

「サステナブルファッション」に関する 消費者意識調査

令和3年7月調査

「サステナブルファッション」に関する消費者意識調査（概要）

- 消費者庁では、地域の活性化や雇用なども含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」の普及啓発を行っており、今年度は、ファッション（主に衣服）分野に対する取組を強化することとしている。
- 消費者のサステナブルファッションに関する意識を把握し、消費者への普及啓発を進める際の参考とすることを目的として、インターネットによる調査を実施。

●調査期間 : 令和3年7月20日(火)～7月26日(日)

●調査対象者 : 全国の15歳～69歳の男女2,000人

※性別、年代別、地域別による割付あり

- nは回答者数、M. T. は複数回答の質問において回答数の合計を表している。
- 回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。
- 複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。

サステナブルファッションに関する消費者意識調査まとめ

- 衣服の購入時には価格やデザインを重視する傾向にあり、サステナブルファッションに関連する要素のうち、「着回しのしやすさ」、「耐久性」を考慮する消費者は一定程度いるものの「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」、「リサイクルやリメイクしやすいかどうか」を考慮する消費者の割合は低い。年代別では10代・20代が相対的に高い。
- 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、年齢層が高くなるほど抵抗感を有する割合が高まる傾向にある。
- 購入したが着用しなかった衣服に関して尋ねたところ、「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合が3割程度であり、約7割が、何らかの理由で購入後に着用しなかった衣服があると言える結果となった。性別では男性の方が女性より「ほとんど着ることがなかったものはない」が倍ほど多く、女性は「気心地が悪かったため」、「似合わなかったため」との理由で着用しなかったとの回答の割合が男性より高い。
- 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」との回答の割合が高い。
- 「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」との回答の割合が高い。
- 衣服を選択する際にサステナブルファッションに向けた取組について考慮していることを尋ねたところ、「特になし」と回答する消費者が過半数を占めた。考慮していることでは、「リサイクル素材・再生素材を使用」、「素材の情報を詳細に提供」、「処分後のリサイクルを考えて設計・製造」、「環境負荷に少ない工程で製造」、「オーガニックコットンを使用」との回答の割合が比較的高い。
- 「行政や企業で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」との質問については、「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」、「サステナブルなファッションとは何かをわかりやすく広報する」との回答の割合が比較的高い。

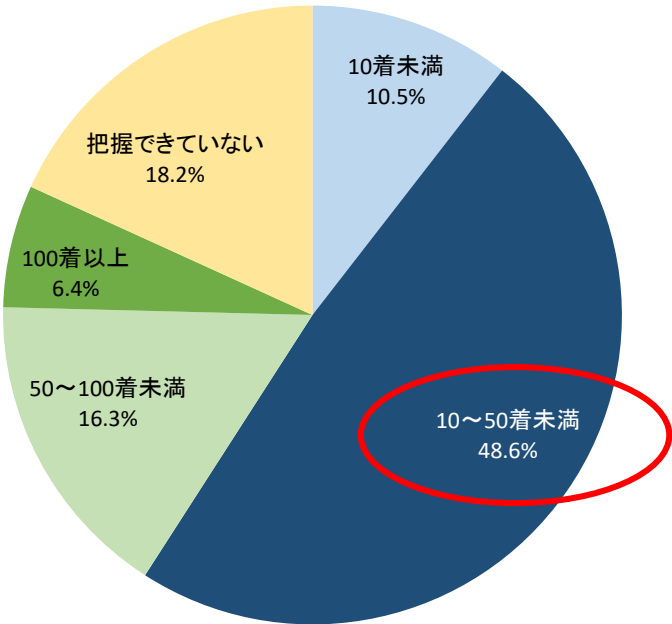
衣服の保有数①

- 全体として、男性より女性の方が衣服の保有数が多い傾向にある。
- 保有数を「把握できていない」割合が男性に比べて女性の方が高い。
- 男女とも、「10～50着未満」保有との回答の割合が最も高い。

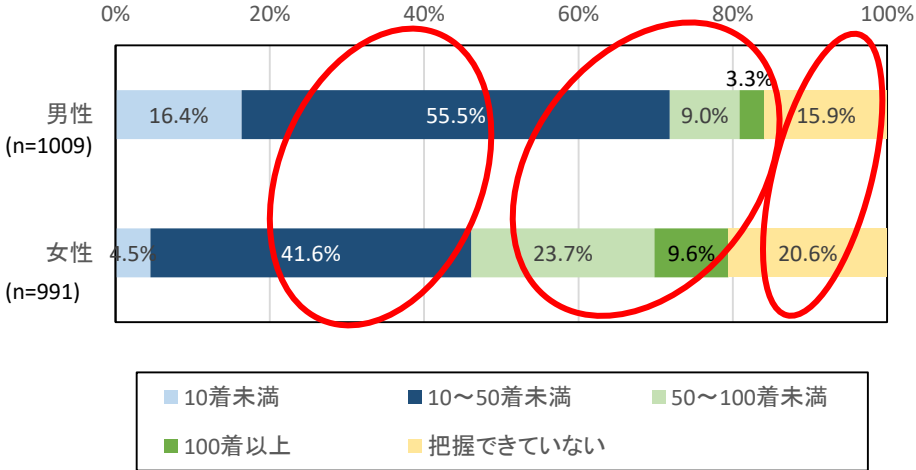
Q1. 現在、クローゼット(押入れ、タンス)等で保有している衣服(下着やパジャマは除く)は合計で何着くらいありますか。
 ※ご家族のものは含まず、ご自身のもののみでお答えください。

答え1つ

(全体) (n=2000)



(全体・性別) (n=2000)

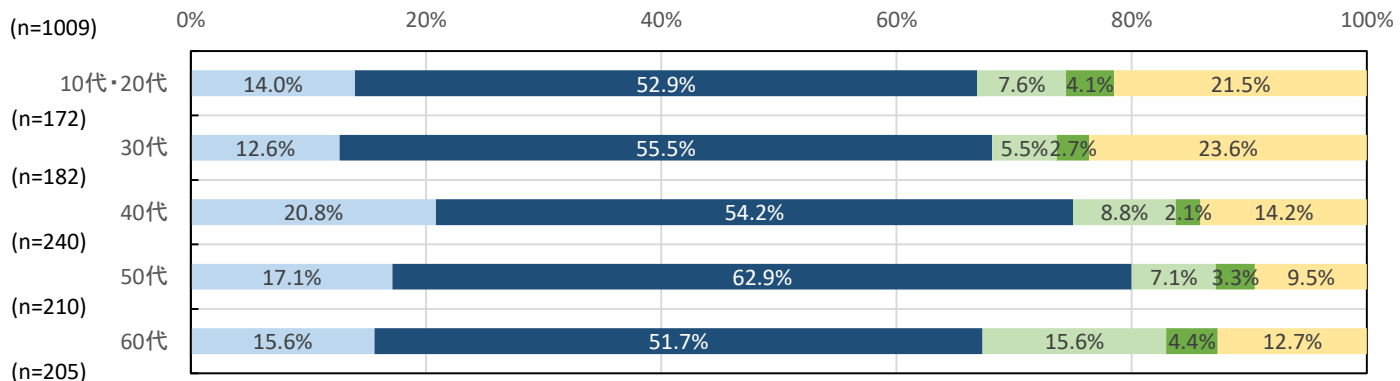
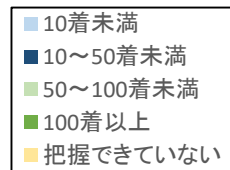


衣服の保有数②

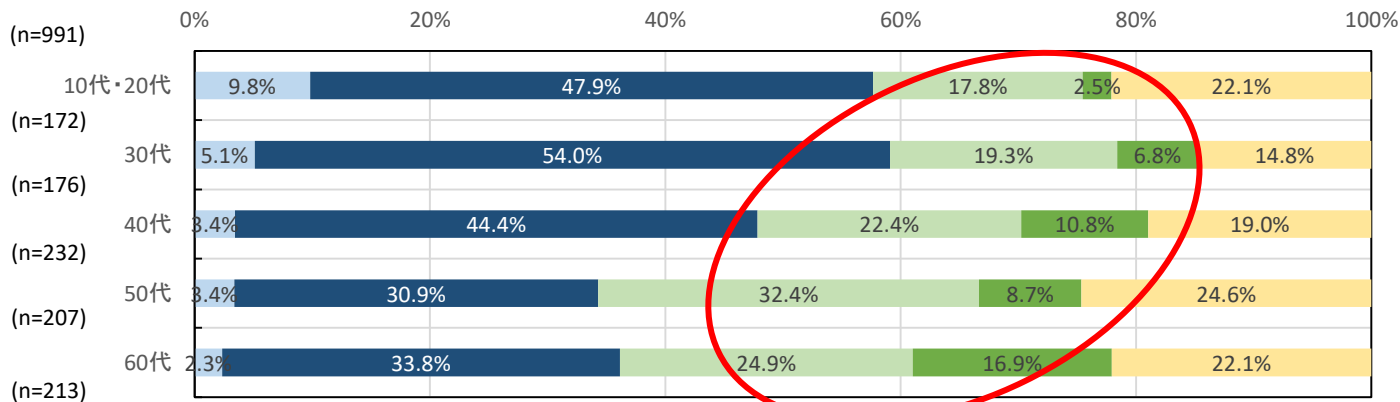
➤ 女性は年齢層が高くなるほど衣服の保有数が増えていく傾向にある。

Q1. 現在、クローゼット(押入れ、タンス)等で保有している衣服(下着やパジャマは除く)は合計で何着くらいありますか。
 ※衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。
 ※ご家族のものは含まず、ご自身のもののみでお答えください。

答え1つ (男性・年代別) (n=1009)



(女性・年代別) (n=991)

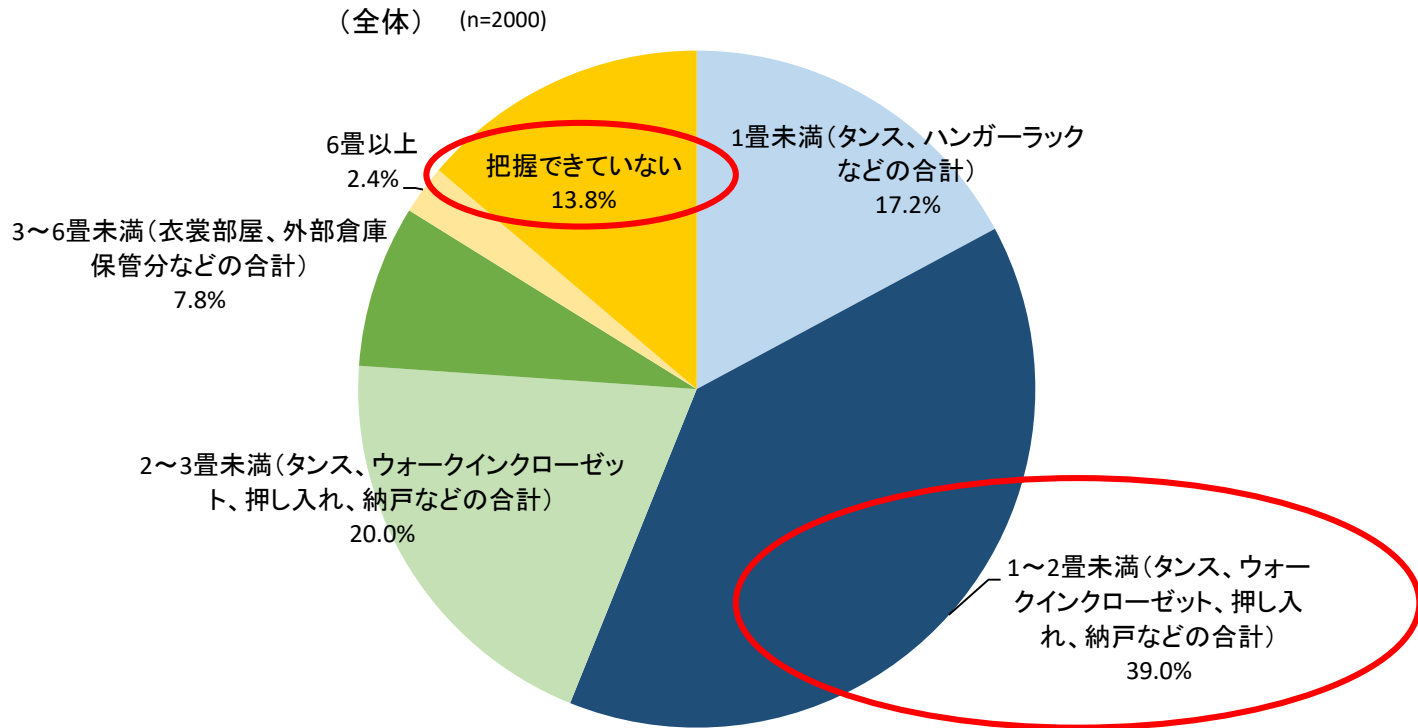


衣服の保管場所の広さ

- 衣服の保管場所の広さでは「1～2畳未満(ダンス、ウォークインクローゼット、押し入れ、納戸などの合計)」との回答の割合が最も高く、次に「2～3畳未満(ダンス、ウォークインクローゼット、押し入れ、納戸などの合計)」、「1畳未満(ダンス、ウォークインクローゼット、押し入れ、納戸などの合計)」であった。
- 保管場所の広さを「把握できていない」との回答の割合も比較的高く、13.8%を占めている。

