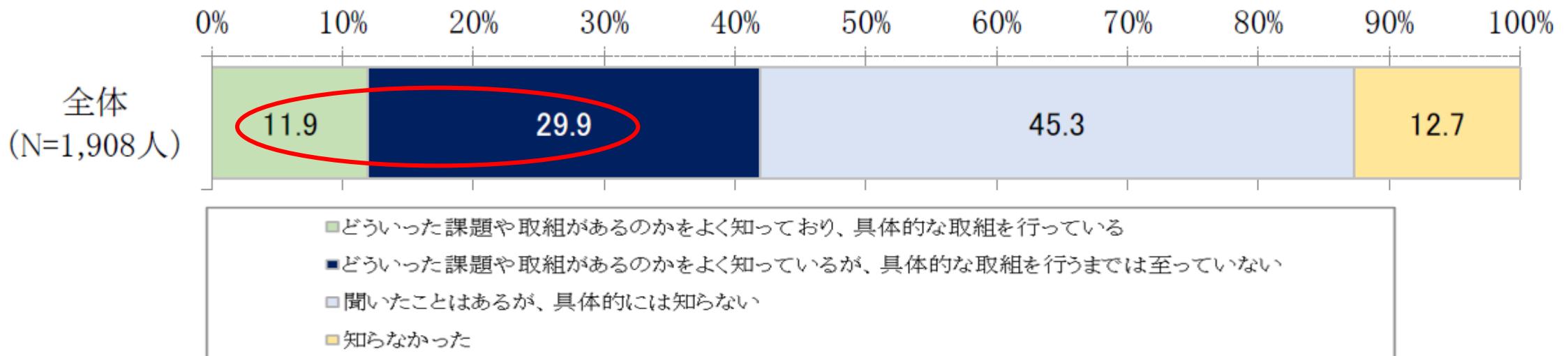


消費者庁説明資料

消費者のサステナブルファッションに関する認識と行動

- 物価モニター調査(7月)によると、アパレルファッション産業の環境負荷やサプライチェーンの問題について約6割が具体的に知らないと回答するなど認知度は高くないが、こうした課題をよく知っているとは回答した約4割の消費者では、衣服を購入するときに環境・人・社会に配慮した製品を購入する割合が相対的に高いなどサステナブルな行動につながっている傾向がみられる。
- したがって、消費者の行動変容のためには、アパレルファッション産業の課題についての認知度を高め、さらに、とりうる具体的な行動の内容について情報提供をすることが重要。

問 衣服については、大量生産・供給や廃棄など様々な社会的課題が指摘されています。一方、衣服の生産から着用、廃棄に至るまで、サステナブル(持続可能)なファッションへの取組も広がっています。こうしたファッション産業の現状に関するあなたの認識について、最も当てはまるものを1つ選んでください。

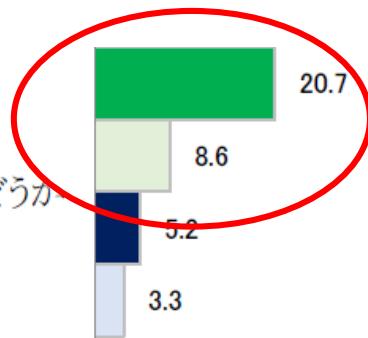


問 衣服を買うときに、あなたが特に重要だと思うポイントとして該当するものを3つまで選んでください。

結果(抜粋)

環境や人・社会に配慮した製法や素材を使っているかどうか

- どういった課題や取組があるのかをよく知っており、具体的な取組を行っている (N=227人、M.T.=273.1%)
- どういった課題や取組があるのかをよく知っているが、具体的な取組を行うまでは至っていない (N=570人、M.T.=272.5%)
- 聞いたことはあるが、具体的には知らない (N=865人、M.T.=272.7%)
- 知らなかった(N=243人、M.T.=246.9%)

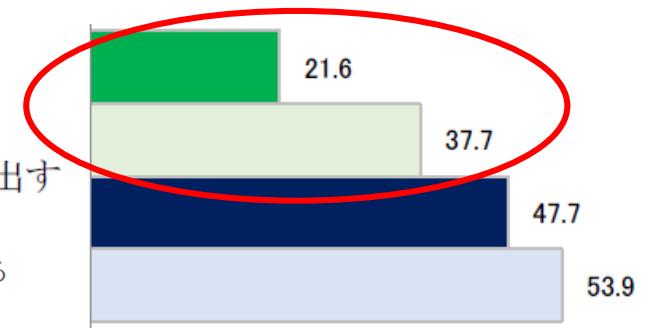


問 着なくなった衣服を処理する際に、あなたが実際に行ったことがある方法のうち、回数が多いものから順に3つまで選んでください。(抜粋)

