



# 環境省 令和3年度ファッションと環境に関する調査業務 【海外動向調査】

---

令和4年3月

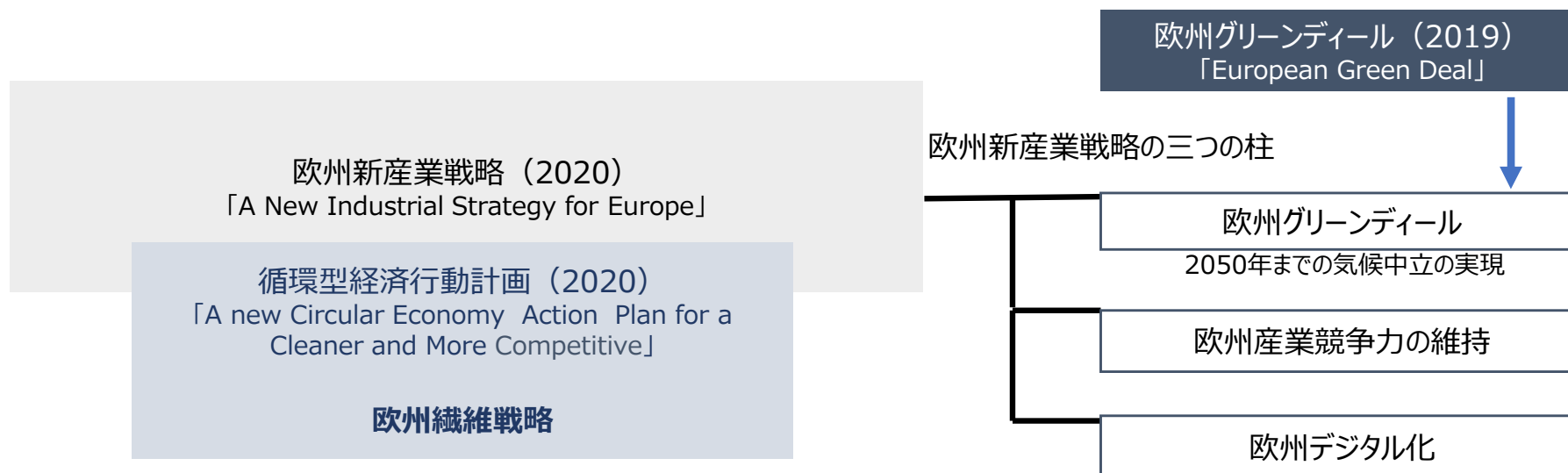
## 1. 各国の行政動向

- EUが主導する繊維産業の循環経済型への変革計画「欧州繊維戦略」
- 欧州各国の行政が主導する繊維産業を循環型に変革させる3つの視点
- 繊維リサイクル回収率高位の背景（フランス・ドイツ）

# EUが主導する繊維産業の循環経済型への変革計画「欧州繊維戦略」

EUの環境政策の分野で繊維分野が明確に対象になったのは、2020年「新循環経済行動計画」内の「欧州繊維戦略」である。

- 2019年、欧州委員会は「欧州グリーンディール（European Green Deal）」で、EUを世界で初めて「気候中立な大陸」にする全体像を示し、この新戦略は繊維産業含む全経済部門を対象とした。
- 2020年、欧州委員会は競争力と環境保護の両立、消費者の権利強化を目的にした「新循環経済行動計画」で、繊維産業を7つの重点分野の一つとした。この中で「欧州繊維戦略（EU Strategy for Textiles）」を策定し、繊維の再利用を促進し、持続可能かつ循環型市場を実現させる狙いを示した。またEU域内において、2025年までに高度なレベルで繊維廃棄物を分別回収できる仕組みを作るとしている。



## さらに

### 2021年、11カ国が野心的な目標設定を欧州委員会に要求

EUでは、繊維産業は全産業のうち原料使用量の分野で4番目、温室効果ガスを排出する分野では5番目に影響が大きい産業として捉えられている。その一方で、リサイクル率は低位に留まっている。2021年10月、欧州域内の11カ国（オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ルクセンブルグ、オランダ、ノルウェー、スペイン、スウェーデン）は、欧州委員会に対し、繊維産業で発生する廃棄繊維製品の規制や対策を、「欧州繊維戦略」に盛り込むよう要請する書簡を送付したことを明らかにした。同書簡では、繊維産業のバリューチェーン全体に適用されるような「意欲的で包括的な戦略」が必要であると強調している。

