



「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29年3月31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。

2016年度は、2016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) 事業者とデザイナーのマッチング、(2) プロジェクトロゴの作成、(3) 省エネ力製品のプレゼンテーションを行なった。さらに、(4) 小売と連携した店頭イベントの実施、(5) ファッション業界の他団体が主催する省エネ関連セミナー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、様々な産地の事業者とファッションデザイナーをマッチングし、コラボレーションアイテムを販売するところまで実施することで、本プロジェクトが目指す「省エネ力」の高い商品を消費者に対して促すモデルケースを実現できた。全ての活動において、一貫して、これまでにない切り口での発信を行い、事業者、デザイナー、小売、メディアなどがそれぞれの知識と強みを活かして「カッコ良く省エネ力を上げる」ことに注力した結果、ファッションに関わる人や企業から共感を得ることができたといえる。特に、公式ロゴマーク発表イベント、店頭でのイベントを通じて、本プロジェクトのコンセプトや目指すべき方向性が表示できたことにより、来年度以降、プロジェクトを本格始動させるステップへと繋げることができた。

今年度の成果を踏まえて、2017年度以降は、省エネ活動が見える形で消費者に伝えていく公式マークの認知拡大、ひいては、中長期的に省エネ消費の需要を掘り起こすべく、プロジェクト・プラットフォームの構築を行ないたい。

## 2. 2016年度の実施内容

### (1) 先進的な省エネ活動を行う分野の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3社と日本最高水準のファッションデザイナー3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新商品のデザイン提案及び省エネ製品の改良案の提案を行なった。事業者は、コジェネレーションはじめ、それぞれ積極的に省エネの取組を行っており、「海外の顧客は省エネの取組を行っていないと取引にならないほど、当たり前のことと認識されている。日本のファッション業界もその点でもっと意識を高めるべき」といった議論がなされた。

#### 1) 株式会社浜田兄弟和紙製作所

×

サスクワッチファブリックス

開発商品：ポケットTシャツ



#### 2) 中伝毛織株式会社

×

ブラックミーンズ

開発商品：ウール法被



#### 3) 小松精練株式会社

×

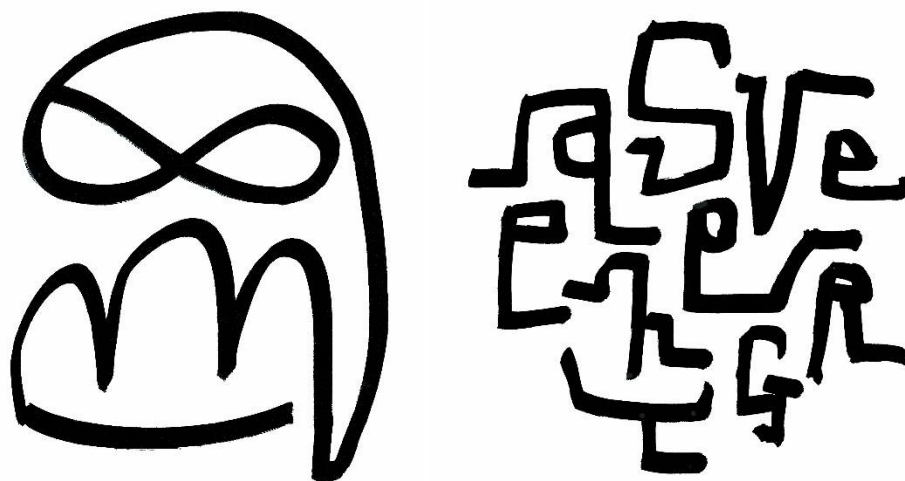
エドロバートジャドソン

開発商品：サスペンショントートバッグ



## (2) 省エネ力のある企業の活動を伝える公式マーク開発

本プロジェクトのコンセプトを象徴するロゴマークと、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ロゴマークの2種を公式マークとして開発した。ロゴのデザインを手掛けたのは松林誠氏（版画家）。



