

TWO DECADES OF HIDDEN FASHION

インフォグラフィックまとめ

FASHION REVOLUTION JAPAN

10年間の変化

服のカタチからは見えてこない、ファッション産業を取り巻く状況の変遷を数字から見る。

ファッションと自然環境の繋がり、ファッションの労働環境、人と服の関係性、さまざまな情報が浮かび上がる。

Changes over the decade

The figures show the transition of the situation surrounding the fashion industry, which is not visible from the shape of clothes. A variety of information emerges, such as the connection between fashion and the environment, the working environment in fashion, the relationship between people and clothes.

世界の 繊維関連情報

衣服の材料である繊維。
その生産量や素材の割合は
どのように変化してきたのだろうか。

Global fiber tendencies

Clothes are made from fibers.
How have the production volume and
materials changed over time?

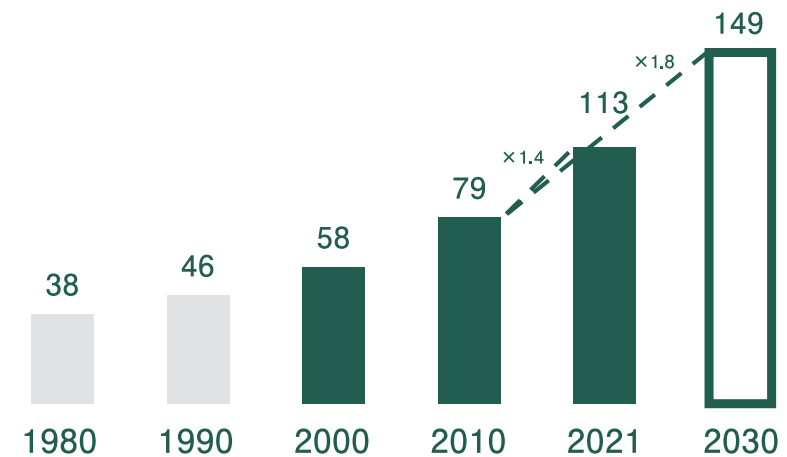
01

増え続ける繊維生産量、 2010年の約1.4倍に。

世界の繊維生産量は、2010年の7900万トンから、約1.4倍の1億1300万トンまで増加している。(2000年の5800万トンからは約2倍) このままのペースで増加し続けると、2030年には約1.8倍の1億4900万トンになると予想されている。

Fiber production increases to approx. 1.4 times of that of 2010.

Global fiber production has increased from 79 million tons in 2010 to 113 million tons now, about 1.4 times more. (It has roughly doubled from 58 million tons in 2000.) If production continues to increase at the current pace, it is expected to reach approximately 149 million tons, 1.8 times more by 2030.



世界の繊維生産量/百万トン
Global fiber production/million ton

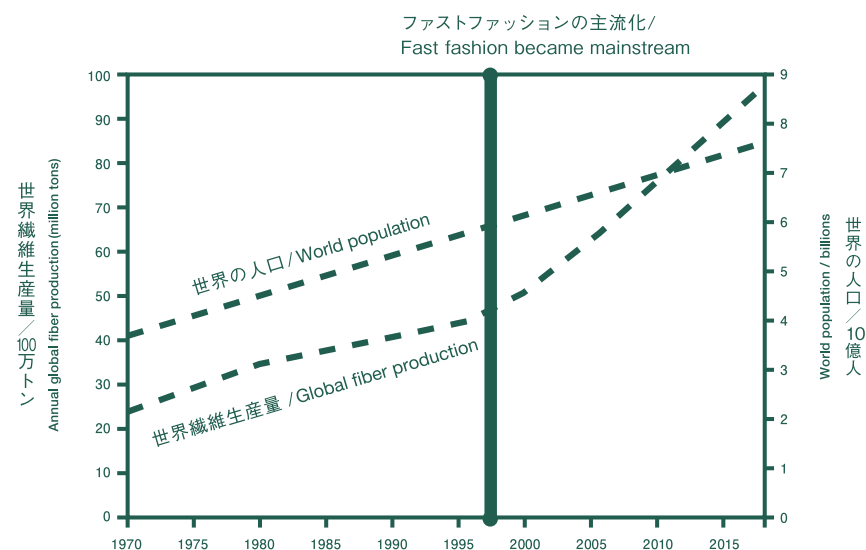
02

人口の伸び率を上回るペースで、 繊維生産量は増え続けている。

世界の繊維生産量は、1990年代後半までは人口と並行して増加していたが、ファストファッションが主流化した2000年前後からは、人口の伸び率を大きく上回るペースで増加をしている。気候危機が深刻化する中で、私たちは、このまま生産量を増やし続けて良いのだろうか。

Fiber production continues to increase at a rate exceeding the population growth rate.

Global fiber production grew in parallel with population until the late 1990s. However, since around 2000, when fast fashion became mainstream, it has increased at a pace far exceeding the growth rate of the population. As the climate crisis worsens, can we afford to increase production like this?



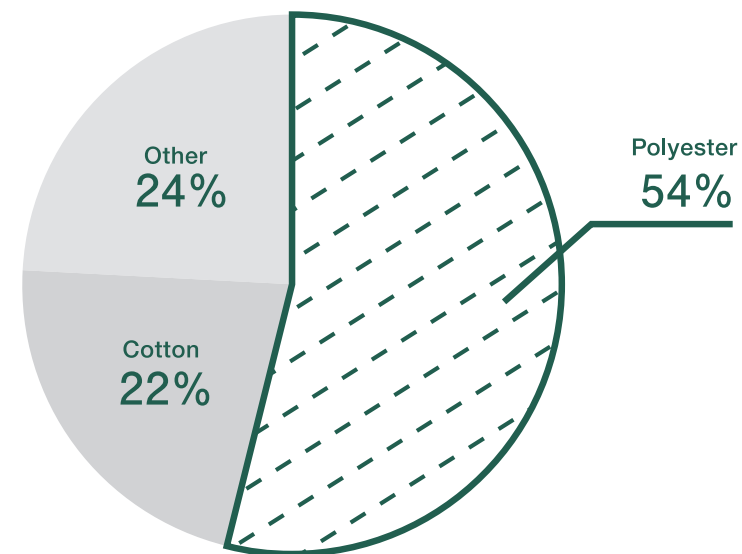
03

生産される繊維、 その約54%がポリエステル。

2021年に世界で生産された1億1300万トンの繊維の内訳は、ポリエステル54%、コットン22%、その他24%。枯渇資源である石油由来のポリエステルが半数以上を占めており、生産量も年々増え続けている。ポリエステルの生産量のうち、再生ポリエステルの割合は2021年時点で14.8%であり、十分とは言えない。

54% of fiber production is polyester.

