れていると思います。これの中で、もう一点、追加でコメントしたほうがいいかなというところが、今フランスでちょうど検討されているファストファッションの規制法案があります。今、下院を通過して、上院を通れば、来年の1月ぐらいから施行されると言われているのです。具体的には何かというと、ファストファッションの商品の販売に1点当たり10ユーロの罰金がかかるという話と、特にこれはウルトラファストファッションを意識しているのだと思うのですが、ファストファッションの広告が一切禁止になり、特にオンライン広告とインフルエンサーのマーケティングが全面禁止になるということで、明らかにウルトラファストファッションが欧州に入ってきているのを止めにいっているというような法案です。

今日の資料の中でも情報開示のところでウルトラファストファッションを意識したコメントが書いてあると思うのですが、残念ながらウルトラファストファッションについては、情報開示を待つまでもなく、環境負荷が高いのは生産量の多さからしても明らかなので、欧州ですと明らかにそういったものについては可能な限り規制していくというような動きになると思います。

ですので、そういった動きについても触れることと、ネクストステップとして、日本においても足元、非常に多くのウルトラファストファッションが個人輸入で入ってきていますので、それについてどう対策を練っていくかということについて、検討をしてきているのかなと思います。

2点目として、同じく資料4の5—3の産地のところなのですが、繊維産地の活性化と支援については、書いてある内容そのままやらなければいけないことだと思います。ただ、ここについてはもう少し踏み込んだ繊維産地の投資に対するインセンティブですとか、メード・イン・ジャパンの国内の産地を使って地産地消のものづくりをしていくことに対するサポートは目に見える形で行われていく必要があるのではないかと思います。

先日も、とある縫製工場の経営者と話をしたところ、その縫製工場は日本を代表するデザイナーズブランドですとか高価格帯のブランドの縫製を手がけるような質の非常に高いところなのですが、今年に入って中高価格帯の日本のブランドが一部、国内生産から中国生産に切り替えているというお話がありました。その理由は、やはりコスト削減なのです。中高価格帯のブランドでも、付加価値を上げて上代を上げるという方法で本来はやってほしいわけなのですが、足元そういったウルトラファストファッションみたいなものの売上げが上がっている中で、背に腹は代えられないということで、コスト削減を

目的に中国に切り替えてしまう事例が起こっていると。なので、国内産地というのは、流れとしてなかなか変わっていない状況です。ですので、ここについては、もう一段踏み込んで、日本のメード・イン・ジャパンのものづくりに対する支援を税制ですとかインセンティブの形ではっきり踏み込んで検討すべきなのではないかと思います。

この話は、最初に話したファストファッション規制の話ともつながってくるのですけれども、結局欧州とかE Uがやろうとしていることは、そういった極端に安いものが入ってくるのをサステナビリティの観点から止めるだけではなくて、自国産業の育成というものを併せてやり、サステナブルな社会を促していくといった全体の産業育成のビジョンがあってこそ、今こういったところの規制に落ち着いているわけですね。

ですので、我々日本も、もっともっとメード・イン・ジャパン、国内でのものづくりに生産回帰をしていくような全体の流れと、それをプッシュするような施策と一緒に検討して、そして一部のブランドが海外に輸出されて外需を稼ぐような成長産業への展開のビジョンをセットで提示していかないと、なかなか個別の情報開示とか規制ばかり先行してしまうと、皆さん気にしてしまうというがあるので、その辺りも一緒に考えながら、繊維産業をもう一度、成長産業にしていくべく、施策の検討を進めていければと思います。私からは以上になります。

○新宅小委員長

どうもありがとうございました。E U、フランスのファストファッション政策の話は、調べて書き加えることはできますよね。

○経済産業省生活製品課 田上課長

そうですね。ウルトラファストファッションに対する規制の話は、我々も情報を仕入れていますので、そこは記載したいと思います。

○新宅小委員長

日本として、この時点で、どこまでそれに踏み込むかは別にして、情報としては書いておいたほうがいいかなと。産地の話はどうですか。

○経済産業省生活製品課 田上課長

個別産業に対して、繊維産業だからというのは難しいのですが、事業再構築補助金のサプライチェーン強靱化枠として、今までは海外から国内回帰枠があったのですけれども、それに加えて、今回の事業再構築補助金の第12回公募から、国内にあるサプライチェーンを強靱化していくために、集約化をしていったりするための支援策が用意されました。こ