左：SAVE THE ENERGY そのことによって自然のご褒美が帰ってくるイメージ。ロゴマークの形に込めたのは、手と発芽。芽がでる限り、自然は永遠に続いていくそこに広がる山と雲。他にもいろんな形で読み取ることができる。

右：SAVE THE ENERGY PROJECT に賛同していただいたファッションに関わる人や企業、職人からデザイナーまで、ジャンルや制限を設けず、省エネルギーを実践している人たちが作り出すプロダクトに使ってもらおう“セーブエネルギーの声”。

### ●松林誠 版画家

1962年生まれ、高知県出身。力強く、わかりやすく、プリミティブなタッチの作風で知られ、版画やイラスト、本の装丁から漆塗りのデザインまでその活動は多岐にわたる。

### (3) 省エネ力製品のプレゼンテーション

#### ①SAVE THE ENERGY PROJECT “Re:神社”



日時：2016年10月17日（月）13：00～20：00、18日（火）11：00～20：00

会場：渋谷ヒカリエ 8階 COURT

企画ディレクション：高橋 直子

展示ディレクション：柿本ケンサク

企画運営：伊藤忠ファッションシステム株式会社

ファッション・ウィーク東京（2016年10月17日～23日開催）期間中、展示空間の制作過程から省エネの視点で再考したインスタレーション「Re:神社」を実施。エネルギー削減を考慮した100%リサイクルのダンボールを材料に使用した演出・設計を行った。同時に、省エネの必要性を訴える映像放映を行なった。

これまでにないアプローチであることから、従来の「省エネ」のイメージを超えて、鑑賞者がそれぞれ「省エネ」について考えを巡らすことができる結果となった。

## ②SAVE THE ENERGY PROJECT LOGO MARK ANNOUNCEMENT



日時：3月24日（金）20:30 開演

場所：渋谷ヒカリエヒカリエホール B

内容：公式マーク発表、落語家立川志らくによる落語披露、小浪次郎撮影「SAVE THE ENERGY」小冊子の配布

企画ディレクション：高橋直子

企画運営：伊藤忠ファッションシステム株式会社

演出・制作：bon 株式会社保科路夫

ファッション・ウィーク東京期間中（2017年3月20日～25日開催）に公式ロゴマークの発表イベントを実施。座布団一枚あれば舞台が成り立つ、という究極の省エネ活動である落語をプログラムに入れたことで、当プロジェクトのコンセプトを他にはない切り口、かつユーモアセンスを併せ持った形で発信することができた。ファッションウィークのコンテンツとしても、落語が取り入れられたことは過去になかったことから、イベント前から期待感を醸成することができた。参加者からは「省エネという切り口で考える視野が広がった」「今後の活動に期待」など好評を得た。

#### (4) 省エネ力製品に焦点を当てた店頭イベント SAVE THE ENERGY PROJECT POP UP SHOP



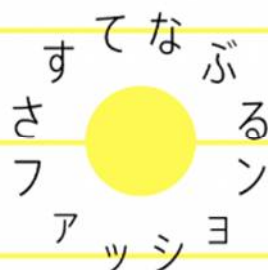
会期：3月18日（土）～26日（日） 場所：BEAMS JAPAN 3階（新宿区新宿 3-32-6）

ファッション・ウィーク東京期間中、ビームス ジャパン 3階にポップアップショップを設置し、省エネを消費者に訴求するイベントを店頭にて行なった。(1)で開発したコラボレーションアイテムを展開。週末となる3月18日・19日、25日・26日は、「SAVE THE ENERGY PROJECT」のロゴマークをシルクスクリーンでTシャツやトートバッグにプリントするワークショップ（無料）を実施。写真家の小浪次郎を起用した「SAVE THE ENERGY」の小冊子（ZINE）を数量限定で配布した。

