



サステナブルファッション・キャンペーンについて

令和8年8月

環境省 環境再生・資源循環局 資源循環課
「ファッションと環境」タスクフォース



サステナブルファッション・キャンペーンについて

実施の背景

- 2024年6月、経産省繊維産業小委員会において「繊維製品における資源循環ロードマップ」が策定され、家庭から廃棄される衣類の削減目標※が位置付けられた。これは、第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月閣議決定）においても位置付けられている。
- 2026年3月、削減目標に向けた具体的な取組として、環境省は「サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン」を策定。
- 国が実施するアクションでは「質の良いものを選び大切に着る」「生活者の行動変容を促す」ことを目的として、繊維・アパレル関係企業や各種イベント等と連携したキャンペーンを通して、生活者が質の良い衣類を長く大切に使う気運醸成・行動変容の促進を位置付けている。これらを踏まえて、サステナブルファッションのキャンペーンを実施するもの。

※2030年度時点において、家庭から手放される衣料品のうち、廃棄されるものを2020年度比で25%削減（約13万トン）

目的

- 「質の良い衣服を大切に着る」「衣服は資源として次の世代/人/ものへ」といった価値観の醸成を図り、日本におけるサステナブルファッションを推進すること

意義

- 行政・企業単独の発信では認知拡大に限界がある中、官民が連携して社会的ムーブメントを形成
- サステナブルファッションに対する新たな需要喚起
- 生活者へのサステナファッションに対するイメージの定着
- サステナファッションを通じた、環境負荷低減モデルの構築

繊維製品における資源循環ロードマップ

2040年度の資源循環システムの構築、適量生産・適量消費の達成を目指し、そのための**KPI**を設定。
まずは、それぞれの項目で**2030年度をターゲットイヤー**とした**個別目標**を達成していく。

衣料品の回収量の増加に向けた制度整備

自治体や事業者のグッドプラクティスを収集・整理（環境省）

脱炭素化と再生資源の質と量の確保等の資源循環の取組を一体的に促進（環境省）

家庭から廃棄される衣類の量の2020年度比

25%削減

資源循環システム構築に資する技術基盤の整備

選別・分離
再資源化
技術開発

複合素材繊維の選別・分離・再資源化にむけた実証研究

事業化

手放される衣料品のうち、
繊維to繊維リサイクルで
5万トンを処理

リサイクルプロセスの環境負荷低減

繊維製品における環境配慮設計の推進

環境配慮設計の国内規格（JIS）化の推進

国際規格（ISO）化の推進

グリーン購入法特定調達品目での対応を通じた環境配慮設計製品の公共調達での普及

LCA・CFP
算出手順書の整備

大学・試験研究機関等における人材育成・技術指導支援

環境配慮設計
ガイドラインの
企業普及率
80%

アパレル産業における情報開示の推進・グリーンウォッシュ対策

「情報開示ガイドライン」策定・取組の推進

取組状況の確認・更なる取組の検討

環境配慮設計製品の表示方法・評価方法の検討

方法の決定

表示・第三者評価の運用開始

消費者教育・意識醸成の推進

国内主要アパレル
企業の情報開示率
100%

参考：欧州における対応の方向性

ESPR施行（未使用繊維製品の廃棄禁止、環境配慮設計の要件化、リサイクル繊維等の定義、DPP等）

CSRDに基づく情報開示の義務化

「持続可能な繊維戦略」
ターゲットイヤー

必要に応じて追加の取組・対応の強化を検討

資源循環システムの構築

適量生産・適量消費の達成

2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 2040（年度）

サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン

国のアクション（家庭から廃棄される衣類の削減目標の達成に向けた施策）

家庭から廃棄される
衣類の量

行政回収
約3.5万t

民間回収
約2.5万t※

約3.0万t

約4.0万t

25%削減
(約13万t)

①

全国どこでも
分けて出せる

☑ 解消すべきボトルネック 行政回収によるコスト増加、廃棄物としての取扱い（専ら物）に関する自治体の理解促進

▶ 1-1. 行政回収による衣類資源の質・量の向上

- ✓ 効果的な回収を実現できている事例のポイント整理など、行政回収の実践的なガイドラインの策定
- ✓ 行政回収にかかるコスト低減に向けた支援

☑ 解消すべきボトルネック 「資源」であることが十分に生活者に認識されていない、故繊維事業者等の地域偏在

▶ 1-2. 民間回収の全国展開、マッピング等による回収拠点の見える化

- ✓ 民間回収拠点増加により「衣類は資源」と実感する機会の創出・拡大、行政回収空白地域の穴埋め
- ✓ 回収を身近に感じるためのマッピングによる全国の衣類回収拠点見える化促進