Q2. 衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。

答え1つ



衣服の保管場所の広さと保有数

- 衣服の保有数を把握できていない場合は、5割以上が衣服の保管場所の広さも把握できていない。
- 衣服の保管場所の広さを把握できていない場合は、7割以上が衣服の保有数も把握できていない。
- 逆に衣服の保有数を把握できている場合は、保有数を把握できていない場合に比べ、保有数が多くても衣服の保管場所の広さを把握している割合が高い。

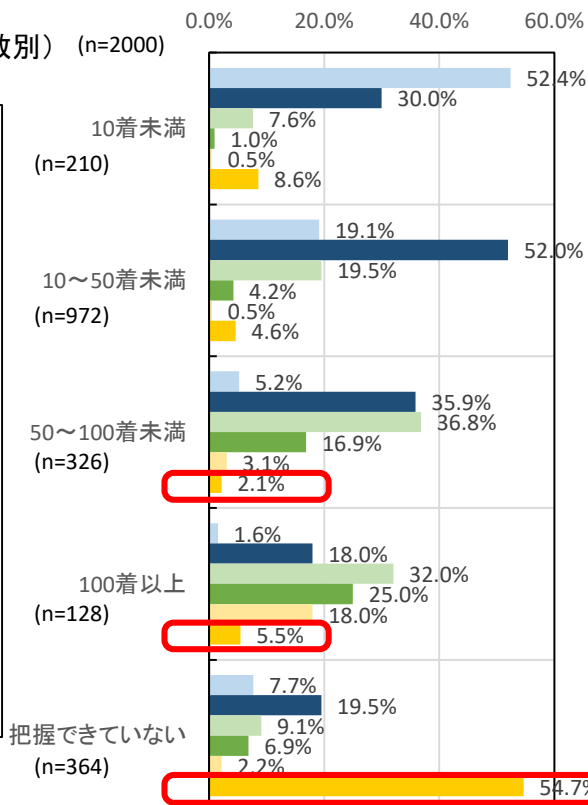
Q1. 現在、クローゼット(押し入れ、タンス)等で保有している衣服(下着やパジャマは除く)は合計で何着くらいありますか。

※衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。
※ご家族のものは含まず、ご自身のもののみでお答えください。

答え1つ

(全体・保有数別) (n=2000)

- 1畳未満(タンス、ハンガーラックなどの合計)
- 1~2畳未満(タンス、ウォークインクローゼット、押し入れ、納戸などの合計)
- 2~3畳未満(タンス、ウォークインクローゼット、押し入れ、納戸などの合計)
- 3~6畳未満(衣裳部屋、外部倉庫保管分などの合計)
- 6畳以上
- 把握できていない

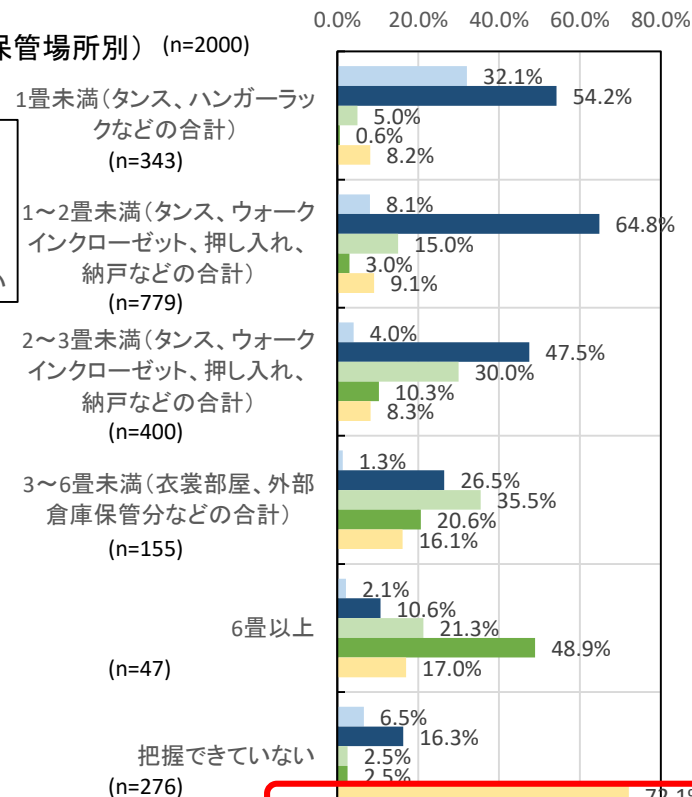


Q2. 衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。

答え1つ

(全体・保管場所別) (n=2000)

- 10着未満
- 10~50着未満
- 50~100着未満
- 把握できていない



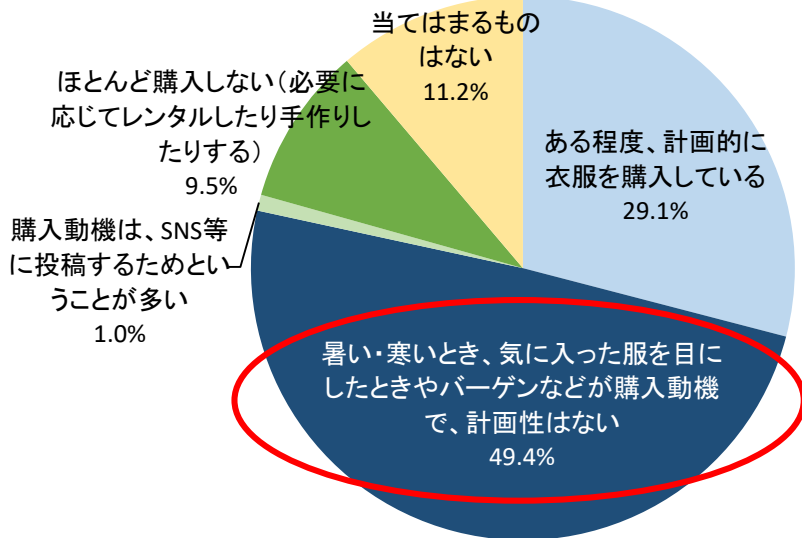
衣服の購入動機

- 全体として、「暑い・寒いとき、気に入った服を目にしたときやバーゲンなどが購入動機で、計画性はない」との回答が半数近くを占めている。
- 若い年代の方が「ある程度、計画的に衣服を購入している」との回答の割合は比較的高く、年齢層が高い方が「暑い・寒いとき、気に入った服を目にしたときやバーゲンなどの購入動機で、計画性がない」との回答の割合が高い傾向がある。

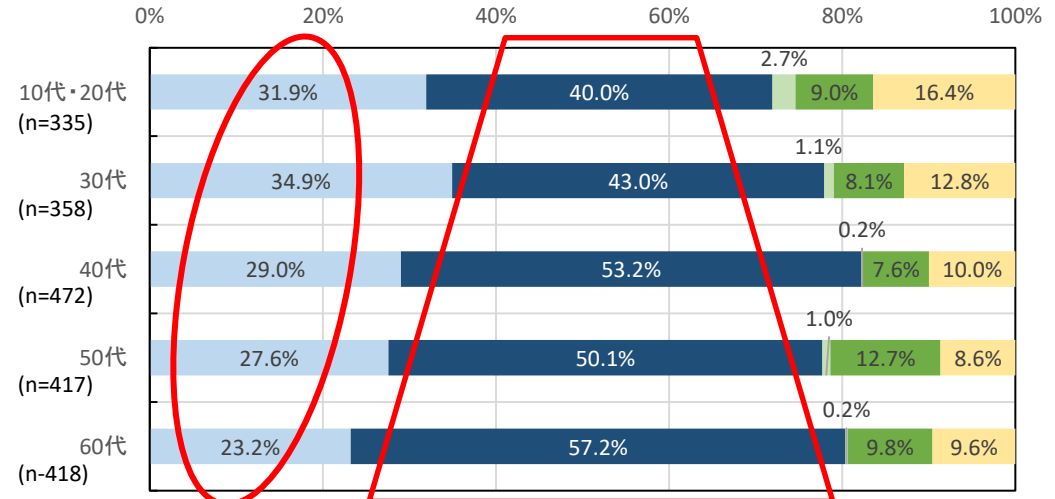
Q3. 衣服を入手するときの態度として最も当てはまるものはどれですか。

答え1つ

(全体) (n=2000)



(全体・年代別) (n=2000)



- ある程度、計画的に衣服を購入している
- 暑い・寒いとき、気に入った服を目にしたときやバーゲンなどが購入動機で、計画性はない
- 購入動機は、SNS等に投稿するためということが多い
- ほとんど購入しない(必要に応じてレンタルしたり手作りしたりする)
- 当てはまるものはない

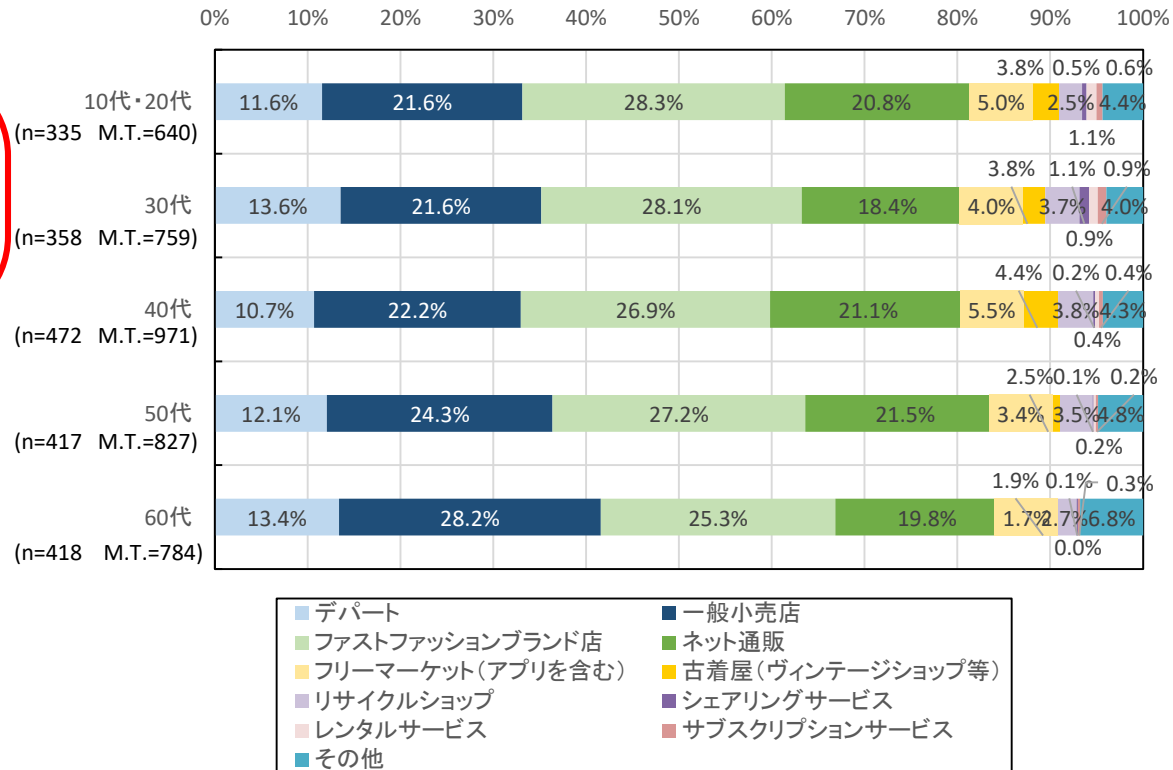
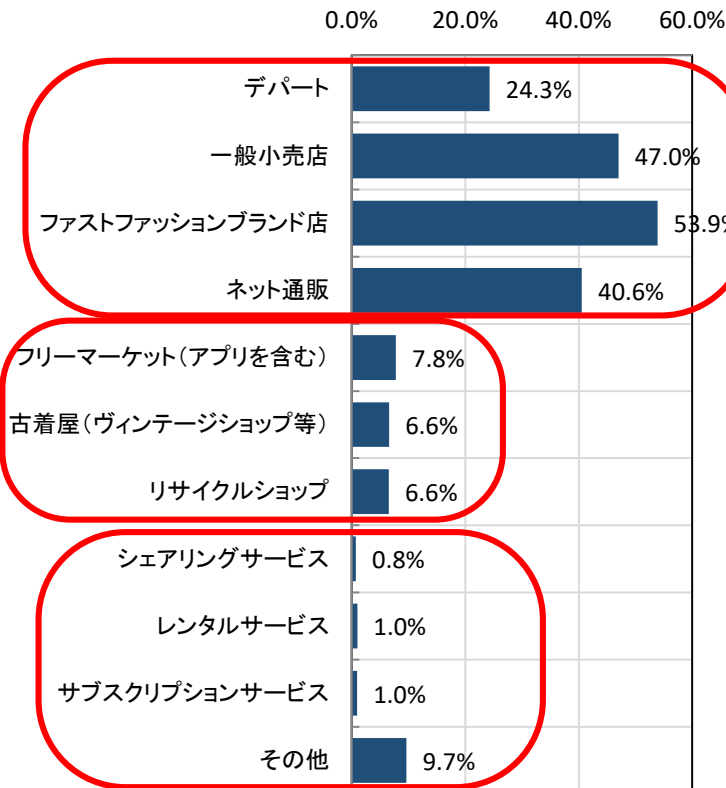
衣服の入手先

