

未来を見据えた ファッションのあり方と取り組み



岡野 隆宏 Okano Takahiro 環境省「ファッションと環境」タスクフォース リーダー
1997年環境庁(現環境省)入庁。国立公園のレンジャーとして阿蘇の草原や八重山サンゴ礁の保全再生などに携わる。自然の恵みの保全と活用による地域づくりがライフワーク。2021年7月より自然環境局国立公園課国立公園利用推進室長。本タスクフォースに参加



ファッションは生活必需品であり、同時に暮らしを彩り豊かにしてくれるものです。しかし、現在のファッション産業は、企画から製造・販売・購入・使用・処分まで長く複雑なバリューチェーンと直線的なプロセスが特徴で、大量生産・大量消費・大量廃棄のビジネスモデルは環境や社会に大きな悪影響を与えているとされています。

環境省では、2020年9月に参画する職員が勤務時間の20%を活用して取り組む社会変革推進タスクフォースの1つとして、「ファッションと環境」タスクフォースを立ち上げ、調査、企業との意見交換、情報発信に取り組んでいます。

ファッションと環境に関する情報の整理

まず「ファッションと環境に関する調査」を実施し、2020年の衣類の国内のマテリアルフローを構築、リユース・リサイクル・廃棄の実態を推計しました。それによると、衣類の国内新規供給量81.9万トンに対し、その約9割に相当する78.7万トンが事業所と家庭から使用後に手放されると推計されました。その大半(75.1万トン)が家庭から手放されており、そのうち66%(49.6万トン)が廃棄され、20%(15.0万トン)がリユースされ、14%(10.4万トン)がリサイクルされています(図1)。

同調査では、CO₂排出量と水消費量についても試算を行いました。CO₂については、国内に供給される衣料品のライフサイクル全体で9500万t-CO₂が排出されており、これは世界のファッション産業から排出されるCO₂排出量の4.5%

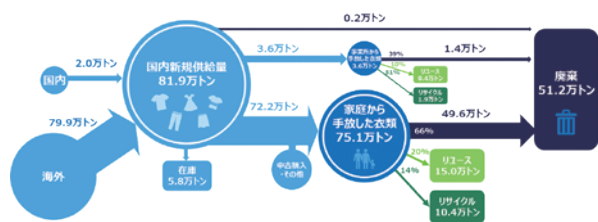
に相当します。このうち、日本国内で排出されるのは970万t-CO₂であり、大半が海外で排出されていることが分かります。

水消費量については、国内に供給される衣料品のライフサイクル全体で83.8億m³が消費されており、これは世界のファッション産業の水消費量の9.0%に相当します。この91.6%が綿、羊毛、麻、絹といった原材料の調達に起因していて、ほぼ海外で消費されているといえます。

わが国のファッションは、海外の環境負荷の上に成り立ち、使用後は約7割が再利用されず、処分されていることが明らかとなりました。

国内外の繊維業界は、消費者のニーズに対応し、安価な衣服を大量に製造・販売し、さらにセールを行うことで、販売量を伸ばすための経営を行ってきました。しかし、経済産業省の資料によると、国内のアパレル製品の供給量はバブル期の1990年の20億点から40億点に倍増しているにもかかわらず、市場規模は約15兆円から10兆円程度に減少しています*1。また、衣料品の購入単価および輸入単価は、1991年を基準に6割前後に下落しています。その結果、国内での生産が難しくなり、輸入浸透率は約98%まで上

図1 2020年版国内の衣類のマテリアルフロー



*1 経済産業省製造産業局生活製品課「繊維産業の課題と経済産業省の取組」(2020年)

昇し、国内の繊維事業所数、製造品出荷額とも1991年比で約1/4まで減少しました。まさに、大量生産・大量消費の産業モデルは経済面でも行き詰まりをみせているのです。

生活者の意識調査

生活者にサステナブルファッションへの関心について尋ねたところ、約6割が「関心がある」と回答しましたが、実際に行動をしていると回答したのは4%未満で、関心が行動に結び付いていない現状が明らかとなりました。また、取り組もうとしたときに、解決が必要と思う項目について尋ねたところ(複数回答)、「何がサステナブルなファッションなのか、分かりやすい情報発信」が39.7%、「服を処分するときに回収しやすくする」を挙げたのが39.2%でした。関心のある層が行動に移すためには、「情報発信」と回収などの「仕組みづくり」が重要であることが示唆されたのです。

ウェブサイトの作成と活用

環境省ではこれらの調査結果をインフォグラフィックの手法を用いて分かりやすく紹介するウェブサイトを開設しました^{*2}。SNS用シェア画像も作成し、サステナブルファッションの概念を普及・紹介する目的であれば、個人・商用を問わず使うことができる旨を明記しています。

本ウェブサイトは役所らしくないと好評で、ファッションメディアに多く取り上げられ、さらにSNS用シェア画像は各種ファッションイベントでも活用されています。

企業の取り組み

日本のファッション産業界でもさまざまな取り組みが始まっています。環境に配慮されたコットンやペットボトルからの再生素材などの原材料での取り組みから、水の使用の削減など製造段階での環境負荷の低減、マイクロファイラメン

ト(微小繊維)の脱落の少ない製品の開発、適正な在庫管理とアップサイクルによる廃棄の削減、リペアやアップサイクル、回収から製品化までのリサイクルの仕組みづくりなど幅広い取り組みがあります。

