

ファッション業界、SDGs重視を鮮明に

◆H&Mに続きユニクロもレジ袋変更へ

海洋プラスチック問題がクローズアップされ、ファッション業界では、レジ袋の変更の動きが続いている。2018年12月のH&Mの紙製化、有料化に続き、ファーストリテイリング傘下のユニクロは、世界2,000店舗でレジ袋や商品の包装材を全面刷新すると、19年1月5日付の日経新聞が報じた。ヒートテックの包装材なども見直し対象になるという。すでに海外では紙袋や生分解性プラスチック袋を使用している地域もあり、日本でも環境配慮素材の買い物袋を導入する予定だ。

◆水資源や倫理面などでも持続可能な社会への対応が求められる

ファーストリテイリングは、古着を回収して難民などへ送り届ける活動や、水の使用量を最大99%削減したジーンズのウォッシュ加工などもおこなってきた。さらに、責任ある原材料調達を掲げ、児童・強制労働が行われている地域のコットンの使用をやめたり、20年までにモヘア（アンゴラの毛）の使用を中止すると18年12月に発表した。海外大手では、H&M、ギャップ、ZARAなども使用中止を表明している。毛をむしり取るなど動物虐待が伝えられたことを受けた対応だ。

服飾は世界中の人々の必需品であるためにその影響力も大きく、ファッション業界は、環境問題をはじめ持続可能な社会への対応が求められている。

◆ファッション産業大手、COP24で温室効果ガス削減憲章を発表

18年12月にポーランドで開催された「第24回国連気候変動枠組み条約締約国会議」で、ファッション産業43社・団体は、温室効果ガスの30年までに30%削減などを目標に掲げた「Fashion Industry Charter for Climate Action」を発表した。気温上昇を2度未満（可能な限り1.5度未満）に抑える「パリ協定」に沿ったもので、50年までのゼロエミッション達成をめざす。プーマ、H&M、アディダス、バーバリー、ステラ・マッカートニー、リーバイス、ギャップや小売業者など有名企業が名を連ね、H&MのCEOは、「我々の産業はグローバルに展開している。共に取り組むことによって、変化を起こすことができる」と述べている。具体的に

は、「製造段階における脱炭素化」「気候にやさしくサステナブルな原材料の選択」「低炭素輸送」「消費者対話と意識の向上」などに取り組む。

◆国内女性誌初のSDGsの特集号も登場

SDGs（持続可能な開発目標）という名称の認知度は、日本では15%程度と低く、特に女性の認知度は低いという。そうしたなか、ファッション女性誌「FRAU」は19年1月号として、国内女性誌初のSDGs特集号を発売した。印刷用紙は森林認証マーク入りで、印刷と製本時には自然エネルギー電力を使用する徹底ぶりだ。

内容は、日常生活での国内外の先進的な事例などで、たとえば、リサイクルを前提にパーツに分解できるステラ・マッカートニーの靴が紹介されている。あるいは、食品や洗剤など日用品の量り売りの店、散歩中の犬のフン回収用の地中で分解する植物性の袋、テイクアウト店の容器を専用の返却ボックスで回収し再利用する例など多岐にわたる。オンラインショッピングの増加で生じる問題への対応策では、専用の梱包材はたたんで返送先ラベルを貼ってポストに入れるだけで返却でき20回程度再利用できる仕組みや、損傷などを理由に返却される洋服を修理し、リブランドして販売する事例が紹介されている。

また、SDGsという言葉は知らなくとも、レジ袋を断ったり、日用品に詰め替え商品を選んだりなど、日常生活で実行していることはあると指摘されている。さらに、「今日からできる、100のこと。」として、「チョイスできる時



は、フェアトレードの商品を選ぶ」「一度にたくさん料理をし、保存食をつくって加工品を減らす」「窓やドアの隙間をふさいでエネルギー効率を高める」「紙の書類はできるだけ避け、不必要な紙の出力を避ける」など、具体例を挙げている。

SDGsの12の「つくる責任、つかう責任」という言葉が、同誌でも頻繁にでてくる。プラスチック製ストロー廃止の動きなど、生活者の関心が高まり、一気に状況が変わることがある。企業はいかに「つくる責任」を意識して、「つかう責任」のある生活者とコミュニケーションをとり、自社の製品の位置づけを高めていくか、今後の課題となるだろう。

【赤山英子】