- 衣服の入手先として、「ファストファッションブランド店」、「一般小売店」、「ネット通販」、「デパート」が大半を占めている。
- 衣服の再利用に関連する要素のうち、「フリーマーケット(アプリを含む)」、「古着屋(ヴィンテージショップ等)」、「リサイクルショップ」の回答の割合が比較的高い。
- 衣服の入手先として、「シェアリングサービス」、「レンタルサービス」、「サブスクリプションサービス」の回答の割合はかなり低い状況である。
- 年代により傾向に大きな違いはない。

Q4. どのような場所(お店)で衣服を入手していますか。

答えいくつでも (全体) (n=2000 M.T.=3981) ※分母:nにて算出

(全体・年代別) (n=2000 M.T.=3981) ※分母:各世代のM.T.にて算出

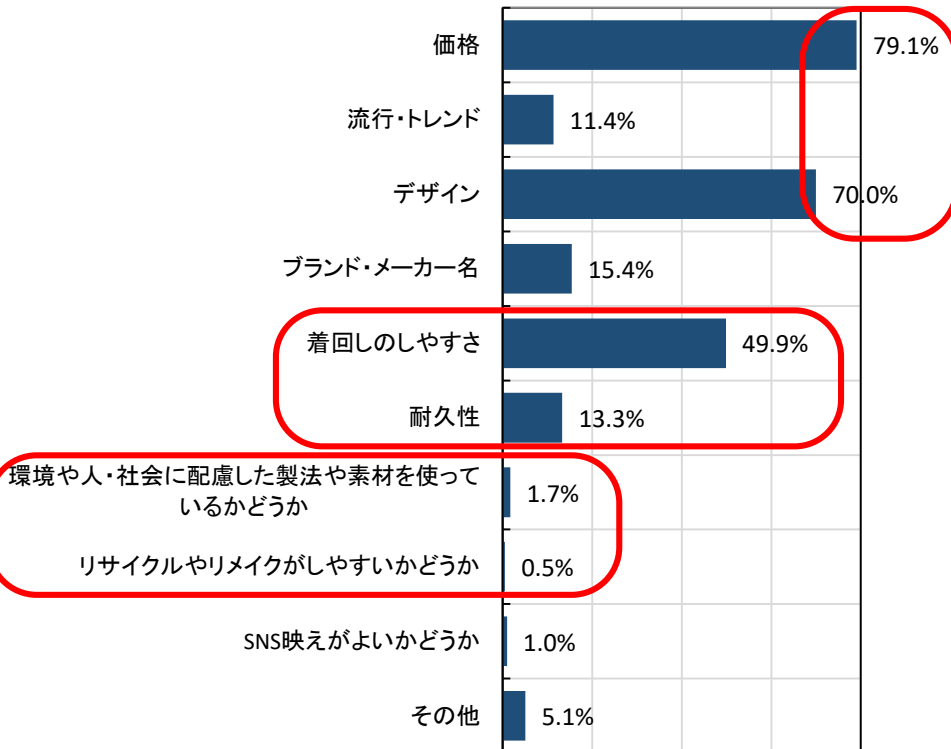


衣服の購入時に重視する点

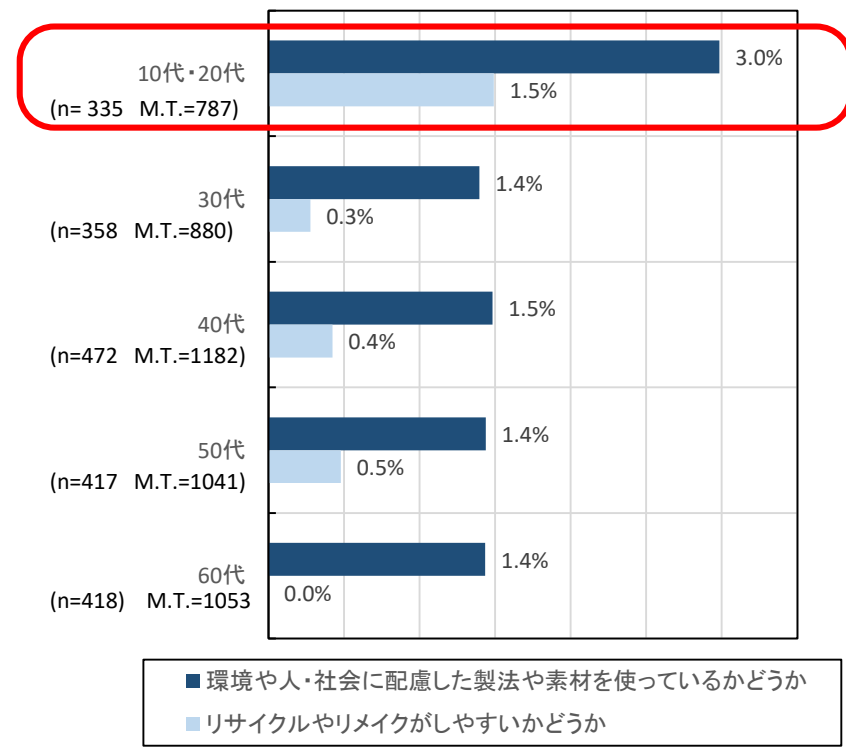
- 全体として、衣服の購入時に「価格」と「デザイン」を重視する傾向がある。
- 衣服の購入時にサステナブルファッションに関連する要素として、「着回しのしやすさ」、「耐久性」を考慮する消費者は比較的いる一方、「環境や人・社会に配慮した製法や素材を使っているかどうか」、「リサイクルやリメイクがしやすいかどうか」を考慮する割合は低い。その中でも年齢別に見れば10代・20代で意識が相対的に高く、それ以外の世代で低い。

Q5. 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。
 ※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。

答え最大3つ (全体) (n=2000 M.T.=4943) ※分母:nにて算出
 0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0%



(全体・年代別) (n=2000 M.T.=4943) ※分母:nにて算出
 0.0% 0.5% 1.0% 1.5% 2.0% 2.5% 3.0% 3.5%



衣服の保有数と購入時に重視する点

- 男女とも、衣服の保有数が多いほど、衣服の購入時に重視する点において「価格」の割合は低くなり、逆に「流行・トレンド」、「デザイン」を重視する割合が高くなる傾向がある。
- 衣服の保有数にかかわらず、「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」や「リサイクルやリメイクがしやすいかどうか」という項目について、重視している割合は低い。

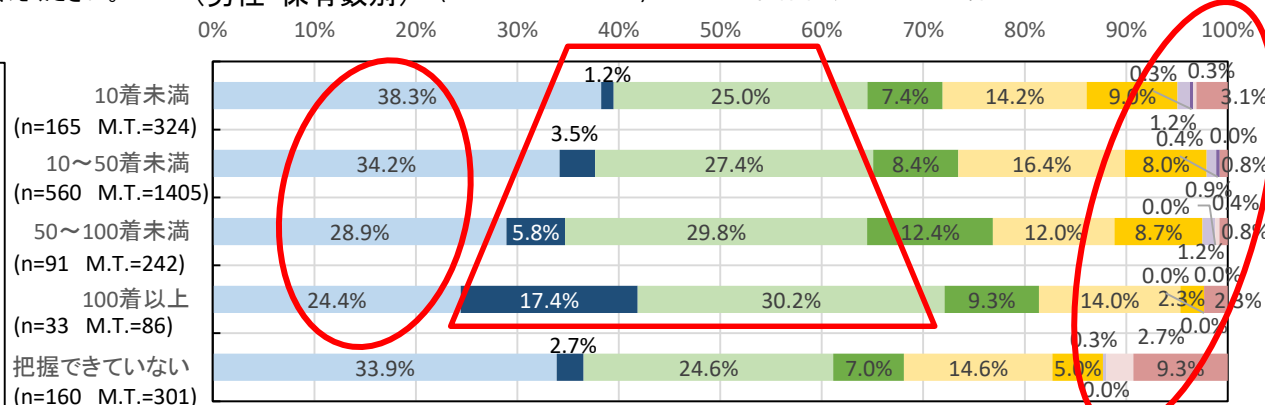
Q5. 衣服を購入するときに重視することは何ですか。3つまでお答えください。

※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。

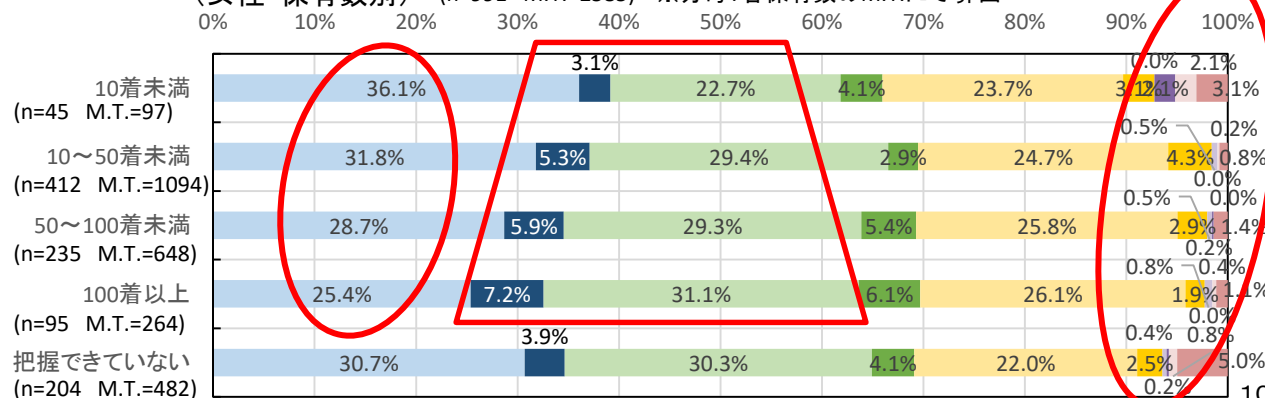
答え最大3つ

- 価格
- 流行・トレンド
- デザイン
- ブランド・メーカー名
- 着回しのしやすさ
- 耐久性
- 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
- リサイクルやリメイクがしやすいかどうか
- SNS映えがよいかどうか
- その他