れは、担当部局と我々もしっかり相談して、繊維産業の現状をお伝えさせていただきながら、制度をつくらせていただいたものでございますので、今日、資料を準備していないので、また皆さんにも御共有したいと思います。次回できちんと説明させていただきます。

○新宅小委員長

強靱化とか、あとは国際的にも全部海外に頼っていて、経済安全保障ではないけれども、いざというときどうするのだ、着るものがなくなってしまうなどという観点もあろうかと思いますが、そんなに全然奇妙な話ではないし、円安でちょっとみたいな、日本でやったほうが安いのではないかという話も出ていますので、よろしくお願いします。

それでは、次に、今日、松浦委員の代理でお越しいただいている高橋様、よろしくお願いいたします。

○高橋代理

U A ゼンセンの高橋でございます。よろしくお願いいたします。資料3、4、いずれにつきましても非常に分かりやすくまとめられていると思っております。中間取りまとめにつきましては、繊維ビジョンとの関係なども記載いただいております、位置づけも明確になっており、非常に分かりやすいと思っておりますのでございます。

その中で、ちょっと議論を蒸し返すようなことを申し上げてしまうかもしれませんが、目標値を出すときには根拠が必要かなと私も思っております。1990年代と同じ供給点数、20億点を目標とするという書き方をされているのですが、30年間かけて1.8倍まで増えたものをまた元に戻すとすれば、45%減らすのですということになりますので、かなりインパクトのある数字だと思います。30年間でここまで増やしてきたものを2030年、残り5年間で果たして減らしていけるのだろうかというのは、ある程度の具体的な手法なども含めて、こちらから提示していかないと難しい内容ではないかと思っておりますので、その辺の出し方については、やはり注意が必要かなと思っております。

それから、5—1に書いてあります人権についてでございます。特定技能制度が繊維産業に適用されたということで、労働組合側としても非常にありがたく、うれしく思っているところではございますけれども、4要件をそれぞれの受入れの企業がしっかりと整備をしていく必要があると思っておりますし、同じ職場で働く労働者の仲間という位置づけで考えますと、労働組合としても、外国人労働者の方とコミュニケーションを取っていけるような場をつくっていかなければならないと思っておりますのでございます。

その中で、今後、J A S T I を年度内に運用を開始することを目標にしているというこ

とでございますけれども、やはり労働者を守る立場にある労働組合も、ここに関与させていただきますと、J A S T I の妥当性、有効性を高めることができるのではないかと考えておまして、ぜひ労働組合も、この中身については一緒になって考えていかせていただければと思っているところでございます。

それから、情報開示のガイドラインのところでございますが、1点御質問と、1点意見ということで述べさせていただきたいと思っております。

このガイドラインの中身については、非常に分かりやすい内容だとなっておりますけれども、これをいつまでにつくるかというような時期的なものが記載されていなくて、ちょっと気になっているところです。

2項目に、各企業の状況に応じて対応可能な項目から随時やっていこうというようなことで書いてありますので、今後、それぞれの企業がこれを行っていくことになると思うのですが、これまで議論に上がってきましたとおり、特に中小企業におきましては、なかなかそういったソースがないというのも事実ではないかなと思います。消費者の方が商品を買うときに、タグを使ってメーカーのホームページに行ったけれども、結局何の情報もなかったということでは、やはり意味のないものになってしまいますので、ある程度、時期を決めて進めていくことも重要かなと思っております。

最初の趣旨・目的の中に、先手を打った対応が求められると書いてある以上、ある程度、そういったことについては考慮しておく必要があるのではないかと考えておりますので、その辺りについてお考えがありましたらいただきたいというのが1点でございます。

