

**豊島×ELEMENISTで〈ファッションの環境意識調査〉を実施！**  
**「ファッション用品」「洗剤」「掃除用品」にサステナブル素材が求められる!?**  
**70%以上が、周囲で意識の高まりを感じると回答。**

**環境保全意識の高い層が選ぶサステナブルアイテムと環境保全のためのアクションを紹介！**  
**～企業に期待することに「本質を意識した取り組み・透明性」という結果も～**

快適なライフスタイル提案を目指す豊島株式会社（代表取締役社長：豊島半七、名古屋市中区）は、2014年より、サステナブルな素材やファッションに関する意識調査を実施しています。今年も9月17日から9月25日のSDGs週間に向けて、サステナブルな暮らしをガイドするプラットフォーム「ELEMENIST(エレミニスト)」と共に、サステナビリティに関する意識や取り組み・購入したいアイテム・企業に期待すること等の項目について、サステナブルなコト・モノへの興味関心の高い「ELEMENIST」読者によるコミュニティ「ELEMENIST followers」の59名に調査アンケートを実施しました。

また、今回のアンケート結果を元に、当社とELEMENISTで、消費者が本当に欲しいサステナブルなファッションアイテム作りを進めてまいります。

**【調査アンケートサマリー】**

**◆サステナブルに関する意識と取り組み**

- ・「サステナビリティ」と聞いて思い浮かぶものについて、全体の約93%が「環境汚染」と回答。次に「気候変動による温暖化や異常気象」が86%、「食品ロス問題」が71%、「生物多様性の喪失」が55%と続いた。

**◆購入したことがある・購入してみたいサステナブル素材の商品**

- ・「オーガニックコットン」が88%で最も多く、次いで「トレーサブル素材」が71%。
- ・現在愛用しているサステナブルなアイテムは、「エコラップ、蜜蝋ラップ」が最も多く、他にも「タンブラー」や「スタッシャー」、「エコバッグ」など、**家庭用品・日用品の中で使い捨てに繋がるものをサステナブルなアイテムに置き換えている人が多かった。**
- ・サステナブルな素材を使っ**て**つくりたいライフスタイルアイテムは、衣料品の「ファッション用品」が最も多く、次いで日用消耗品の「洗剤」「掃除用品(スポンジ、雑巾、掃除スプレー)」が多い結果に。

**◆周囲の環境に対する配慮の高まり**

- ・「とてもそう思う」が16%、「ややそう思う」が54%と、**70%の方が意識の高まりを感じている結果に。**
- ・サステナブルに興味を持ってもらう方法として、「SNSやブログで発信する・シェアする」が最も多く、次いで「自分の活動や体験を伝える・話す」「プレゼントする」が2番目に多い結果に。

**◆企業に期待すること**

- ・企業が自社の提供する商品にサステナブルな素材を使用していると知った時、90%以上の方が「**企業へのイメージが良くなる**」と回答。
- ・企業に期待するサステナビリティについて多い回答は「**本質を意識した取り組み**」「CSR活動・企業宣伝が目的になっていないこと」。「**透明性・嘘偽りのない実態共有**」も求められる。

## 【調査概要】

1. 調査の方法：WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：サステナブルなコト・モノへの興味関心の高い「ELEMENIST」読者によるコミュニティ「ELEMENIST followers」から選抜された20代～50代
3. 有効回答数：59名
4. 調査実施日：2022年7月30日(土)～8月5日(金)
5. 調査機関：株式会社トラストリッジ

## 【豊島のサステナブル素材・プロジェクト】

豊島は、オーガニックコットンを通して地球や社会へ思いやりの輪が広がる世の中を目指す日本最大級のオーガニックコットン普及プロジェクト「ORGABITS(オーガビット)」や、廃棄予定食材を染料として再活用し新しいアイテムに生まれ変わらせる「FOODTEXTILE(フードテキスタイル)」、トルコのトレーサブルなオーガニックコットン糸「TRUECOTTON(トゥルーコットン)」、ビーチクリーンで回収したペットボトルを新しい洋服や雑貨に生まれ変わらせる「UpDRIFT™(アップドリフト)」など、様々なサステナブルな素材・プロジェクトを展開しています。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。