☑ 解消すべきボトルネック 使用済み衣類の資源価値の低下、手作業による選別作業の生産性の低さ

▶ 1-3. 再資源化量増加に向けたプロジェクト等の支援、新たな再資源化手法に関する調査・検討等

- ✓ 繊維to繊維リサイクル事業や関連研究・調査の推進

②

使えるものは譲る

☑ 解消すべきボトルネック 「リユース」が手軽な選択肢として認知されていない、リユース品への抵抗感

▶ 2. リユース等の促進に関するロードマップを踏まえた施策の推進

- ✓ 別途策定する「リユース等の促進に関するロードマップ」に基づき、他の使用済製品と合わせて施策を推進

③

使えるものは長く使う

☑ 解消すべきボトルネック ウルトラファストファッションの普及

▶ 3. 衣類を長く大切に使う機運の醸成、生活者の行動変容の促進

- ✓ 若年層を対象とした、サステナブルファッションに関心の高い繊維・アパレル関係企業、業界団体及び各種イベント（例：2027年国際園芸博覧会）等と連携したサステナブルファッションキャンペーンの実施

▶ 2. リユース等の促進に関するロードマップを踏まえた施策の推進 ※再掲。シェアリング、リペア等の推進

国のアクション（目標達成に向けた環境整備等のための施策）

④

長く使えて
資源を循環
しやすく作る

☑ 解消すべきボトルネック 複合素材繊維の使用等による難リサイクル性、繊維to繊維リサイクルのコストの高さ

▶ 4. 環境配慮製品の販売促進、需要創出に関する環境整備

- ✓ 環境配慮設計ガイドラインの普及啓発、グリーン購入法による公共調達推進を契機とした需要喚起、脱炭素製品等の定義や表示の在り方の検討

全般に係る
アクション

- ✓ KPI達成度に関するフォローアップ、国際動向の注視、各種取組に関する調査検討、人材の育成と活用

※ 各施策については経済産業省、消費者庁等の関係省庁とも連携して実施する。

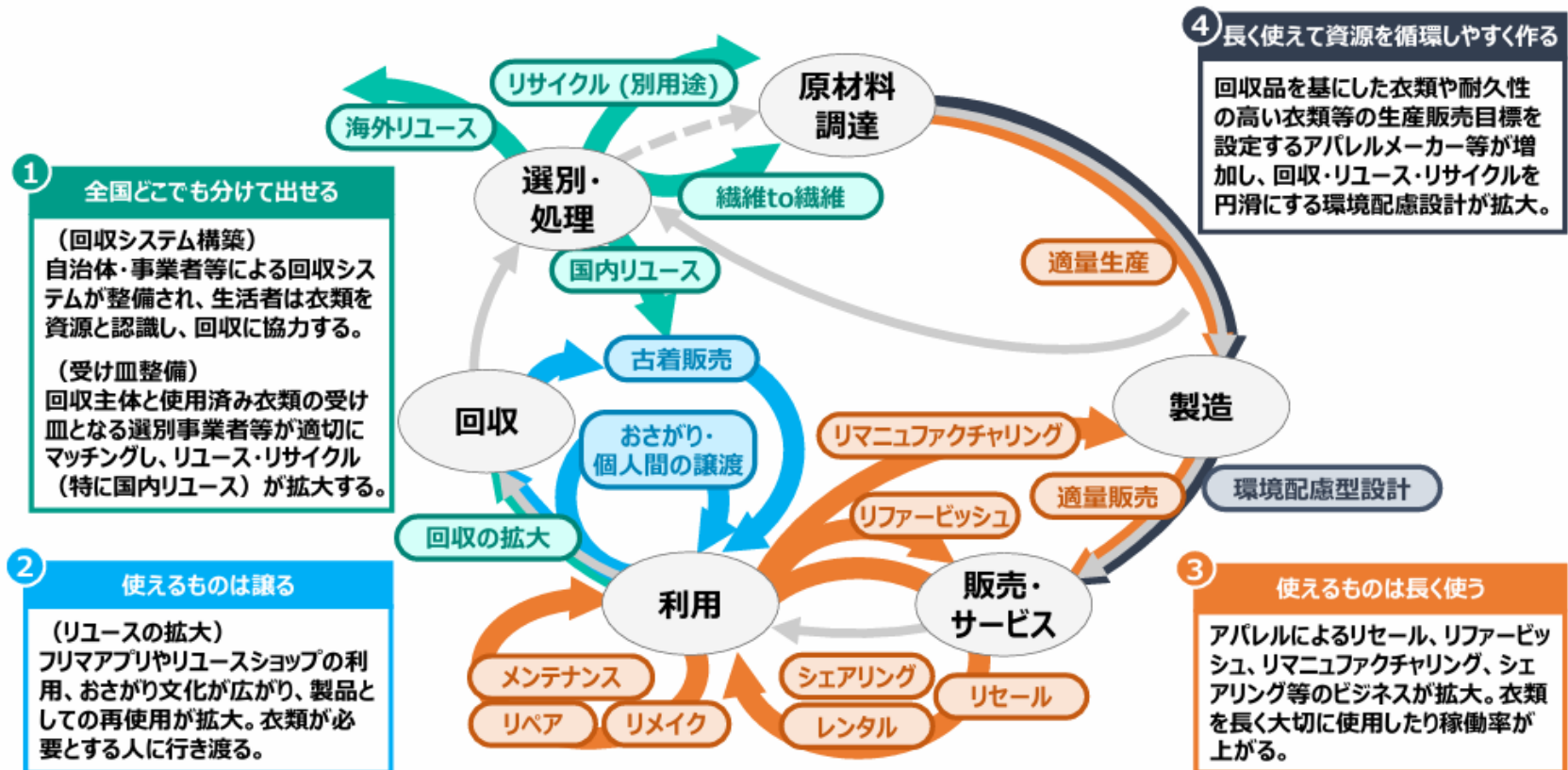
※ これらは現状、優先すべき事項について整理したものであり、その他にも効果的である取組について、順次整理・実施していく。

