

消費者庁新未来創造戦略本部 「ファンシヨンから考えるサステナブルな未来」(令和3年7月12日)
議事概要

1. 三ツ林内閣府副大臣 開会挨拶

気候変動問題をはじめとする多くの課題を抱える現在の社会において、企業も消費者も「SDGs」「サステナブルな社会の構築」に向けて、より具体的に行動に移していくことが求められる時代になってきている。

消費者庁では、SDGsの17のゴールのうち主に12番目の目標である「つくる責任 つかう責任」を体現すべく「未来・地域・社会」に配慮した消費行動、いわゆる「エシカル消費」の普及・啓発に取り組んでいるところ。

近年、服の生産から着用、廃棄に至るまで地球環境や関わる人・社会に配慮したいわゆるサステナブルファンシヨンへの取組が、業界でも急速に拡がってきていると認識している。消費者、企業、そして行政、この3者が共に連携・協働していくことが重要。

本シンポジウムが、ファンシヨンをめぐる課題や“エシカル”な選択肢について知り、自分事として考え方行動に移していただききっかけとなることを期待。

2. 松重四国大学学長 開会挨拶

現在世界はサステナブルを課題としていろいろな取組がなされているが、このようなサステナブルな世界を特に若い人に理解していただき、どうしたら解決できるのかを学ぶことは非常に重要。

日本はいわゆる課題先進国であることを理解して、解決するということは、若い人も含めてすべての人と共に通の話である。是非いろんな人が徳島に来て消費者教育を学んで、そして徳島からいろいろなところに発信をしてほしい。

今日のシンポジウムはファンシヨンにターゲットを絞っているが、共通な問題として、我々自身考えていきたい。新しい目で、自分のところの産業や衣服、食料といったいろんなことを考えるきっかけになればと思っている。

3. エシカルファンシヨンプランナー 鎌田安里紗氏 基調講演

エシカルファンシヨン、サステナブルファンシヨンとともに、洋服の生産や消費、廃棄の過程で、自然環境や働いている人というところに目を向け、その過程も含めてファンシヨンを健全に健康的に楽しんでいくための考え方。高校生のころから、洋服を届ける側、売ったり、PRしたりするという仕事を始めたが、売っている服がどうやってできているということがわからないと感じた。少しづつ生産背景を調べるようになって、今の仕事をするに至っている。

ファンシヨン業界は、生産背景が複雑で長くて見えづらいことにより、服を作っている方の労働環境や生態系への影響、大量生産大量消費等のいろんな問題が起きていると言われている。このような課題に

対して世界中で、フェアトレードやオーガニックコットンといったいろいろなサステナブルな動きが生まれてきている。

服を作るときには石油をはじめとするたくさんのエネルギーや水を使用しているが、環境にやさしい纖維というのはいろいろな基準で判断する必要があり、どの素材で作るのが環境負荷を下げられるのか非常に複雑である。

近年、服を作る量が増え、消費サイクルが上がっている。2009～2010年ごろからファストファッションという形態でビジネスが広がり比較的低価格で、おしゃれな服を買えるようになったが、捨てるときも簡単に捨ててしまう。手放した服は分別をして使えるものは古着として利用されるが、多くのものは焼却・埋め立てになる。イギリスやアメリカでも洋服のごみの問題が問題になっており、フランスでは洋服の廃棄を禁止する法律ができた。

サステナブルファッションと言うと生産背景を変えてもらうしかないと思ってしまいがちだが、消費者が普段の洗濯の仕方を変えて、もう少し服をケアすることで寿命を延ばすことができる。洗濯のときに出てるマイクロファイバーの粒子が海の生物に影響を与えてるという問題があるが、これも一人一人が洗濯のときにそのネットを使うことで変えられる。

2013年の4月にラナ・プラザという、バングラデシュにある縫製工場が倒壊し、1,100名以上が亡くなるという事故があったが、事故の後、世界中で洋服の生産背景の透明性を高めていこうという運動がファッショントレボリューションというグローバルキャンペーンとなって始まった。ファッショントレボリューションではブランド、企業の生産背景の開示具合をランキング付けしたり、生産背景に関する情報を開示する仕組みづくりの推進を働きかけている。