結果(抜粋)

可燃ごみとして出す

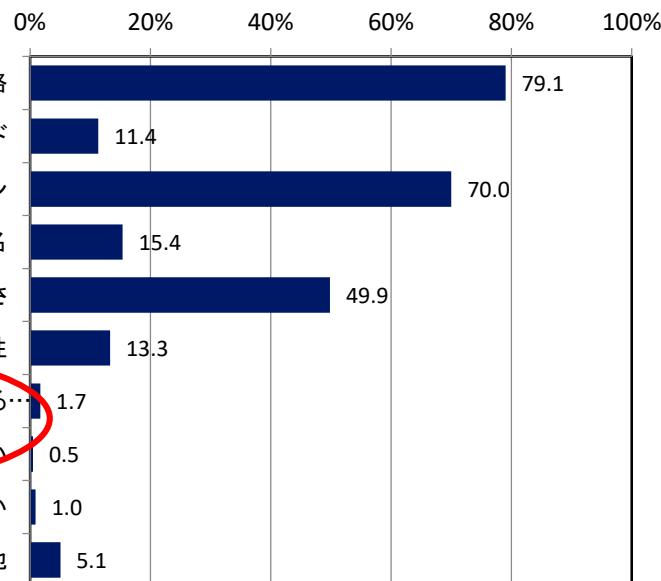
- どういった課題や取組があるのかをよく知っており、具体的な取組を行っている (N=227人、M.T.=244.5%)
- どういった課題や取組があるのかをよく知っているが、具体的な取組を行うまでは至っていない (N=570人、M.T.=241.2%)
- 聞いたことはあるが、具体的には知らない (N=865人、M.T.=232.4%)
- 知らなかった(N=243人、M.T.=205.8%)



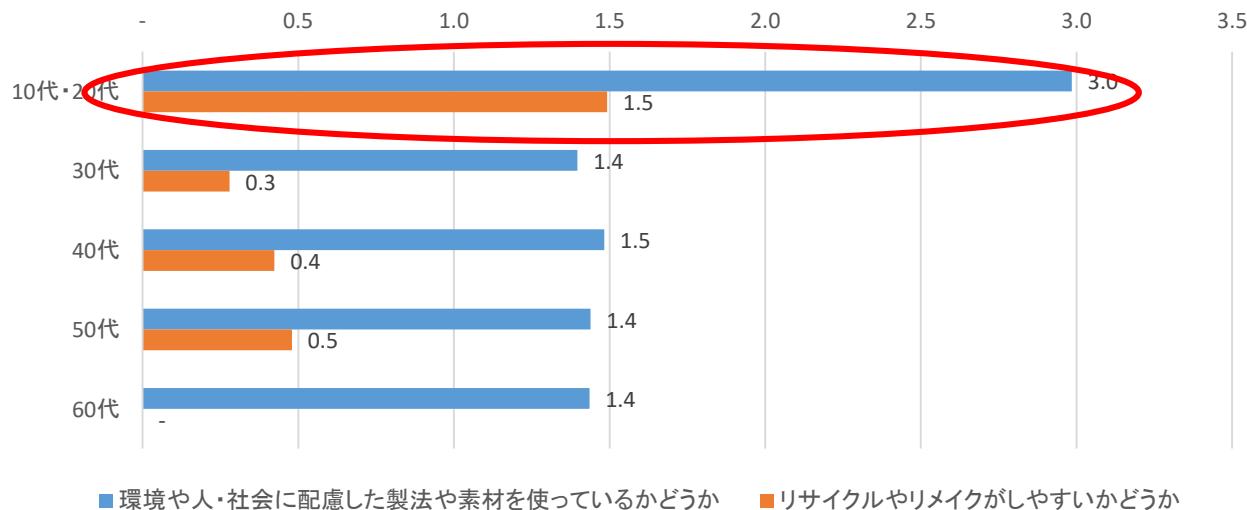
□ 消費者意識調査(7月)によると、衣服購入時にサステナブルファッションに関連する要素として、「着回しのしやすさ」「耐久性」を考慮する消費者は比較的いる一方、「環境や人・社会に配慮した素材を使っているかどうか」「リサイクルやリメイクがしやすいかどうか」を考慮する割合は低い。その中でも年齢別にみれば10代・20代で意識が相対的に高く、それ以外の世代で低い。