(男性・保有数別) (n=1009 M.T.=2358) ※分母:各保有数のM.T.にて算出



(女性・保有数別) (n=991 M.T.=2585) ※分母:各保有数のM.T.にて算出



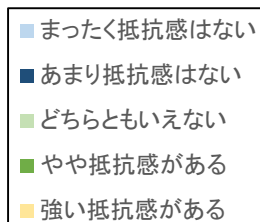
古着への抵抗感

- 男女とも、古着について「まったく抵抗感はない」と「あまり抵抗感はない」と回答した割合は3割程度、「やや抵抗感がある」と「強い抵抗感がある」と回答した割合が5割程度だった。
- 古着の購入については特に年齢層の高い女性では「強い抵抗感がある」との回答の割合が高く、年齢層が高くなるほど抵抗感があるとの回答の割合が高まる傾向にある。

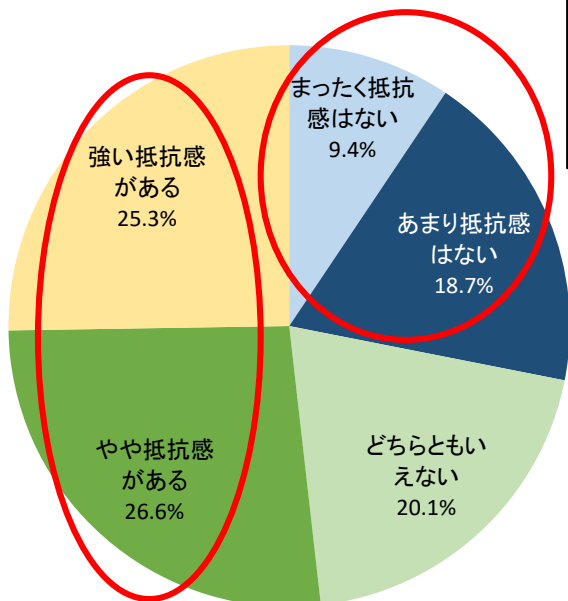
Q6. 古着の購入について、あなたの感覚に最も近いものはどれですか。

答え1つ

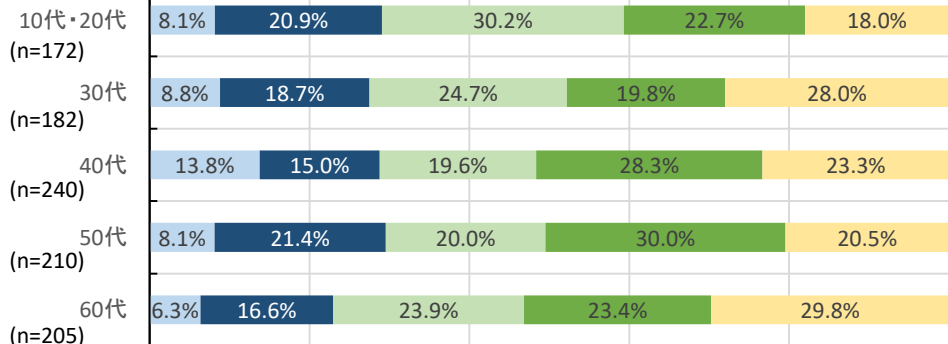
(男性・年代別) (n=1009)



(全体) (n=2000)

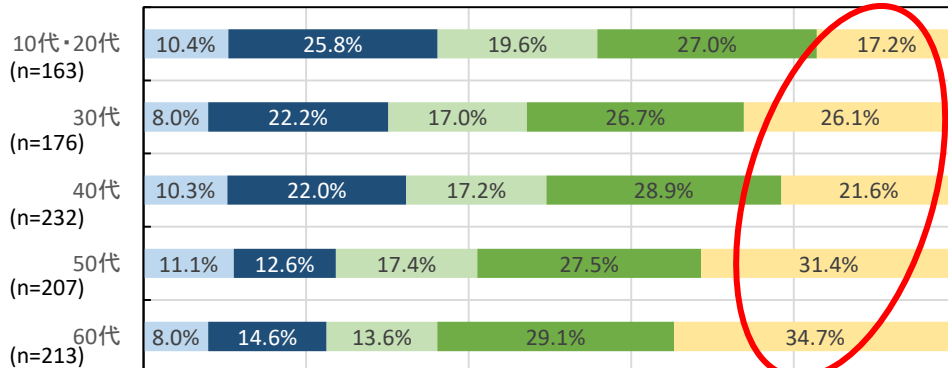


0% 20% 40% 60% 80% 100%



(女性・年代別) (n=991)

0% 20% 40% 60% 80% 100%



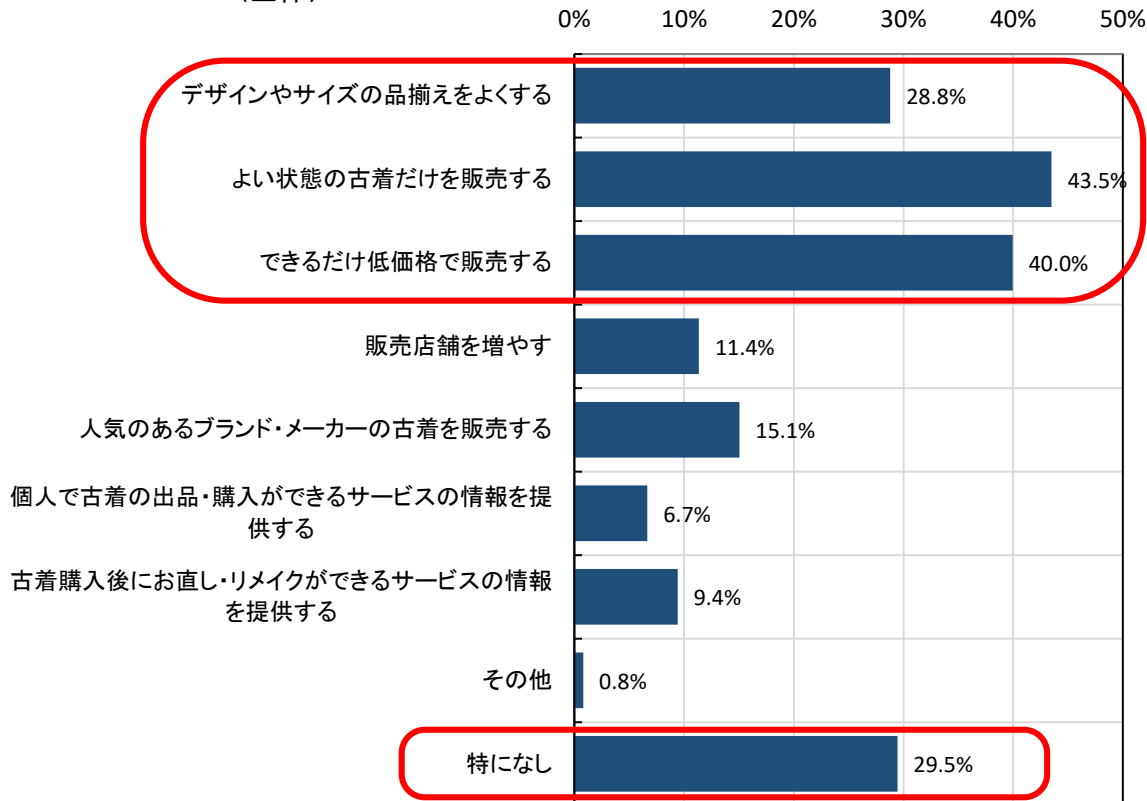
古着の購入促進に向けた要望

- 「古着を購入する人が増えるためには、どのような取組が必要と感じますか」との質問では、「よい状態の古着だけを販売する」、「できるだけ低価格で販売する」、「デザインやサイズの品揃えをよくする」との回答の割合が高い。
- 一方、要望が「特になし」との回答の割合も高い傾向にある。

Q7. 古着を購入する人が増えるためには、どのような取組が必要と感じますか。3つまでお答えください。

答え最大3つ

(全体) (n=2000 M.T.=3699) ※分母:nにて算出



<その他意見(16件)>

- 古着を清潔な状態で販売する、消毒・殺菌の徹底、古着の独特のニオイを無くす等
- 豊富なサイズ、大きいサイズを取り揃える等
- 店舗が見合った価格で買い取りをしてあげる、無料で交換出来る
- 取り扱いブランドが多く、素材等で検索しやすくする

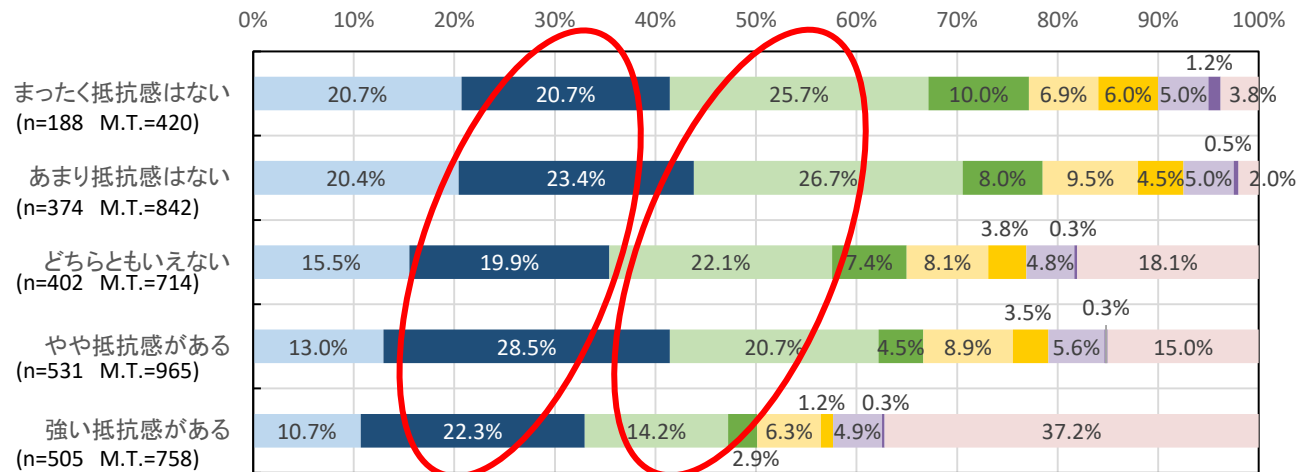
古着への抵抗感と古着の購入促進に向けた要望

- 古着の購入について「まったく抵抗感はない」と「あまり抵抗感はない」と回答した消費者では、「できるだけ低価格で販売する」取組が必要とする回答の割合が高い。
- 古着の購入について「強い抵抗感がある」と「やや抵抗感がある」と回答した消費者では、「よい状態の古着だけを販売する」ことが必要とする回答の割合が高い。

Q7. 古着を購入する人が増えるためには、どのような取組が必要と感じますか。3つまでお答えください。

答え最大3つ

(全体) (n=2000 M.T.=3699) ※分母: 各抵抗感のM.T.にて算出



- デザインやサイズの品揃えをよくする
- よい状態の古着だけを販売する
- できるだけ低価格で販売する
- 販売店舗を増やす
- 人気のあるブランド・メーカーの古着を販売する
- 個人で古着の出品・購入ができるサービスの情報を提供する
- 古着購入後にお直し・リメイクができるサービスの情報を提供する
- その他
- 特になし