※ 本アクションプランは、フォローアップ結果等を通じて、適切なタイミングで見直ししていく。

サステナブルファッションとは

サステナブルファッションとは、衣服の生産から販売、着用、廃棄に至るプロセスにおいて将来にわた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関わる人・社会に配慮した取組のことを言う。

目標達成に向けた将来像



キャンペーン全体イメージ

サステナブルファッションのムーブメントを起こし、
サステナブルファッションの需要喚起とともに、行動変容につなげる

①ロゴ・キャッチコピー募集
②パートナー制度募集

②パートナー制度募集（通年）

10月
秋の衣替え

5月
春の衣替え

6月
環境月間

7～8月

10月
秋の衣替え

総会の開催
キャンペーン
開始

全国紙・Web
メディア発信

5月頃にサステナブルファッションの
発信集中期間を設定

SNS配信開始
UGC（ユーザー生成コンテンツ）キャンペーン始動

横浜グリーンエキスポ
サステナブルファッ
ション展示開催



※時期、開催場所・規模調整中

更なる活動

既存取組を
キャンペーンと連動して
開催いただき、現場・
HP・SNS等での発信

サステナブルファッション発信集中
期間にあわせ、全国各地のアパ
レル店舗、百貨店・
ショッピングセンター・展示会など
で関連イベントを集中展開

- 全国での集中的なイベント実施
（店頭ポスター/POPにロゴ+コピー掲出 等）
- SNSでの相互言及（クロス投稿）
- インフルエンサーを巻き込んだCM・メディア発信

- 全国各地での動きを、
横浜グリーンエキスポで一つに結集
- 横浜グリーンエキスポ後も、ムーブメントの継続・定着に向けた更なる活動

※ 出展機会の提供に当たっては、会場規模や
展示構成、公平性等を踏まえ、調整予定

①ロゴ・キャッチコピーについて

- アクションプランを踏まえコンセプトを提示した上で、2026年6月5日から7月12日まで**ロゴ・キャッチコピーをそれぞれ公募。**
- 8月中旬頃に審査委員会を開催し、10月上旬に開催を予定する総会で審査結果の発表を予定。

コンセプト

- 「衣替え」をきっかけにクローゼットから循環をはじめよう-

- 今ある衣類を点検し、お手入れしながら愛着をもって大切に着続け、捨てる選択肢が減るように。
- 「もう着ない」衣類はリユースを、「もう着れない」衣類はリサイクルを。資源を次のひと・世代へ。
- 生産地や品質やデザインの面で「価値ある一着」を選び、クローゼットにお迎えを。
- リユース品、バイオ繊維やリサイクル繊維などのサステナブル素材をつかった衣類にも目を向けて、その服ならではの背景や魅力を楽しみながら選んでみる。