□ 古着の購入に対しては特に高齢層の女性には「強い抵抗感がある」との回答が多く、年齢が上になるほど抵抗感が有する割合が高まる傾向にある。

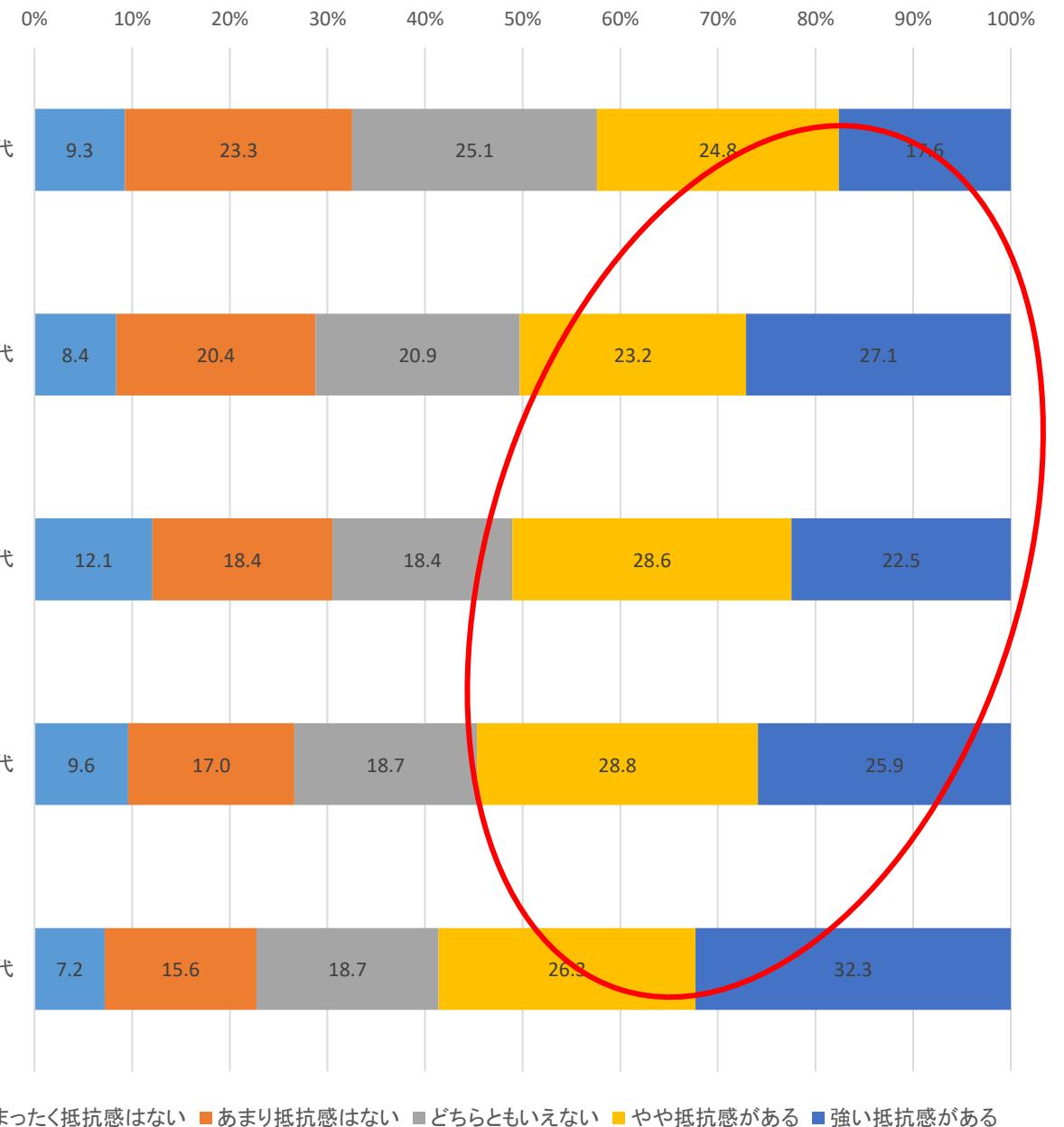
問 衣服を購入するときに重視することは何ですか。3つまでお答えください。(お答えは最大3つまで)※該当の選択肢がない場合でも、強いて言えばでお答えください。



