

ファッション業界における
省エネ活動強化のための実行計画

平成28年3月31日

一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

1. 経緯と基本的な考え方

従来、日本のファッション業界は、川上～川下の製造、輸送プロセスにおいて、各工程の事業者が個別に省エネ活動に取り組んできた。中には、革新的な取り組みも数多くあり、その技術は世界的に注目され得るものである。しかしその一方で、その取り組みが業界の内外に周知されるに至っておらず、省エネ活動から生まれた製品やサービスが市場で認知されていない状況といえる。

一方、欧米の主要なファッション・ウィークでは、以前より「エネルギー削減」「環境」「エコ」といったメッセージを主催者やデザイナーが旗振りとなって発信し、ファッション業界全体の意識啓蒙やプロジェクトの推進を行ってきた。その活動は拡大し、現在では活動を超えて基本要件として根付いている段階にあり、供給側のみならず、市場でも価値として認知され、購買行動にもつながっている。

このような国内の課題に対して問題意識を持つ産地やメーカーは確実に増えており、一部の先進的な取組を行っている事業者が主体となって、製造プロセスや輸送プロセスも含めた省エネ活動を推進する動きが起こっている。この機に、個別に行われている活動を大きな運動として推進し、省エネ製品やサービスが消費者に選ばれる仕組みを構築することが急務と考える。

このような状況の中、資源エネルギー庁の2015年度の委託事業として、ファッション業界における省エネ活動を推進するための支援事業が実施され、かねてより課題であったファッション業界全体に省エネ活動を根付かせる事業モデルの構築の着手に至った。具体的な実施内容としては、事業者とデザイナーのマッチング、ファッション業界における省エネ活動の周知を行うとともに、業界全体に省エネ活動を根付かせるための新プロジェクト「**SAVE THE ENERGY PROJECT**」を立ち上げた。

今後も、**SAVE THE ENERGY PROJECT**をプラットフォームとして、国と民間が協力し、ファッションを通じて消費者に対して「省エネ力」の高い商品の選択を促すことで、間接的に事業者の更なる省エネ活動を促進していくべき

と考える。こうした省エネの取組がビジネスにもつながることで、ファッション産業の活性化にもつながり、業界全体に省エネ効果のある取組が根付くことを促すこととなり、結果として大きな省エネ効果の実現につながる。

さらに、本プロジェクトを通じて構築する省エネとファッションが融合した事業モデルを生活関連の他業界（食料品・飲料、家具・装備品、飲食店など）への展開を行うことで、ファッション業界が主となり衣食住における総合的な省エネ効果の実現が期待できる。

2. 実施すべき事業内容

(1) エネルギー消費量の削減目標値の設定

- ・ 2030年までに省エネ量 15万 kL（原油換算）を目指す。
*現状、繊維工業においては 279万 kL の使用量（2015年）であり、過去5年間で 0.986 に削減達成している。これに基づき 2030年までの目標値を設定。

(2) エネルギーの消費量の削減を行う事業者を評価する基準作り

- ・ 繊維工業を主とする事業者の省エネ量を見える化し、客観的に評価できる基準を作る。

(3) 省エネ力のある企業の活動を伝えるマーク作り

- ・ 本取組のコンセプトを象徴するタイトルロゴの開発(2015年度実施済み)、及びその運用体制の構築。
- ・ ファッションに関わる分野での省エネルギーの取組みから生まれた製品、流通、サービスを消費者へ伝えるマークとして使用し、省エネ活動や省エネ製品の消費活動をひとつの価値として消費者へのブランディングを行う。

(4) ファッションデザイナーへの啓蒙と消費者への発信

- ・ 先進的な省エネ活動を行う代表的な事業者と国内外で活躍するデザイナーをマッチングさせ、両者の知見共有を図るとともに、より付加価値の高い省エネ力の高い製品（以下、「省エネ力製品」と言う。）の開発を推進

する。

- ・日本最大のファッション催事のプラットフォームである「ファッション・ウィーク東京」を活用して省エネ力製品のプレゼンテーションを行い、ファッション業界内の啓蒙を行うとともに、消費者に対して省エネ力製品の価値を高める。
- ・上記と関連して、消費者との直接的な接点となる小売（セレクトショップ、百貨店など）やアパレルメーカーと連動した省エネ力製品に焦点を当てた催事を行い、消費行動の促進につなげる。

（５）事業者による高効率化

- ・繊維工業を主とする事業者が、設備投資による新しい生産プロセスの導入や、高効率照明の採用など高効率化を図ることでエネルギー消費削減を行う。
- ・エネルギー消費量の削減に広義に関わる取組みとして、環境面の成果、事業者の知的生産性の向上、雇用増加を含めた省エネ力の向上を図る。

（６）業界全体でのサプライチェーン

- ・省エネとファッションが融合した事業モデルを構築し、それをファッション業界全体に推進することで、事業者間、さらには製造～流通で総合的に省エネ効果の高いサプライチェーンへの転換を図る。
- ・さらに、生活に関わる他業種（食料品、飲料、家具、装備品、電気機器器具、飲食店など）への横展開を図る。

《事業イメージ》