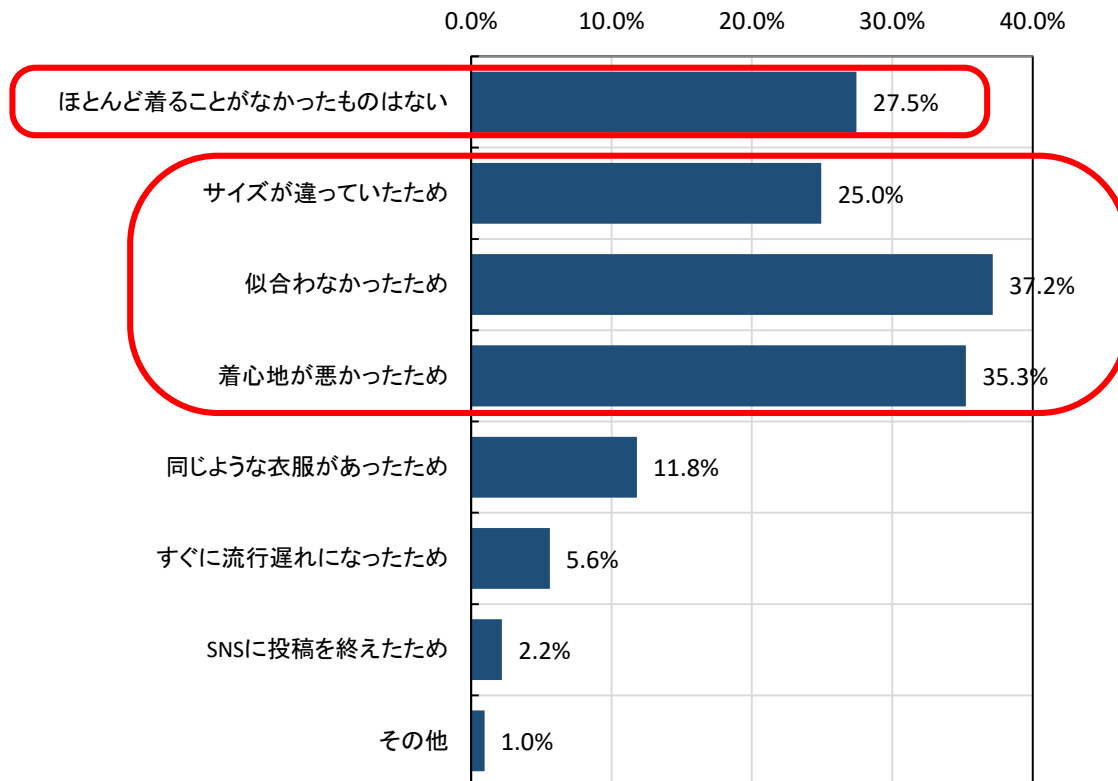
購入した衣服の着用状況及び着用しなかった理由①

- 「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合は約3割であり、約7割の消費者が何らかの理由で購入後に着用しなかった衣服があると言える結果となった。
- 購入した衣服を着用しなかった理由として、「似合わなかったため」、「着心地が悪かったため」、「サイズが違っていたため」との回答の割合が高い。

Q8. 購入した衣服の中で、ほとんど着ることがなかったものがありますか。ある方は、着ることがなかった理由をお答えください。

答えいくつか

(全体) (n=2000 M.T.=2907) ※分母:nにて算出



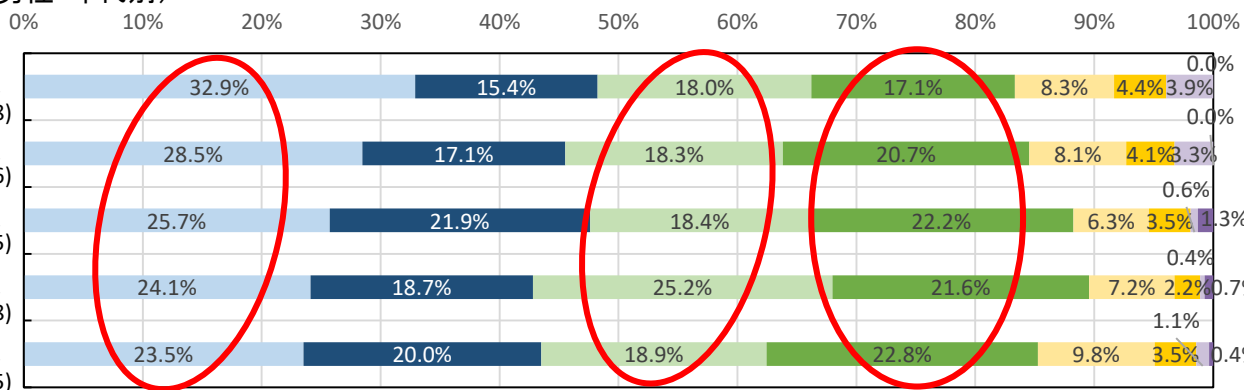
購入した衣服の着用状況及び着用しなかった理由②

- 男性は「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合が女性の倍近く高い。
- 購入した衣服を着用しなかった理由として、女性は「着心地が悪かったため」や「似合わなかったため」との回答の割合が男性に比べて高い。

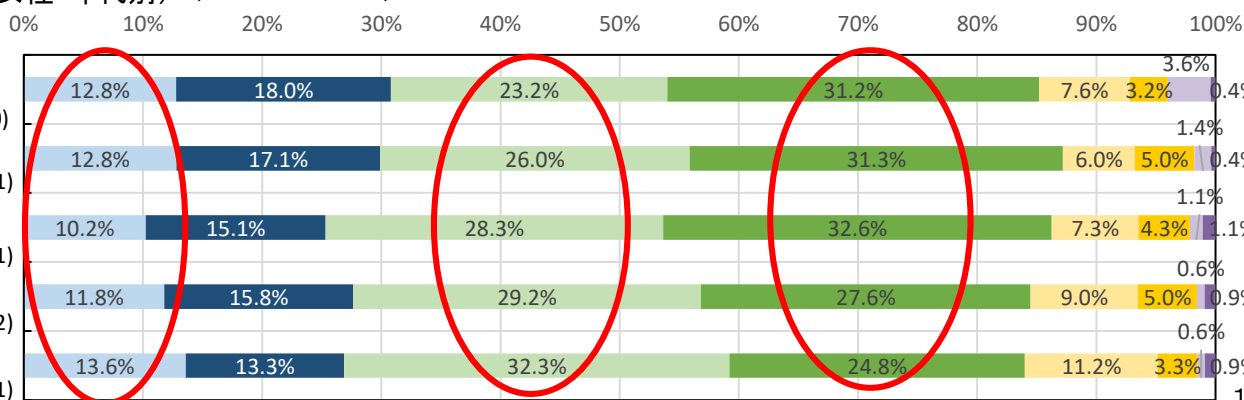
Q8. 購入した衣服の中で、ほとんど着ることがなかったものがありますか。ある方は、着ることがなかった理由をお答えください。

答えいくつでも

(男性・年代別) (n=1009 M.T.=1352) ※分母:各世代のM.T.にて算出



(女性・年代別) (n=991 M.T.=1555) ※分母:各世代のM.T.にて算出



<その他意見(19件)>

- ・ 着る機会がなかった、着ていくふさわしい場所がなかったため等
- ・ もったいなくて、そのまままっている、大切にせずぎて着なかった
- ・ 買ったことを忘れていた、忘れてた
- ・ 着方が難しい、買って満足、気が変わった
- ・ 画像と違うものであったため、発表会用など、何度も同じものを着るわけにはいかないもの

衣服の保有数と購入した衣服を着用しなかった理由

- 衣服の保有数が少ないほど、「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合が高い。
- 衣服を「100着以上」保有すると回答した消費者では、ほとんど着ることがなかった服があった理由として、「同じような衣服があったため」との回答の割合が高い。

Q1. 現在、クローゼット(押入れ、タンス)等で保有している衣服(下着やパジャマは除く)は合計で何着くらいありますか。

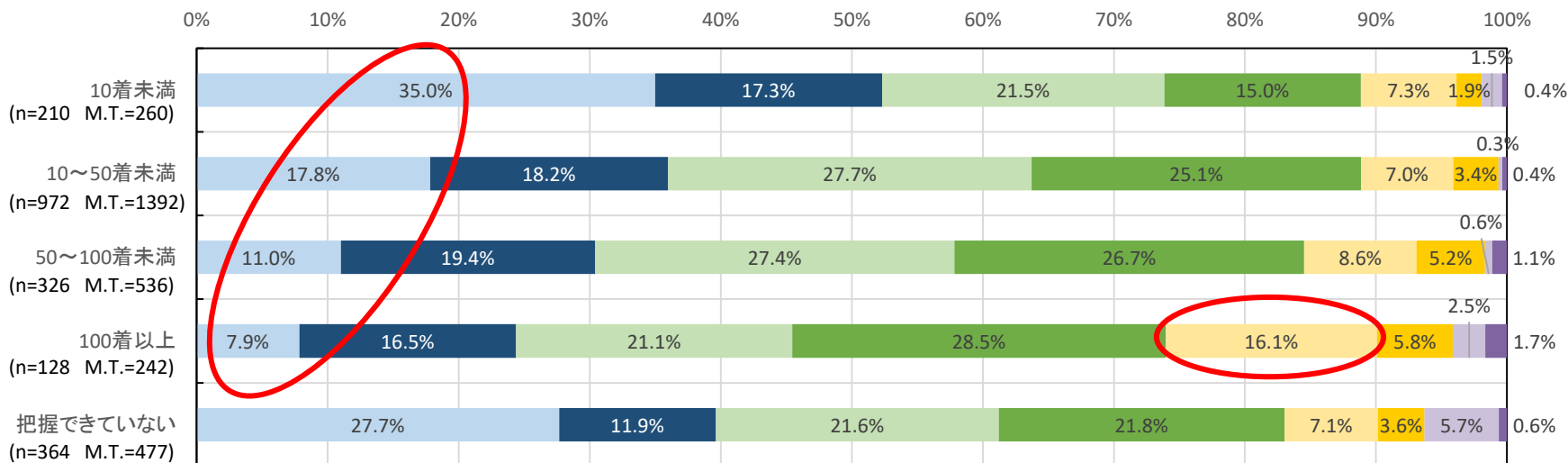
※衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。
※ご家族のものは含まず、ご自身のもののみでお答えください。

Q8. 購入した衣服の中で、ほとんど着ることがなかったものがありますか。ある方は、着ることがなかった理由をお答えください。

答えいくつでも

答え1つ

(全体) (n=2000 M.T.=2907) ※分母:各保有数のM.T.にて算出



- ほとんど着ることがなかったものはない
- サイズが違っていたため
- 似合わなかったため
- 着心地が悪かったため
- 同じような衣服があったため
- すぐに流行遅れになったため
- SNSに投稿を終えたため
- その他

衣服の保管場所の広さと購入した衣服を着用しなかった理由

- 衣服の保管場所のスペースが狭い方が、「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合が高い傾向にある。
- 衣服の保管場所のスペースが「6畳以上」と回答した消費者では、ほとんど着ることがなかった服があった理由として、「同じような衣服があったため」との回答の割合が高い。

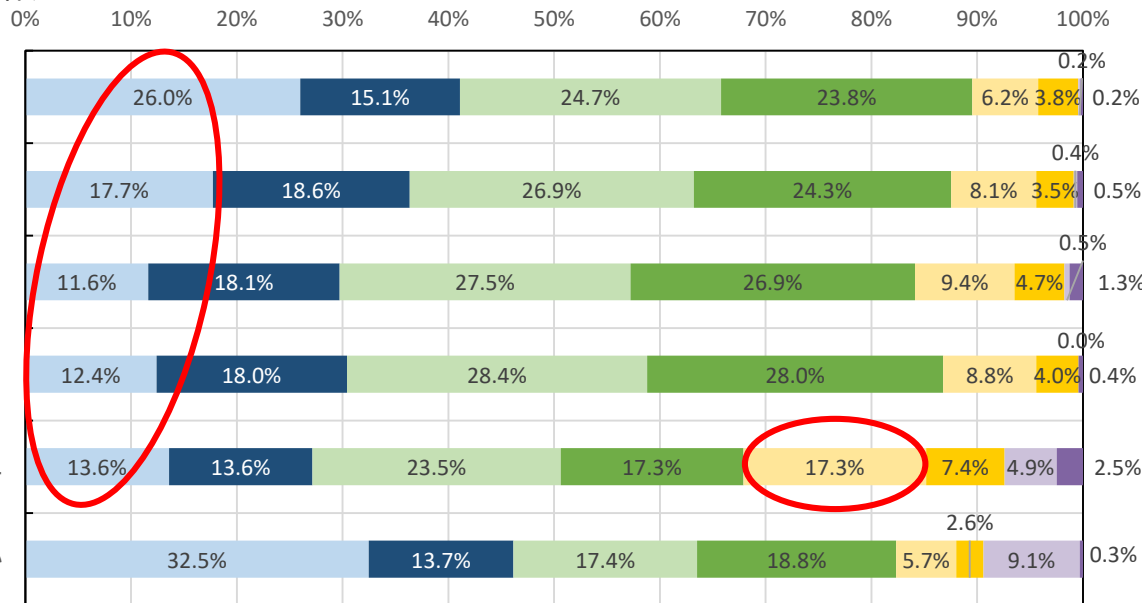
Q2. 衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。