## 【ELEMENIST followers のサステナブルに関する意識と取り組み】

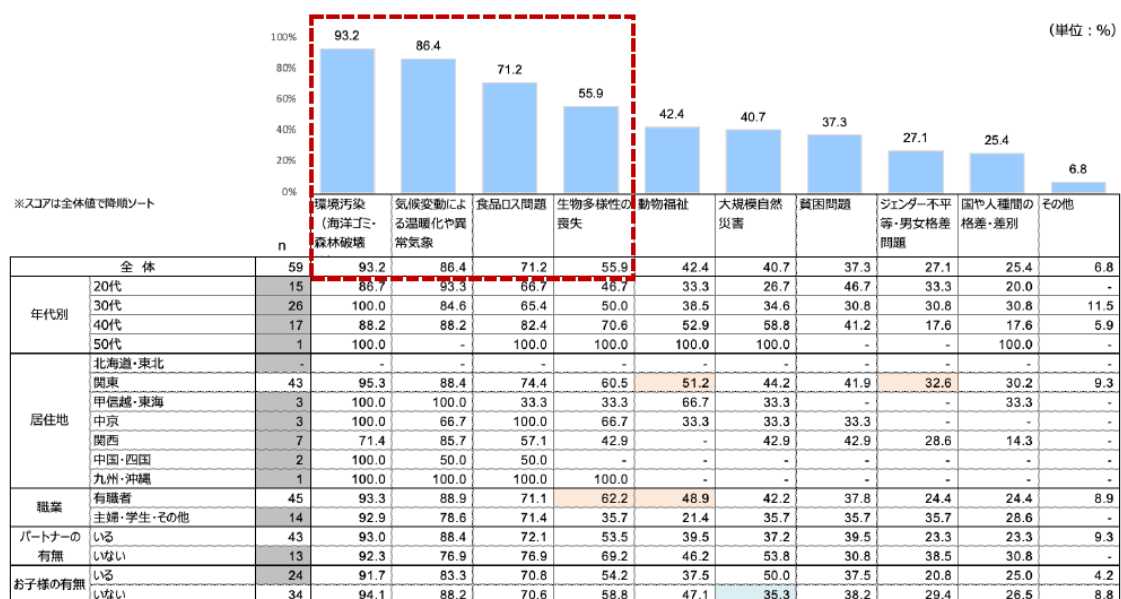
「サステナビリティ」と聞いて思い浮かぶものについて、全体の約93%が「環境汚染」と回答。他にも「気候変動による温暖化や異常気象」が86%、「食品ロス問題」が71%、「生物多様性の喪失」が55%。

自身の日常の中での身の回りのできごとや実体験がこの数値に繋がっていると考えられる。

「サステナビリティ」は「持続可能性」を意味する言葉で、「環境・社会・経済」の広い領域から今後長期間にわたって地球環境を壊すことなく、資源も使いすぎず、良好な経済活動を維持し続けることを指しており、SDGsの17の目標を実現する上でも重要な観点となります。

『サステナビリティと聞いて思い浮かぶものは何ですか？(※複数回答)』という質問では、全体の約93%が「環境汚染」と回答。他にも「気候変動による温暖化や異常気象」が86%、「食品ロス問題」が71%、「生物多様性の喪失」が55%と回答していました。

### Q. あなたが「サステナビリティ」と聞いて思い浮かぶものは何ですか？



元々サステナブルなコト・モノへの関心が強い ELEMENIST followers の皆さまですが、『サステナブルな行動(モノ)に興味を持ったきっかけ・理由を教えてください(※自由記述)』という質問では、具体的なストーリーとして以下(図表右)のような回答が得られました。

自身の日常生活や身の回りで、自然環境の破壊や温暖化の影響を実際に体感したり、またそれらに関連する取り組み等も目にする事が多く、それが前述の『サステナビリティと聞いて思い浮かぶもの』という質問で「環境汚染・温暖化・異常気象」の回答率が高い理由に繋がっていると考えられます。

Q. サステナブルな行動(もの)に興味を持ったきっかけ・理由を教えてください。(自由記述)

カテゴリ	回答内容	回答数
アイテム	ブランド	4
	エシカルアイテム	2
	化学界面活性剤の使用をやめたこと	1
環境問題	気候変動による温暖化や異常気象	9
	環境汚染	8
	大量の在庫処分	1
社会問題	動物福祉	4
	経済格差問題	1
	国や人種間の格差・差別	1
食	食(ヴィーガン、ベジタリアン等)	4
日常	ボランティア参加	6
	子育て、出産	5
	学生時代のできごと	5
	メディア	2
	趣味	2
	職業	1
	節約	1
人	家族、友人、同僚	2
	著名人、インフルエンサー	2
	エシカルコンシェルジュ講座	1
その他	その他	3

<具体的な回答>

“中学生の時、姉妹都市の海外派遣で環境都市フライブルグ(ドイツ)に行き、全ての家がソーラーパネルで自家発電していたり、温度を下げるために街中に小川が流れていたり、夜は小さいランプだけ使っていたりと、サステナブルなことが常識的になっていることに感銘を受けたため”  
(20代 女性 自営業)

“海のそばで暮らしはじめて、ゴミの散乱を目の当たりにしてからが全てのきっかけです”  
(50代 女性 その他)

