

～ファッションの環境意識調査～

**70%以上の消費者が「エシカル・サステナブル」取り入れたい**  
**～取り入れ理由の最多は、男女ともに「社会貢献」、**  
**「自己表現」は20-30代の男女で差あり～**  
**最も身近なサステナブル素材は「オーガニックコットン」**  
**「労働環境・賃金問題」が関心のある課題分野に**

創業178年、アパレル原料・生地取引から最終製品の企画まで総合的なファッション事業を展開する豊島株式会社（代表取締役社長：豊島半七、名古屋市中区錦2-15-15）は、全国の15歳～49歳の男女1,089名を対象に、洋服・ファッションに関する環境意識調査を実施いたしました。

**【調査背景】**

近年、地球環境や社会の持続可能性に関する意識が高まっています。アパレル業界においても様々な取り組みが広がる中、9月22日から始まる「国連SDGs週間」に合わせて、消費者側における環境配慮の意識や、サステナブルなファッションに関する認知度・利用意向について調査を実施しました。その結果、消費者の70%以上が環境に配慮したファッションを取り入れたいと考えていることが分かりました。同時に、約70%の人が環境配慮を取り入れた企業・ブランドのイメージが向上すると回答しています。

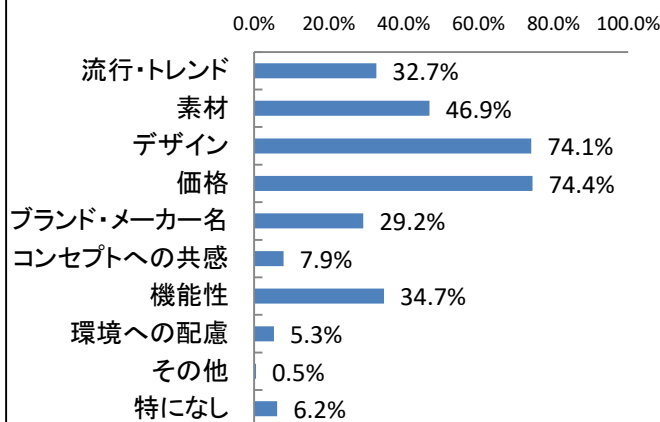
**【調査結果サマリー】**

- ◆洋服・ファッションを選ぶ際に「流行」や「ブランド名」を気にかけない人は3割
- ◆約50%の人がファッションの製造過程の社会的な課題を把握。「労働環境・賃金問題」が関心分野
- ◆最も身近なサステナブルな素材は、オーガニックコットン。認知率は7割以上
- ◆70%以上の消費者が、環境・社会に配慮したファッションを取り入れたいと回答、その理由として、男女ともに「社会貢献」が高いが、20～30代男性は「自己表現」の比率が女性と比べ高い傾向あり。

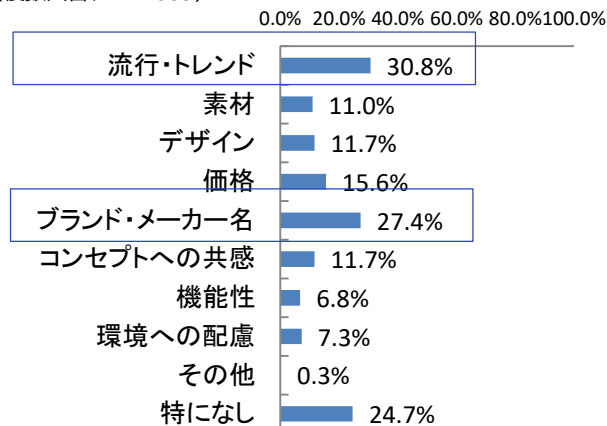
**ファッション選びのポイントは「デザイン」「価格」重視、「環境配慮」は5%**  
**約3割が「流行」や「ブランド名」を気にかけない傾向に**

普段の洋服・ファッションを選ぶ際のポイントについて質問したところ、「デザイン」「価格」を選択した人は74%以上、次に「素材」「機能性」が続きました。また「環境への配慮」は5.3%と、低水準であることが分かりました。一方、気にかけなくなったポイントについて質問したところ、「流行・トレンド」が30.8%、「ブランド・メーカー名」が27.4%となりました。ファッション選びは実利を重視する傾向が強いことが分かりました。