# 欧州各国の行政が主導する繊維産業を循環型に変革させる3つの視点

拡大生産者責任は「廃棄物の削減」「資源の循環」に「表示責任」が加わる傾向がある。  
ファッション分野で影響力のあるフランスが施行した循環経済法（2020年）は、EU域内だけでなくグローバル市場でも基準となる兆しがある。

フランスでは、資源の循環と廃棄物の削減を目指した循環経済に関する法律「循環経済法」が2020年2月に施行された。これにより、世界で初めてアパレルの売れ残り商品の廃棄が禁止され、再利用やリサイクル、又は寄付することが、法的に生産業者、輸入業者、流通業者（以下「生産者」）に義務付けられた。また、生産者には、過剰生産や不適切な在庫処理の改善も求められている。

## 循環経済法（フランス：2020年）

廃棄物の削減

資源の循環

表示義務

### 消費者への情報提供アクセスを可能にする表示義務

2022年1月から生産者は、リサイクル素材の使用、有害物質の含有、再生可能資源の利用、リサイクルや堆肥化の可能性といった商品の品質や環境特性に関する情報を消費者が購入時にアクセスできるように表示しなければならない。また、消費者がより簡単に判断できるように、商品のサステナビリティ度をスコア化し、A～Eまでのアルファベットで表示するシステムの導入も進められている。

循環型ファッションへのコミットメントを高めるため、消費者への情報提供も「生産者の責任」として同法律に盛り込まれた。

## EU繊維産業の循環型経済モデルの実現 拡大生産者責任の各国への波及

### 2023年 オランダ政府は繊維分野で拡大生産者責任 （オランダ語でUPV）導入を決定

繊維のリユースを増やし、廃棄物を減らし、汚染を低減するために、繊維産業を対象として2023年にUPVを導入。

### 今後スウェーデン、ブルガリア、イギリス、スペイン（カタール ニヤ地区）が法制化を発表

## 拡大生産者責任について

### ドイツ 循環経済・廃棄物法（1996年施行）

この法律では、拡大生産者責任(EPR)が明記され、政策の優先順位を「発生抑制-利用（リサイクル）-処分」と明確に位置付け、製造から消費までの全ての過程において、ごみの排出回避、素材やエネルギーの再利用、環境に配慮した処理方法などが努力目標として掲げられている。

### フランス 拡大生産者責任を繊維産業分野で法律化（2007年施行）（金融法 art.69）

加えて、金融法施行後の翌2008年に、循環型ファッションのビジネスモデル構築を支援する「Eco TLC」（金融法とは関係ない、政府公認のNPO法人）が創設され、アパレル製品のリサイクル回収と仕分け率の向上に貢献してきた。

## 繊維リサイクル回収率高位の背景（フランス・ドイツ）

ドイツでは、繊維のリサイクル率がEUで最も高い水準を維持している。  
この高水準を支えているのは法制化だけでなく、生活文化に溶け込んだ民間が主導する回収システムや、衣服のリユースニーズがある東欧が周辺に位置するといった地理的条件がある。

### フランスのリサイクル回収状況 推定38%

Eco TLC の活動報告書によると、2019年には全国にある4万6,000カ所以上の回収所から合計24.9万トン（人口1人あたり3.7Kg）の繊維製品（アパレルとインテリア）と靴が回収された。同年市場に出回った繊維製品と靴は64.8万トン（人口1人あたり9.7Kg）で、その66%の42.7万トンがアパレル製品であった。繊維製品と靴のリサイクル品の回収は年々増えており、その83.1%が道路等に設置されている専用回収ボックスによるもので、利用率が一番高い。そのほか11.1%が団体経由、3.4%が店頭での回収、2.4%が一時的な回収イベントによる。



（写真）路上の衣料専用回収ボックスには、仕分け後61%が再販、36%がリサイクル、3%がエネルギー活用されると、イラストで描かれている。（JETRO撮影）

出典：JETRO[フランスを中心とする欧州アパレルブランドのサステナビリティ動向調査（2021年3月）]  
<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2021/01/3f6cf43ab5fd45fe.html>