問 衣服を購入するときに重視することは何ですか。3つまでお答えください。(お答えは最大3つまで)
※該当の選択肢がない場合でも、強いて言えばでお答えください。



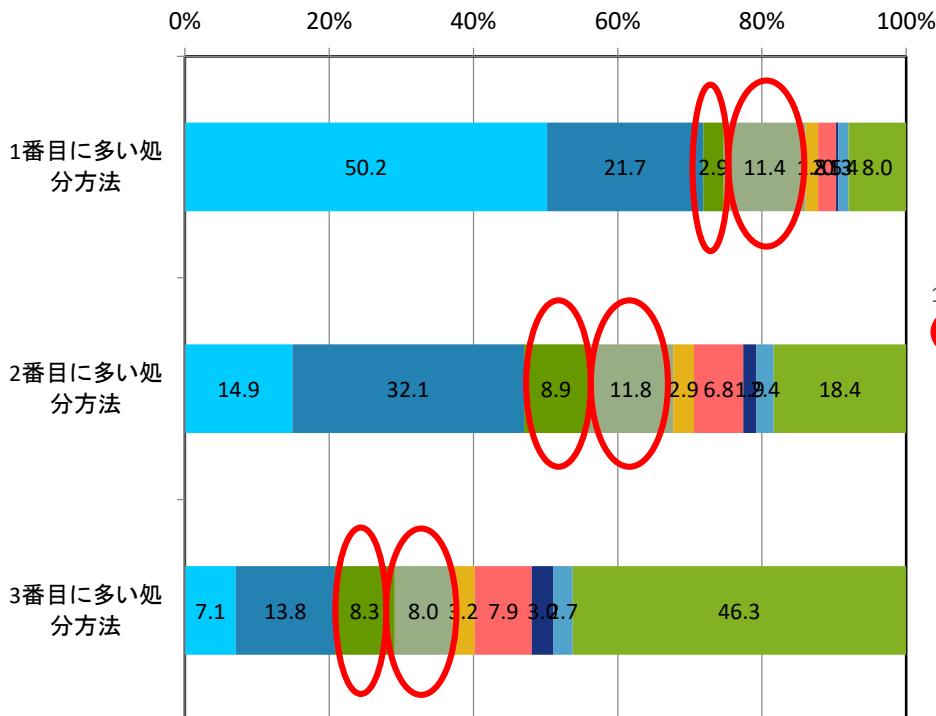
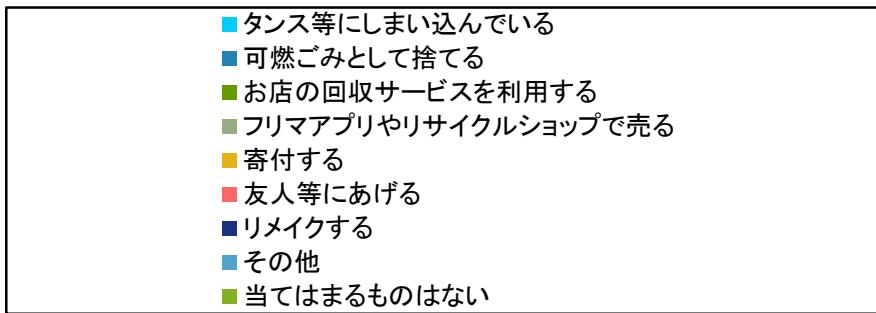
問 古着の購入について、あなたの感覚に最も近いものはどれですか。(お答えは1つ)