答え1つ

Q8. 購入した衣服の中で、ほとんど着ることがなかったものがありますか。ある方は、着ることがなかった理由をお答えください。

答えいくつでも

(全体) (n=2000 M.T.=2907) ※分母: 各広さのM.T.にて算出



- ほとんど着ることがなかったものはない
- サイズが違っていたため
- 似合わなかったため
- 着心地が悪かったため
- 同じような衣服があったため
- すぐに流行遅れになったため
- SNSに投稿を終えたため
- その他

衣服の購入動機と購入した衣服を着用しなかった理由

➤ 「ある程度、計画的に衣服を購入している」場合は、「暑い・寒いとき、気に入った服を目にしたときやバーゲンなどが購入動機で、計画性はない」場合に比べ、「ほとんど着ることがなかったものはない」との回答の割合が高い。

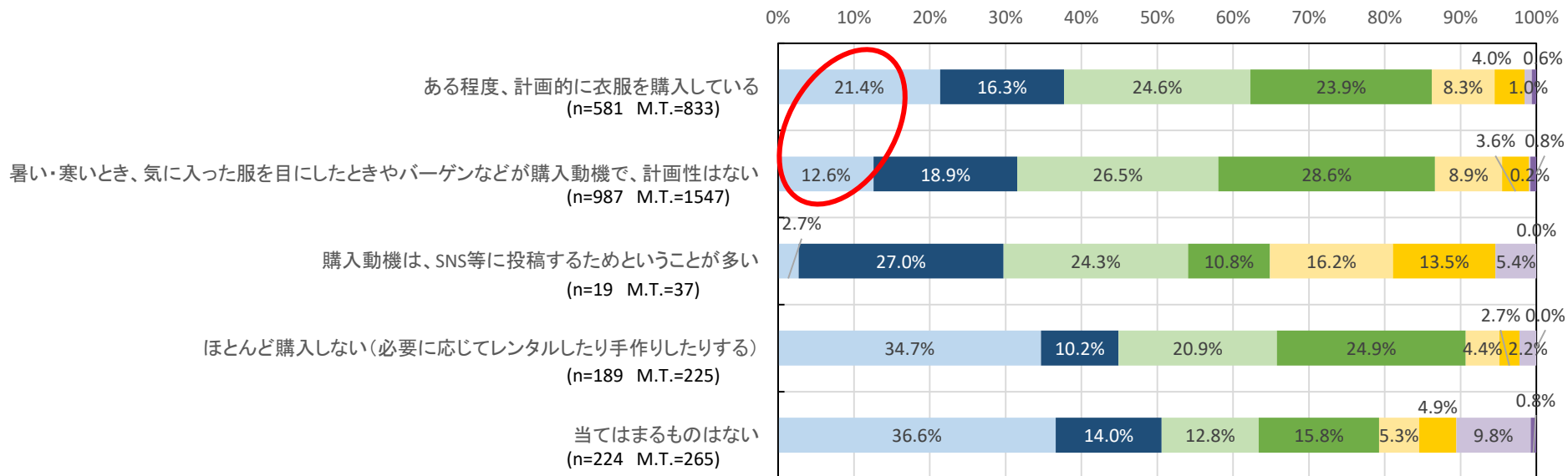
Q3. 衣服を入手するときの態度として最も当てはまるものはどれですか。

Q8. 購入した衣服の中で、ほとんど着ることがなかったものがありますか。ある方は、着ることがなかった理由をお答えください。

答え1つ

答えいくつでも

(全体) (n=2000 M.T.=2907) ※分母:各購入動機のM.T.にて算出

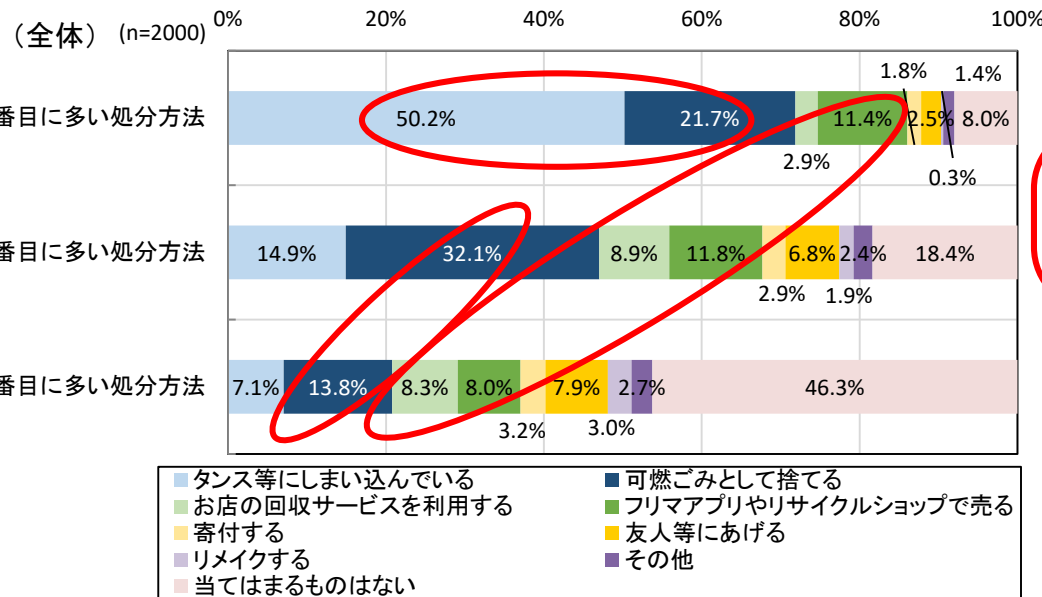


- ほとんど着ることがなかったものはない
- サイズが違っていたため
- 着心地が悪かったため
- 似合わなかったため
- 同じような衣服があったため
- すぐに流行遅れになったため
- SNSに投稿を終えたため
- その他

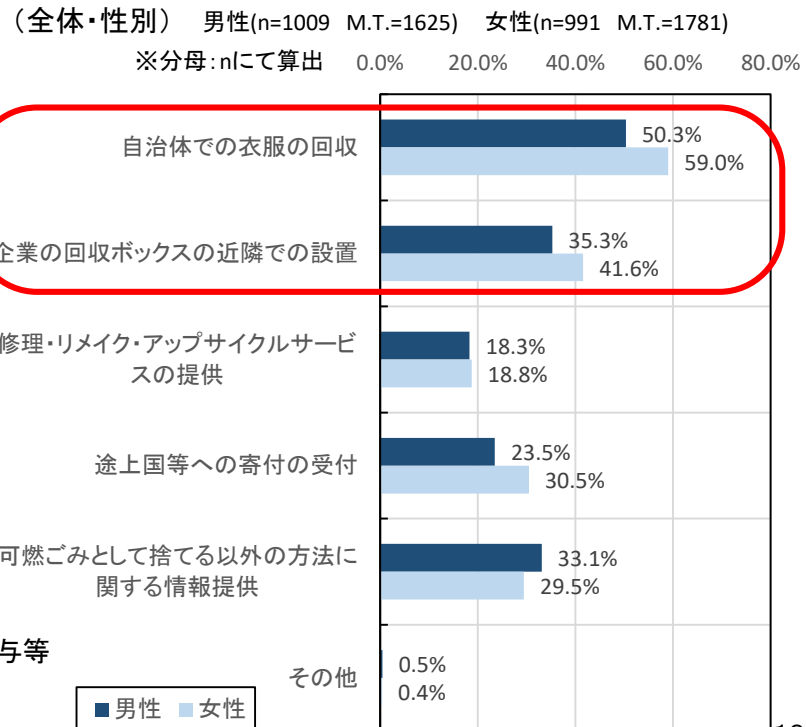
まだ着られる衣服の処分方法①

- まだ着られる衣服の1番目に多い処分方法では「タンス等にしまい込んでいる」が約5割、「可燃ごみとして捨てる」が約2割、2番目・3番目に多い処分方法では、「可燃ごみとして捨てる」との回答の割合が最も高い。
- サステナブルファッションに関連する要素のうち、「フリマアプリやリサイクルショップで売る」、次に「お店の回収サービスを利用する」との回答の割合が高くなっている。
- 「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」との問いに対しては、「自治体での衣服の回収」や「企業の回収ボックスの近隣での設置」との回答の割合が高い。

Q9. 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。
 答え各1つ



Q10. 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。
 答えいくつでも



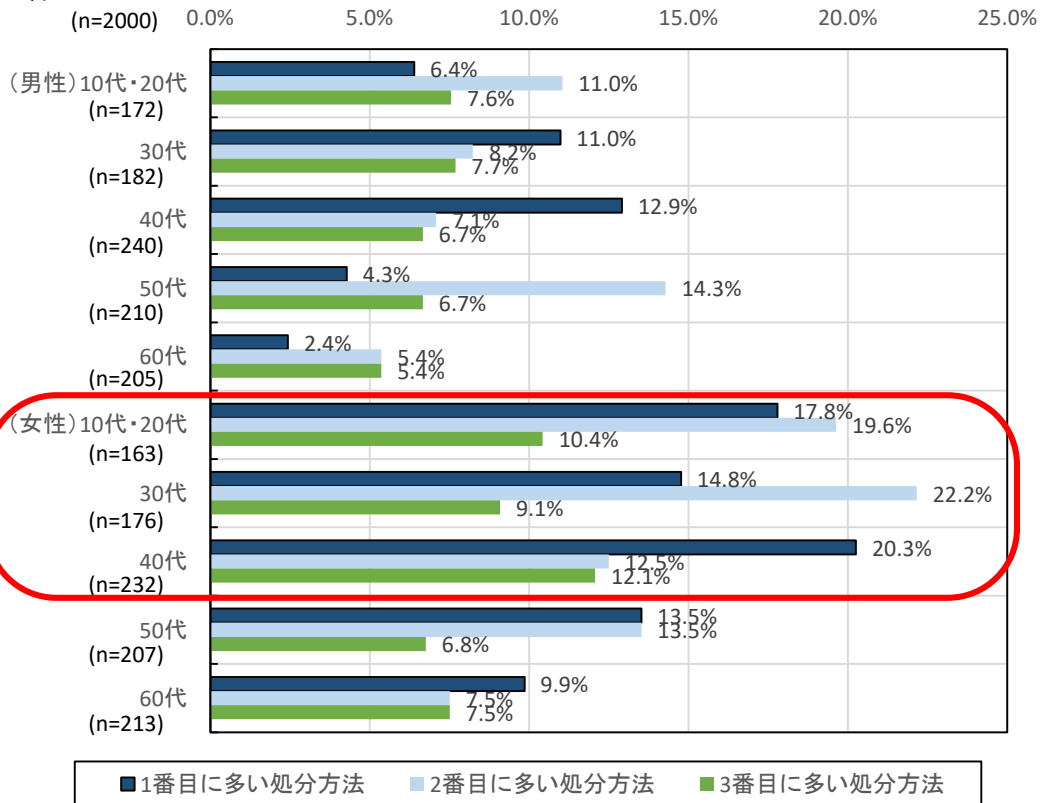
<その他意見(28件)>

- ・枚数などでポイントや割引券がもらえる、電子マネーや有料ゴミ袋と交換出来る、ポイント付与等
- ・施設のバザーに提供する、被災地寄付
- ・いい服はきちんと買い取ってあげる、オークション