あと、意見ということでいきますと、このガイドラインは、情報を提供することによって消費者の方に資源循環、環境の重要性について知っていただいて、最終的には行動変容を起こしていくというような位置づけにあるのかなと理解しているのですが、そういった意味でいきますと、結局のところ、企業側が情報を出したところで、消費者がその情報を取りに行くという行動に変わっていかないと、その間の意思疎通が十分できないといえますか、情報のやり取りができないということになってしまいますので、今後、消費者庁さんとの連携ということになるかもしれませんが、消費者に対する周知もそうですし、これについては若い頃からしっかりと教育していくことも重要だと思いますので、小中学校の頃からこのような教育ができる環境も、ぜひ検討いただければと思っているところです。以上になります。

○新宅小委員長

よろしいですか。

○経済産業省生活製品課 田上課長

このガイドラインをいつまでに作るのかの御質問ですけれども、ガイドライン自体は、今シーズンに作っていきたいと思いますが、QRコードを活用していくなどは、企業の準備などもありますので、順次やっていく形にしたいと思います。

2点目、消費者庁との連携なのですけれども、山地課長も来られていますので、コメントをいただければと思いますが、当然、消費者教育に対しては、私どもではできないところもありますので、消費者庁ともしっかり連携して、小中高校生、今、総合学習の時間などでもSDGsの教育が充実していますので、そういった中でも御紹介できるよう、教材として使っていただけないかなと思います。

○消費者庁消費者教育推進課 山地課長

実は、消費者庁で取っているデータでも、エシカル消費よりもサステナブルファッションのほうが認知度が高かったりして、我々も、もっと頑張らなければという感じではあるのですけれども、今おっしゃってくださったとおり、学習指導要領で消費者教育の内容の充実が図られていまして、エシカル消費のことも若い方々のほうがよく御存じですし、また、ファッションについても、若い子はお金がなかったりするので、リペアするとか古着をやる部分が、ほかより数字が高かったりするのですけれども、よりよいものを選んでいくということについて、我々もしっかり発信していかなければと今日改めて思ったところです。ありがとうございます。

○新宅小委員長

ありがとうございました。ぜひ頑張って、よいサイクルをつくっていければと思います。どっちが先かというのは分からないのですけれども、自分の身の回りの経験で恐縮ですが、スターバックスがストローをプラスチック製から紙製に変えましたよね。飲みにくいよね、何でこんなのにしたのみたいなことが身の回りで起き出すと、ああ、それはねと親が語ったりして、若い人にもだんだん広がっていくのではないか。そういう意味でも、ファッションは必ず身の回りで起きることなので、SDGsの話はいろいろなところにあるのだけれども、一番身の回りで起きていく消費者の行動変容という意味では、大変重要な業界だと思いますので、ぜひ進めていければと思っています。

それでは、最後になるかもしれませんが、渡邊委員、よろしくお願いします。

○渡邊委員

中間取りまとめ、非常に整頓された形でいただきましてありがとうございました。昨年の別件の検討会も含めて、年明けから議論してきた内容が非常にまとまっていると思っています。

ガイドラインについても、初めの第一歩としてのガイドラインをつくるということで、これからいろいろ欧州等々、海外の規制のアップデートを踏まえて随時改定されていくこととありきということで、出だしとしては、まず何かつくって着手をしていくことが大事だと思いますので、位置づけも含めて非常にいいかと思いました。その上で3点、テクニカルな点も含まれるかもしれませんが、コメントをさせていただきます。

1つ目なのですが、まず、ガイドラインのほうのマテリアリティの特定です。最後に、ワークシートという形で別紙をつけていただいている、そのファーストステップとして、自社にとって何が一番の重要課題なのかというところから取組が始まると書いていただいております、これは、欧州や海外の色々な規制、標準化の流れを見てもそのとおりだと思います。一方で、恐らく自社にとって何が重要課題なのかと中小企業の皆さんに問うと、どのようにそれを特定したらいいのか分からないといったことになるのではないかと思います、少しヒントを追加してもいいかもしれないと思いました。

具体的には、ステークホルダー、影響を受け得る利害関係者との対話を通じて何が重要なインパクト、機会、リスクなのかを特定していくというのが大きな今の流れになっているところ、これまでステークホルダーとの対話というと、どちらかというと人権DDのサプライチェーン上の労働者との対話や労働組合との対話だけイメージされがちだったのですけれども、まさに環境課題のお話でバリューチェーンの全域について考えていくときには、例えば地域社会や消費者側との対話も通じて、今、具体的に何をやると自社のファイナンシャル・マテリアリティにも生きてくる、または、インパクトを世間に対して及ぼしてしまっているかということの取っかかりになるかなと思います。