“一番はじめは日用品の中に動物実験された後に商品化されているものがあることを知ったからです”  
(30代 女性 その他)

“世の中の潮流があった上で、3年前に子供を産んだことが一番行動を変えるきっかけになったと思います”  
(30代 女性 会社員)

“アパレル企業に勤めていた時、日本における在庫処分量の多さを知り、興味を持ちました”  
(40代 女性 会社員)

また、『自身で取り組まれているサステナブルな取り組み(※自由記述)』についても聞いたところ、「**マイボトル**」は半数以上の方が利用。「エコバック・マイバックの利用」や「プラスチックフリー」「必要なものを必要な分だけ買う」という回答も多く、そのほかにも幅広い回答を得ることができました。さらに具体的な回答では「定期的なビーチクリーンへの参加」「自宅の電力切り替え」「食べにくい部分はミキサーでジュースにしてペットのエサに使用する」など、イベントへの参加や、日々の生活の中で工夫している取り組みを伺うことができました。

Q. ご自身で取り組まれているサステナブルな取り組みについて教えてください。（自由記述）

大カテゴリ	中カテゴリ	回答内容	回答数	
暮らし	アイテム	「エコバック・マイバック」利用	22	
		「ハンカチ」利用	1	
	エネルギー	電気を自然エネルギーにする	3	
		節電・節水	2	
		水道水から除菌水を作る	1	
	清掃	自然に優しい洗剤・石鹸を使う	3	
		掃除に洗剤を使わない	1	
		ちよっとした汚れを取るときは手拭いをカットしたものを使う	1	
	行動	プラスチックフリー	14	
		使わなくなったものを売る・譲る	7	
		長く・継続的に使う（そういうものを選ぶ）	6	
		ゴミを分別する	4	
		リサイクルする	3	
		なるべくゴミを出さない	2	
		歩く・自転車を使う	1	
		裏紙を保管して使う	1	
		保育園グッズでネットを使う	1	
		購買	必要なものを必要な分だけ買う	10
			生産背景・工程を考慮して購入する	6
			オーガニックなものを選ぶ	2
			中古品を購入する	2
	お金の影響を考慮して消費する		1	
	環境にやさしいものを購入する		1	
	交流	材料を見て購入する	1	
		サステナブルな取り組みをしている企業から購入する	1	
		共感できる人と交流する	1	
	その他	家族で話し合う	1	
		自分のことをよく知る	1	
	コスメ	アイテム	環境にやさしいコスメを使う	1

大カテゴリ	中カテゴリ	回答内容	回答数
仕事	教育	子どもたちへの食育教育	1
	その他	起業または仕事でサステナブルに携わる	3
情報収集・発信	収集	日頃から情報収集をする	1
		サステナブルな映画を見る	1
	発信	自ら情報発信する（SNSなど）	2
		デモ活動へ参加する	1
食	アイテム	「マイボトル」利用	41
		「マイストロー」利用	5
		「マイ箸」利用	5
		「マイ容器・カップ」利用	5
		「蜜蝋ラップ」利用	5
		「ガラス容器」利用	1
	行動	ヴィーガン・菜食	9
		コンポスト	5
		フードロスの削減	5
		カフェでマグカップを使う	1
	購買	ベジブロス	1
		量り売りで購入する	3
		オーガニック野菜を購入する	2
地域	購買	地産地消	2
	清掃	ビーチクリーンに参加する	3
	その他	地域清掃をする	1
ファッション	アイテム	地域猫活動に参加する	1
		「吸水シューズ」利用	4
	購買	古着を購入する	3
		リサイクル素材・エコ素材を購入する	3
		オーガニックコットンを使った服を買う	1
サステナブルな取り組みをしている企業から服を買う	1		
ファストファッションは買わない	1		

【ELEMINEST followers が購入したことがある・購入してみたいサステナブル素材商品】

購入したことがある・購入してみたいサステナブル素材の商品は、全体では「オーガニックコットン」が88%で最も多く、次いで「トレーサブル素材」が71%。一方、居住地を関東に限るとオーガニックコットンの次に「廃棄プラスチックをリサイクルした繊維」の回答が多かった。「アニマルフリー素材」の回答数も全体と比べると多い結果に。