Of the 113 million tons of fiber produced worldwide in 2021, 54% is polyester, 22% is cotton, and 24% is other fibers. Polyester derived from petroleum, an exhaustible resource, accounts for more than half of the total and its production continues to increase year by year. The share of recycled polyester in polyester production is only 14.8%.



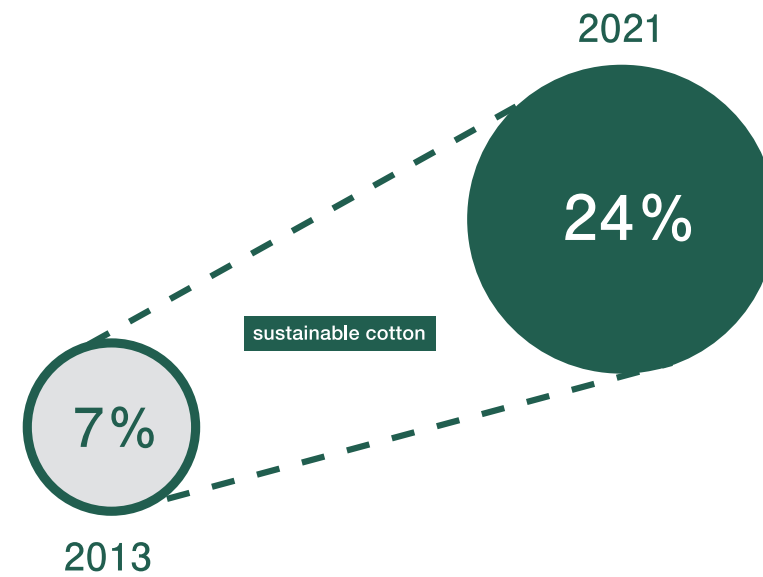
04

生産者や環境を守る、 サステナブルコットンへのシフト。

コットン全体の生産量のうち、サステナブルコットン(環境への影響を最小限に抑えながら、生産レベルを維持できる方法で栽培され、長期的な環境の制約と社会・経済的な問題に対応しながら生産者の生計とコミュニティを支えることができるものと定義されるコットン)の割合は2013年には7%にすぎなかったが、2021年に24%にまで増加した。

A shift to sustainable cotton, protecting the producers and the environment.

The share of sustainable cotton (defined as cotton grown in a way that minimizes environmental impacts while maintaining production levels that can support producer livelihoods and communities, addressing long-term environmental constraints and social and economic issues) increased from only 7% in 2013 to 24% in 2021.



グローバルの変化

FASHION REVOLUTIONが発行するFASHION TRANSPARENCY INDEXでは、世界の大手(売上高4億ドル約500億円以上)のファッションブランドや小売業者250社を対象に、社会的・環境的な方針、実践、そして影響についてどれだけ情報を開示しているかの評価とランキングを行っている。FASHION TRANSPARENCY INDEXでは社会的・環境的な取り組みそのものの評価ではなく、透明性の高さを評価の軸に置いている。それは、透明性はサステナビリティを実現する前提となると考えているからである。エシカルな考えを持つ小規模ブランドではなく、多国籍で規模の大きいブランドを調査対象にしている。それは、人権や環境への影響とそれに対する責任が大きいと考えているからである。このセクションでは主にFASHION TRANSPARENCY INDEXのデータを用いて世界の透明性の進捗を概観する。

Global changes

FASHION TRANSPARENCY INDEX, a report from FASHION REVOLUTION, evaluates and ranks 250 of the world's leading fashion brands and retailers (with sales of \$400 million or more) based on how much they disclose their social and environmental policies, practices, and impacts.

FASHION TRANSPARENCY INDEX does not evaluate social and environmental practices per se, but rather the level of transparency. This is because we believe that transparency is a prerequisite for achieving sustainability.

Because we consider their human rights and environmental impacts and responsibilities to be significant, the survey targets multinational, large scale brands, rather than small brands with an ethical mindset. This section provides an overview of global transparency progress, primarily using data from FASHION TRANSPARENCY INDEX.

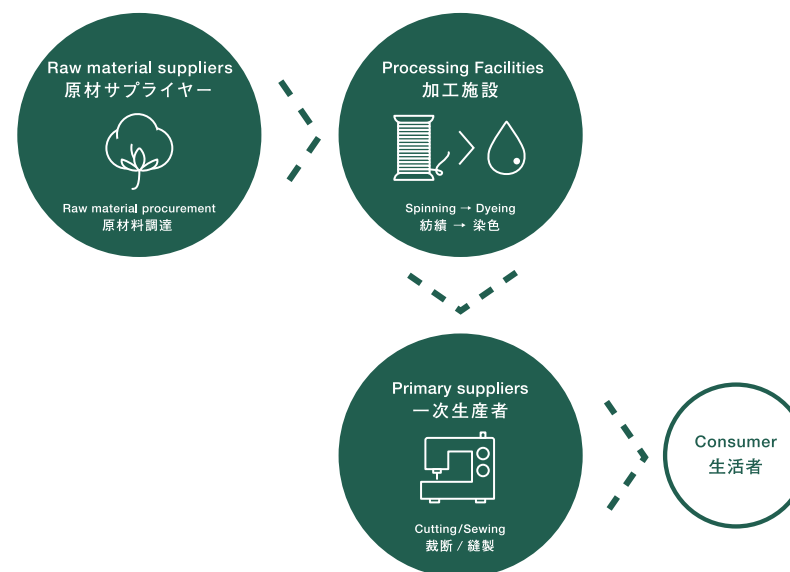
05

Who Made My Clothes? 不透明なサプライヤーリスト

FASHION REVOLUTION がサプライヤーリストの公開有無の調査を始めた 2017 年から、公表率は高まっているものの、ブランドや商社から1番関係が近い一次サプライヤーでもまだ半数以下。加工施設、原料サプライヤーと、取引関係が遠くなればなるほど、把握が難しい現状が浮かび上がる。

Who Made My Clothes? The opaque supply chain

Since 2017, when FASHION REVOLUTION began surveying whether or not supplier lists are publicly available, the rate of public disclosure has increased. However, even for primary suppliers with whom brands and trading companies have the closest relationships, less than half are publicly available. As the business relationships are more distant with processing facilities and raw material suppliers, it becomes more difficult to know and show.



