

消費者志向経営に関する連絡会

サーキュラー・ファッションがもたらす 消費者と事業者のコミュニケーションとは？

2023年5月17日（水）

日本エシカル推進協議会会長 株式会社アートダイナミクス代表取締役
消費者庁サステナブル・ファッション・サポーター 内閣府・消費者委員会委員

伝統工芸ブランド HIRUME プロデューサー

生駒 芳子

90年代に次々と浮上した ファッションの裏事情

スポーツブランドが、途上国で、はくスニーカーもない子供たちに、一日中、悪条件のもとスニーカーを作らせていた。



このことを、欧米のジャーナリストが暴露し、そののち、次々と、ファッション界の裏側にある環境汚染、人道的問題が明るみに出た。

コットン畑から見えてきた、児童労働の問題



児童労働とは、18歳未満で、教育を受けず、危険・有害な仕事をしている子供たちのこと。

児童労働に従事する5～17歳の子どもは、2020年時点で約1億6,000万人—世界の子どもの10人に1人近くに相当。女の子は6,300万人、男の子は9,700万人。

SDGs(持続可能な開発目標)の目標8の中でも、2025年までにあらゆる形の児童労働をなくすという目標が掲げられている。

2013年、バングラディッシュで 縫製工場の崩落事故、発生！

世界第2位の衣料品輸出国であるバングラディッシュの首都ダカールの縫製工場ラナプラザで崩落事故が起こり、多くの犠牲者を生んだ。設備費、人件費の削減、過酷な労働条件や低賃金が露呈。過度の安価を追求するアパレル企業の責任が大きく問われ、大量生産・大量消費・大量廃棄の問題も露呈。価格の安さの裏にある現状が問われる事態に至った。

華やかなファッション業界の裏側の 知られざる真実を描く、 映画「トゥルー・コスト」

「服に対して本当のコストを支払っているのは誰か?」という問題を提起する、ファッション業界の闇に焦点を当てたこれまでになかったドキュメンタリー映画。2013年のラナプラザの悲劇をきっかけにして、取材・撮影し、2015年に公開。

誰かの犠牲の上に成り立つ
美しさや豊かさはもういない——

さらに、2015年のSDGs策定、コロナ禍を経て、
ファッション界はサステナブル&エシカルな業界へと、
ものすごいスピードで生まれ変わっている！

いつの時代もファッションは、
流行の最先端をリードする産業だから、
デザイナー、メディア含めて、
ファッションが地球や人、動物に
優しい業界へと大きく舵を切った。

サステナブル&エシカルであることが、
“かっこいい”こと、当たり前——となっている！

サステナブル & エシカルなファッションが 広まった原因は――

1. 世界第二位の汚染産業

CO2排出、水資源の大量消費、環境負荷のある
化学薬品、農薬の使用など

2. ラナ・プラザの縫製工場の崩落 (途上国の労働環境、児童労働)