### ドイツのリサイクル回収状況 推定65%

エレンマッカーサー財団のレポートによると、ドイツの繊維のリサイクル率は65%。その背景には、1972年に初めて連邦レベルの「廃棄物処分法」が施行され、産業界が官民パートナーシップによる廃棄物回収のシステムを立ち上げたり、廃棄物の処理責任の所在を生産者と明確に定義づけたりするなど、環境政策において規制の策定や優れたルールづくりを先進的に行ってきた歴史がある。1996年10月に施行されたドイツの循環経済・廃棄物法は、他国に先立ち拡大生産者責任(EPR)が明記され、汚染者負担原則が製造物責任に伴った廃棄物・リサイクル政策を目指すこととなった。また赤十字を中心とした民間セクターにおいても資源を有効活用する機運が強く、町中に回収ボックスが常設され、リサイクル・回収が習慣化されている。

### さらに

#### ドイツ、廃棄される製品の再利用を検討する対話の引用（2019年9月25日時点）

ドイツ連邦環境省(BMU)は、使用可能であるにもかかわらず返品や余剰在庫によって廃棄される製品に対する配慮を「循環経済・廃棄物法」で義務付けることを検討しており、このための対話を、ファッションやオンライン販売などに関わる企業や環境団体と実施した。配慮義務には、製品の品質を保持する輸送と保管、需要に合わせた生産、販売不可能となった商品の扱いに関する情報の透明性などが含まれる。今回の対話から、未使用製品が廃棄される原因は、返品よりも、余剰在庫や包装・ラベルの欠陥が大きいことがわかった。企業側も経済的な理由から、これらを廃棄せず再び販売経路に載せたいと考えており、衣料品のサイズ標準化や人工知能の導入により商品の余剰や返品を防ぐなどの企業努力も行われている。商品の廃棄は安全や健康上の理由等に限るべきで、損傷が少ないものは割引価格での販売や寄付も可能である。多くの企業は既にこのような対策を行っているが、現在の税制では寄付は廃棄より不利益となること、販売業者の所有ではない製品の扱いが困難であることも指摘された。

出典：環境展望台「ドイツ、使用可能でも廃棄される製品の再利用を検討する対話を開催」(2019/09/25)より  
<https://tenbou.nies.go.jp/navi/metadata/104091>

---

## 2. 国際的なイニシアチブ（企業連合・業界団体・協定）の動向

# 国際的なイニシアチブ（企業連合・業界団体・協定）の動向

個社では解決が難しい環境課題に対して、民間の企業連合や業界団体の主導で、解決に向けた取組が進められている。

- フランスのマクロン大統領の声掛けにより、Keringグループ主導でThe Fashion Pact（ファッション協定）という企業連合が創設され、世界のファッション産業のシェアの1/3を占めるまで影響力を高めている。
- Sustainable Apparel Coalition（SAC）やTextile Exchange（TE）といった代表的な業界団体が指標や基準作りを行い、環境負荷の把握・削減・開示を推進している。
- 環境問題対策を共通の基準のなかで効率的に推進するため、多様なイニシアチブ間における連携の動きが2021年に入り活性化している。

主要なイニシアチブ	最新のアップデート
The Fashion Pact （ファッション協定）	✓ 2020年の進捗レポートにて、「気候変動への対策」「生物多様性の保護」「海洋の保護」の3つの取組テーマに対する進捗を報告。
Sustainable Apparel Coalition （SAC）	✓ 2021年より4つの段階的なコミットメントレベルを設定した、新しいメンバーシップ要件を発表し、加盟企業の進捗状況を管理して目標に対するコミットメントを要求。
Textile Exchange （TE）	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2021年11月15-19日に渡って実施された、TEの主催する会議にて、11のイニシアチブが環境負荷の把握における共通指標の策定に向けた議論を開始。</li> <li>✓ 国連気候変動枠組条約第26回締約国会議（COP26）で各国政府に対し、環境に優しい素材の輸出入における優遇などの緩和措置を提言。</li> </ul>
Fashion Industry Charter For Climate Action （ファッション業界気候行動憲章）	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ パリ協定の目標達成に向け、COP26で加盟企業に要求する13のコミットメントの更新版を発表。</li> <li>✓ 大きな変更点は、2030年までにScience Based Targets（SBT）を設定するか、排出量を半減させることを求め、遅くとも2050年までに排出量をゼロにすることを約束させるというもので、これまでの目標を更新するもの。</li> </ul>