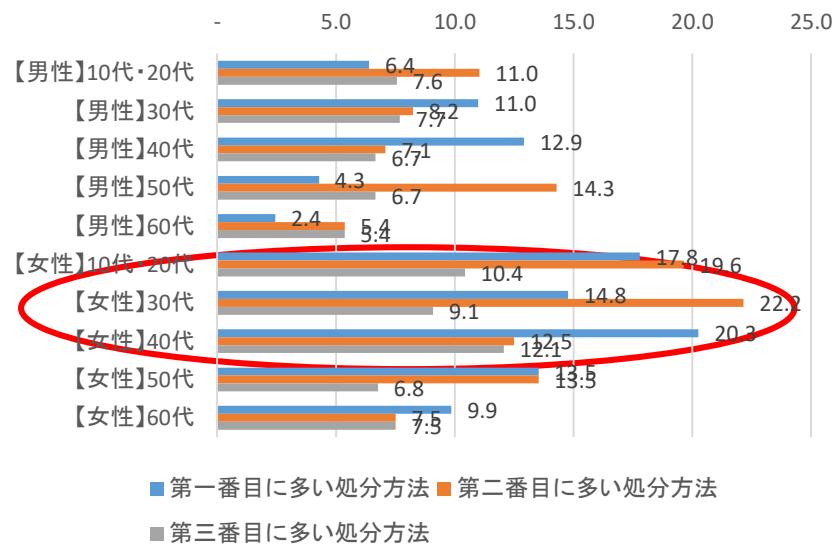
■ まったく抵抗感はない ■ あまり抵抗感はない ■ どちらともいえない ■ やや抵抗感がある ■ 強い抵抗感がある

- 衣服の処分方法については、サステナブルファッションに関連する要素のうち、年齢・性別別では10代から40代の女性で「フリマアプリやリサイクルショップで売る」、10代・20代、30代で「お店の回収サービスを利用する」の割合が高い。
- 「どのような取組が行政や企業においてなされると、可燃ごみに出す以外の方法をとることができると思いますか」との質問については、「自治体での衣服の回収」、「企業の回収ボックスの近隣での設置」の回答が多い。

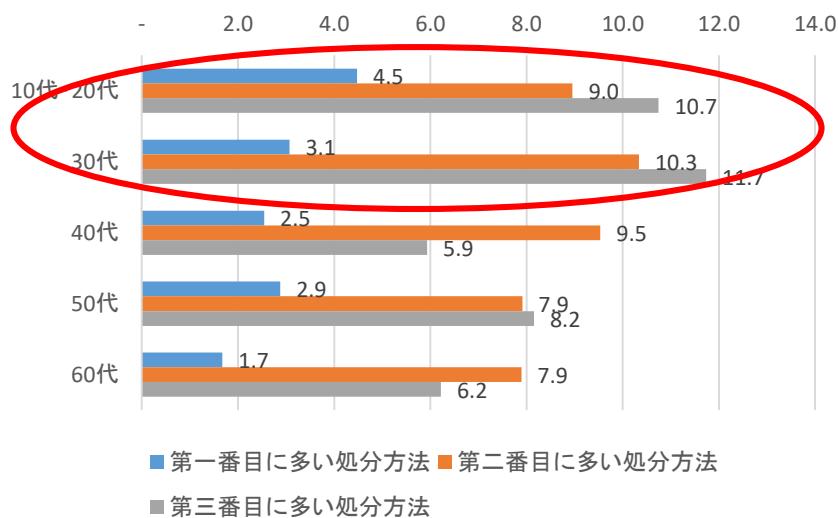
問 まだ着られる衣服の処分方法についてお伺いします。あなたが実際に行なったことがある方法のうち、回数が多い順に3つまでお答えください。(お答えはそれぞれ1つ)