3. 大量生産・大量消費・大量廃棄の問題

4. SDGs, ESG投資の普及

目標12: 使う責任、作る責任

5. コロナ禍での販売の低迷

6. 急速なDXの普及

ファッションを製造するプロセスにおける 環境への負荷は莫大なものがある

～ファッション産業は世界の温室効果ガスの8%を占める！～

原材料調達から製造段階までに排出される環境負荷の総量（年間）

CO₂排出量

約**90,000**kt

水消費量

約**83**億m³

端材等排出量

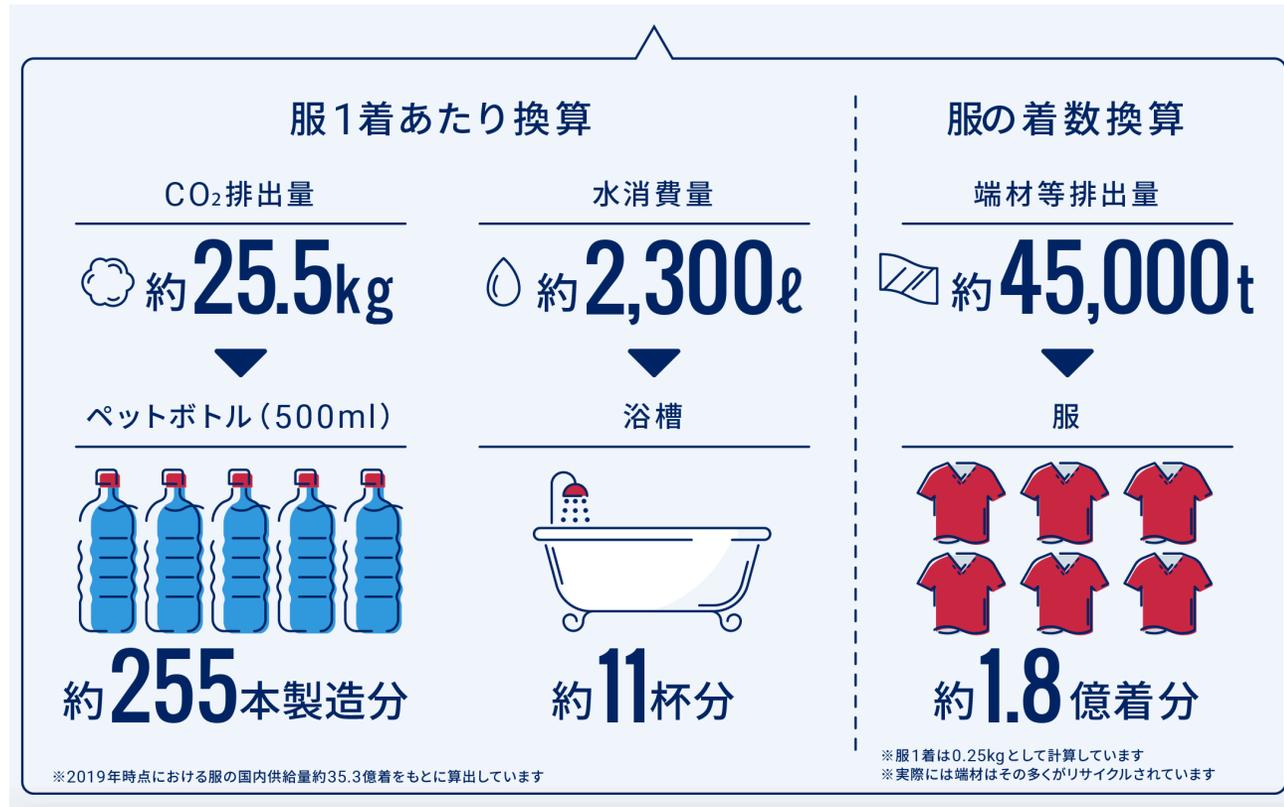
約**45,000**t⁺

化学物質による
水質汚染

※製造段階とは、紡績・染色・裁断・縫製・輸送を指します

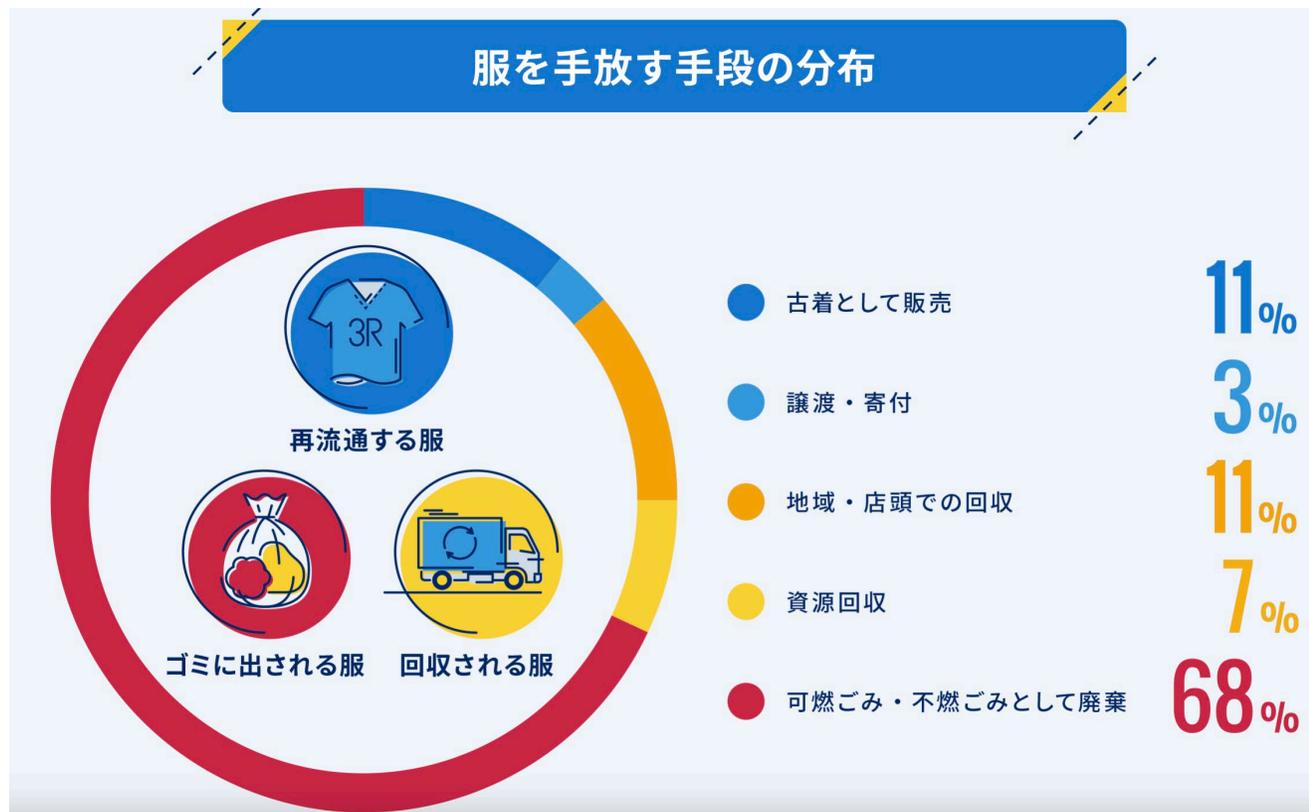
環境省「サステナブル・
ファッション」より

服1着あたり、CO2排出量、使う水の量、 端材の排出量など、環境への負担は大きい。



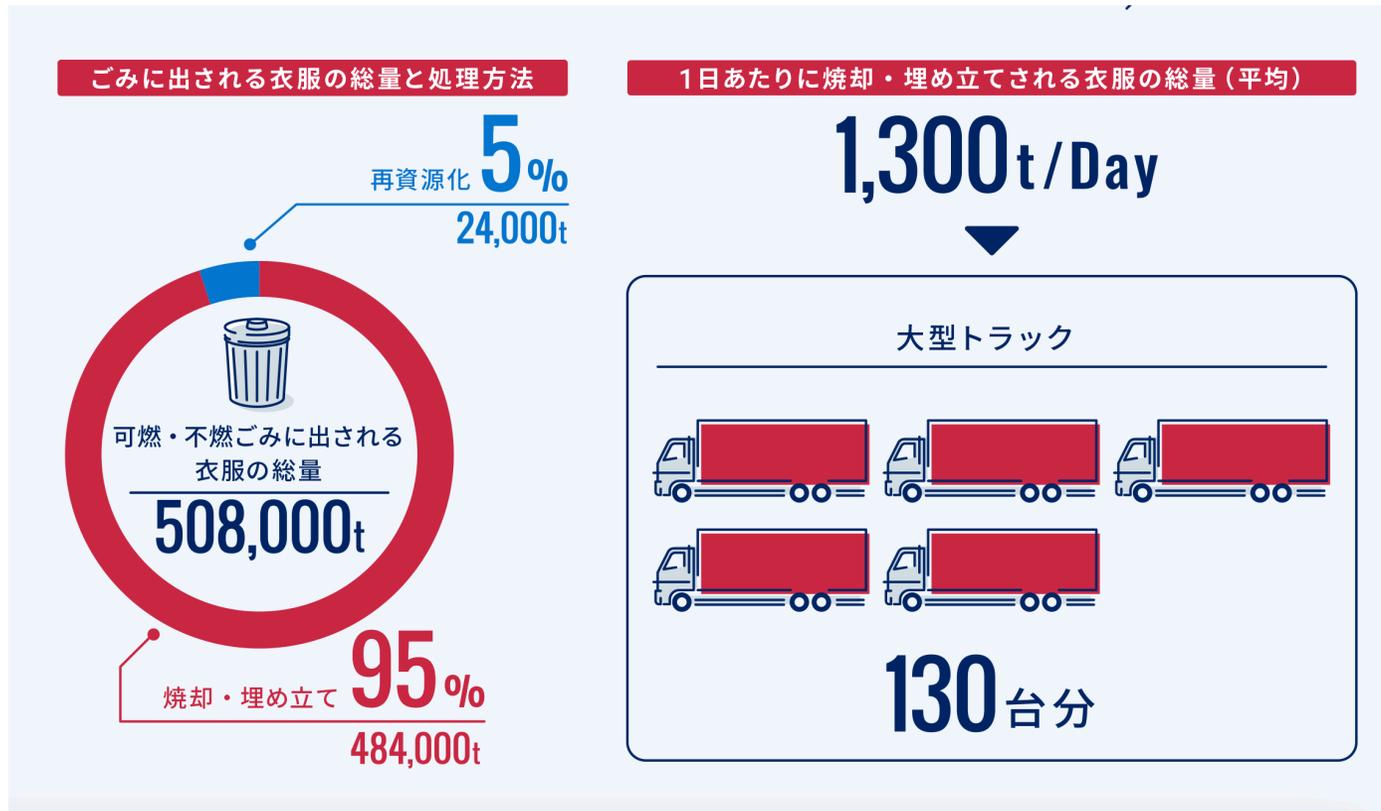
環境省「サステナブル・
ファッション」より

ファッションの68%は、 可燃ゴミ・不燃ゴミとして廃棄されている。