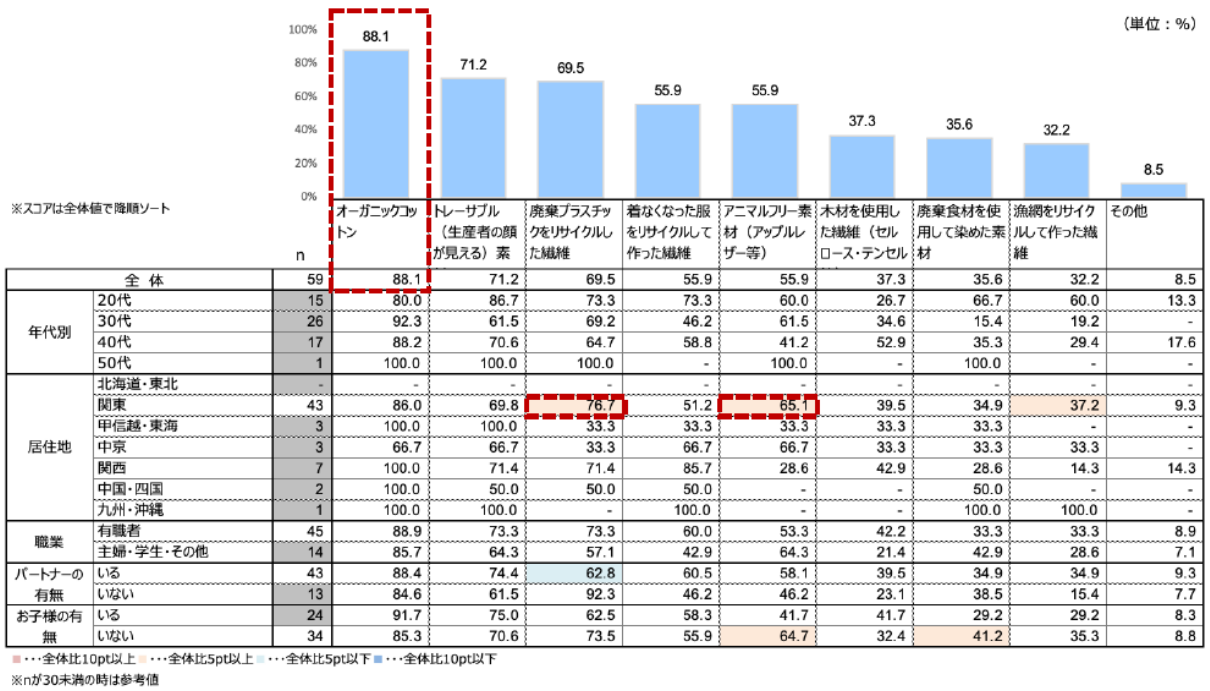
『実際に購入したことがある・購入してみたいと検討したことがあるサステナブルな素材の商品はありますか？（※複数回答）』という質問をしたところ、全体では「オーガニックコットン」が88%で最も多く、次いで「トレーサブル(追跡可能)素材」が71%という結果に。

2021年の1000人を対象としたファッションの環境意識調査※の『購入・使用してみたいサステナブルな素材』という質問でも、「オーガニックコットン」が55%と他の素材に比べて一番比率が高くなっていました。この結果から、「オーガニックコットン」は、今回のELEMINEST followersのように日頃のサステナビリティに関する興味が強い方々を含め、消費者の方々にとって生活の中に取り入れやすく抵抗感がない素材であるといえるのではないのでしょうか。

※「ファッションの環境意識調査」【調査実施日】2021年8月27日～8月31日/<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000161.000027658.html>

一方、居住地を関東に限ると、オーガニックコットンの次に「廃棄プラスチックをリサイクルした繊維」の回答が76%と多く、次いで「アニマルフリー素材」も65%と、全体と比べると回答数も多い結果となりました。

Q. 実際に購入したことがある・購入してみたいと検討したことのあるサステナブルな素材の商品はありますか？



また『現在愛用しているサステナブルなアイテム(※自由記述)』について聞くと、「エコラップ、蜜蝋ラップ」が最も多く、他にも「タンブラー」や「スタッシャー」、「エコバッグ」など、**家庭用品・日用品の中で使い捨てに繋がるものを、サステナブルなアイテムに置き換えている人が多いことが分かりました。**そのほかにも、「フェアトレードの洋服、リメイクした衣服」や「生ごみ処理機、発泡スチロールや伐採竹をリサイクルした植木鉢」など、**自身のライフスタイルや興味・趣味に合わせてサステナブルなアイテムを取り入れていることが伺えました。**

Q. 現在、愛用しているサステナブルなアイテムはありますか？(自由記述)

大カテゴリ	中カテゴリ	回答内容	回答数
衣料品	アパレル	古着	4
		スニーカー	3
		毛皮不使用バッグ	1
	インナーウェア	生着用シューズ	2
		オーガニックコットンのアイテム	5
		再生素材で作られた服	1
その他	天然繊維	1	
	フェアトレードの洋服	1	
園芸・エクステリア	園芸用品	コンポスト	6
		花瓶	1
家庭用品・日用品	家庭用品	タンブラー(カップ)	14
		スタッシャー	13
		エコバッグ	10
		マイボトル	7
		カトラリー、ストロー	7
		保存容器	5
		月経カップ	2
		スマホケース	2
		洗濯ネット	1
		エコラップ、蜜蝋ラップ	16
	日用品	歯ブラシ	6
		洗剤	6
		固形シャンプー	5
		ほたてパウダー	3
		スポンジ	2
		歯磨き粉	2
食品	加工食品	パン・ロール	1
		バナナペーパー	1
	自然食品	シリコン網杓	1
		ゴミ袋	1
		ソーミート	1
		オーガニック食材	1
		基礎化粧品	3
		日焼け止め	3
		コスメ	2
		ヴィーガンコスメ	2
その他	金銀ぎ	3	

