



「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」
進捗状況

平成30年3月30日

日本ファッション・ウィーク推進機構

1. 概要

2015年度、経済産業省資源エネルギー庁の広報事業の中で、ファッション業界全体に省エネ活動を根付かせるためのプロジェクト「SAVE THE ENERGY PROJECT」が立ち上がった。本プロジェクトの目的は、省エネに積極的に取り組む企業や、その企業から作られた製品に対して、新たな付加価値を加え、省エネに取り組む企業の製品がより消費者に選択されやすくすることで、そうした企業の製品を市場に広げ、結果として業界全体の省エネの取組を強化する仕組みを創出すること。日本ファッション・ウィーク推進機構では、本プロジェクトの下、ファッション業界における省エネ活動強化のための事業を実施している。

2017年度は、2017年3月31日に策定した「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」に則り、(1) ロゴマークの運用体制の整備、(2) 事業者とデザイナーのマッチング、(3) マッチングにより開発された製品のプレゼンテーションを行なった。さらに、(4) 店頭イベントの実施、(5) 他団体が主催するセミナー等と連携した情報発信を行うことでプロジェクトへの理解と賛同を促した。

今年度は、昨年度に発表されたロゴマークをファッション関連の事業者へ付与して運用するための各種ルールの検討・整備を行なった。また、省エネ取組を行なう事業者とファッションデザイナーをマッチングして開発したアイテムをファッション・ウィーク東京でショー形式で発表すると同時に、ポップアップショップでも販売した。発表・発売にあたっては、商品開発の背景にある「省エネ取組」を動画や冊子などで紹介し、「省エネ力」の高い商品を消費者に訴求するモデルケースを昨年度よりも踏み込んだ形で実現できた。製造事業者、小売やアパレル等の非製造事業者、デザイナーらの省エネ取組や本事業に対する想いをクリエイティブに発信することに注力した結果、ファッション関連企業からも消費者からも、共感を得ることができたと言える。

今年度の成果を踏まえて、今年度プロジェクト・ステートメントとして定めた「SAVE THE ENERGY=『エネルギーをスマートに効率よく使うこと』。産地やメーカーの取組に消費者が賛同・共感し、その服を、誇りをもって身につける。」を実現すべく、2018年度以降は、企業の省エネ活動を消費者に伝えていく公式ロゴマークの認知・運用拡大を中心としたプロジェクト・プラットフォームの構築を行ない、中長期的に省エネ消費の需要を掘り起こすことを目指したい。

2. 2017年度の実施内容

(1) ロゴマークの運用体制の整備

昨年度に開発された2種のロゴマークの位置づけを、改めて次のように定義した：



STEP 認定マーク：

運営事務局の審査により認定された【SAVE THE ENERGY = エネルギーをスマートに効率よく使う】取組を行っている製造事業者、デザイナー、小売事業者等に発行されるマーク



STEP 共感マーク：

「SAVE THE ENERGY PROJECT (STEP)」の【コンセプトへの共感】を表明する製造事業者、デザイナー、小売事業者等に発行されるマーク

ロゴマークの申請・付与に関するルールを検討・整備するロゴマーク運用委員会を、それぞれ自社でも独自の省エネ活動を行なう(株)シップス、(株)トウキョウベースの参画により組織した。

委員会での議論により、ロゴマークの申請窓口、申請ガイドラインは本事業のWEBサイトに設置することと決定した。

また、本事業の意義を事業者・消費者双方に広げていくため、「共感マーク」は申請者に対して基本的に排除すること無く交付することとなった。一方、「認定マーク」については、ファッション業界においては「製造事業者」と「非製造事業者」において省エネ取組の実態が異なることから、この2つの事業者区分に分けて「チェックリスト」と「取組内容シート」を設けることとした。チェックリストの項目は委員会メンバーと資源エネルギー庁による協議を経て決定された。

申請は、日本ファッション・ウィーク推進機構のメンバーを含む「STEP 運営事務局」によって審査されることとなり、「認定マーク」については、提出された「チェックリスト」を「取組内容シート」で具体的な省エネ取組実態が確認された事業者に対して交付されることと決定した。

さらに、委員会での議論により、ロゴマークの運用マニュアルを策定した。交付を受けた事業者は、マニュアルに定められた使用規定等に則り、自社のWEBサイトや商品等にロゴマークを掲示することとなる。

定められた諸ルールや申請フォーマット、チェックリストは、本事業のWEBサイトで公開した。

(2) 省エネ取組を行なう事業者とデザイナーのマッチング

省エネに取り組みながら繊維関連製品を製造する日本の繊維関連製造事業者2社と日本最高水準のファッションデザイナー2社のマッチングを行なった。デザイナーは事業者の本社工場を訪問し、事業者が取り組む省エネ活動を共有した上で、より付加価値の高い省エネ商品を開発すべく、事業者の省エネ製品を活用したデザイン開発を行なった。

1) 株式会社サトー（ニット製品製造）

- ・本社工場内の全照明をLED化。
- ・設計から製造までの全工程をリンクさせるコンピュータシステムを構築。これにより、原料計算、原価計算、設計、生産管理の各工程が効率化され、機械の稼働のエネルギー効率も向上。

×

RYOTAMURAKAMI

- ・ニットを得意とし、芸能人への衣装提供等でも注目を集める新進ブランド。
- ・サトーの技術力を活かした複雑な編地のドッキング、ギミックのあるデザインのトップスの開発を提案。