環境省「サステナブル・ファッション」より

服のゴミが、毎日、大型トラック130台分、 廃棄されている！ 年間で48万トン！



環境省「サステナブル・ファッション」より

サステナブル・ファッションにおいて
消費者と事業者のコミュニケーションを
生むには――？

消費者庁の提案： サーキュラーファッションを目指そう！



消費者庁エシカル消費特設サイトより

サーキュラーエコノミーとは？

by エレン・マッカーサー財団

廃棄物と汚染を
生み出さないデザイン
(設計) を行う

製品と原料を使い続ける

自然システムを再生する

事業者

エシカル調達や
環境や人権に配慮した
生産体制

+

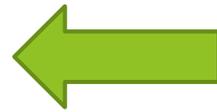
A. 情報公開
トレーサビリティ

B. 消費者のためになる
トレンドやスタイルの
発信

C. お直しやカスタマ
イズ、リサイクル、
古着の活用

←エシカル経営の
推進

消費者教育の→
推進



消費者

「3ない」チャンネルで
ファッションを楽しむ

+

A. 価格の安さだけで買わない
トレーサビリティの習慣

B. ワードローブに眠らせない
セリフ・ヴィンテージ×最新
トレンドのおしゃれを楽しむ

C. 着終わっても捨てない
活用する、譲る、
再生させる

事業者と消費者の
コミュニケーションから
サーキュラーファッションが
加速する！

消費者の行動を変えるのは、 「物語」「憧れ」「未来へのヴィジョン」

フェアトレード

途上国の人々の
経済自立を支援

オーガニック
・コットン

農薬を使わない
=地球環境を守る

ヴィーガンレザー

動物の命を守りつつ
果物や野菜から
革を作る

リサイクル
素材

素材や資源を
を無駄にしない

海洋プラスチック
ゴミから作られた
素材

=海を守る素材

(1)

サーキュラーファッションをテーマとした
ブランドが登場！

B Corp取得、サプライチェーンの透明化を目指す！

CFCL

CFCLは、Clothing For Contemporary Life（現代生活のための衣服）の頭文字です。3Dコンピューター・ニットイングの技術の中核に据え、時代に左右されない衣服を提供します。同時に、衣服としての機能性、環境への配慮、最適な国産素材の選択、サプライチェーンの透明性を追求します。これが、今私たちの考える現代生活に求められる衣服の定義です。実験的で先進的な姿勢を携えながら、今の時代を生きる人々のための製品を提案します。



画像提供：CFCL Inc.