## 加盟のメリット・課題

**国際イニシアチブへの加盟は、グローバルの最新動向の把握や市場における国際競争力獲得という可能性を持つ一方で、コストや言語、体制面の課題が障壁となることが想定され、目的を明確にした上で加盟検討を行うことが重要である。**

- グローバルの最新動向に関する情報の入手やイニシアチブ内での発信により、国際市場における競争力獲得に繋がる。
- 国内では原料メーカーや商社を中心に国際的なイニシアチブの動きに対応しているが、アパレル企業の参加率は比較的低い。
- 実際に加盟を検討する際は、加盟費用や使用言語、社内の体制面などの課題が障壁となることが想定される。
- 国内企業の加盟促進を検討する際は、日本の担当アドバイザーの配置などの解決策が有効と考えられる。

---

### 3. 国際的な評価指標及び認証の動向





## 国際的な評価指標の動向

グローバル市場では、取引の条件として環境影響を客観的な評価指標を用いて計測することが求められる傾向にある。またその評価分析の対象はサプライチェーンの全ての段階に拡大している。

- 素材や製品ごとの環境影響を可視化する自己評価分析ツールとして認識されているのが、Sustainable Apparel Coalition (SAC) が開発したHigg IndexのProduct Tools及びTransparency Programである。その他の評価指標は主に企業やブランド・工場ごとの評価を対象としている。
- 環境影響の評価分析対象は原材料生産から生活者の使用、廃棄・リサイクルにいたるまで、全ての段階に拡大している。

主要な評価指標	最新のアップデート
Higg Index	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ グローバル市場では、サプライヤーにHigg Indexの導入を要求する傾向が強まっている。</li> <li>✓ 2021年よりブランドが生活者に一貫した方法で製品の環境負荷に関する情報を提供できる新サービス「Transparency Program」の提供を開始し、生活者への情報発信を強化している。</li> </ul>
Environmental Profit & Loss (EP&L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 元々Kering傘下だった企業などを含め、基本的にKeringグループ内での導入に留まっている。</li> <li>✓ 製品の使用・廃棄の段階に関しても可視化できるよう、評価範囲の拡充を進めている。</li> </ul>
Corporate Fiber & Materials Benchmark Program (CFMB)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 素材調達におけるビジネスオペレーションが定量化できるオープンな企業ランキングプログラムである。</li> <li>✓ 当初対象はアパレル企業に限定されていたが、2021年より原料メーカーなど製造企業向けにも対象を拡大した。</li> <li>✓ グローバル市場では、このプログラムで高い評価を得ていることが取引の判断基準になるケースも確認でき、重要指標となりつつある。</li> </ul>
Fashion Transparency Index (FTI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自社で導入するものでなく、FASHION REVOLUSIONが調査・評価を実施する。2021年のレポートでは、サプライヤー監査や生活賃金、購買慣行、ジェンダーと人種の平等、気候と水のデータなどに関する取組の実施と成果に焦点が当てられている。</li> </ul>

### 導入に向けた課題

**自己評価分析ツールの導入は環境影響の把握、競争力の強化という利点がある一方で、コスト負担、言語障壁、運用体制など企業側が認識すべき課題が少なくない。**

- グローバル企業との取引条件に客観的な評価指標による環境影響の把握が、取引の基準となる兆候も見られるが、日本企業の導入率は低い傾向にある。
- 国内での導入が促進されていない背景として、コストや体制面の課題が大きく、その他にも評価戦略の違いや言語の課題などが障壁となっている。
- 評価の精度を向上するには、正確なトレーサビリティの確保及び詳細な把握情報の入力作業が必要となり、運用面での負担が大きくなる課題がある。日本では商社のもつ機能を活用することで、原材料生産から製品までの一次データの算出や、把握負荷の低減ができる可能性がある。
- その他国内企業の導入促進を検討する際は、日本の担当アドバイザー、問い合わせ窓口の配置などの解決策が有効と考えられる。

# 国際的認証の動向

グローバル市場で展開するブランド・企業では、国際認証の取得を取引の前提条件として認識する傾向が強くなっている。

- グローバルでは、国際認証の取得は取引の前提条件として認識される傾向が強く、基本的にファッションに関する認証では素材や製品に関するものが中心となるため、サプライヤー側が取得を求められている。
- サプライチェーンのトレーサビリティ管理にも焦点が当てられる傾向が高まっているが、現在はTransaction Certificates (TC) などで特定の認証を受けたものの追跡が可能となっており、対象の拡大にあたってはブロックチェーンなどのデジタル技術の活用が重要となる。