何も仰々しいことをやれと申しているわけではなく、小さな工場でも、周辺地域の住民の皆様からのお声をもとに環境関係のリスクの取っかかりとなるようなこともあると思いますし、ユーザーとの対話という意味では、どのぐらいの廃棄量が気にされて消費者の方たちの行動変容につながっているのかといった目線を意識することによって、自社のファイナンシャル・マテリアリティにつながっていくと思いますので、自社の中だけで重要性を考えないという視点は、中小企業でも念頭に置いておいたほうがいいかと思っています。

優先順位をつけながらやっていくことが必要というお話がほかの委員からもありました

けれども、まさに優先順位をつけていくときに、重要なところでかつ発生可能性が高いところからということをつけていくことになるので、その意味でも重要だと思います。

2つ目、資料4の5―2についてです。取引適正化に向けた対応は、以前から日本の繊維産業の中で、業界団体としても取り組まれてきたところだと思いますけれども、御存じのとおり、昨年末からかなりいろいろな業界で、サプライチェーンを通じた下請先、業務委託先への労務費の転嫁が日本の公正取引委員会等のほうでも注目され、実際の執行リスクという形で、企業名も公表されてかなり規制強化されているので、改めて繊維業界においても、危機感を持って事業者サイドで取り組んでいただく必要があるかなと思っています。

5―1の監査に関しては、別のところでも議論していましたが、5―2の取引適正化とセットだと思っています。サプライチェーン上できちんと労務費の転嫁がされない、なかなか人権を守りたくても、きちんと余剰資金を持って給料を十分な水準感で支払いができないということにもなってしまうかねませんので、5―1だけを先行して取り組むというよりも、5―2も一緒にやっていく中での5―1ということかなと思っています。

最後、少しまた将来に向けたコメントになります。今後もどんどん海外の規制もさらに具体化していきます。E S R Sも、中小企業にどこまで情報開示をさせるのかという基準は、今後、欧州委員会が策定するので、それをまたフォローしていくことが必要だと思いますけれども、例えばサーキュラーエコノミーと人権との関わりについて昨年から申し上げてはいたのですが、これまでリニアエコノミーの中で人権DDをやっていればよかったものの、今ファッション業界で進んでいるグローバルなアパレル企業では、サーキュラーエコノミーの中で人権DDもどんどんやらないといけないということで、具体的には分別過程における人権DDとか廃棄過程における人権リスクについても洗い出すということを始めています。

今は、そこまではなかなか日本の中でフレームワークを一気につくれないとは思いますが、分別過程の段階でも、日本の中でも労働環境がかなり悪いというお話も当初からありましたので、そういったところも含めてバリューチェーン全体で社会面のリスクも見えていかないと、環境にいいということでリサイクル繊維をつくって、使って、製品をつくっていても、最終的にまたそれが欧州マーケットに売れないということになりかねないので、サーキュラーエコノミーの中でのソーシャル面も見えていかないといけないと思います。これは1つの将来に向けた具体例ということになります。以上です。

○新宅小委員長

どうもありがとうございました。それでは、ほぼ予定したお時間になってきたかと思うのですけれども、今の取引適正化は、ここだけではなくて中小企業庁とか公正取引委員会のほうでも今まさにやっているところなので、この業界だけではない問題だと思いますので、私は、経産省としては、きっちり取り組んでいるという認識です。

それでは、よろしいでしょうか。

（「なし」の声あり）

それでは、皆様、本日は長い時間にわたって、御意見、コメントどうもありがとうございました。

4. 閉会

○新宅小委員長

それでは、最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

○経済産業省生活製品課 田上課長

長時間にわたりまして、御議論いただきありがとうございました。本日いただいたコメントを踏まえまして、情報開示ガイドラインと中間とりまとめの本文の作成にすぐとりかかりたいと思います。

今回は、情報開示ガイドラインと中間とりまとめ、そして2030年ですとか2040年に向けて、少し将来が見えるようにロードマップを提示させていただこうと思います。しっかり根拠も整理させていただきたいと思います。本日はどうもありがとうございました。