開発商品：ニットトップス、ボトムス



2) 株式会社エイガールズ（ニットを中心とするテキスタイルの製造）

- ・本社オフィス内の全照明をLED化。
- ・グループ会社を含む全社の工場において、編み機をよりエネルギー効率の良い新型機に毎年・複数台ずつ交換し、工場全体での省エネ化を推進している。

×

PERMINUTE

- ・素材とドレーピングにこだわったものづくりで注目を集める新進ブランド。
- ・エイガールズの得意とするジャージー素材の持ち味を活かすドレーピングを使ったデザインのアイテム開発を提案。

開発商品：ニット/ジャージートップス、ワンピース



(3) マッチングにより開発された製品のプレゼンテーション

ファッション・ウィーク東京におけるショーの実施



日時：2018年3月21日（水）
15:00～ RYOTAMURAKAMI
/ 18:00～ PERMINUTE
会場：渋谷ヒカリエ ヒカリエ
Hall B

ファッション・ウィーク東京（2018年3月19日～24日開催）において、RYOTAMURAKAMI、PERMINUTEの両ブランドが、マッチングによって開発した製品を含む2018秋冬コレクションを発表するショーを行なった。

ショー会場の外では、SAVE THE ENERGY PROJECTについてのパネルと動画による展示を実施した。両ブランドのマッチング先であるサトー、エイガールズ両社の工場における省エネ取組、また、ロゴマーク運用コミッティ参画社であるSHIPS、TOKYO BASEにおける省エネ取組について取材・編集した動画を放映した。さらに、会場内外に「製造事業者における省エネ取組と、デザイナーおよびマッチングにプロデュース協力した writtenafterwards の山縣良和氏からのプロジェクトに向けたコメント」を記載したリーフレットを設置した。

注目の新進ブランドのショーで発表された製品の制作背景に「省エネ取組を行なう、日本の優れた製造事業者」の存在があることがクリエイティブに表現されたことから、ファッション業界の関係者からも一般の消費者からも注目を集めた。「ファッション業界における省エネ取組について理解が深まった」、「若手デザイナーが関わったことで、普段意識することのない工場での省エネ取組にも興味を持つことができた」などの声が聞かれた。

(4) マッチングにより開発された製品に焦点を当てた店頭イベント
SAVE THE ENERGY PROJECT POP UP SHOP



会期：2018年3月21日（水）～30日（金）

場所：吾亦紅（東京都渋谷区神南 1-18-2 神南坂フレーム 1F）

ファッション・ウィーク東京期間中、セレクトショップ/ギャラリー「吾亦紅」にポップアップショップを設置し、(2)で開発したコラボレーションアイテムを販売した。ショーの会場と同様にリーフレットや動画も展示し、製品開発の背景にある省エネ取組について訴求した。

売り場では、プロジェクトや商品の説明に熱心に見入る消費者の姿が見られ、事業コンセプトへの共感が得られていると感じられた。

(5) 他団体が主催するセミナー等と連携した情報発信

① 「ペチャクチャナイト」でのプレゼンテーション



2017年10月のファッション・ウィーク東京の時期に連動し、デザインとアートのフェスティバルとして開催された「DESIGNART」が主催したプレゼンテーションイベント「PechaKucha Night」において、本プロジェクトの考え方やこれまでの活動について紹介するプレゼンテーションを実施した。(2017年10月16日)

② 「こののがっこう」ミニ・シンポジウムへの参画



本事業におけるマッチングのプロデュース協力者である山縣良和氏が主宰するファッション教育機関「こののがっこう」において、在校生・卒業生らを招いて「SAVE THE ENERGY」をテーマにしたミニ・シンポジウムが開催された。山縣氏とマッチングに参画した両デザイナーに加え、日本ファッション・ウィーク推進機構国際ディレクターである信田阿芸子が登壇した。(2018年3月25日)

3. 2018年度以降の取り組みについて

◎2018年度の注力ポイント

- ① 企業の省エネ活動を消費者に伝えていく公式ロゴマークの認知・運用拡大を中心としたプロジェクト・プラットフォームの構築を行なう。
- ② 様々な産地の製造事業者とデザイナーや小売のマッチングを継続して行い、製造事業者における省エネ取組のPRを通じて、省エネの視点からの産地のブランディングを行う。

◎プログラム（案）

案1) ロゴマークの付与拡大

今年度に検討・策定したロゴマークの運用プロセスを実践する「運営事務局」を設置してロゴマークの審査・認定を行い、事業者に対するロゴマークの付与拡大を目指す。認定企業情報を本事業のWEBサイトやファッション・ウィーク東京内のイベント等で掲載・発表し、業界内および消費者における認知拡大を目指す。

案2) 製造事業者とデザイナー/小売のマッチングによる商品開発

セレクトショップ等の小売の参画協力のもと、省エネ活動に取り組んでいる様々な産地の製造事業者とデザイナーをマッチングさせ、商品開発を推進する。2017年度の成果をふまえ、商品の背景にある「省エネ取組」についての情報発信を小売サイドからも実施することによって、より多くの消費者に省エネを訴求することを目指す。

案3) ファッション・ウィークと連動した小売店頭でのイベント等

2) の商品開発と連動し、ファッション・ウィーク東京の会期中に小売の店頭で SAVE THE ENERGY をテーマとした販売イベントを実施する。昨今、消費者において、ファッション製品についても「メイドインジャパン」への関心が高まっている機会を捉え、製造事業者の素材の特長や省エネ取組についての店頭やWEBサイト等での情報発信に注力する。

一連の活動を通じてファッションに関わる事業者、デザイナー、小売に効果的に省エネのメッセージを伝え、省エネ活動への賛同者を増やすことを目指す。

以上