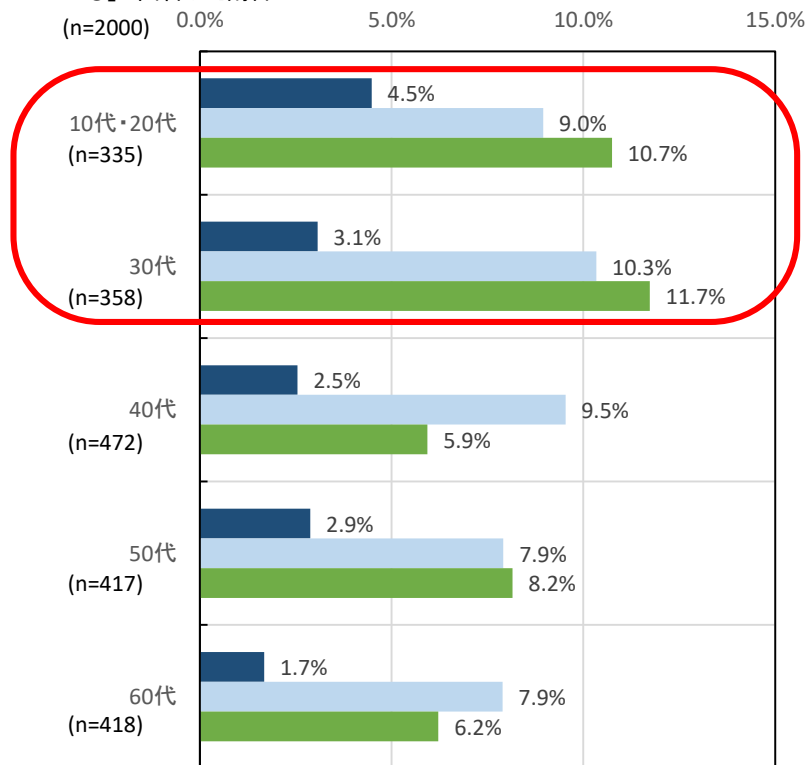
まだ着られる衣服の処分方法②

- 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」との回答の割合が高い。

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

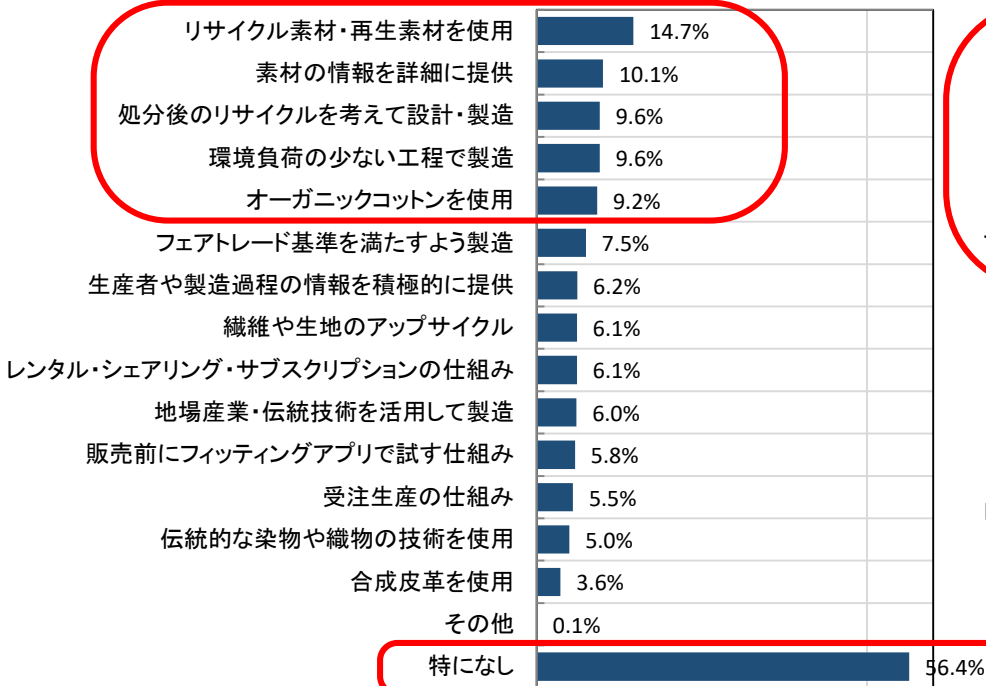


衣服選択時の考慮点及びサステナブルファッション推進に向けた要望

- 衣服を選択する際にサステナブルファッションに向けた取組について考慮していることは「特になし」と回答した消費者が過半数であった。
- サステナブルファッションに向けた取組について考慮している場合は、「リサイクル素材・再生素材を使用」や「素材の情報を詳細に提供」、「処分後のリサイクルを考えて設計・製造」、「環境負荷の少ない工程で製造」、「オーガニックコットンを使用」への回答の割合が比較的高い。
- 「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」との質問では「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」、「サステナブルなファッションとは何かを分かりやすく広報する」との回答の割合が比較的高い。

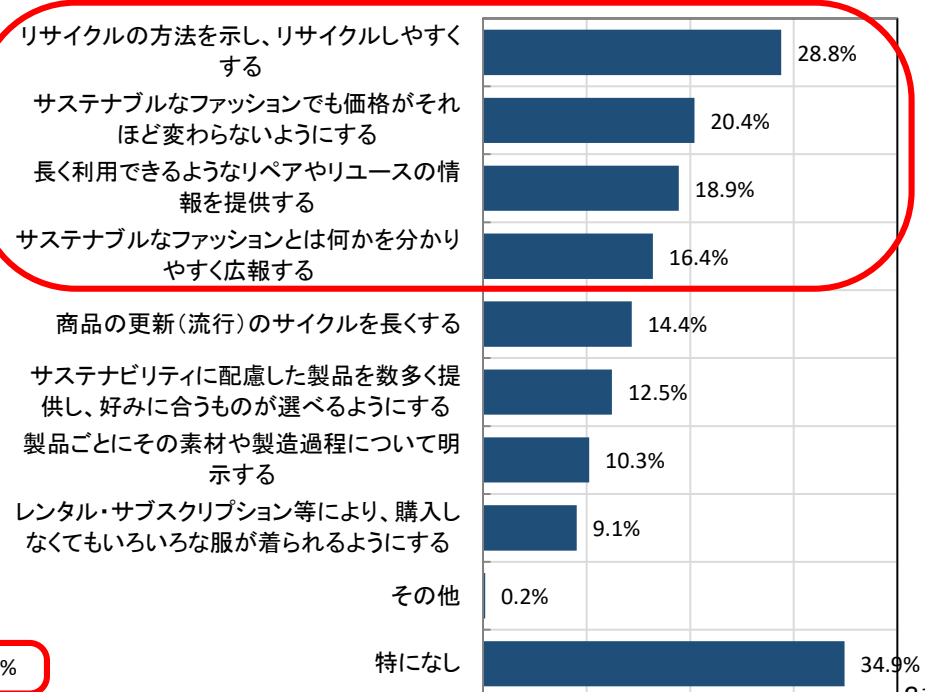
Q11. 衣服の供給(製造流通)に当たっては、サステナブル(持続可能)なファッションに向けて、以下のように様々な取組がなされています。あなたが衣服を選択する際に考慮していることはありますか。

答えいくつでも (全体) (n=2000 M.T.=3220) ※分母:nにて算出
0% 50%



Q12. 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。

答え最大3つ (全体) (n=2000 M.T.=3314) ※分母:nにて算出
0% 10% 20% 30% 40%

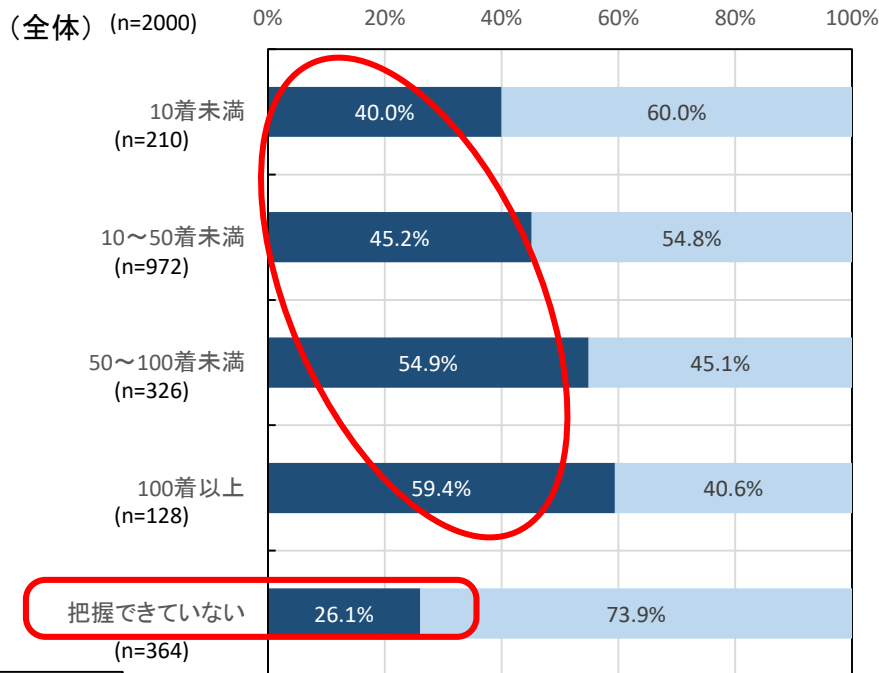


サステナブルファッションへの考慮①

- 衣服の保有数が把握できていない場合は、衣服を購入する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している割合が低い。また、衣服の保有数が多いほど、衣服を購入する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している傾向がある。
- 計画的に衣服を購入している場合は、半数以上が衣服を購入する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮しており、計画性がない場合よりその割合は高い。

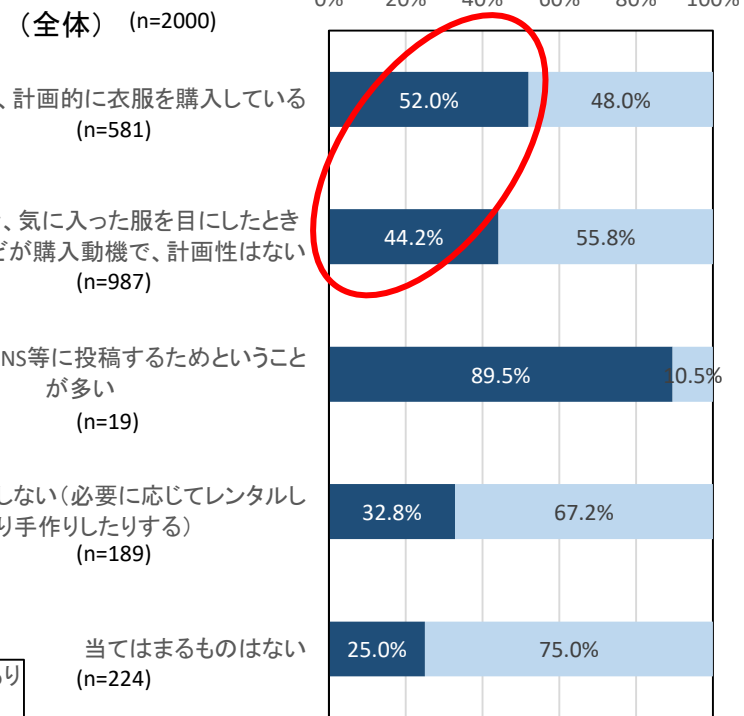
Q11. 衣服の供給（製造流通）に当たっては、サステナブル（持続可能）なファッションに向けて、以下のように様々な取組がなされています。あなたが衣服を選択する際に考慮していることはありますか。 答えいくつでも

Q1. 現在、クローゼット（押入れ、タンス）等で保有している衣服（下着やパジャマは除く）は合計で何着くらいありますか。※ご家族のものは含まず、ご自身のもののみでお答えください。
答え1つ