2021年8月に、個社では対応が難しい課題に業界横断的に取り組むための組織として「ジャパンサステナブルファッションアライアンス(JSFA)」が設立されました。JSFAは2050年目標として「ファッションロスゼロ」と「カーボンニュートラル」を掲げ、定期的に会議を開催し、知見の共有、協働の取り組み、生活者との双方向なコミュニケーション、国内外の重要動向の把握・共有などに取り組んでいます。また、業界内の共通課題の改善などのために必要な政策提言を関係省庁に実施しているところです。

なお、政府においても、2021年8月20日に消費者庁・経済産業省・環境省により「サステナブルファッションの推進に向けた関係省庁連携会議」が設置されました。3省庁は、パブリックパートナーとしてJSFAに参加し、官民連携で取り組むこととしています。

サステナブルファッションの実現に向けて

ファッションを持続可能にしていくためには「大量生産・大量消費・大量廃棄」から脱却し、「適量生産・適量購入・循環利用」、そして「適正価格」に移行することが求められます(図2)。

企業側には製品の企画段階から、長寿命やリサイクルしやすいなど環境配慮設計が期待されます。また、SDGsやESG経営の流れが加速するなか、投資家の関心に対応し、CO₂排出量や労働環境など生産背景の透明性を高めることは、ブランドにとってもサプライヤーにとっても国内外の市場で生き延びるための必要条件となっています。さらに、無駄な廃棄を減らすための適量生産はコスト削減にもつながります。

*2 環境省「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/ (2022年12月1日確認)

しかし、実現に向けては課題も多く、長く複雑なサプライチェーンは透明性の確保が難しく、把握・開示すべき情報とその把握と評価方法等について、知見が十分出そろっていないうえに、業界内で共有もされていません。また、生活者の選択を助ける「サステナブル製品」の定義や表示方法は統一されていないことや、適正価格の維持のためにセールが常態化されているなど、商慣習の見直しも必要といえます。

加えて、リサイクルの技術開発は進みつつあるものの、衣類は混紡品が多く、ファスナーやボタン等の副資材を含めると複数の異なる素材が用いられており、リサイクルに手間とコストがかかります。リサイクルを前提として川上から川下まで、環境配慮設計の共有が必要となるのです。また、回収や輸送の仕組みも十分でなく、リサイクル素材は高価となってしまいます。

私たち生活者のアクション

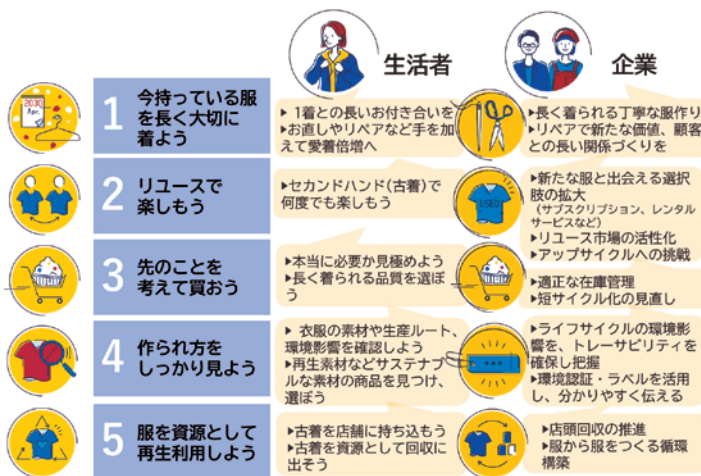
企業がサステナブルファッションに取り組んでも、生活者に情報が伝わらず選択されなければ、せっかくの取り組みも継続することが難しくなります。生活者がサステナブルを求める声を上げなければ、企業が製品づくりに反映することも、また難しくなります。生活者と企業の双方がコミュニケーションを図り、お互いが行動を起こすことで、正のスパイラルが生まれる、そういった考えのもと、環境省のウェブサイトでは生活者と企業が相互に取り組む5つのアクションを提案しています(図3)。

リサイクルが技術と仕組みの両方で課題がある現状では、生活者は、適切な量の衣服を適切な価格で購入し、長く大切に着ること、リユースを楽しむことが重要です。長く大切に着るためには、素材に応じた適切なケアや洗濯が不可欠で、洗濯の頻度も多すぎるとの指摘もあります。前述のアンケートによれば1年間1回も着られていな

図2 サステナブルファッションのイメージ



図3 サステナブルファッションに向けたアクション



い服が1人当たり25着とされ、リペアショップやリユースショップの積極的な活用が望まれます。子供服の交換会等を開催する自治体もあり、地域内でリユースや資源回収を進めるには自治体の積極的な関与を期待したいところです。

暮らしを支え彩るモノにはそれぞれの物語があります。どこで、誰が、どんな方法で作られ、どうやって自分の手元にたどり着いたのか。この「もののものがたり」を知ることは、持続可能な社会に不可欠ですが、愛着を高め暮らしを楽しむことにもつながります。そして、手にした私たちが、その物語の続きを書き足していくのです。ファッションは文化的な存在でもあり、物語はより豊かなものとなっていくことでしょう。その物語を、誰かに引き継ぐのか、あるいはどう閉じるのか。暮らしを豊かにするためにも今、モノとのつき合い方をアップデートすることが、求められているのではないのでしょうか。