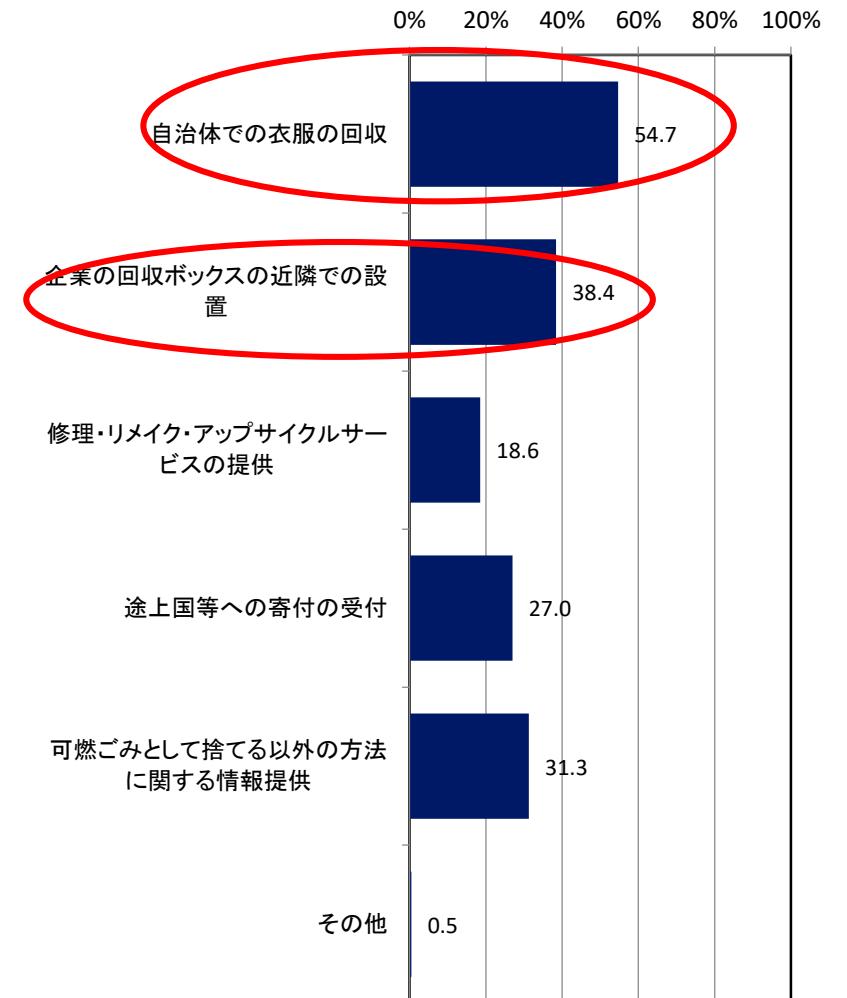
まだ着られる衣服の処分方法について、フリマアプリやリサイクルショップで売ると回答した割合