06

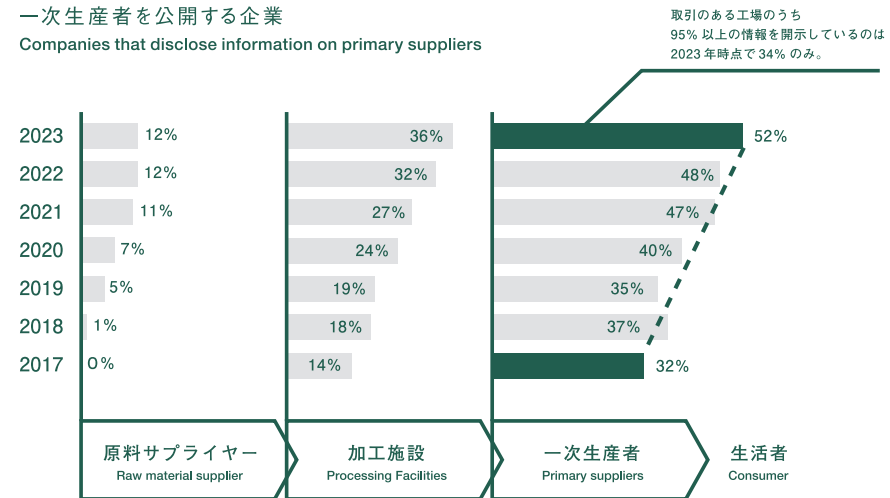
一次生産者を公開する企業は 半数以下。しかも、 その情報は一部でしかない。

サプライチェーンにおける一次生産者（縫製工場など）を公開している企業は、2017年の32%から2023年の52%まで増加したものの、未だ半数程度である。また、そのうち、工場名だけでなく詳細な情報が含まれる公表は2023時点で所在地（51%）や労働者の性別の内訳（30%）、労働組合の有無（4%）など低い割合に留まっている。また、取引のある工場のうち95%以上の情報を開示しているのは2023年時点で34%に留まっており、多くの企業が情報の一部のみを公開しているのが現状である。

Fewer than half of the companies disclose their primary producers.
Moreover, this information is only partial.

The number of companies that disclose primary producers (e.g., sewing factories) in their supply chains increased from 32% in 2017 to 52% in 2023, but it is still about the half. Of these, only a small percentage disclose detailed information other than the names of the factories such as location (51%), gender breakdown of workers (30%), and the presence or absence of labor unions (4%). In addition, only 34% disclose 95% or more of their factory lists as of 2023, many companies disclose only a portion of their information.

一次生産者を公開する企業
Companies that disclose information on primary suppliers



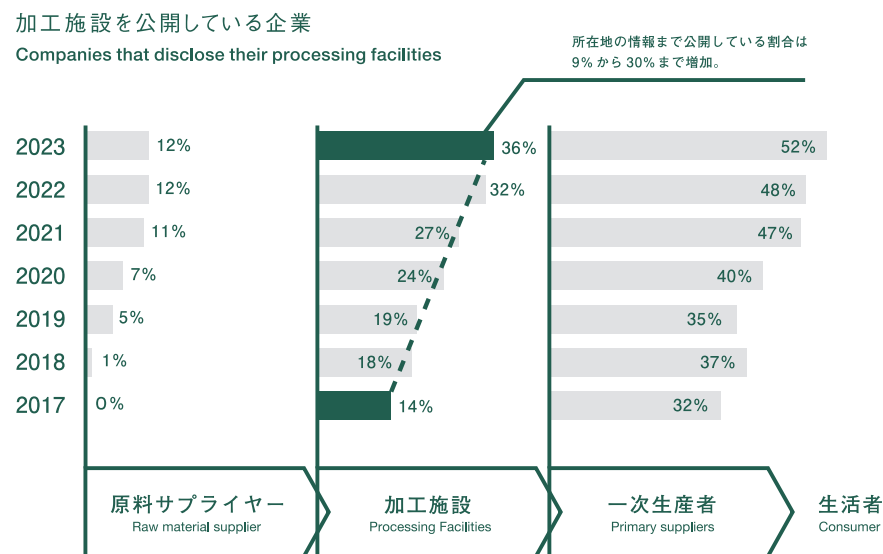
07

紡績などの加工施設まで公開する企業は、さらに数を減らす。

サプライチェーンにおける加工施設（紡績や染色などの工場）を公開している企業は 2017 年には 14% であったが、2023 年には 36% まで増加した。そのうち所在地の情報まで公開している割合は 9% から 30% まで増加した。

The number of companies that disclose their processing facilities is further reduced.

The number of companies that disclose their processing facilities (spinning, dyeing, etc.) in the supply chain was 14% in 2017. In 2023, it increased to 36%. Of these, the percentage disclosing location information increased from 9% to 30%.



08

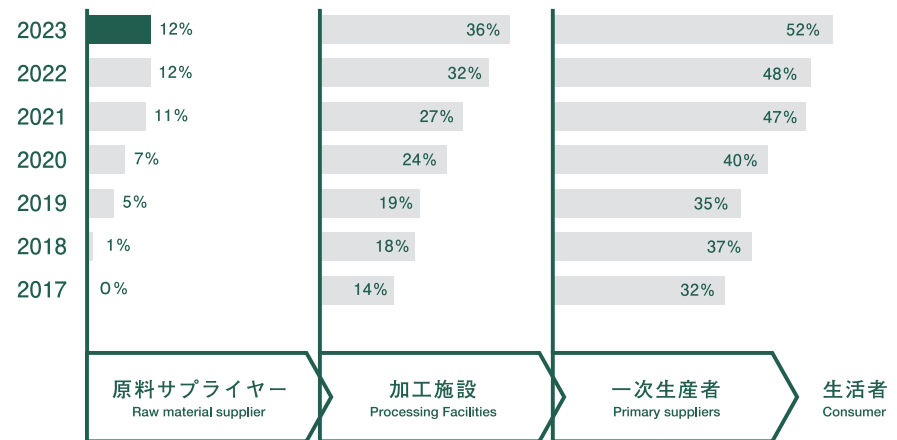
原料生産者まで 公開している企業はわずか12%。

原料サプライヤー(コットンやウールなどの生産者)を公開している企業は2017年には0%であったが、2023年には12%まで増加した。未だ十分な把握が成されているとは言い難いが、進捗が見られる。

Only 12% disclose their raw material producers.