## 素材・製品

素材・製品		トレーサビリティ		
Textile Exchange (TE)	<b>Organic Content Standard (OCS)</b> > オーガニック繊維を含む製品の生産・製造に対する認証であり、原料の収穫から、認証製品ができるまでの全ての工程（工場、加工所、倉庫）において、製品の混合や汚染がないように整えられた管理体制、製品のオーガニック繊維の含有率を最終消費者へ保証する。	<b>Global Organic Textile Standard (GOTS)</b> > 認証の範囲は紡績、編み、織り、染色、縫製、その他加工の全てをカバーしており、主に、使用する資材がオーガニック原料（綿・ウール・シルクなど）であること、環境への配慮、社会的責任への基準を持っていることが重視される。		
	<b>Recycled Claim Standard (RCS)</b> > 最終製品に含まれる原材料が5%以上のリサイクル材料を含んでいること、物流管理をしていることなど、原料が最終製品に製造されるまでのすべての生産プロセスを追跡管理することにより、リサイクル原料の使用の透明性を証明する。	<b>Bluesign</b> > 人の健康や環境への悪影響となるものを排除していることを目的とし、繊維製品の各生産プロセスにおいて、労働者、消費者、環境の観点における持続可能なサプライチェーンを経た製品に付与される。		
	<b>Global Recycled Standard (GRS)</b> > リサイクル業者から完成品までに、サプライチェーンの各段階において検証されたリサイクル成分を含み、社会的、環境的、化学物質の要件を満たしていることを証明する。	OEKO-TEX	<b>OEKO-TEX STANDARD100</b> > 350を超える有害化学物質が対象となる厳しい分析試験にクリアした繊維製品に与えられる認証。	
	<b>Responsible Down Standard (RDS)</b> > アヒルとガチョウのサプライチェーンにおける動物福祉と、認定された農場から最終製品までの羽毛と羽毛の管理過程に対応する国際基準における第三者認証。		<b>OEKO-TEX ECO PASSPORT</b> > 染料や助剤をはじめとする化学薬剤が有害な成分を含んでいないことを証明する。	
	<b>Responsible Wool Standard (RWS)</b> > 羊と土地の管理を実践した農場で生産された羊毛原料がその後の最終製品に至るまでの製造工程において、正しく、間違いなく使われ、管理されているかのトレーサビリティを証明する。		<b>OEKO-TEX LEATHER STANDARD</b> > 世界的に標準化された、あらゆる製造工程での皮革製品に対して、有害な化学物質を含んでいないことを証明する認証。	
	<b>Responsible Mohair Standard (RMS)</b> > ヤギとヤギの放牧地の福祉に取り組む自主基準による認証。	<b>Hot Button Report (HBR)</b> > 素材要件、環境要件、社会的要件		
	<b>Responsible Alpaca Standard (RAS) ※未実装</b> > アルパカとアルパカの放牧地の福祉に取り組む自主基準による認証。			
ブランド・企業・工場		トレーサビリティ		
OEKO-TEX	<b>OEKO-TEX STeP</b> > 生産工場の環境問題や化学物質管理、また従業員の安全・衛生への取り組みに関する認証。	Textile Exchange (TE)	<b>Content Claim Standard (CCS)</b> > OCS、RCS、GRS、RDS、RWS、RMSの認証において、認証された材料が適切に入荷され、適切な製造・製造・加工管理などが行われているかを証明する	
	<b>OEKO-TEX DETOX TO ZERO</b> > 環境に優しい化学物質への移行を目標に、繊維の生産から製品の製造に至るまで、繊維製品の生産チェーン全体における危険性やリスクの低減を評価。	OEKO-TEX	<b>OEKO-TEX MADE IN GREEN</b> > 繊維製品のサプライチェーンにおけるトレーサビリティを証明する認証。	
<b>B Corporation (B Corp)</b> > 経営管理要件、社会的要件、環境要件				

## 取得に向けた課題

国際認証の取得は第三者による評価の獲得、国際競争力の強化というメリットがある一方で、導入の検討においては評価基準の違いや生活者の認知獲得などの課題が障壁となっており、目的を明確にした上で取得検討を行う必要がある。

