



サステナビリティリサーチ

グローバル調査の結果



詳しくはお近くの国際綿花協議会(CCI)地域代表にお尋ね下さい。地域別代表者リストはこちら

サステナビリティリサーチ:グローバル調査結果

気候変動に対する世界的な注目から、より多くの消費者がそれを認識し、オーガニックやサステナビリティに配慮した食べ物、住宅への再生可能エネルギー活用、燃料効率の高い交通移動を求めるようになってきました。果たして消費者は身に着ける衣服についても同様に、サステナビリティに配慮して作られた製品を求めているのでしょうか？そして、それがどのように購買決定に影響を与えているのでしょうか？アパレルブランドや小売が複雑なサプライチェーンをもつマーケットにおいてサステナビリティという観点を導入し始めているなかで、これらの問いは重要となります。消費者は食料品店に行けばオーガニックのリンゴを、カーディーラーに行けばハイブリッドカーを簡単に見つけることができます。しかし、購入する服がサステナブルな資源から作られているということはどうすれば知ることができるのでしょうか？あるいは、もっと大事なことに、消費者はそれを意識しているのでしょうか？

世界環境開発会議 (WCED) 議長、Gro Harlem Brundtland 氏は、サステナビリティを「次世代の人々のニーズを満たすことを犠牲にせず、今日のニーズを満たす能力」と定義しています。サステナビリティのムーブメントにおいて、世界中のブランドや小売が消費者に対して自社の製品の原材料に関する情報をより詳しく提供することで果たすべき役割は高まっています。しかし、ブランドと小売の情報は精通した人を対象としていますが、重要なのはサステナビリティに関して消費者が考えていることは何なのか、消費者の購買決定におけるサステナビリティの重要性、そして消費者が求めるサステナビリティの取り組みのタイプを理解することです。