私自身は、「服のたね」という洋服の生産背景、プロセスを体験できるプロジェクトや生産現場に行って生産者側の声を聴く「めぐる旅」というスタディツアーワークshopを企画している。最近は、服を生み出す側がどんな考えをもって服を生み出すかということも重要であると考え、環境や社会課題に対する視点を持つファッショントレボリューションデザイナーの育成・支援を目的としたファッショントレボリューションプログラムというプログラムを新たに企画した。

今日の基調講演ではエシカル、サステナブルな視点で服を選ぶことができるという話をしたが、消費者、企業、デザイナー、そして省庁が一緒になってファッショントレボリューション産業に変化を作っていくと思う。

4. 第1部パネルディスカッション

酒向 環境省中国四国地方環境事務所四国事務所長

大量の資源の使用や、環境プラスチックの問題、大量の衣類の焼却・埋め立て処分といった、ファッショントレボリューション業界が与える環境負荷は世界的に問題になっている。

日本政府は2050年までに脱炭素社会の実現を目指すことを宣言しており、大量生産や大量消費、大量廃棄から資源を循環的に使い続ける取組が求められ、産業界の取組を進めると同時に衣食住のライフサイクルをサステナブルに変えていくことが重要。

サステナブルファッショントレボリューションとは衣料の生産から着用、廃棄に至るまでのプロセスにおいて将来にわたる持続可能な社会をめざす取り組みである。

り持続可能であることを目指し、生態系を含む地球環境や人、社会に配慮した取組のことであるが、環境省ではこの時代に必要な新しいファッショスタイル、サステナブルファッショを進めていく。

池内計司 IKEUCHI ORGANIC 株式会社代表取締役

IKEUCHI ORGANIC は徹底的に、タオルとしての安全性を追求し、生産過程の環境負荷をどこまで下げて見せるかということに挑戦している会社。創業 60 周年で IKEUCHI ORGANIC に社名変更し、商品はすべてオーガニックになっている。

創業 60 周年で、繊維関係では一番安全度の高いテストと言われているイスのエコテックスのクラス 1 に全製品をクリアさせた。2073 年には赤ちゃんが食べられるタオルを作ることを目標にしていて、我々のタオル工場は ISO22000 の食品工場として管理している。

2020 年以降、ほぼ全製品に綿畑から紡績、染色、製織、検品、出荷までの行程が全部確認できるよう QR コードをつけ、作る工程を全部見せるものづくりをしている。これは、SDGs の 12 番目の項目であるつくる責任、つかう責任につながってくる。

また、2002 年からは全て風力発電でタオルを生産しており、年間約 100 トンの二酸化炭素が削減されている。タオルの生産には大量の水を使うが、バクテリアを使い少しでも環境負荷を下げるよう排水している。

大塚桃奈 上勝町ゼロ・ウェイストセンターCEO

上勝町は、2003 年に日本で初めてゼロウェイストを宣言した町で、現在、町民全員がごみを 13 種類 45 分別しており、SDGs で言うつかう責任を全うしてきた町。ゼロ・ウェイストセンターは環境型の公共複合施設で、元々町にあったごみステーションを機能拡張する形で、交流ホールと、オフィススペース、宿泊施設があり、生産者と消費者、町に住む住人と上勝の町に訪れる来訪者を繋ぐような施設となっている。

町には無料のリユースショップであるくるくるショップがあり、まだ着られる服や陶器を持ち込まれる。上勝町は 8 割のリサイクル率を誇っているが、2 割のものは焼却・埋め立てされており、特にアパレル製品を含む複合物が課題になっている。

ゼロ・ウェイストセンターではつかう責任だけではなくて、つくる責任、生産者も一緒に巻き込みながら変えていこうということで、企業が実施する、消費者から使用済みのデニム製品を集めて、リサイクルデニムを作るといった取組への協力も行っている。

日下部 消費者庁新未来創造戦略本部次長

消費者庁はこれまで消費者保護に注力してきたが、最近は消費者と事業者が力を合わせて持続可能な社会の実現を目指すエシカル消費、消費者志向経営などに取り組んでいる。

いまだけ、ここだけ、自分だけという考え方ではなく、中長期的な視点で環境や様々な立場の人への視

点を大事にしてエシカル消費を実践していくことが重要。サステナブルファッションに向けては、エシカル消費の第一歩として社会的課題に気付き、日々の買物を通して、課題解決のために自分で何ができるのか考えてみることや、商品が届くまでの背景や廃棄された後の影響を考え、課題解決につながるモノやサービスを利用すること、その上でファッションを楽しむということが重要。