事業者とファッションデザイナーのマッチングを売り場を巻き込む形で設計したことで、より消費者への発信を意識した商品開発に繋げることができた。さらに、「SAVE THE ENERGY」の考えをもとにビームス ジャパンが選定した省エネ力の高い商品を揃えて省エネ力のある商品として見せたことで、当プロジェクトが目指す方向性をわかりやすく表示できた。ビームスジャパンの売り場では、プロジェクトや商品の説明を語るスタッフの話を熱心に聞く消費者の姿が見られ、共感を得ていると感じられた。来年度以降も、消費者との接点である売り場を巻き込んだプログラムを強化していくことが求められると考える。

#### (5) 省エネ関連セミナーと連携した情報発信

ファッションを体系化して考えるをコンセプトに活動する FASHION STUDIES(<http://fashionstudies.org>)が新たに立ち上げた「さすてなぶるファッション」と題した会の初回2回の中で、本プロジェクトの考え方や活動を紹介するとともに、三牧純一郎氏（資源エネルギー庁省エネルギー課課長補佐）と信田阿芸子氏（一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構（JFWO）国際ディレクター）が登壇者として参加した。



さすてなぶるファッション 001 : 2016年10月15日(土)19時30分開催

「サステナブル」はファッションに何を与えるか パート1

書籍「循環するファッション」「ファッション商品の変革」から考える。

田中里尚（文化学園大学准教授／文芸批評家） 岡田有加（エシカルブランド INHEELS 代表・ディレクター） 谷崎テトラ（京都造形芸術大学客員教授／放送作家）

さすてなぶるファッション 002 : 2017年2月22日（水）19時

「サステナブル」はファッションに何を与えるか パート2

1部 田中里尚（文化学園大学准教授／文芸批評家） 三牧純一郎（資源エネルギー庁省エネルギー課課長補佐）

2部 信田阿芸子（日本ファッション・ウィーク推進機構国際ディレクター） 亀石太夏匡（株式会社リバープロジェクト代表取締役）



### 3. 2017年度以降の取り組みについて

#### ◎2017年度の注力ポイント

- ① 様々な産地の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、省エネ力の高い製品の開発を行うとともに、省エネの視点からの産地のブランディングを行う。
- ② 小売が先導者となり消費者に「省エネ力」の高い製品の選択を促すことで、消費行動を喚起し、ひいては事業者の意識向上につなげる。
- ③ **SAVE THE ENERGY PROJECT**をプラットフォームとして、省エネ活動から生まれた製品やサービスが付加価値となる仕組みづくりを行う。

#### ◎プログラム（案）

##### 1) 事業者とデザイナーのマッチング&開発

国内でのものづくりに特化しているブランドと省エネ活動に取り組んでいる様々な産地の事業者をマッチングさせ、省エネ力の高い製品開発を推進する。特に、2016年度の成果と課題をレビューし、消費者が手に取りやすいアイテムや価格帯を踏まえた上でコラボレーションアイテムを設定することで、より多くの消費者に省エネを訴求することを目指す。

##### 2) 省エネ力の高い製品のプレゼンテーション

ファッション・ウィークで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。特に、消費者との接点となる小売と連携して省エネ力の高い製品の価値付けを行う（CSR担当・バイヤー担当を審査員に**SAVE THE ENERGY**アイテムを選定してもらい、発表を行うなど）とともに、同時期に複数店舗の店頭で**SAVE THE ENERGY**イベントを実施して省エネ力の高い製品を推進する。また、省エネに取り組む若手のデザイナーが行うプレゼンテーション支援を行う。

##### 3) 公式マークの運用・推進

本プロジェクトのコンセプトを象徴する公式マークの運用・推進を行う事務局を発足させ、認知向上を行うことで省エネの取り組みが付加価値となって世に出ていく仕組みを作る。2018年度からの本格運用を目指し、2017年度は主となるプログラムの設計、体制づくりに注力する。