スウェーデンのメンズブランド Asketは、 トレーサビリティを明示するレシートを発行

「二酸化炭素の排出量・水の使用量・エネルギーの消費量」を掲載した価格ではない、トレーサビリティのレシートを発行する「The Impact Receipt」プロジェクトを開始。2021年の中頃までにすべての商品が対象になった。

(2)

海洋プラスチックゴミのリサイクルから、
おしゃれなファッション、バッグが誕生

UPCYCLING THE OCEANS

ECOALF

ECOALF(エコアルフ)は、すべてのアイテムをリサイクル素材や環境負荷の低い天然素材のみで作っている、ヨーロッパ発のサステナブルファッションブランド。また海洋廃棄物を回収し衣服へと生まれ変わらせるプロジェクトも行っている。

海洋プラスチックゴミから作られる ドイツ生まれのおしゃれな GOTBAG

プラスチックゴミの再利用・削減を
目指すドイツ発のリサイクルバッグ
のブランド。商品は**海洋プラスチック**
を利用した素材で作られている。
GOT BAG(ゴットバッグ)の原料
となるプラスチックは、
世界でも海洋プラスチック汚染が
深刻な問題になっている
インドネシアの海で漁師1500人に
協力してもらって集められている。
約4.5キロの海洋プラスチック
ゴミから一個のバッグが生まれる。

(3)

ファッションのゴミが、紙や建築資材に
生まれ変わる新規事業が次々登場。

サーキュラー コットン ファクトリー (CCF)

オーガニックコットンの「株式会社アバンティ」の創設者が立ち上げた、
繊維のゴミを資源にするプロジェクト。
繊維のリサイクル率はわずか17.5%、紙の回収率は85%と高いため、繊維から紙へ変換することで循環のシステムへつなげることができる。

廃棄衣類のアップサイクルと サーキュラーエコノミーをデザインする 「PANECO®」

アパレル企業の余剰在庫や製造過程に生じる繊維屑など、廃棄処分となる運命にあった衣料を、店舗や商業施設、イベントやオフィス等のさまざまな空間の内装やディスプレイ什器、家具へと生まれ変わらせ、そしてさらに新たなボードとして再生へ。

ポリエステル繊維をリサイクルして 生まれた土「TUTTI」が緑を生み出す。

従来廃棄される衣類などのポリエステル繊維をリサイクルした培地「トゥッティ」を用いて、緑を増やし未来へとつなぐ取り組み。協業先はアパレルブランドや園芸会社、商業施設など多岐にわたり、プロジェクト発足から1年余りで**60**件以上の実績を残している。

(4)

古着がファッションマーケットの
中央に躍り出た！

パリの老舗デパートに次々と、 古着を売るフロアー誕生。

プランタンの7階は、
サステナビリティがテーマ。
古着を紹介している。

お隣のギャラリーラファイエットでも、
古着を販売するコーナーが誕生。

古着が新しい価値と魅力を宿して、 スタイリッシュに伝えられる ALLU

リサイクルショップ「なんぼや」から生まれた新たなヴィンテージブランド。いいものを長く愛用するというエシカルなコンセプトを、空間の演出やスタイリングで、モードにラグジュアリーに表現している。

伝説の代官山の古着屋 DEPTから、 次世代の古着ブランドが中目黒に誕生！

DEPTのオーナーを父親に持ち、自ら環境アクティビストとして活動するERIさんが始めた、次世代感覚の古着ブランド。

(5)

アップサイクリングで、
ファッションの寿命を永遠にする。

伝統工芸ブランド HIRUMEが手がける 着物アップサイクリング！

ヴィンテージの着物地を使って、着物にもファッションにも羽織れる
ポンチョ・コートをプロデュース。着物の流麗なデザインを演出。



在庫ファッションやヴィンテージスカートを
アップサイクリングする「odds and ends」
東京のモードブランド「TOGA」が手がける
サステナブル・アップサイクリングブランド

(6)

お直しや修理のサービスによって、
丁寧に長く愛用する気持ちをサポート

ユニクロで、修理やリメイクなど お直しサービスを開始

ユニクロ
リージェントストリート店

イオンでも、グループ会社である、
お直し専門の「マジックミシン」を登用

サーキュラー・ファッションの力で、
サステナブルで、真の意味で美しい、
未来社会を実現させよう！

ご静聴ありがとうございました。

生駒芳子