(以下、意見交換)

松重学長

ファッションの問題は、ロスだけでなく経済活動も影響している。今までの流れとは、意識がサステナブルな観点に変わってきたとか、消費者が求めているものの変化があったか。

池内代表取締役

コロナになって消費者の意識が変わってきたと感じている。ターゲットをキャリアの女性を中心においていたが、半分は中年以降の男性であった。コロナ以降、20代の若い方の購入が増えている。

(松重学長)

やはり消費者として、いかに大事に使うかというのも非常に大きな視点だと思うが、そのような視点からいうと、どうか。

大塚 CEO

池内さんは生産の透明性に配慮されておられるが、ゼロ・ウェイストが協力して取り組んでいるデニムのプロジェクトは、廃棄の透明性を上げる取組。これらの取組を通じて、消費者の関心の高さを感じている。

松重学長

企業としてもリサイクリングで新しい価値を生み出すということも大きな活動の一環になってくるのではないかと思う。

酒向所長

環境省で勉強会をしていると、企業も生産過程などで様々な工夫をしていることが分かった。消費者もそういう企業の製品を購買する傾向が出てきていると感じている。

鎌田氏

10代、20代の若い方は物がたくさんある時代に生まれており、何を買ったときに喜びを感じるのかっていうのが結構違っている。自分の限られたお金をどんな人に渡すのかっていうところにすごく意識的になってしまう。

企業もいろいろな工夫をされながらものづくりをしているとことを知ったうえで、自分が共感できる

方にお金を渡して、ものづくりに自分も参加するような形で物を買っているという人が増えてきていると思う。

日下部次長からエシカル消費は判断が難しい中で、得た情報から、消費者が自分の判断でどれにするのかっていうのを最終的に決めるというお話があったが、いろいろな情報を知ったうえで、自分が何を選び、何にお金を使いたいのかというのを消費者一人一人が決めることであるが、判断材料がたくさん必要であると思っている。企業からはどんどん情報開示して欲しいし、消費者はそこに興味を持って、気になることはどんどん企業に聞いて、一緒に興味を持てる領域を増やしながら、共同作業でより良いものづくりをしていくと良いと思う。

松重学長

衣服そのものがファッショングであるが、考え方、とらえ方もファッショング。若い人の年代はまた別の衣服、それからエコ、サステナブルについて感性も違ってくると思う。そういう面で、自分の立場で捉え、いかに関与するかが非常に大事なことではないか。

まだまだこの分野は進化し続けると思うが、サステナブルの問題を自分の問題として、また友達とも話してみてほしい。

5. 第2部パネルディスカッション（意見交換）

加渡教授

第1部は、服を作る、着る、そして手放すというプロセスの中で持続可能性を考えていこうというテーマであったが、今まで服をサステナブルな社会を創るために1つの視点として考えたことはあるか、どんな感想であったか。

奈良氏

服を作るプロセスを消費者側にも見せようとしている企業の取組が印象に残った。このような意識や情報を見る機会がないと、消費者もどういうものを見て服を選んでいいのかわからないというところがあるので、企業側、生産者側から、情報を掲示するのはすごく良い取組の1つだと感じた。

加渡教授

印象に残ったのは透明化する、プロセスの情報を欲しいという、そういった声。秦さんはどうか。

秦氏

ラナ・プラザ倒壊事故が印象的だった。生産過程を消費者が十分に理解することが消費者側に求められていると感じた。

加渡教授

鎌田さん、学生から、情報をもっと提供して欲しい、見せて欲しい。ただ見るだけではなくて消費者が理解しないといけないという意見が出たが、生産者、流通の方から情報はこれからもっと出てくるものか。

鎌田氏

今まさに企業も、もっと生産過程の情報を提供していこうとされていると思うが、実は作る側も、生産過程を把握することは非常に大変である。企業も、もっと生産背景を開示していきたいけれども、消費者が関心をもってくれないと、そこに力を注いでいけない。生産背景を把握して、開示していくことにも労力も時間もお金もかかるので、透明化を進めた企業が選ばれるということが、企業に伝わることが、透明化が加速するために必要。消費者が求めれば、企業も変わるし、企業がやつたら、消費者も選べるという、お互いの関係性が重要だと思う。