- ・ 日本企業の国際認証取得においては、評価戦略の違いから認証基準が自社戦略と一致しない場合がある。
- ・ 国内でのファッションに関する認証の認知は非常に低く、生活者への情報発信を強化する必要がある。

---

## 4. グローバルブランドの動向



# グローバルブランドの環境影響に対する改善活動の動向

約30のグローバルブランドをスクリーニングにかけ、最終的に8ブランド（Adidas、EILEEN FISHER、GAP、Gucci、H&M、MUD Jeans、Patagonia、Stella McCartney）の動向を調査した。

**各社は、プロトタイピングによる検証、実践知を重ね、環境影響に対する改善活動を事業に組み込んでおり、国内ブランドと比較すると先進的且つ多様な取組を確認することができる。**

<p>＜気候変動＞ 温室効果ガス排出量の管理がメイン</p>	<p>気候変動対策において重要な温室効果ガスの削減は、ほとんどのブランドが取り組んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gucciは、GHGプロトコルのScope1,2,3において、2018年以降カーボンニュートラルを実現。</li> <li>✓ MUD Jeansは、2016年以降Scope1,2,3でカーボンニュートラルを達成しており、2020年にはカーボンポジティブを達成。</li> </ul>
<p>＜水資源管理＞ 水の使用量管理</p>	<p>水の使用は、多くのブランドで削減活動を行っており、一部のブランドでは前倒しで計画目標を達成している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adidasでは、1従業員あたり水資源使用量は、すでに48%の削減を実現。</li> <li>✓ GAPは、2020年、繊維工場と湿式処理提携施設で、2014年以降113億リットルの水使用量削減を達成。</li> </ul>
<p>＜汚染管理（大気・水質・土壌）＞ 有害化学物質の管理がメイン</p>	<p>有害化学物質の管理を中心に、ZDHC※1のガイドラインをベースに目標設定をして進捗管理しているブランドが多い。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ H&amp;Mは、すべての繊維及び皮革サプライヤーがZDHCプログラムに登録し、サプライヤーの99.9%が廃水に関するZDHC MRSLコンプライアンスを達成し、化学物質の投入に関するコンプライアンスについては88%が達成している。</li> </ul>
<p>＜廃棄物管理＞ 廃棄量・回収量の管理、 リユース・リサイクルの取り組み</p>	<p>廃棄量や回収量の管理を行っているブランドもあり、主にリユース・リサイクルによるアプローチが報告されている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gucciでは、2018年から2020年の間に、290トンの端材がGucciのサプライヤーから収集され、回収された端材は、世界中のファッション関連のサプライチェーンで新たな素材として再生されている。</li> </ul>
<p>＜エネルギー管理＞ 再生エネルギーへの変換がメイン</p>	<p>再生エネルギーの使用率は多くのブランドで高い目標数値を設定しており、100%を達成しているブランドもある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ EILEEN FISHERは、過去8年間、全ての店舗とオフィスにおける電力消費量の100%を再生可能エネルギーから購入し、風力発電をサポートしている。</li> </ul>
<p>＜自然資源管理・ 生物多様性保全＞</p>	<p>自然資源の管理・生物多様性保全については、一部のブランドが積極的に取り組みを行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Stella McCartneyは、創業時から動物由来の皮革、羽毛、毛皮を不使用としており、2014年にはファッションブランドとしてはじめて環境保護及び動物愛護団体Wildlife Friendly Enterprise Networkに加盟し、ファーフリーファーにより6万頭の動物の命を救い、ヴィーガン素材を使用したバッグでは約40万頭もの牛の命を救ったと報告されている。</li> </ul>
<p>＜素材調達＞ リサイクル・オーガニック・バイオなどの環境配慮素材の採用がメイン</p>	<p>環境配慮素材（リサイクル、オーガニック、バイオなど）の採用はほとんどのブランドが進めており、使用率の目標設定を行っているブランドもある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ H&amp;Mは、コットンでは2020年までにサステナブル素材の使用率100%を達成しており、店頭に並んでいるコットン使用製品は、オーガニックコットン、リサイクルコットン、BCI※2を通じて調達したコットンのいずれかを使用して製造されている。</li> </ul>

※1 : ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) ※2 : BCI (Better Cotton Initiative)