The number of companies that disclose their raw material suppliers (producers of cotton, wool, etc.) was 0% in 2017, but in 2023 it increased to 12%. While this is still far from a complete picture, progress is being made.

原料生産者まで公開している企業
Companies that disclose raw material producers



09

世界では、環境よりも人権侵害 リスクへの責任が問われている。

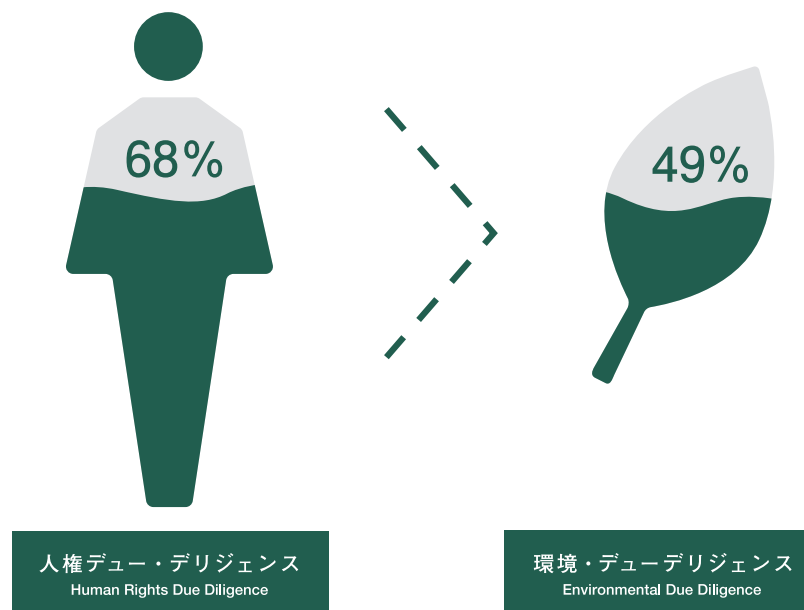
世界では、人権侵害リスクへの責任が強く問われている。グローバルでは、人権デューデリジェンスは、環境デューデリジェンスよりも透明性が高くなっている。人権デューデリジェンスのプロセスを説明しているのは68%、環境は49%。

※デューデリジェンスとは、企業が人権侵害や環境汚染のリスクを把握し、予防や削減のために対処すること。

Globally, the risk of human rights violations is addressed more than the environmental ones.

Globally, responsibility for the risk of human rights violations is being strongly addressed. Globally, human rights due diligence is more transparent than environmental due diligence. 68% of respondents explain their human rights due diligence process, compared to 49% for the environment.

*Due diligence is the process by which companies identify risks of human rights violations and environmental pollution and address them to prevent or reduce them.



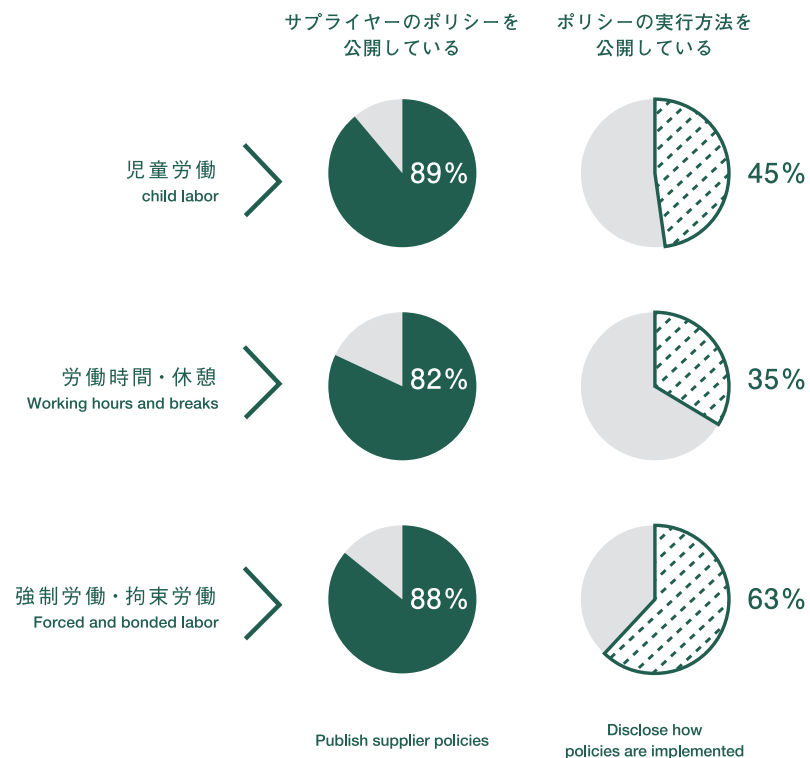
10

8割以上の企業が、 サプライヤーポリシーを 公開しているが・・・。

8割以上の企業が、児童労働・労働時間と休憩・強制労働と拘束労働に関しサプライヤーポリシーを公開している一方で、ポリシーの実行方法を公開している企業は少なく、実際に実行されているかが不明瞭である。

80%+ companies disclose their supplier policies, but...

While more than 80% of companies disclose their supplier policies regarding child labor, working hours / breaks, and forced / bonded labor, few disclose how they implement their policies, making it unclear whether they are actually being effective.



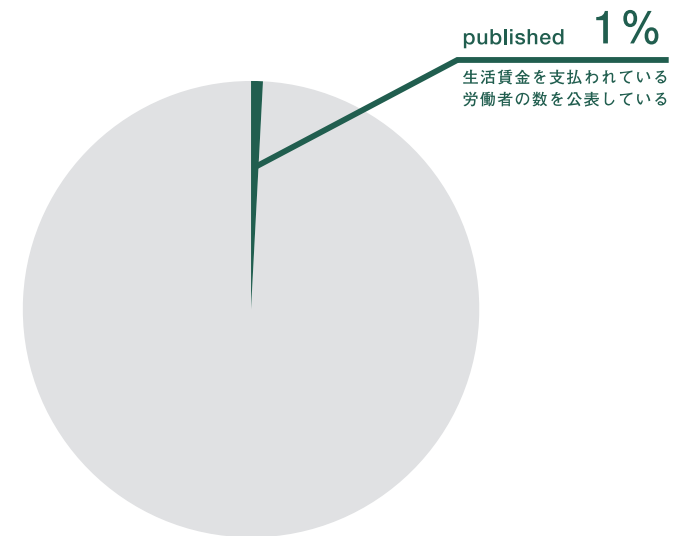
11

工場で働く人たちに、生活できる賃金は支払われているのか。

この情報が欠如しているということは、ブランドが工場に価格交渉を行う際に、人件費を固定項目として置いているかどうかもわからないということの意味する。工場で働く人が、子どもを学校に通わせ、栄養のある食事をテーブルに並べるだけの賃金は必ず保護される必要があり、だからこそ人件費は常に固定項目であるべきで、ブランドが発注の際に工場にプレッシャーをかけてどんどん押し下げられるようなものではない。プレッシャーや交渉によって、たとえ人件費を削ってでも工賃を下げられるということは、多くのグローバルブランドは仕入れ価格が最終的に労働者の賃金を決めているということを認識していないことになる。

Are the factory workers paid enough to live?