まだ着られる衣服の処分方法について、お店の回収サービスを利用すると回答した割合

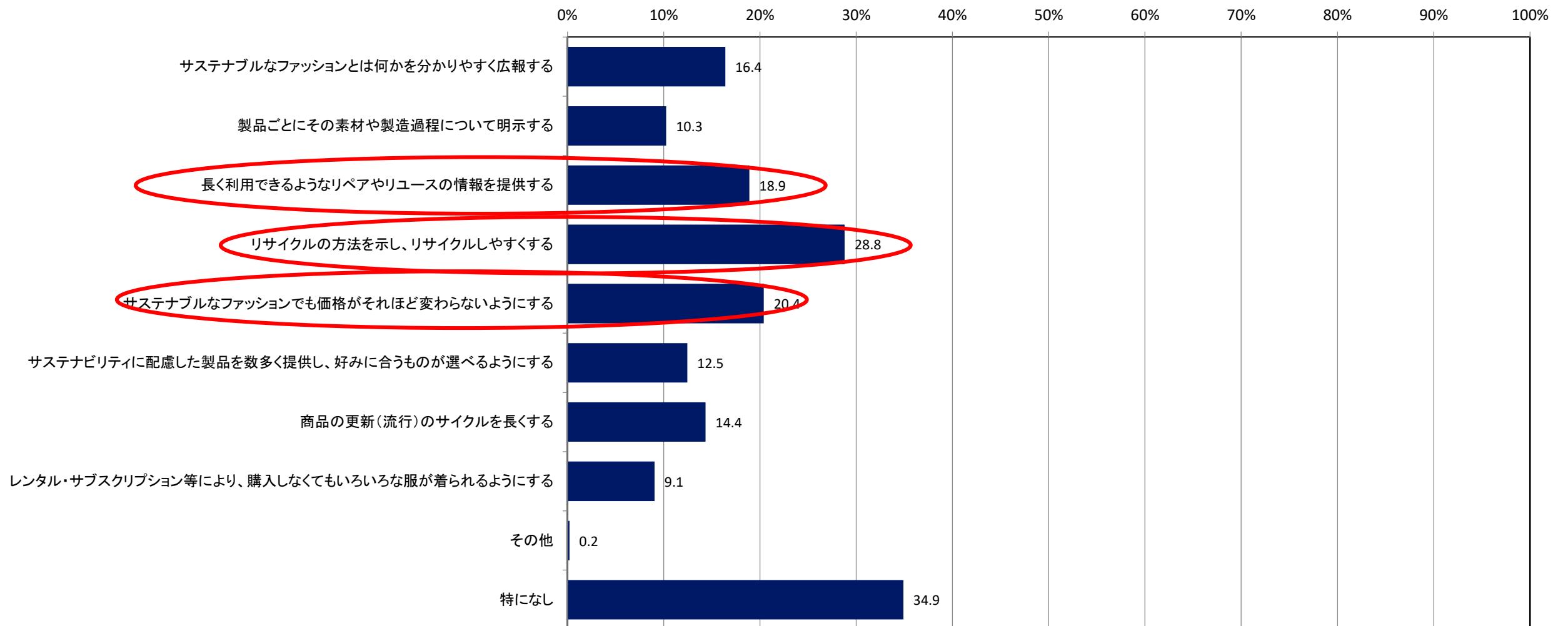


問 まだ着られる衣服の処分方法についてお伺いします。どのような取組が行政や企業においてなされると、可燃ごみに出す以外の方法をとることができると思いますか。(お答えはいくつでも)



□ 行政や企業でどのような情報提供や取り組みなされれば、自分もサステナブルなファッションを実践しようと思いますか、との質問に対しては、「リサイクルの方法を示し、リサイクルしやすくする」、「サステナブルなファッションでも価格がそれほど変わらないようにする」、「長く利用できるようなリペアやリユースの情報を提供する」との回答が比較的多い。

問 衣服の選択、購入、利用にあたって、行政や企業においてどのような情報提供や取組がなされれば、自分もサステナブル(持続可能)なファッションを実践しようと思いますか。3つまでお答えください。(お答えは最大3つまで)



⇒ 以上のことから、年齢・性別に応じた取り組みが必要であるが、サステナブルファッションの認知度の向上に加え、リサイクルやリペア・リユース関連の情報提供や仕組みの充実が有効と考えられる。

消費者庁の取組

①「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒントのとりまとめ・公表

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する。

②「サステナブルファッション・サポーター」制度の創設による全国的な運動の展開

サステナブルファッションに向けた取組を全国的に推進するため、サステナブルファッションの推進に賛同いただける著名人・有識者等を「サステナブルファッション・サポーター」として委嘱し、サポーターを通じた消費者向けの情報発信を強化する。同時に一般の消費者にも自身のサステナブルファッションの体験・取組を共有してもらうとともに、サステナブルファッションに取り組んでいる事業者の情報の発信・共有を依頼し、全国的な運動に展開する。

③ アパレルファッション業界における消費者志向自主宣言の促進

消費者庁で進めている「消費者志向経営」(事業者における消費者の声を踏まえた経営やSDGsの取組の実践を促進する制度)に関する取組を自主的に宣言することをアパレルファッション業界においても促進し、広く参加・実践を呼びかけ事業者におけるサステナブルファッションの取組を促進する。

④ サステナブルファッション地域実証事業の実施

先導的な取組が見られる愛知県や徳島県において、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するとともに、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行う。

⑤ サステナブルファッションに関係する種々の認証マークの整理・情報提供

消費者の理解を深め選択に資するよう、既存の各種認証マークの情報を整理して提供する。

※ このほか、サポーター等が参加するイベントも開催

サステナブルファッション

習慣のすすめ

The illustration shows a woman and a man holding up clothes. Surrounding them are icons for various sustainable practices: a 'THINKING' t-shirt with a '3年...' thought bubble, a washing machine, a 'BUY' and 'SELL' t-shirt, a 'リサイクルBOX' (recycling box) with a 'USED' label, and a 'RENTAL' t-shirt with a '40' label. The background is green and white.

サステナブルファッション 習慣のすすめ

18のヒント

皆さまの取組や工夫の紹介

「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～

-  **買う時、選ぶ時のヒント**
-  **日々のお手入れや洗濯時などのヒント**
-  **処分する時のヒント**
-  **その他のヒント**



買う時、選ぶ時のヒント



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5 **カスタムメイド**での購入を考えてみる



ヒント2 **長く着る**ことができるものを買う



ヒント6 バザーやフリーマーケットなどで**古着**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7 **レンタル**サービスを利用する