Q 普段、洋服・ファッションを選ぶ際に、よく当てはまるポイントをお選びください。（複数回答、n=1089）

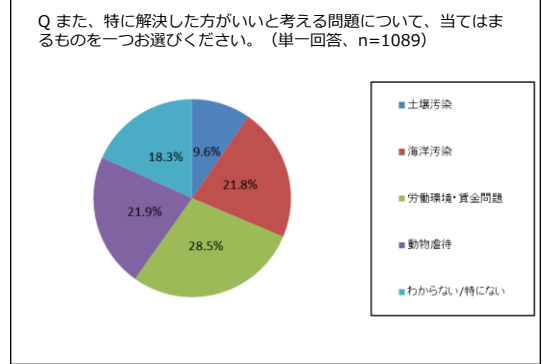
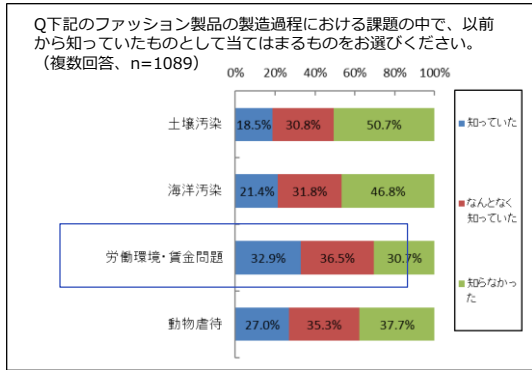


Q 以前より気にかけなくなったポイントをお選びください。（複数回答、n=1089）



# 約5割の人がファッションの製造過程の社会的な課題を把握 最も関心のある分野は「労働環境・賃金問題」

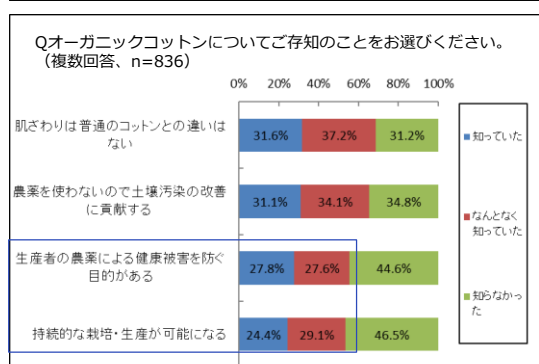
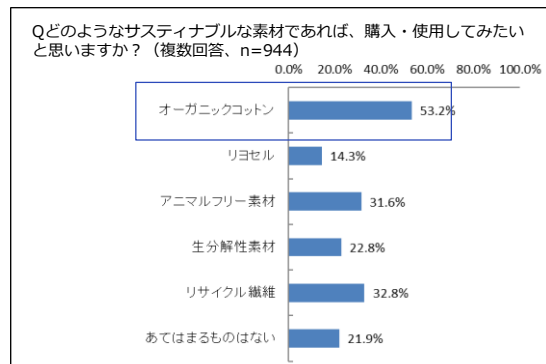
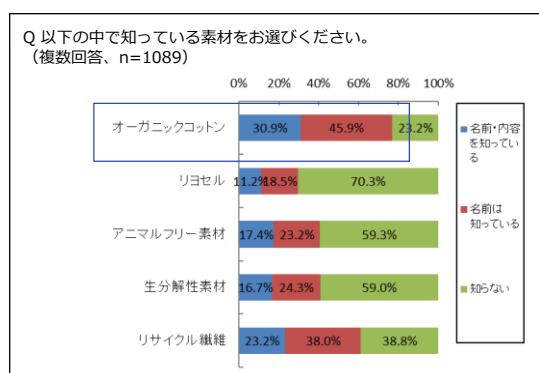
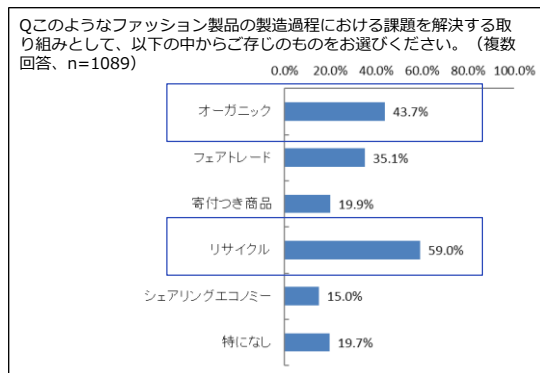
ファッション製品の製造過程における課題の中で知っているものについて質問したところ、「労働環境・賃金問題」が69.4%と最も高い項目になりました。「動物虐待」が62.3%、続く「海洋汚染」「土壌汚染」も50%前後となるなど、**全体の約50%の人がファッションに関する社会的な課題について認識している**ことが分かりました。また、「海洋汚染」を解決した方がよいと考える人の割合も、「動物虐待」と同程度となっており、近年の海洋プラスチック問題への注目に代表されるように、海洋汚染に関する関心が広がっていることが伺えます。一方、「土壌汚染」の数値は相対的に低く、他の項目と比べてファッションとの関連性が認知されていないと考えられます。