■ 考慮項目あり
■ 特になし

Q3. 衣服を入手するときの態度として最も当てはまるものはどれですか。
答え1つ



■ 考慮項目あり
■ 特になし

サステナブルファッションへの考慮②

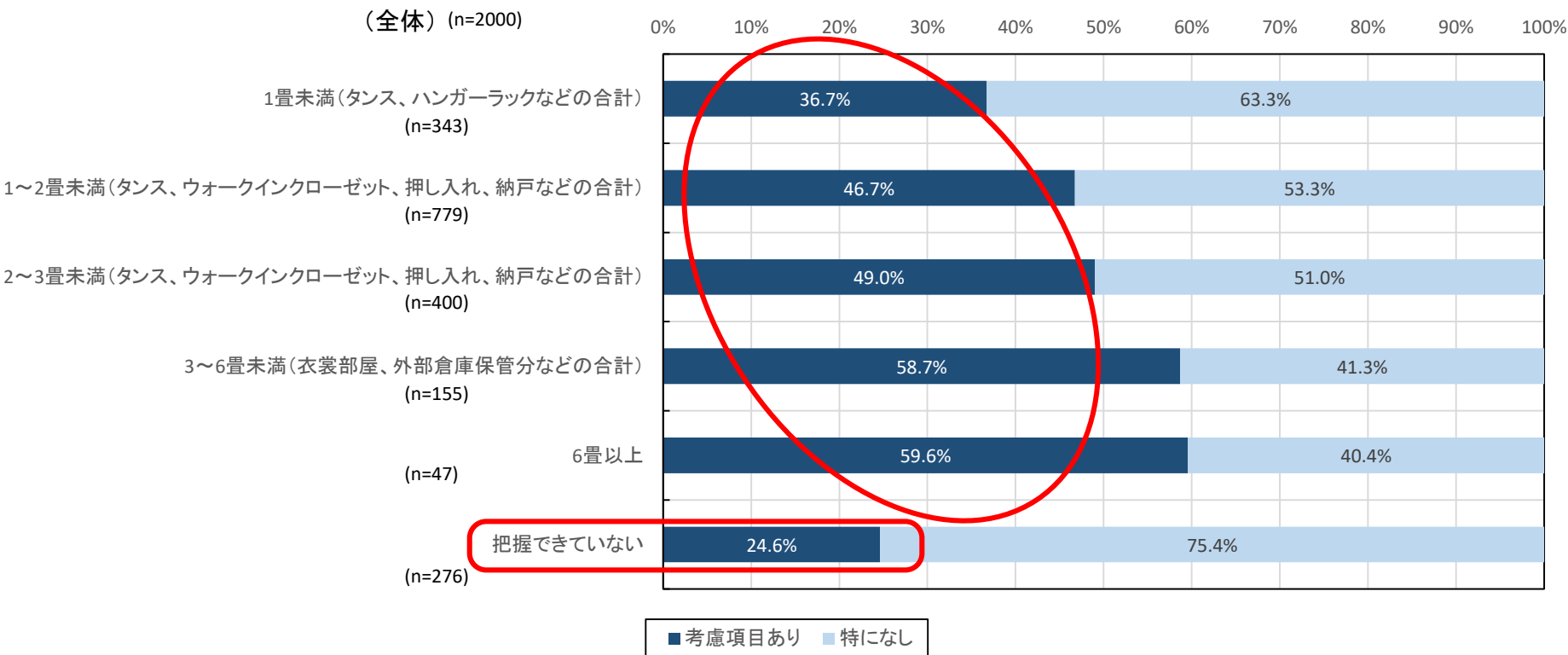
- 衣服の保管場所が広がるほど、衣服を選択する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している割合は高くなる傾向にある。
- 衣服の保管場所の広さが把握できていない場合は、衣服を選択する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している割合は低い。

Q2. 衣服の保管場所にどの程度スペースを要していますか。

答え1つ

Q11. 衣服の供給(製造流通)に当たっては、サステナブル(持続可能)なファッションに向けて、以下のように様々な取組がなされています。あなたが衣服を選択する際に考慮していることはありますか。

答えいくつでも



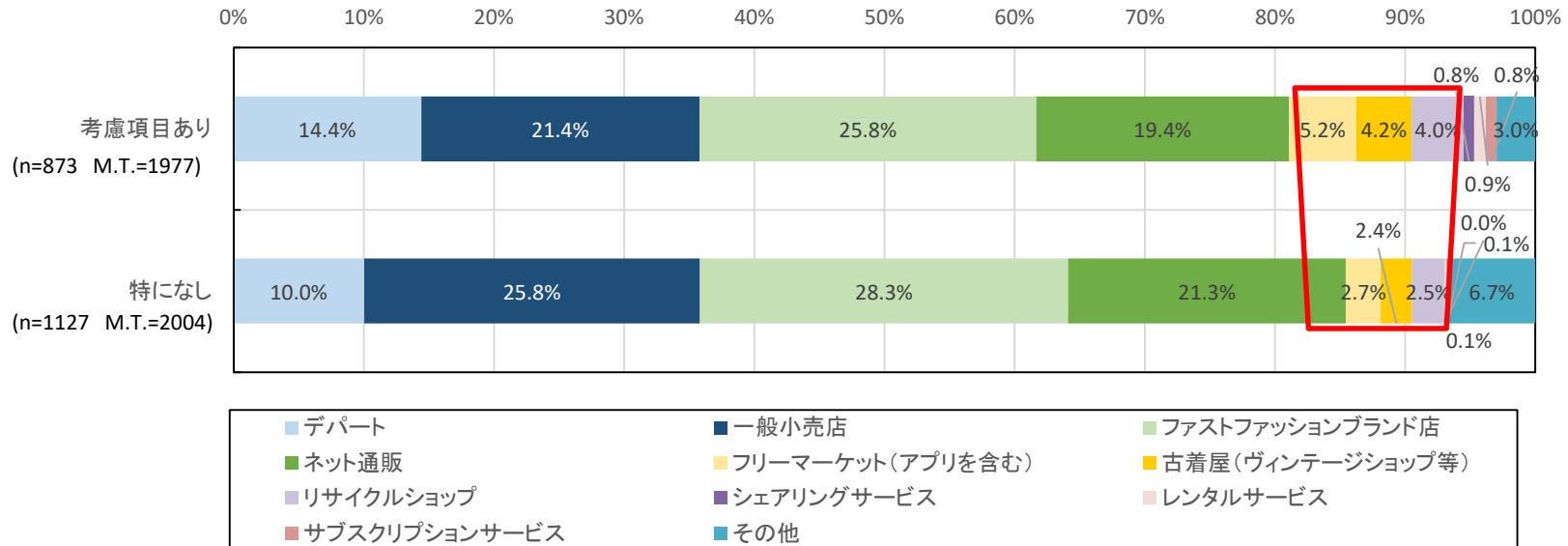
サステナブルファッションへの考慮③

- 衣服を選択する際に何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している場合は、衣服の入手先として「フリーマーケット(アプリを含む)」、「古着屋(ヴィンテージショップ等)」、「リサイクルショップ」の回答の割合が、サステナブルファッションに向けた取組について考慮していることは「特になし」の場合よりも高い。

Q4. どのような場所(お店)で衣服を入手していますか。
答えいくつでも

Q11. 衣服の供給(製造流通)に当たっては、サステナブル(持続可能)なファッションに向けて、以下のように様々な取組がなされています。あなたが衣服を選択する際に考慮していることはありますか。
答えいくつでも

(全体) (n=2000 M.T.=3981) ※分母:各項目のM.T.にて算出



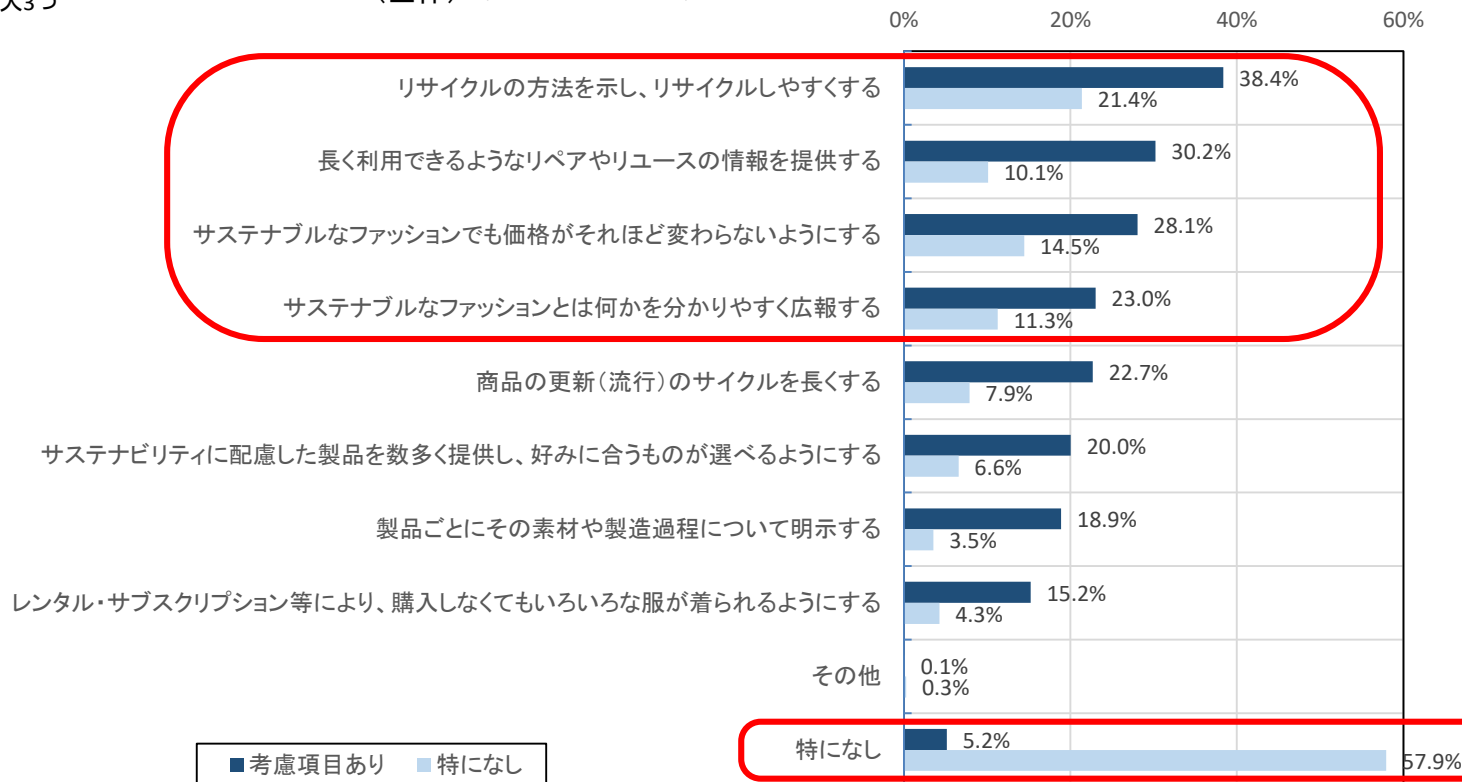
サステナブルファッション推進に向けた要望

- 「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」との質問では、衣服を選択する際にサステナブルファッションに向けた取組について考慮していることは「特になし」と回答した消費者は、何らかのサステナブルファッションに向けた取組について考慮している項目を回答した消費者よりも、「特になし」との回答の割合が高い。
- 衣服を選択する際にサステナブルファッションに向けた取組について考慮していることは「特になし」と回答した消費者でも、「リサイクル方法を示し、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」、「サステナブルなファッションとは何かを分かりやすく広報する」、「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」との回答の割合は比較的高い。

Q12. 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。

答え最大3つ

(全体) (n=2000 M.T.=3318) ※分母:nにて算出

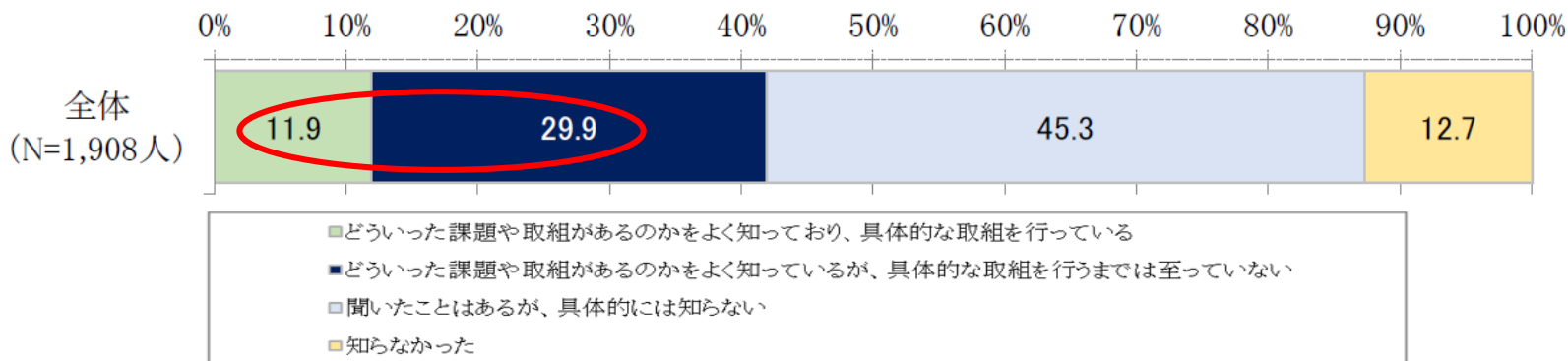


(参考) 消費者のサステナブルファッションに関する認識と行動

- 物価モニター調査(令和3年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感じた約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、取り得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。

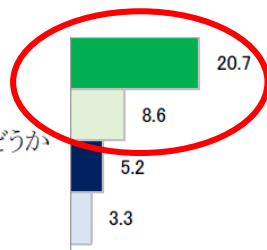


問 衣服を買うときに、あなたが特に重要だと思うポイントとして該当するものを3つまで選んでください。

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%)