Lack of this information means that brands do not know if labor costs are a fixed item when negotiating prices with factories. Factory workers need to be paid enough to send their children to school and put nutritious food on the table, so labor costs should always be a fixed item, not something that brands can put pressure on factories to push further and further down when placing an order. The fact that pressure or negotiation can lower wages, even at the cost of labor, means that many global brands do not realize that the purchase price ultimately determines the wages of their workers.



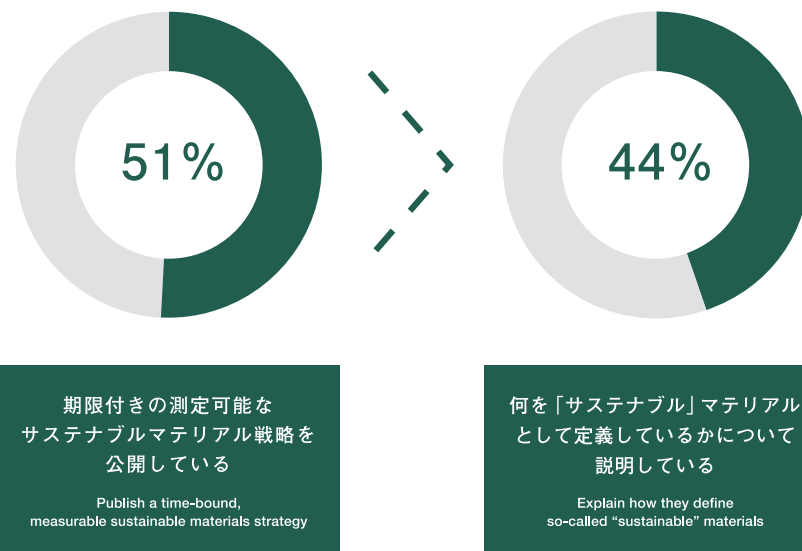
12

サステナビリティへの 取り組みが、 上辺だけになっていないか。

サステナブルな材料に関する戦略を公表している企業は51%であるが、サステナブルな材料は何か、という定義を公開している企業は44%に留まっており、環境への悪影響を低減するかどうかの根拠が明示されていない現状がある。サステナビリティへの取り組みを根拠なく謳うことには厳しい目が向けられ始めており、EUをはじめ、イギリス、オランダ、アメリカなど、各国でグリーンウォッシュを抑制するための動きが広がっている。

Are sustainability efforts only superficial?

While 51% of companies have published their strategies for sustainable materials, only 44% have published definitions of sustainable materials, and the rationale for whether or not they actually reduce negative environmental impact is not clearly stated. People are beginning to take a hard look at claims of sustainability without evidences, and there is a growing movement to curb greenwashing in the EU, UK, the Netherlands, the US, and other countries.



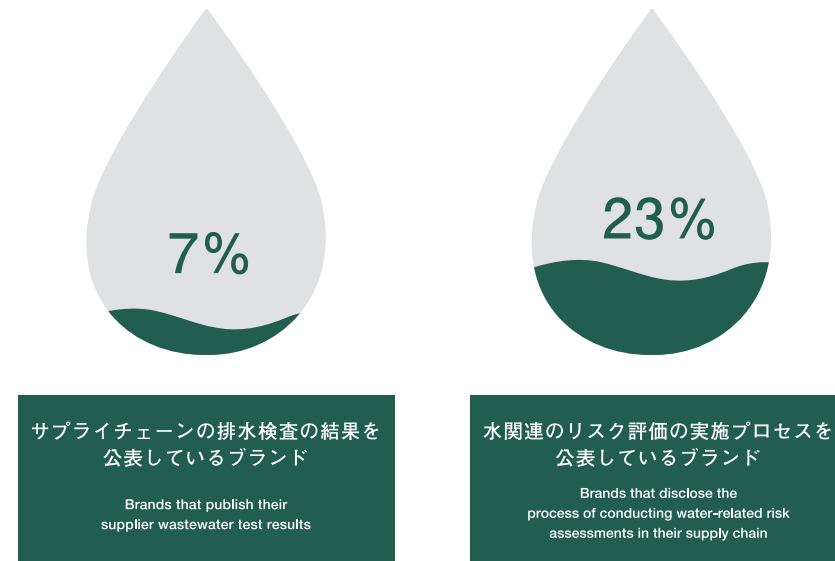
13

水質汚染の原因となる工場排水。
だが、その「検査結果」は
公表されない。

コットンなどの原料生産には多くの水を必要とし、染色などの工程では水質汚染の原因を作っている。しかし、サプライチェーンの排水検査の結果を公表しているブランドはわずか7%、水関連のリスク評価の実施プロセスを公表しているブランドはわずか23%。排水による汚染は、工場がある地域の生物多様性やそこで暮らす人々の健康に大きな影響を与えるものだ。

**Factory wastewater is a source of pollution,
but the test results are not made public.**

The production of raw materials such as cotton requires a lot of water, and processes such as dyeing can be a cause of water pollution. However, only 7% of brands disclose the results of their supply chain wastewater testing, and only 23% disclose their processes for conducting water-related risk assessments. Wastewater pollution has a significant impact on the biodiversity of the factory area and on the health of the people who live there.