## 最も身近でサステナブルな素材は、オーガニックコットン。認知率は7割以上 リサイクル繊維、アニマルフリー素材にも注目

続いて、このような課題を解決する取り組みや、サステナブルな素材について認知度や利用意向について質問しました。知っている取り組みとして約6割が「リサイクル」、約4割が「オーガニック」という結果に。フェアトレードも3人に1人が知っていることが分かりました。また、サステナブルなファッション素材については、「**オーガニックコットン**」が**76.8%**と最も高く、**消費者にとって身近な環境配慮素材**であることが分かりました。また、その効果として「生産者の健康被害の防止」や「持続的な栽培・生産」があることを知っている人は5割以上でした。

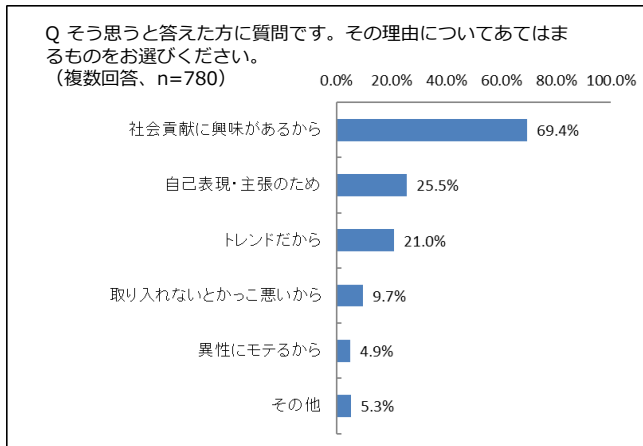
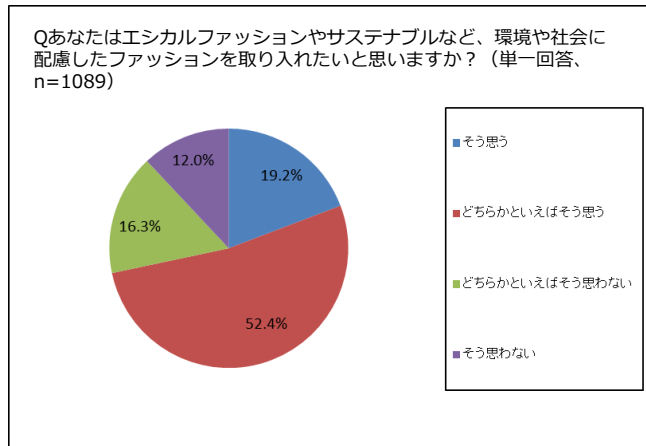
また、購入・使用してみたい素材としては、「オーガニックコットン」に続き、約3人に1人が再生ポリエステルやリサイクルダウンに代表される「リサイクル繊維」、動物性の毛を使用していない「アニマルフリー素材」が選ばれるなど、その他の素材への関心が高いことが分かりました。



# 70%以上の消費者が、環境・社会に配慮したファッションを取り入れたい

エシカルファッションやサステナブルなど、環境や社会に配慮したファッションを取り入れたいかという質問については、「そう思う」が19.2%、「どちらかというと思う」52.4%と、**7割以上の人**が取り入れたいと考えていることが分かりました。

またその理由について聞いたところ、「社会貢献に興味があるから」に続き、「自己主張・表現のため」「トレンドだから」という理由が続き、様々な理由を背景にサステナブルなファッションへの興味広がっていることがうかがえる結果となりました。



## 取り入れたい理由は、男女ともに「社会貢献」が最多 20-30代の男性では「自己表現」の割合が高め、男女傾向に差あり

取り入れたいと回答した方\*の理由について、性別・年齢別に見たところ、女性は各世代共に「社会貢献」の割合が高い一方で、20~30代男性の約40%が「自己表現・主張のため」を選択している事が分かりました。また、「トレンドだから」を選んだ割合も30%前後と高く、同世代女性と比べて10%以上も高いことがわかります。男女でサステナブルなファッションを取り入れる理由に差があることが判明しました。（\*n=780）