< 具体的な回答 >

「蜜蝋ラップ、カトラリー、びわこフキン、エコストの洗剤、マイボトル、コンポスト、固形シャンプー」  
(40代 女性 自営業)

「フェアトレードの洋服。他国の民族衣装などをリメイクしたワンピースやブラウスをオシャレ着として着ています」  
(30代 女性 自営業)

「古着、竹のタンブラー、コットンバッグ、ソイラップ、マイ箸・ストロー、海洋スポンジ(漁港の網でできたもの)、エコバッグ(ヨットのセイルをアップサイクルしたもの)等」  
(20代 女性 学生)

「生ごみ処理機、リサイクル素材のスニーカー、発泡スチロールや伐採竹をリサイクルした植木鉢」  
(40代 女性 会社員)

さらに、『サステナブルな素材を使ってつくりたいライフスタイルアイテムはありますか？(※自由記述)』と聞いたところ、幅広い回答の中でも衣料品の「ファッション用品」が最も多く、次いで日用品の「洗剤」「掃除用品(スポンジ、雑巾、掃除スプレー)」が多い結果となりました。

### Q. サステナブルな素材を使ってつくりたいライフスタイルアイテムはありますか？ (自由記述)

大カテゴリ	中カテゴリ	回答内容	回答数
育児用品	衣料品	ファッション用品 (子ども用)	1
		ランドセル	1
		子ども用肌着	1
		体操服	1
		制服	1
		子ども用エプロン、スタイ	1
	家庭用品	子ども用水筒	1
		哺乳瓶	1
	日用品	布おむつ	1
	その他	こどものおもちゃ	2
衣料品	アパレル	ファッション用品 (大人用)	9
		靴	4
		農業用衣料品	1
		エプロン	1
		ヨカウエア	1
	素材	ヴィーガンファッション	1
		リサイクル素材のドレス	1
インテリア	-	インテリア用品	3
	ファブリック	シーツ	1
	家具	ソファ	1
	インテリア雑貨	額	1
美容・コスメ	-	化粧品	5
	基礎化粧品	美容アイテム	2
		デリケートゾーンソープ	1
	コスメ	デオドラントクリーム	1
ペット用品	-	ネイル用品	3
	-	ペットグッズ	3
	日用品	ペット用トイレシート	1

大カテゴリ	中カテゴリ	回答内容	回答数
園芸・エクステリア	園芸生物	自家栽培用のハーブや野菜	1
		花器、花瓶	3
	園芸用品	植木鉢	1
		堆肥	1
		洗剤	7
家庭用品・日用品	日用品	掃除用品 (スポンジ、雑巾、掃除スプレー)	7
		ラップ	3
		ビニール袋、ゴミ袋	2
		キッチンペーパー	1
		歯磨きフロス	1
		ティッシュ	1
		絆創膏	1
		石鹸	1
		水切りネット	1
		家庭用品	食器、カトラリー
	キッチン用品		4
	小物入れ		1
	ファイル用品		1
	パソコン関連グッズ		1
	その他	-	バケツ
		エコバッグ	1
		マイボトル	1
		トラベルアイテム	1
		ヨカマット	1
		豆腐等の容器	1
		金継ぎ器	1

#### <具体的な回答>

“デリケートゾーンソープとデオドラントクリームで肌に納得の行く商品にまだ出会えてないので、環境に配慮されていてアロマブレンドの心地よい香りでハーブの力で機能性も兼ね備えた商品をつくりたいです”

(30代 女性 自営業)

“インテリア。廃材や使われなくなった家具を使って自分で作る、DIYに興味があります”

(20代 女性 自営業)

“洗剤 (vegan対応で容器もサーキュラーなもの)、コスメ (スキンケア以外も。vegan対応でボトルもサーキュラーなもの)、完全循環型のファッションアイテム”

(40代 女性 自営業)

“アップサイクルに興味があり、タイに長期滞在しているのでバナナの皮からレザーにして小物ケースなどをつくれないうかがえ中です”

(30代 女性 自営業)