加渡教授

商品を買うことで応援する、バイコットが重要。買い物は「いいね」の一票である。大塚さんは買うときにはどういうことに気を付けているか。

大塚 CEO

買う前に、本当に自分にとって必要なのかを考えるというのが、学生にとってサステナブルのためにできる第一歩であると考える。

加渡教授

奈良さん、秦さんが服を買う時の基準は。

奈良氏

長持ちするもの、質がいいものを基準にしている。使いまわしができるものというのも気にしている。

秦氏

コストパフォーマンスが重要と考えている。品質と価格のバランス、機能性や利便性も考慮している。

加渡教授

消費者としては、値段を見る。丈夫かどうかも含めて品質を見る。かぶれないかといった安全性も見よう。これに加えて、消費者は、人権や環境やアニマルライツも考えなければならない時代になってきたということか。

鎌田氏

できるだけ安く、できるだけ品質がいいものを買う人が賢い消費者という像が植え付けられているのではと思う。消費者が求める方に企業のものづくりは移っていくので、安く品質の高いものを求めるために削られるものもあるだろう。消費者が人権等も含めて選んでいるのだということを、企業にどう伝

えていくか、ということを考える必要もある。

加渡教授

双方向のエシカルコミュニケーションやサステナブルコミュニケーションと呼ばれるものはまだまだ難しいと思うがどうか。

鎌田氏

ものを売る側は、お客様が何を気にしているかをすごく気にかけている。店で店員が聞かれた質問は、複数回重なれば、本社や製造元に伝わっていく。消費者の小さなアクションが全部企業に届いている。

加渡教授

消費者が関心を持つことで、企業側も情報を伝えるようになる、これがエシカルコミュニケーションだろう。

奈良さん、秦さんの卒論のテーマは。

奈良氏

四国大学生のファッショニロスの実態と SDGs の意識改革をテーマとしている。テーマを選んだ理由は、ファッションに興味があり、ボランティア団体にも所属しているので、SDGs に興味を持ち、その中で、SDGs の 12 番のつくる責任、つかう責任に焦点を当てた。SDGs のゴールは 2030 年なので、若者の意識が重要と考えた。

秦氏

家具業界の小売業の売り上げの成長企業と成長していない企業の格差をテーマとしている。家具業界とファッションとで共通している点として、大量に生産を行うが消費者が購入に至らず廃棄されるという点、コスト管理が徹底されていないという点がある。

大塚 CEO

私も持続可能な街づくりが本当に可能なのかを卒論のテーマとしていたので、感覚が似ていると思った。

加渡教授

授業でとったアンケートで、昨年 1 年間で、66% が 1 ~ 5 着の服を手放していることが分かった。手放し方の割合として、リユース（有償無償に関わらない）52%、ゴミとして捨てたが 36%、お店の回収ボックス・自治体の廃品回収などのリサイクル 12% だった。

大塚 CEO

家庭で手放される資源になる可能性があるゴミについて、自治体の中での受け皿が少ないと感じている。自治体の処分方法に沿った処分にならざるを得ないところがある。リサイクルしたいという消費者のニーズがあるということをもっと研究機関等に届けなければならないと思っている。

鎌田氏

環境省の調査結果でも、ゴミとして手放す方が多い。理由としては、手間がかからないからということが最も多かった。個人の意識を変えるとともに、分別のルールが変わったり、コンビニや郵便局など洋服を回収できる場所がもっと増えると良いと思う。スーパーの食品トレイ回収ボックスも10年前はゴミ箱にされていたようだ。それが10年ほどできれいにして捨てるという習慣が根付いてきている。また、ペットボトルのラベルをはがしてキャップを外して捨てるということも習慣づいてきている。服も、ボタンを外したりすることで、格段にリサイクルしやすくなる。副資材を外して回収ボックスに捨てるのが当たり前になっていくと良い。