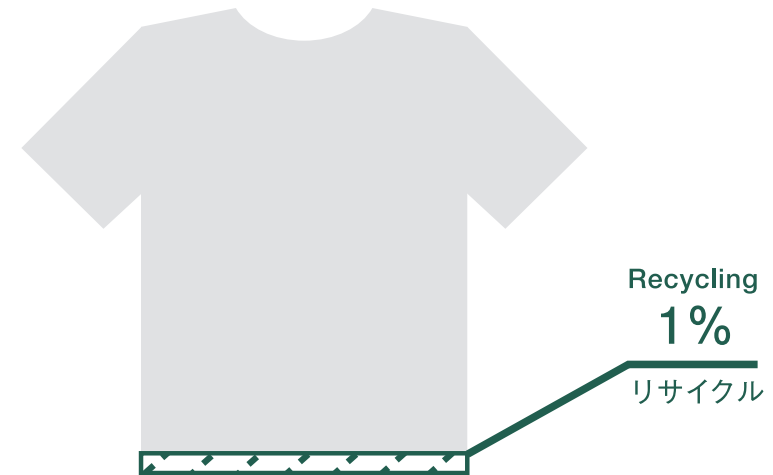
14

服から服へ。 そのリサイクル率は1%しかない。

世界で大量の服が生産され続けているが、服から服にリサイクルできているのはたった1%である。Waste Colonialism (廃棄物 植民地主義)という言葉も登場し、自国で処理しきれない古着をアフリカや南米などの低所得国に輸出し、廃棄物を押し付けているとして、問題になっている。また、販売されている服の多くは、複数の繊維が混ざっており、これを分離してリサイクルする技術の開発が急がれる。

Only 1% is recycled from clothes to clothes.

Only 1% of the world's clothes is recycled from a form of clothes to clothes. The term "waste colonialism" has emerged to describe the problem of exporting used clothes that cannot be processed at home to lower-income countries in Africa, South America and other regions, thereby imposing waste on these countries. Many of the clothes sold are a mixture of multiple fibers, and the development of technology to separate and recycle these fibers is urgently needed.



15

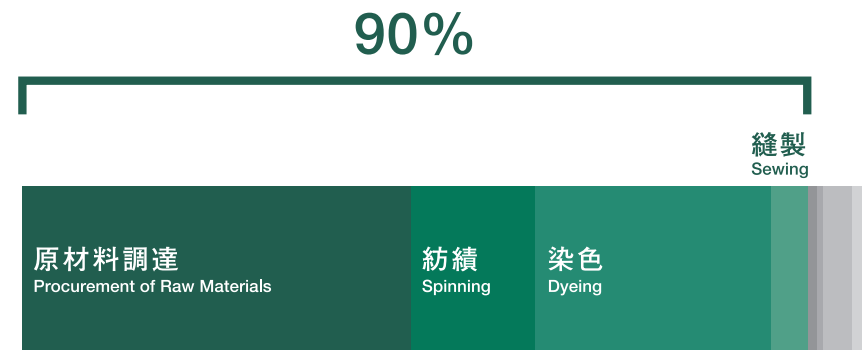
衣服のライフサイクルで 排出されるCO₂。

その9割が生産工程である。

衣服の一生の中で排出されるCO₂のうち、9割はものづくりの段階で排出される。ファッション産業における脱炭素を進めていくためには、ものづくりの段階での排出削減が必須。しかし、サプライチェーン全体の脱炭素化目標を開示している大手ブランドは3分の1以下(29%)。

90% of CO₂ emitted during the life cycle of a garment comes from the production process.

Of the CO₂ emitted during the life of a garment, manufacturing stage is responsible for 90%. In order to promote decarbonization in the fashion industry, it is essential to reduce emissions at production stage. However, less than one-third (29%) of major brands disclose decarbonization targets for their entire supply chain.



生産工程衣服のライフサイクルで
排出されるCO₂
CO₂ emitted during the life cycle

輸送・店舗・廃棄など
Transportation, stores, disposal, etc.

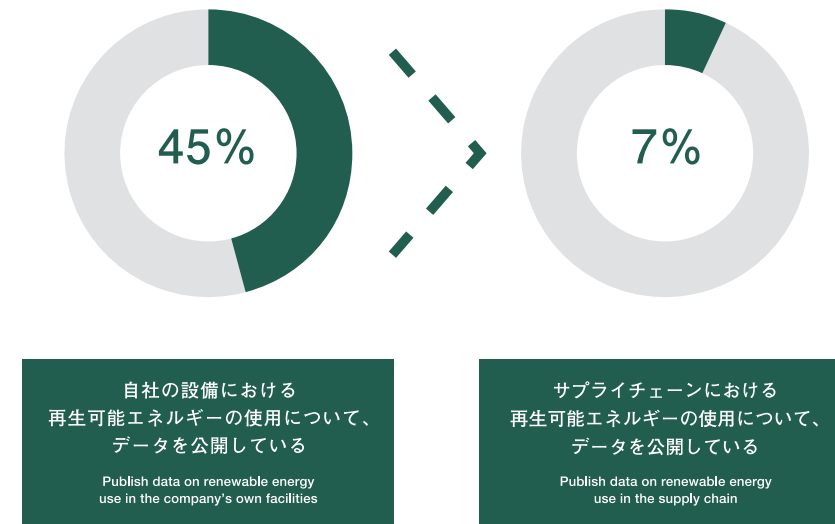
16

サプライチェーンでの 再生可能エネルギーの使用。 公表する企業は7%のみ。

約半数(45%)の大手ブランドが、自社内での再生可能エネルギーの使用についてデータ公開している。一方で、サプライチェーンにおけるデータ公開をしている企業は7%に留まる。ファッション業界全体でCO₂排出量の削減を目指す場合に、特に排出量の多い原料生産を含め、サプライチェーン全体で再エネ化を検討していくことが必要である。サプライチェーンでの再エネ化は十分な進捗が見られない。

Only about 7% of companies disclose the use of renewable energy in the supply chain.

About half (45%) of the major brands disclose data on the use of renewable energy in their own facilities such as offices. On the other hand, only 7% of companies disclose data on their supply chain. If the fashion industry as a whole aims to reduce CO₂ emissions, it is necessary to consider the use of renewable energy throughout the entire supply chain, including the production of raw materials, which emit particularly large amounts of CO₂. Not enough progress has been made in converting to renewable energy in the supply chain.



日本の変化

日本で販売されている衣服の
約98%は国外で生産されている。
輸入されて、購入された衣服は
どのように使用・消費されているのか。
貴重な日本のものづくりの現場の
実態はどうなっているのか。

Changes in Japan

Approximately 98% of the clothes sold in
Japan are produced outside of Japan.
How are these imported and purchased
garments used and consumed? What is the
reality of the Japanese manufacturing sites?