審査委員会

- ・ アパレル業界団体、メディア、デザイナー、若者世代などから構成する想定
- ・ 8月中旬頃に審査委員会を開催し、ロゴ・キャッチコピーの大賞・副賞を決定
- ・ 審査結果を発表する際には、審査委員の方から講評などいただく可能性

②パートナー制度

- キャンペーンに合わせて、**サステナブルファッション・パートナー制度を新たに設立。**
- 環境省等を事務局として、サステナブルファッションを目指し取組を進める企業・団体・自治体等による**官民合同の連携体制構築等の場**として設ける。パートナー企業等が参画する総会やイベントを実施するほか、パートナー企業等の取組を環境省のHP上で掲載・周知予定。
- 年に1回に**総会**（2026年は10月上旬を予定）**を実施し、パートナー企業等の有機的な交流**を促す。

趣旨

○サステナブルファッションを目指し前進的に取組を進める企業・団体・自治体等間で情報共有し、相互連携しながら生活者の意識醸成を図り、サステナブルファッションの推進に寄与するもの。

募集

○参加申込みの際には、サステナブルファッション取組状況、周知発信活動等に関する簡易な資料を提出いただく想定。
○申込み後、事務局による確認を経て、パートナー参画団体を登録。
○2026年8月6日募集開始（通年募集）。https://www.env.go.jp/press/press_05393.html

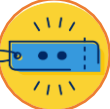
制度の運営

○総会を年1回開催。パートナー企業等同士の情報共有・交流の場として活用。
○その他、パートナー制度として以下の事項を検討中。

- ・パートナーが参画するイベントの開催（GREEN×EXPO等）。
- ・パートナー同士の交流・マッチングの促進。
- ・環境省HPでのパートナー企業等の紹介及び各種記事の作成。
- ・パートナー参画団体のみ登録可能とする回収マッピングマップの作成

○事務局は、経済産業省・消費者庁の協力を得て、環境省等が行う。

サステナブルファッションキャンペーンにおける連携取組イメージ（案）

取組の類型	アプローチ	キャンペーンのイメージ例
A  環境に配慮したものの作り・販売（環境配慮設計の推進）	● 他素材・製品由来の再生資材使用 ● 端材の有効利用 ● 環境配慮素材の使用 ● 適量生産・適量販売 等	● 環境配慮素材製品や端材を利用したアップサイクル製品の展示・販売イベント・ファッションショー ● 販売員向けに、衣類が暮らしや環境に貢献する価値、共通のキーワードを学び、活用しながらファッションの楽しさを伝えるサステナブルファッション講習・交流会
B  トレーサビリティ・透明性を確保する取組	● サプライチェーンの可視化 ● 環境負荷の可視化 ● 第三者認証の取得、発信（何をめざしている認証か） 等	● 服のストーリー（服の生産プロセスや携わる企業・職人のインタビュー）に関する写真・動画を作成、店頭・館内サインージ等で掲示 ● 商品の履歴をタグ・QRコード等で見える化
C  製品としての価値と活用を高める取組	● リセール ● シェアリング・レンタル ● リマニユファクチャリング ● リファバービッシュ 等	● ブランドサブスク型サービスと連動した店頭体験（試着＆その場でレンタル）イベント ● デッドストック素材・製品の展示・再流通イベント
D  衣類を大切に着るための取組	● メンテナンス ● リペア ● リメイク 等	● ロングウェアをコンセプトにしたリペア・リメイク体験型ワークショップイベント ● おしゃれなリペア・リメイクサービスの提供とその様子をコンテンツ配信 ● ビンテージを愛用する有名人と連動した参加型イベント ● ブランドと連携した有名人の「私のクローゼット」企画
E  使用済み衣類の活用（回収）	● ボックスによる回収 ● 店頭での回収 等	● 館内での回収・リユース・リサイクルキャンペーンの実施（回収後の行先も透明化。特に衣替えの時期にて強化） ● 気候変動に対応する活動しやすい製品の活用×回収・リサイクルイベントの実施
F  使用済み衣類の活用（リユース）	● 生活者間のリユース（C to Cリユース） ● 国内リユース ● 海外リユース 等	● サステナブルカルチャー体験型のマーケットをイベントコーナーで実施 ● スタイリストがリユース服をコーディネートする展示即売会（リユースショップとも連携） ● 衣替え×○○（ex.ブースや展示、衣類回収、ライフスタイル発信、サインージ発信）といったコンテンツ作り
G  使用済み衣類の活用（リサイクル）	● 繊維to繊維リサイクル ● 別用途へのリサイクル 等	● リユース服・リサイクル服のファッションショー ● 繊維to繊維リサイクル技術の展示



環境省