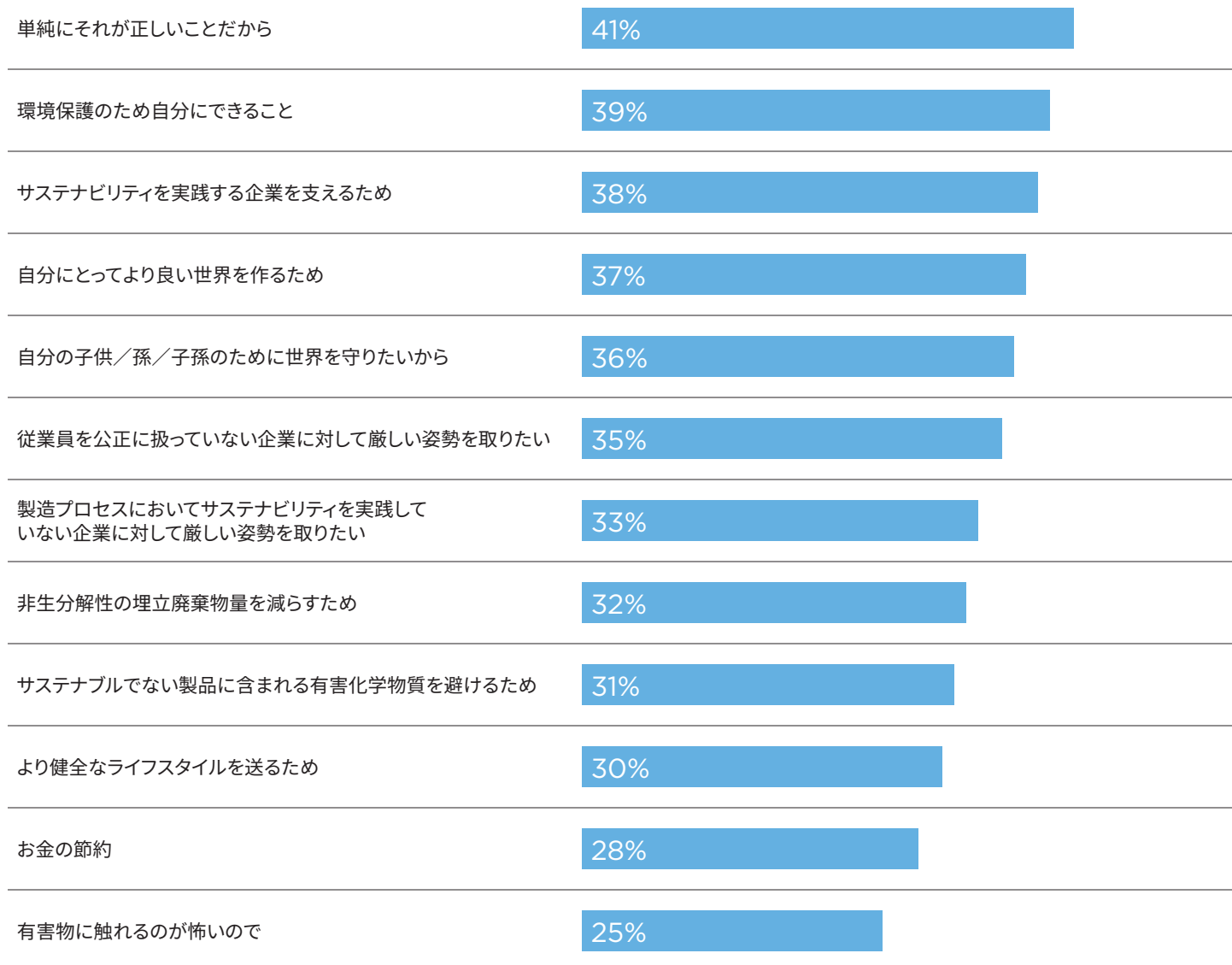
サステナビリティリサーチ:グローバル調査結果

2017年5月、Harris Insights & Analyticsが消費者にとってのサステナビリティの重要性とその購買決定への影響をよりよく理解するための消費者調査を実施しました。米国、英国、インド、ドイツ、イタリア、メキシコ、中国で合計7,365人（各国1,000人以上）へのインタビューを行った結果、世界の消費者の86%はサステナビリティを意識していることが分かりました。57%がここ数年でサステナビリティのことをより気にかけるようになったと答えており、意識の高まりが見られます。

消費者がサステナビリティに関して最も気にかけているのは「食べ物」「電化製品」「車」で、「衣類」の購買時にサステナビリティを気にしていると答えたのは61%でした。また3分の2は「環境にやさしい」という表示のある衣類を見つけるために多くの労力を費やすと答えています。サステナビリティについて気にする理由としては、「正しい取り組みをしている企業を支えたい」(38%)、「従業員を公正に扱っていない企業に対して厳しい姿勢を取りたい」(35%)、「製造プロセスにおいてサステナビリティを実践していない企業に対して厳しい姿勢を取りたい」(33%)などが挙げられます。この結果から、ブランドと小売にとってサステナビリティの強いイメージを確立・維持することは不可欠であるといえます。