Q そう思うと答えた方に質問です。その理由についてあてはまるものをお選びください。（複数回答、男性N=392、女性n=388）

		社会貢献に興味があるから	自己表現・主張のため	トレンドだから	取り入れないとカッコ悪いから	異性にモテるから	その他
男性	15歳～19歳	78.1%	22.9%	21.9%	10.4%	8.3%	2.1%
	20歳～29歳	56.8%	36.9%	31.5%	18.0%	8.1%	1.8%
	30歳～39歳	65.5%	40.2%	26.4%	13.8%	6.9%	4.6%
	40歳～49歳	76.5%	20.4%	17.3%	8.2%	2.0%	7.1%

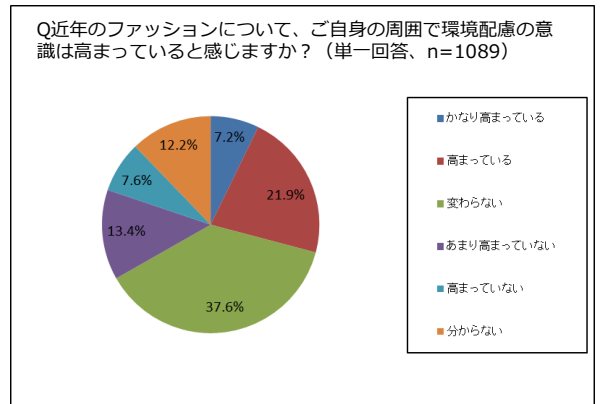
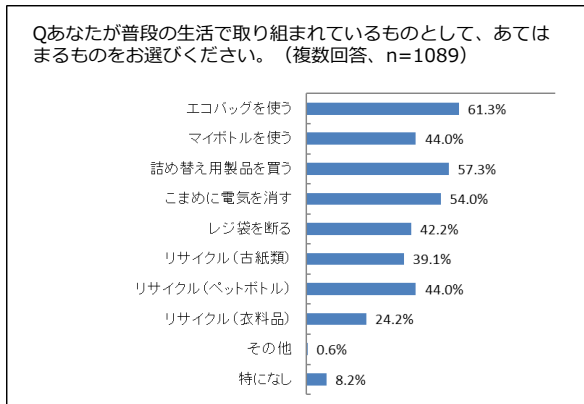
		社会貢献に興味があるから	自己表現・主張のため	トレンドだから	取り入れないとカッコ悪いから	異性にモテるから	その他
女性	15歳～19歳	75.0%	14.1%	23.9%	5.4%	4.3%	3.3%
	20歳～29歳	62.4%	25.7%	18.8%	5.9%	2.0%	6.9%
	30歳～39歳	72.4%	24.5%	17.3%	7.1%	3.1%	7.1%
	40歳～49歳	70.1%	18.6%	10.3%	8.2%	4.1%	9.3%

## 最も身近な環境に配慮した活動は「エコバッグ」 約3割が周囲のエコ意識が「高まっている」と回答

普段の生活で取り組んでいるエコについて質問したところ、「**エコバッグを使う**」を選択した人は**60%以上と最も高い**数値に。続いて「詰め替え用品」「こまめに電気を消す」という結果になりました。リサイクルに関しては、「ペットボトル」44%に対して「衣料品」は24.2%と低水準となりました。

ファッション製品の製造過程の課題に対する、取り組み・繊維素材の認知状況について確認した前問では、約6割の人が「リサイクル」「リサイクル繊維」を知っていると回答したことから、**認知状況と実際の取り組み状況における乖離が浮き彫り**になりました。この背景には、店頭やECなどリサイクル品・リサイクル素材品として購入する場所や機会がある一方で、**個人が衣料品のリサイクルを日常的に行動・実践する場所・仕組みが少ない**ことが、背景にあると考えられます。