”・リサイクル素材のエコバッグ、マイボトル、アクセサリ

・羽毛などを使わず、合繊でもないダウンの代わりになる中綿アウター

・完全リサイクルダウン

・リサイクル素材のウェディングドレス、カクテルドレス

・爪を痛めないジェルネイル

・先日ガーデニング用途で、リサイクル繊維を土代わりにできる商品を見ました。面白いです”

(20代 女性 社員)

## 【ELEMENIST followers の周囲での環境に対する配慮の意識】

自身の周囲で環境に対する配慮が高まっているかについて、「とてもそう思う」が16%、「ややそう思う」が54%と、70%の方が自身の周囲で環境に対する配慮の高まりを感じている結果に。

ELEMENIST followers の方々の周囲ではサステナビリティへの関心についてどのような変化が起こっているかを知るため『ご自身の周囲で環境に対する配慮の意識は高まっていると思いますか？(※単一回答)』と聞くと、「とてもそう思う」が16%、「ややそう思う」が54%と、**70%の方が意識の高まりを感じている結果**になりました。

### Q. ご自身の周囲で環境に対する配慮の意識は高まっていると思いますか？

Q8. ご自身の周囲で環境に対する配慮の意識は高まっていると思いますか？(単一回答)

		n	とてもそう思う	ややそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	全くそう思わない	TOP 2	BTM 2
全体		59	16.9	54.2	20.3	8.5		71.2	8.5
年代別	20代	15	20.0	60.0	13.3	6.7		80.0	6.7
	30代	26	11.5	50.0	30.8	7.7		61.5	7.7
	40代	17	23.5	52.9	11.8	11.8		76.5	11.8
	50代	1		100.0				100.0	-
居住地	北海道・東北	-						-	-
	関東	43	16.3	53.5	20.9	9.3		69.8	9.3
	甲信越・東海	3	33.3	33.3	33.3			33.3	33.3
	中京	3	33.3	33.3	33.3			66.7	-
	関西	7		100.0				100.0	-
	中国・四国	2	50.0	50.0				100.0	-
職業	九州・沖縄	1		100.0				-	-
	有職者	45	17.8	53.3	17.8	11.1		71.1	11.1
パートナーの有無	主婦・学生・その他	14	14.3	57.1	28.6			71.4	-
	いる	43	16.3	55.8	23.3	4.7		72.1	4.7
お子様の有無	いない	13	15.4	53.8	7.7	23.1		69.2	23.1
	いる	24	12.5	58.3	25.0	4.2		70.8	4.2
無	いない	34	20.6	52.9	14.7	11.8		73.5	11.8

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

TOP 2 : 「とてもそう思う」+「ややそう思う」 BTM 2 : 「全くそう思わない」+「あまりそう思わない」

さらに『サステナブルなコト・モノに興味関心の無い層に、興味関心を持ってもらう方法として、ご自身で実践していることを教えてください(※自由記述)』と伺ったところ、「SNS やブログで発信する・シェアする」が最も多く、次いで「自分の活動や体験を伝える・話す」「プレゼントする」が2番目に多い結果となりました。情報発信する際には、押しつけないように意識して相手に興味を持ってもらえるよう発信している方が多いことが伺えました。他にも「プロダクトを作り出す」「自分自身が楽しそうにする」など「自分自身の行動」に関する回答も複数見られました。

Q. サステナブルなこと・ものに興味関心の無い層に、興味関心を持ってもらう方法として、ご自身で実践していることを教えてください。  
(自由記述)

カテゴリ	回答内容	回答数
勧誘	お店やイベントに誘う	5
	ヴィーガン料理と一緒に食べる	3
	一緒にゴミ拾いをする	1
交流	実際の問題について話す	3
	未来について話す	2
	相手が興味のある話題からさりげなくアピールする	1
	まずは相手の話を聞く	1
自分自身の行動	自分自身が楽しそうにする	3
	自分自身がサステナブルな行動をし続ける	2
	あえてサスティナビリティを出さずに美味しさやおもしろさを伝える	1
	プラントベースお菓子の出店をする	1
	プロダクトを作り出す	1
	マイボトルを持ち歩く	1
発信	SNSやブログで発信・シェアする	28
	おすすめの商品や本を紹介する	6
	ヴィーガンフードのレッスンを聞く	1
	講師を呼んで講演を聞く	1
	日常に気軽にできそうなことを発信する	1
	自分の活動や体験を伝える・話す	16
	プレゼントする	16
プレゼント・提供	着なくなった服を安い価格で販売する	1
	自分のアクセサリブランドのパッケージをなるべく簡素化し脱プラ提供する	1
	ノーラッピング	1

<具体的な回答>

“時々サステナブルな考え方やアイテムなどをSNSなどでポップに発信しています。フォロワー層（エアライン界隈）が興味を持ちやすいように、まず第一に「かわいい/おしゃれ」「生活に取り入れやすい」ものを紹介するよう心がけています”  
(30代 女性 会社員)