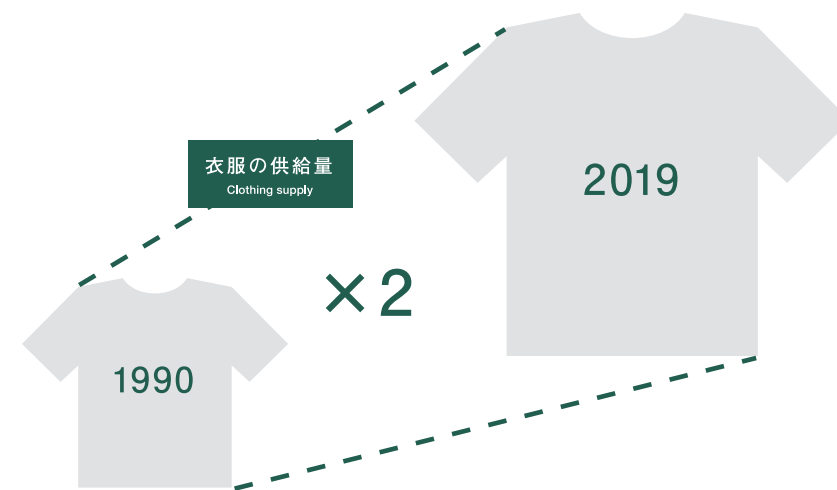
17

日本での衣服の供給量は、
30年で約2倍になった。

1990年から2019年の約30年の間に、日本国内での衣服の供給量は2倍になった。2010年以降は高止まりしているが、市場規模の縮小に対して供給過剰の状態が続いている。

The clothing supply in Japan has doubled
over the past 30 years.

The supply of clothes in Japan has doubled between 1990 and 2019. Although it has remained high since 2010, there continues to be an oversupply in relation to the shrinking market size.



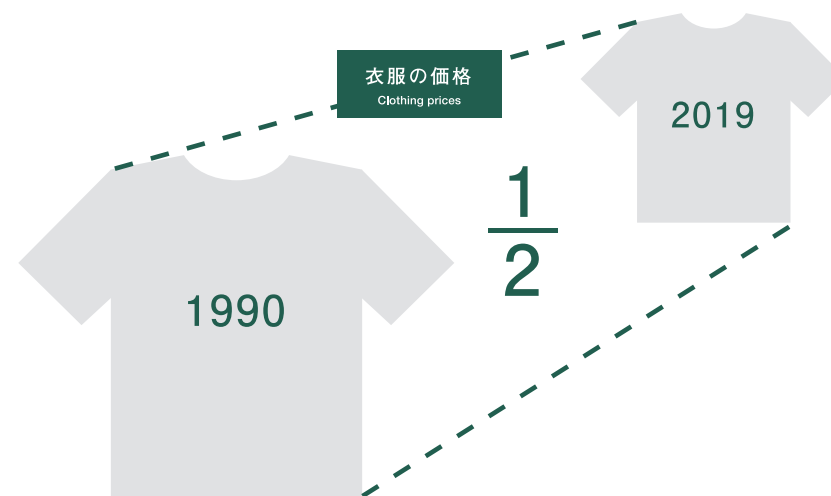
18

衣服の価格は、
この30年で半額以下に。

1990年から2019年の約30年の間に、衣服1枚あたりの価格は半分以下に。2010年以降は大きく下げたてはないものの、低価格志向は続いている。

The price of a garment
is less than half compared to 30 years ago.

Between 1990 and 2019, the price per garment has dropped to less than half. Although prices have not dropped significantly since 2010, the trend toward lower prices continues.



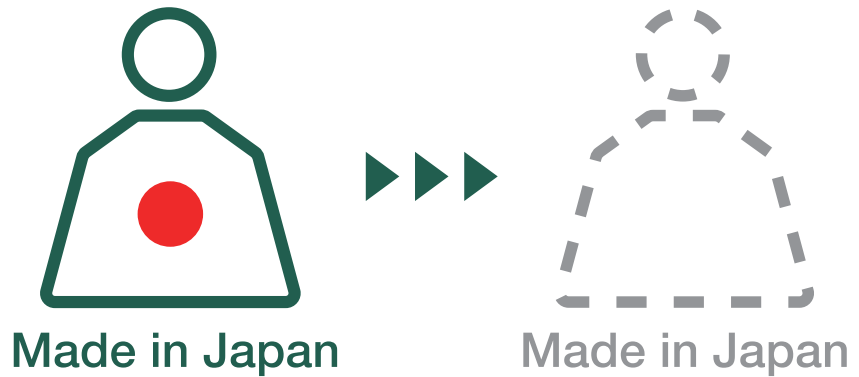
19

このままでは、
メイドインジャパンが
無くなってしまおう？

日本国内の繊維産業の出荷額、従業員数ともに大幅に減少している。低賃金であることも影響し、後継者が不足し、産地が衰退している。メイドインジャパンへの信頼に反して、良いもの作りにきちんとお金が払われているのか、疑問が残る。

Will "Made in Japan" disappear?

Both the supply volume and the number of employees in Japan's domestic textile industry have declined significantly. Low wages have also affected the industry, resulting in a lack of successors and the decline of production areas. Contrary to the trust in "Made in Japan", it is questionable whether good craftsmanship is being properly compensated.



20

技能実習機関の法令違反。 その44%が繊維・衣服関係で 起きている。

日本の技能実習生約39万人のうち、繊維産業に従事した割合は8.7%であるにもかかわらず、法令違反の件数は44%と全業種の中で最も多い割合を占めている(2018年)。

Approx. 44% of violation of laws and regulations by technical training organizations occur in the textile and garment industry.

Despite the fact that only 8.7% of the approximately 390,000 technical intern trainees in Japan are engaged in the textile industry, the number of violations of laws and regulations accounts for 44%, the highest percentage among all industries (2018).