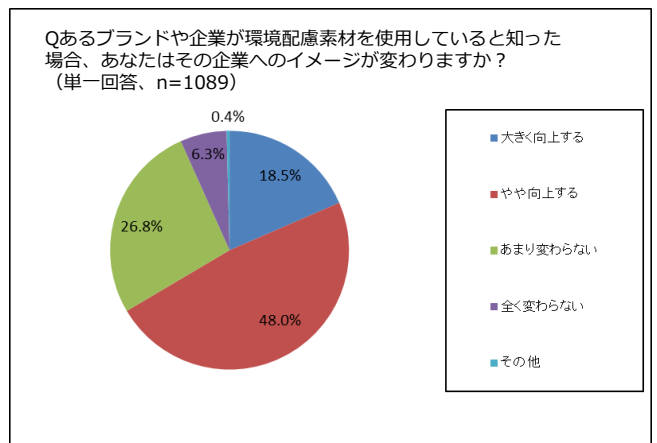
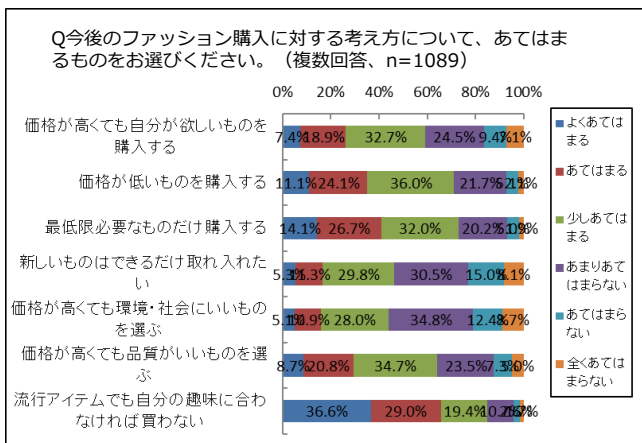
また、近年のファッションについて、ご自身の周囲で環境配慮は高まっているという質問については、**約30%の人が「高まっている」と回答**しました。



## 約70%が環境配慮を取り入れた企業・ブランドのイメージが向上すると回答

今後のファッション購入に対する考え方について、質問したところ「**最低限必要なものだけ購入する**」が最も高い結果に。次に「**価格が低いもの**」が続き、「**価格が高くて環境・社会にいいものを選ぶ**」は最も低い水準になりました。

また、ブランドや企業が環境配慮素材を使用していると知った場合、あなたは**その企業へのイメージが変わりますか？**という質問には、**約70%がイメージが向上する**と回答、消費者の企業活動への関心が高いことがうかがえる結果となりました。



### 【調査概要】

- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象者：
  - ・全国15～49歳の男女1,089名
  - ・自分の洋服を半年に1回以上購入する
- 調査地域：全国
- 調査期間：2019年8月8日～8月27日



## 【参考】

今回の調査結果を受けて、消費者の多くがファッションに関する社会的な課題について認識していると同時に、環境・社会に配慮したファッションを取り入れたいと考えていることが分かりました。また、日常で取り組めるエコ活動では、衣料分野のリサイクルにおいて認知状況と実際の取り組み状況に乖離が見つかり、日常的に実践する場所・仕組みが少ないことが背景にあることが見受けられました。

豊島は、オーガニックコットン「オーガビッツ」や廃棄食料を基に染色した素材「FOOD TEXTILE」、リサイクル繊維「テンセル」など、サステナブルな素材・ブランドを展開しています。今後も、社会・地球環境に配慮した製品の開発・販売など、サステナブルな企業活動を進めてまいります。

## ◆豊島について

### 江戸時代に創業、繊維原料から製品まですべてを手掛ける

1841年に創業。綿花商を祖業として、初代豊島半七が「綿屋半七」の屋号で、愛知県一宮市に繊維問屋を起こしたのが、豊島株式会社の始まりです。

170年以上の歴史の中で、時代の変化に応じて事業領域を拡大。現在では世界各地からの原料、糸・生地 of 買い付け・販売や、最終製品の企画から生産管理、納品まで一連のプロセスを手掛け、日本ファッション産業のあらゆる過程において、総合的に事業を展開しています。



原料



糸・生地



製品

## ◆豊島株式会社 概要

- ・ 創業：1841年
- ・ 代表：代表取締役社長 豊島半七
- ・ 事業内容：各種繊維品の卸売、輸出入及び三国間貿易など  
(綿花・羊毛等の素材、原糸、テキスタイル、製品など)
- ・ 本社：名古屋本社 愛知県名古屋市中区錦二丁目15番15号  
東京本社 東京都千代田区神田岩本町2番1号
- ・ 海外事業所：14カ所
- ・ 従業員数：574名（男性：332名、女性：242名）  
※2019年6月30日時点
- ・ 公式HP：<https://www.toyoshima.co.jp/>



【本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先】  
豊島広報事務局（カーツメディアコミュニケーション内）担当:伊東  
TEL:03-6427-1827 FAX:03-6701-7543 MAIL: ito@kartz.co.jp