“「サステナブル＝意識が高い」を打破するために、自分が実践して上手くいかなかった事も伝えたり、日常的に気軽にできそうなことを発信したりしています（ピーチクリーンなどはややハードルが高いのではと思います）”  
(30代 女性 会社員)

“サステナブル・エコ・エシカルなアイテムをプレゼントする。ヴィーガン料理のお店に友人を誘う”  
(20代 女性 会社員)

“量り売りショップをしています。あえてサスティナビリティを出さずに美味しいやおもしろいをきっかけにしてもらうこと。普通に買い物するだけでいいんですよと伝えるようにしています”  
(40代 女性 自営業)

## 【ELEMINEST followers が企業に期待すること】

企業が自社の提供する商品にサステナブルな素材を使用していると知った時、

90%以上の方が企業へのイメージが良くなる と回答。

企業に求められるのは「本質を意識した取り組み」

「CSR 活動・企業宣伝が目的になっていないこと」「透明性・嘘偽りのない実態共有」

『企業が、自社の提供する商品にサステナブルな素材を使用していると知った時、あなたはその企業へのイメージがどのように変わりますか(※単一回答)』という質問では、全体で「とても良くなる」と答えた方が 52%、「やや良くなる」と答えた方が 42%と、**90%以上の方がサステナブルな素材を使用している企業へのイメージが良くなる**と回答しました。

Q. 企業が、自社の提供する商品にサステナブルな素材を使用していると知った時、あなたはその企業へのイメージがどのように変わりますか？

		n	とても良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	とても悪くなる	TOP 2 (%)	BTM 2 (%)
全体		59	52.5	42.4	3.4	1.7	94.9	1.7	
年代別	20代	15	53.3	33.3	13.3	-	86.7	-	
	30代	26	53.8	42.3	3.8	-	96.2	3.8	
	40代	17	52.9	47.1	-	-	100.0	-	
	50代	1	100.0	-	-	-	100.0	-	
居住地	北海道・東北	-	-	-	-	-	-	-	
	関東	43	51.2	41.9	4.7	2.3	93.0	2.3	
	甲信越・東海	3	33.3	66.7	-	-	100.0	-	
	中京	3	66.7	33.3	-	-	100.0	-	
	関西	7	71.4	28.6	-	-	100.0	-	
	中国・四国	2	50.0	50.0	-	-	100.0	-	
	九州・沖縄	1	100.0	-	-	-	100.0	-	
職業	有職者	45	55.6	40.0	2.2	2.2	95.6	2.2	
	主婦・学生・その他	14	42.9	50.0	7.1	-	92.9	-	
パートナーの有無	いる	43	55.8	39.5	2.3	2.3	95.3	2.3	
	いない	13	46.2	46.2	7.7	-	92.3	-	
お子様の有無	いる	24	50.0	45.8	4.2	-	95.8	4.2	
	いない	34	55.9	38.2	5.9	-	94.1	-	

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

TOP 2 : 「とても良くなる」+「やや良くなる」 BTM 2 : 「とても悪くなる」+「やや悪くなる」



また、サステナブル素材を使用することの他に『企業に期待するサステナビリティとは何か(※自由記述)』について聞くと、「**本質を意識した取り組み**」「**CSR・企業宣伝が目的になっていない**」という回答が多くなりました。また、「**透明性・嘘偽りない実態共有**」も多く求められています。他にも、「商品自体の魅力」や「社内環境」に関する内容などもあり、理念・ビジョンから具体的な取り組みまで幅広い回答が得られました。

### Q. あなたが企業に期待するサステナビリティとは何ですか？（自由記述）

カテゴリ	回答内容	回答数	カテゴリ	回答内容	回答数	
具体的な取り組み	ロスをなくす・必要な分だけ受注制作	6	プロダクト	オーガニック	2	
	仕入れや製造工程の配慮・見える化	5		過剰梱包をしない	2	
	環境を考えている	3		アフターフォローの充実	1	
	フェアトレード	3		商品としてもきちんと魅力がある	1	
	脱プラ	2		消費者が続けられる商品	1	
	廃棄物の再利用	2		植物性	1	
	選択肢の1つとしてサステナブル商品が必ず並んでいる	2		素材がサステナブルである	1	
	カーボンニュートラルの早期達成	1		使い心地の良い商品	1	
	企業同士が協力して発信する	1		リサイクル素材を使う	1	
	省エネ	1		理念	本質を意識した取り組み	13
	森林・海洋のゴミ問題に取り組む	1			CSR活動・企業宣伝が目的になっていない	11
	動物を搾取しない	1			生産者や関わる人のことを考えている	6
余計なノベルティを作らない	1	グリーンウォッシュ・SDGsウォッシュにならない	2			
社内環境	社内に浸透している	7	色んな意味での安全第一		1	
	労働環境が良い	4	お金の影響がグリーンである		1	
情報開示	透明性・嘘偽りない実態共有	7	ブランドとしてきちんと思想がある		1	
	目標の明示	6	優しさ		1	
	SNS・HPでの情報発信	2	ワクワク楽しませてくれる		1	
ビジョン	情報を社内で溜めずに公開している	1	企業がプロダクトを愛している		1	
	サーキュラーエコノミーの追求	5				
	reuseを増やすための工夫	3				
	長期的な活動にする・継続できる	2				
	SDGs活動で利益を循環させる	1				
	次世代に繋ぎたくなる技術	1				
利益を上げながら持続可能な仕組みを構築する	1					