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11 お直しや**リペア**で長く着られるようにする



ヒント10 **マイクロ・プラスチック**を流出させない



ヒント12 家族や友人同士で**着まわす**



処分する時のヒント



ヒント13 買取店、**バザー・フリーマーケット**を活用する



ヒント16 **リメイク**を楽しむ



ヒント14 お店などでの古着の**回収サービス**を利用する



ヒント17 どうしても使い道がない場合には**資源回収**に出す



ヒント15 **寄付**する



その他のヒント



**ヒント18 自宅のクローゼットやワードローブを確認して、
不用品は定期的に処分・有効活用する**

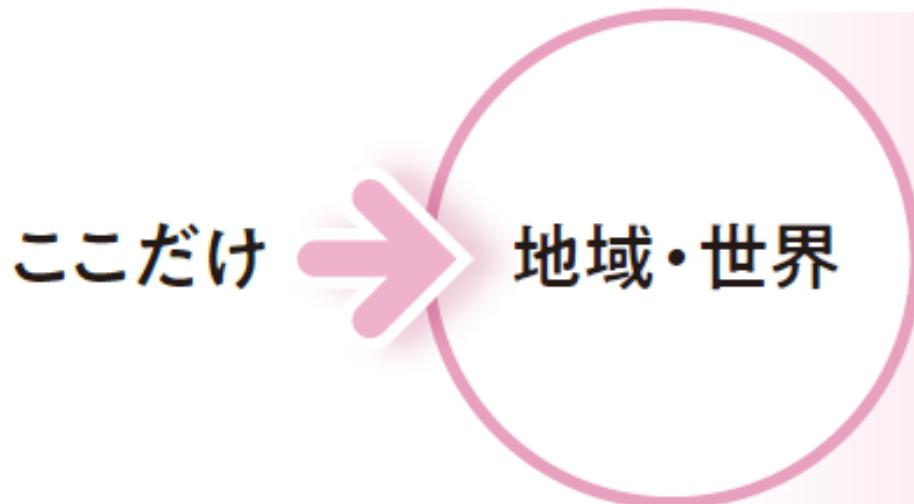
エシカル消費

主な具体例



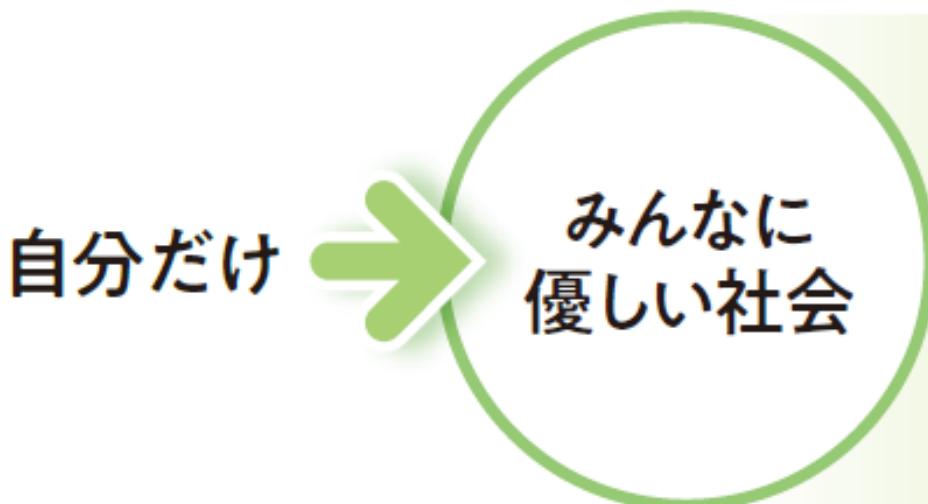
みんなの未来を
考えること

- ・エコ商品
- ・リサイクル商品
- ・食品ロス削減
- ・ESG投資
- ・サステナブルファッション
- ・クリーンウッド



自分の周りの
地域や世界を
考えること

- ・フェアトレード商品
- ・寄付付きの商品
- ・地産地消・伝統品
- ・被災地産品ひさいちさんびん
- ・オーガニック商品



様々な立場の
人々が社会の
一員として参加・
活躍かつやくできる社会

- ・ユニバーサルデザイン
- ・ダイバーシティしょう しゃしえんとう
(障がい者支援等)
- ・生物多様性

定義

「消費者」と「共創・協働」して
「社会価値」を向上させる経営

活動

○みんなの声を聴き、かついかすこと

○未来・次世代のために取り組むこと

○法令の遵守／コーポレート
ガバナンスの強化をすること

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動

各事業者において消費者志向経営に誠実に取り組むことについて自主宣言を行うとともに、そのフォローアップを行う「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」を実施。