サステナビリティリサーチ:グローバル調査結果

グローバル —なぜサステナビリティが衣類の購買に影響を与えるのか

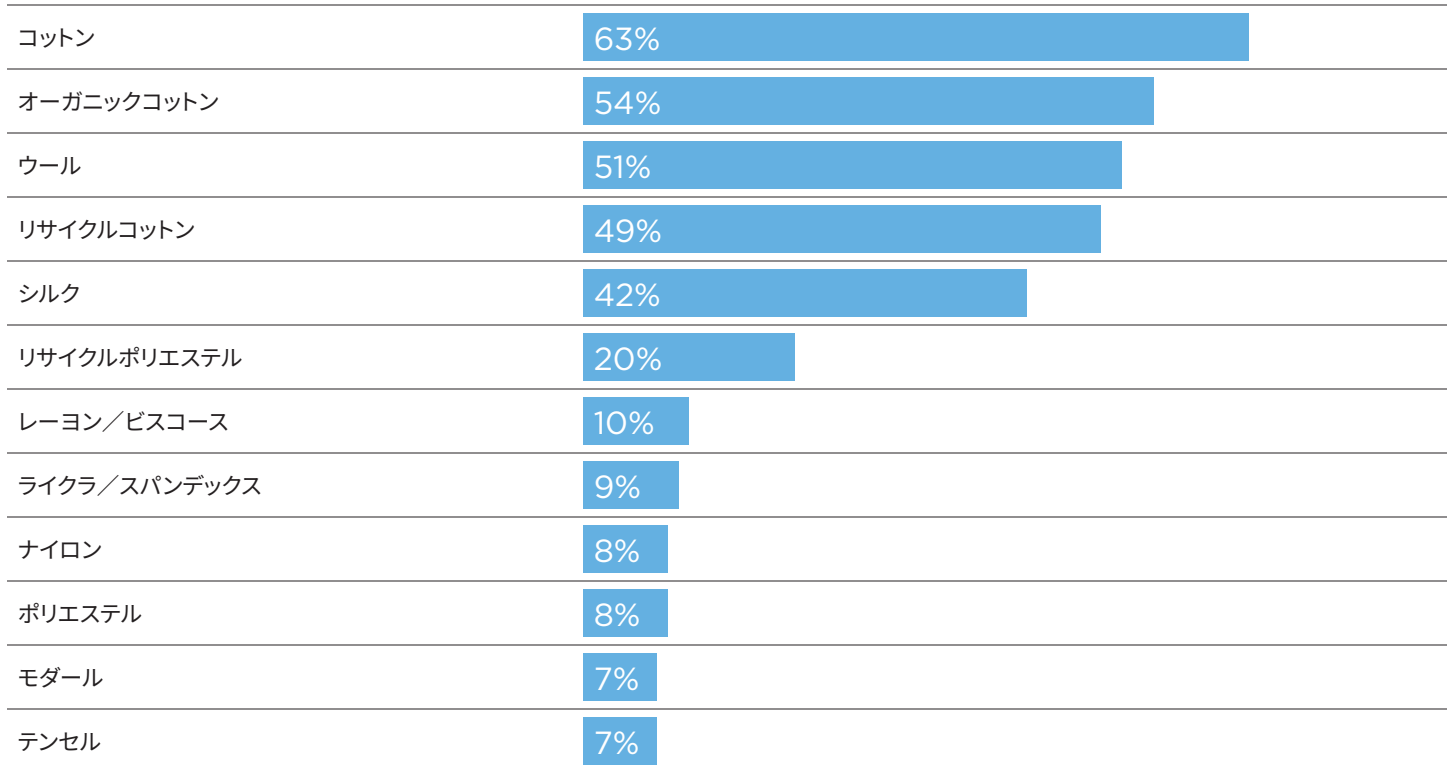


サステナビリティリサーチ:グローバル調査結果

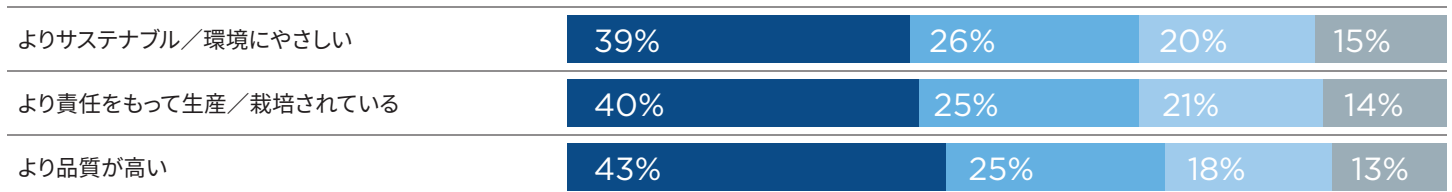
サステナビリティの観点でグローバルブランドや小売と消費者をつなぐ一つの方法として、コットンの使用が考えられます。ウール、シルク、ポリエステル、レーヨン、スパンデックスなどといった他の繊維素材よりも、100%コットンは消費者にとってサステナビリティを連想させるものとして定着しています。非常に情報通の消費者は最大の懸念として合成繊維を挙げています。合成繊維から出るマイクロファイバーの廃棄物が海の汚染に関係していることが理由です。しかし消費者の83%は、コットンは環境に対して安全であると信じています。産地別で見るとアメリカ綿が最も環境に安全と考えられており(69%)、以下オーストラリア(65%)、インド(64%)、BCI(61%)、アフリカ(60%)、中国(56%)、ウズベキスタン(53%)の順となっています。アメリカ綿は世界的に見て他の産地の綿花よりも「サステナブル」(39%)、「責任をもって生産されている」(40%)、「品質が高い」(43%)と認識されています。

サステナビリティリサーチ:グローバル調査結果

グローバル – サステナブルに作られていると認識されている繊維



“米国で栽培されたコットンを他の産地のものと比べて____である。”



非常にそう思う/ややそう思う

どちらとも思わない

よく分からない

あまりそう思わない/全くそう思わない



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

まとめ

総じて消費者にとってサステナビリティの重要性は引き続き高まる傾向にあります。グローバルブランドや小売にとっては、自社をサステナビリティや労働慣行に配慮する企業であるという点を際立たせることが重要です。では、どのように対応すればよいのでしょうか？この調査によれば、その一つの答えとしてコットンをもっと活用することが考えられます。他の繊維と比べサステナブルなイメージをもたれているからです。特にアメリカ綿は他の産地の綿花より肯定的に受けとめられてられています。

詳しくはお近くの国際綿花協議会(CCI)地域代表にお尋ね下さい。地域別代表者リストはこちら

CCIは雇用機会均等雇用主です