#### <具体的な回答>

”グリーンウォッシュでなく企業がプロダクトを愛していて、ストーリーがあり、それにサステナブルな要素が加わって丁寧かつ地球にも優しく作られていること。サステナブルを優先しすぎて魅力に欠ける商品は結局買わない”

(30代 女性 会社員)

“中には「エシカル」や「サステナブル」と言った言葉だけを使っていたり、SDGsだけを提示している企業もあると聞いたことがあるため、本質的に取り組んでいることが分かる企業には、とても関心を持ちます。また、消費者の中にはどうしても「継続して使う」ことが難しい方々も多いと思うので、消費者が楽しく続けられるような商品があるとステキだなと思います”

(20代 女性 学生)

”業界が抱える社会課題に対し、具体的な変革行動をしていること。今は不十分でも良いので、見せかけではなく根本的な考え方からアップデートしようとする姿勢が見えると推したくになります”

(30代 女性 会社員)

“企業が働きやすい環境であれば持続可能かつ良い商品が生まれると思うので、まずは雇用の体制や職場環境に問題がないかの見直し&改善が必要かなと思います”

(40代 女性 自営業)

“サステナブルな素材を使って商品を作り販売するのは素敵なことですが、もはやそれも徐々にスタンダードになってきていると思うので、売った後のリサイクル・リユースの仕組みなど、その先まで想像できるとなお選ぶ理由になります。特にアパレルは、インフルエンサーを起用し新しいブランドをどんどん立ち上げますが、起用されるインフルエンサーも消費されてやいないかと心配になることが多々あるので、ブランドとしてきちんと思想があること、働き方が持続可能であり人へのリスペクトがあるかどうかもすごく大きなポイントだと思います”

(30代 女性 会社員)

■ **ELEMINIST** <https://eleminist.com>

「ELEMINIST (エレミニスト)」は、日本を始め、世界中から厳選された最新のサステナブルな情報を提供すると共に、エシカル&ミニマルな暮らしと消費、サステナブルな生き方をガイドしていくプラットフォームです。



サービス名の「ELEMINIST」は、「Enjoy Lifestyle Ethical & Minimal」に由来する造語で、「エシカル&ミニマルなライフスタイルを生きる人」を意味します。地球環境に配慮した消費や行動を選択し、その生き方を楽しむことができる仲間をひとりでも多く増やしたいという想いを込めています。

【ELEMINIST 公式 Instagram】<https://www.instagram.com/eleminist/>

【ELEMINIST SHOP 公式オンラインショップ】<https://shop.elemnlist.com/>

▼ 「ELIMINIST」運営会社の株式会社トラストリッジについて

サステナブルな暮らしをガイドするサービス「ELEMINIST」と食と暮らしのメディア「macaroni (マカロニ)」とを運営しています。さらに、メディア運営の知見を生かしたクリエイティブ制作やソリューション提供をする BRAND STUDIO やインフルエンサー施策、メディア収益化を支援するコンサルティングからネット広告まで、多角的に事業展開しています。

社名：株式会社トラストリッジ

設立：2008年9月

代表者：大場 義之

本所在地：東京都目黒区中目黒 1-1-71-2F

従業員数：70名 (2022年9月1日時点)

事業内容：ライフスタイル事業

公式 HP：<https://trustridge.jp/>



ライフスタイル提案商社

■ **豊島株式会社** <https://www.toyoshima.co.jp/>

1841年創業。180年を超える実績を礎として、時代の変化に応じて事業領域を拡大。グローバルな原料手配から最終製品の企画・生産管理・納品まで、ファッション産業のサプライチェーンを総合的に担います。また持続可能なライフスタイルを提案する企業として、society5.0の社会に向かってサステナブル素材や機能的な商品の開発を進めるとともに、テックベンチャーへの投資や提携を通じてインフォメーション・テクノロジーを活用したサービスの提供を進めて参ります。

2019年より「MY WILL(マイ・ウィル)」をステートメントとし、当社の姿勢を打ち出しています。