日本の技能実習生全体のうち、繊維産業に従事する人の割合
Percentage of textile industry workers among all technical intern trainees in Japan



8.7%

技能実習機関全体のうち、繊維産業で発生した不正行為の割合
Percentage of violation in the textile industry among all technical training organizations



44.2%

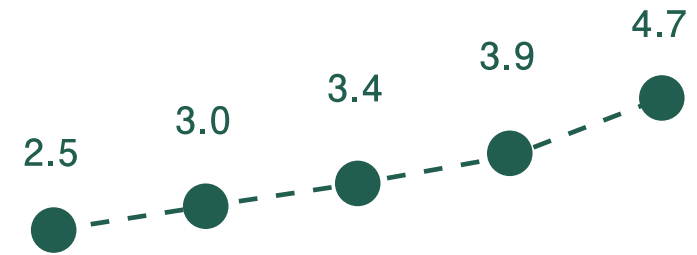
21

リユース・リセール市場の伸長。
簡単に服を捨てない風潮が
生まれつつある。

供給過剰・低価格志向は続くものの、その中でリユース・リセール市場は着実に伸びている。安く買ってすぐに捨てるのではない、2次流通を活用した服との新たな付き合い方が生まれ、定着してきている。

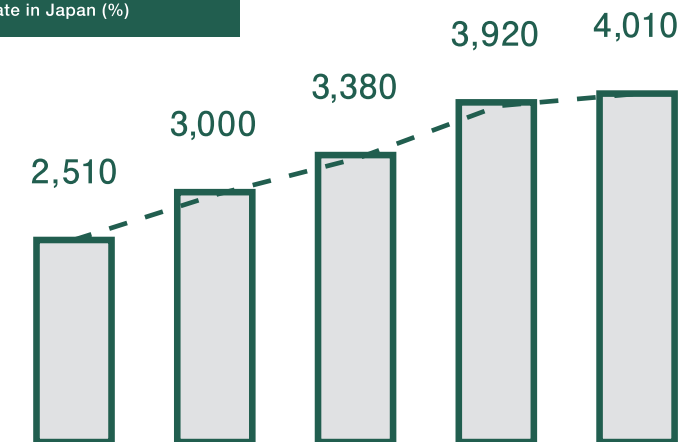
Growth of the reuse and resale market shows the tendency that people do not throw away their clothes easily.

Although oversupply and a preference for low prices continue, the reuse and resale market is steadily growing. A new way of dealing with clothes is emerging and taking root.



Reuse (2016-2020)

リユース市場率／単位：％
Reuse market rate in Japan (%)



Resale (2016-2020)

日本のリセール市場規模／単位：億円
Resale market scale in Japan (100 billion yen)

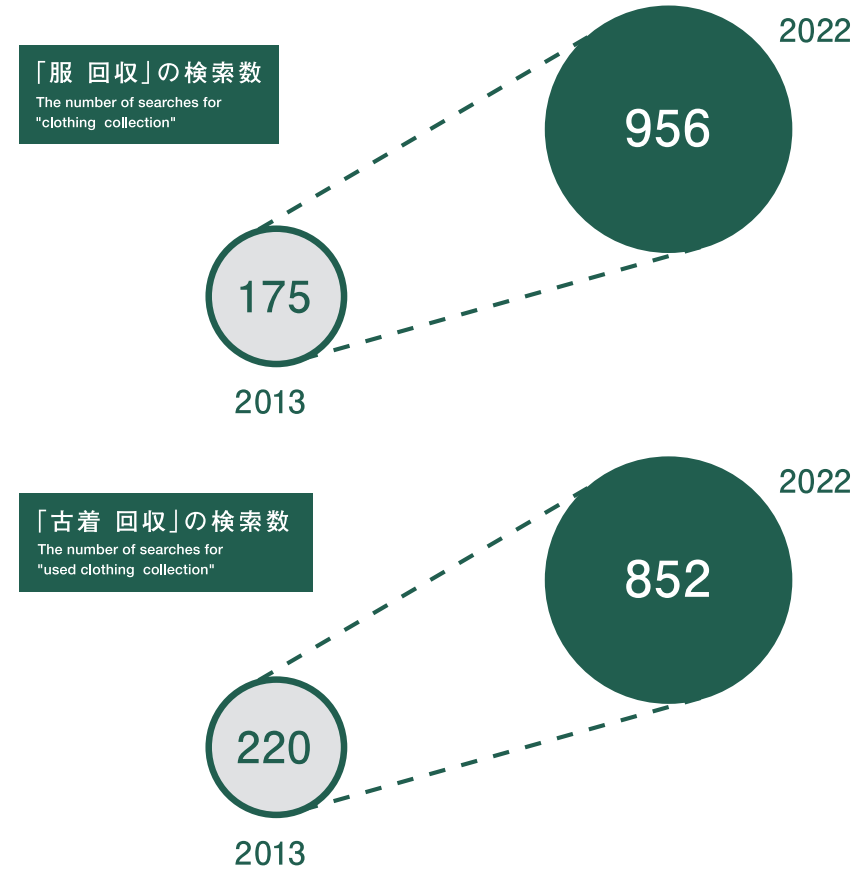
22

「服 回収」の検索数の増加。
リサイクルへの意識が
高まっている。

Googleトレンドによると、「服 回収」「古着 回収」の検索数は過去10年間で大きく伸びており、捨てない方法の模索へ生活者の関心度合いは高まっている。服との付き合い方が変わってきているのではないか。

Increase in the searches for "clothes collection" shows the rising interest in garment recycling.

According to Google Trends, the number of searches for "clothing collection" and "used clothing collection" has grown significantly over the past decade. There is an increase in interest among consumers in finding ways to avoid throwing things away. This suggests that the way we deal with clothes is changing.



FASHION REVOLUTION

FASHION REVOLUTION は、ファッション産業の変革を促すキャンペーンとして始まり、その後世界的なムーブメントとなった。2013年に発生したラナ・プラザ崩落事故の直後、キャリー・ソマーズとオルソラ・デ・カストロという2人のデザイナーを中心に設立。ファッションが人や環境に与える影響を知った上で、調達・生産・消費、すべての段階における透明性を高めることを指針に、ファッション産業を持続可能な産業へと変革することを目指して活動が進められてきている。イギリスに本部を構え、約100カ国に支部を持つ。FASHION REVOLUTION JAPANの運営は、一般社団法人 unisteps が担う。

FASHION REVOLUTION

FASHION REVOLUTION began as a campaign to promote change in the fashion industry and has since become a global movement. It was originally founded mainly by two designers, Carry Somers and Orsola de Castro, in the aftermath of the Rana Plaza collapse in 2013. The organization aims to transform the fashion industry into a sustainable industry by increasing transparency at every stage of the process, from procurement to production and consumption, based on an understanding of the impact of fashion on people and the environment. It is headquartered in the UK and has almost 100 chapters around the world. FASHION REVOLUTION JAPAN is operated by unisteps.