酒向所長

環境省の調査でも、サステナブルファッショニズムに興味があるとの回答者が57%もいるが、効率的だから、リサイクルの場所がないからとの理由で捨ててしまう人がいる。リサイクルするのが当たり前になると良いと思う。

加渡教授

服を買う、使う、捨てる、の一連の中で、持続可能な社会にしていくために、提案できることは。

奈良氏

オーガニックコットンの提供などは企業側の役割と思う。消費者側の役割として、オーガニックコットンのことを知ったり、知識を付けていくことが重要。何を重視して服を手に取るのか、買いすぎていないかを第1に考えることが大事。また、捨てるという選択肢をなくしていくことが大きな役割と責任。

秦氏

企業側は3Rしやすいように素材を工夫するなどができると思う。消費者側は仕組みを認識したり、活用するなどの意欲を示すことが大事。

池内代表取締役

企業が最も気に入っているのはお客様の声。消費者が声を出すと、ものを作る側は変わってくる。

会場参加者1

大量生産されるから大量消費してしまうところ、受注生産に切り替えることは難しいのか。

鎌田氏

今は服を先に作っておいて、いつでも買える仕組みになっている。アパレルの仕組みとコンビニの仕組みは似ているとの論もある。必要な分だけ頼んだら作るというのが余らなくて良いが、お客様が待ってくれるのかというところが課題。ネットで注文したら翌日に届く社会であるが、待つのだったら買わないという消費者がいると、買い逃しを避けるために大量生産してしまう。スペインの靴のブランドでは、受注生産の場合は 20~30% 安くなる。今すぐほしい人は高い価格で購入するという仕組みがある。このように仕組みが変わっていくことで変わっていくことがあるだろう。

会場参加者 1

簡単に手に入ったら簡単に捨ててしまう意識になってしまふと思う。なかなか手に入らなかつたから、大事にしようという意識に変わっていくと良い。

会場参加者 2

服の背景を知った学生から出てくる意見として、古着屋さんに売るなどの意見がよく出るが、中古衣料の廃棄が不透明なところもある。中古衣料の廃棄のトレーサビリティも最終的に追えるようになれば良い。

大塚 CEO

フランスでも、多くの企業が、アプリをダウンロードして、タグを読み込むと生産背景や環境負荷が分かるようになっている。上勝町は、ゴミ収集車がなく、1か所のゴミステーションに町民がごみを持ってくることになっている。町民はゴミステーションで、自分たちが出したごみがどうなっていくか、リサイクルにいくらかかっているかが分かるような仕組みになっている。服についても同様の仕組みが作れれば良い。

奈良氏

服を手に取るときに本シンポジウムを少しでも思い出してもらえると良い。知ることから初めて、こういうきっかけに触れていくことが大事。

秦氏

ファッションについて、自分も意識して購買したい、また、廃棄の際にも意識して行動したい。

大塚 CEO

日々何を選んで使うのか、どこに価値を置いて、何に時間を割いて、どういう人とつながりを持ちながら暮らしていきたいかというところに、ウェイストやサステナブルというのはつながっている。そういうことを考えるきっかけづくりに努めていきたい。

鎌田氏

つくる責任、つかう責任と、「責任」というのは、日本語だと重たい印象だが、英語だとレスポンス、自分自身が社会のために、未来のためにやっているというよりも、生産背景が気になったら調べる、気に

なったら聞くということが大事だし、そういうふうにしていくと社会も良くなると思う。

日下部次長

量販店で新製品が出ていると、安いから買ってしまおうかと思い買ってしまうこともある。どんな購買が正解なのか日々悩んでいる。製品についても廃棄の仕方についても知らないこともあるなど気づけた。こういう知らないことを、みんなが勉強して、こうするのが当たり前だよという世の中になっていくと良い。

6. 酒向環境省中国四国地方環境事務所四国事務所長 閉会挨拶

ファッションは私たちの生活を豊かにしてくれるが、環境負荷という現状は今も続いている。ファッション業界に関わる企業には環境に配慮した企業もたくさんある。私たちがファッションについて関心をもって取り組むことが生産者や企業の方たちの取組にもかかわってくる。まず私たちが環境に配慮した製品を買う、選ぶこと、手入れして長く大切に着ること、そしてリユースしたりリペアしたり、そういういった行動を起こすことが今後の持続的な社会に繋がっていくものだと思う。