

CONDÉ NAST

JAPAN

報道関係各位

2020年5月20日
コンデナスト・ジャパン

コンデナストが「サステナブル・ファッション・グロッサリー（用語集）」をリリース

気候変動といった地球規模の問題にファッション業界として対応し、
“サステナブルなファッションのあり方”を理解していくためのグローバルリソースを、
コンデナストとロンドン芸術大学 (UAL) サステナブル・ファッション・センター (CSF) が共同開発

ロンドン/ニューヨーク - 2020年5月20日 - コンデナストは、気候変動といった地球規模の問題にファッション業界として対応し、“サステナブルなファッションのあり方”を理解していくためのグローバルリソースである、「サステナブル・ファッション・グロッサリー（用語集）」をリリースしたことを発表しました。コンデナストは、世界で様々な変化（チェンジ）が起きる中、オーディエンスやステークホルダーに対する信頼できるヴォイスとなることにコミットしています。このグロッサリーは、地球環境が変化中、サステナビリティについての新たなトピックスや用語についてガイダンスを提供し、サステナビリティに関するリテラシーの向上を目的にリリースされました。

「サステナブル・ファッション・グロッサリー」は、ロンドン芸術大学 (UAL) のサステナブル・ファッション・センター (CSF) と共同で開発されました。開発プロセスでは、『Vogue』の編集長の意見が取り入れられ、さらに世界中の研究者もレビューをしています。世界をリードする研究や教育現場の知を結集させたことによるアカデミックな厳密さと、コンデナストにしかない、ファッションに対する比類のない視点を掛け合わせた成果がこのグロッサリーに集結しています。

コンデナストの「サステナブル・ファッション・グロッサリー（用語集）」は、

- ファッションにおけるサステナビリティに関連する用語が、カテゴリごと（文化、素材、生産、購買習慣、ケーススタディーなど）に分類された、使いやすいガイドです。
- デジタルリソースとしてパブリックに公開されています：condenast.com
- 250以上の用語が解説されており、参考文献も記載されています。
- 4つの主要テーマが記載されています。（「ファッションの環境への影響」「ファッションの社会的・文化的・経済的影響」「ファッションとサステナビリティ」「必ず知るべきことについての10のサブテーマ」）
- 気候非常事態、ファッション、社会の変化について、日々進化する要素を反映するために、定期的に更新されていきます。

「世界的な気候危機への意識自体を高めていくことはもちろん、気候変動に関する議論をさらに前進させ、具体的に問題を解決していくことも非常に重要です。ファッションをより持続可能にするための議論において、私たちの業界は、共通の言語と、誰もが参照でき、科学的な知見を元に整備された一連の事象に対する定義を必要としています。アカデミック・パートナーの支援を得て、今回リリースしたグロッサリーを今後もアップデートして参ります」

コンデナスト・グローバル・COO 兼コンデナスト・インターナショナル・プレジデントのウルフギャング・ブラウ氏は、以上のように述べています。

グロッサリーは、サステナブルなファッションをコンテンツとして取り上げていく際のガイドラインや、編集者・ライターのための教育のためのコンテンツが必要であるという『Vogue』の編集長の認識から開発が始まりました。『Vogue』『GQ』『Wired』『Vanity Fair』を含むコンデナストのメディアブランドは、気候変動の問題を

知らせ、その状況でどのようにサステナブルな生活を送ることができるのかということについてオーディエンスをインスパイアすることにも重点を置いています。

グロッサリーは、コンデナストが今後もサステナビリティについてのトピックスを発信する際の信頼性を高めると同時に、世界中の編集チームとオーディエンスがサステナビリティに関する理解を深めることをサポートするものとなっています。

「どのような状況で立ち上がるかは、おのずと何に向かって立ち上がるかを表します。私たちが表現しようとしてきたこと、それと共に、私たちのあり方が正しいのか考えるべき時が来ました。私たちは、最も貴重で重要なアセットである地球と、世界でも最高のデザイナーたちとの親密なつながりを通して、新しい美しさ、スタイル、そして時代を創ることができるはずで、世界をリードする『Vogue』の編集長と協働し、ファッションと自然環境の相互関係を理解する手段として、信頼できる“基準”となるようなグロッサリーを開発することができました」

サステナブル・ファッション・デザインの教授であり、サステナブル・ファッション・センターのディレクターであるディリス・ウィリアムズ氏は以上のように述べています。

画像ダウンロードはこちら：[Link](#)。

報道関係の方々への補足情報：

『Vogue』および『GQ』のオーディエンスリサーチ

世界の『Vogue』オーディエンスの4人中3人がファッションの環境への影響は自分にとって重要であると報告しています。3人のうち2人は、この1年でサステナビリティがさらに重要になったと考えています。回答者の89%は、ブランドが環境への影響を最小限に抑えるために何をしているのかをもっと知りたいと考えており、87%は、製品に使用されている材料の出所を知りたいと考えています。

世界の『GQ』オーディエンスの5人中3人がサステナブルファッションを重要であると評価しています。2人に1人は、この1年でサステナビリティがさらに重要になったと考えています。

出典：CNオーディエンスリサーチ2020年5月、「Vogueオーディエンス&サステナブルファッション2020」。

出典：CNオーディエンスリサーチ2019年10月、「GQオーディエンス&サステナブルファッション」。

コンデナストについて：

コンデナストは、Vogue、The New Yorker、GQ、Glamour、AD、Vanity Fair、Wiredなどの象徴的なブランドを擁したグローバルメディア企業です。同社の受賞歴を誇るコンテンツは、印刷物で8,400万人、デジタルで3億8,500万人、ソーシャルプラットフォームで3億9,000万人の消費者に届けられ、毎月10億回以上の動画視聴を得ています。同社はニューヨークとロンドンに本社を置き、世界中の現地ライセンスパートナーとの提携のもとに、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、メキシコ、ラテンアメリカ、ロシア、スペイン、台湾、英国、米国を含む世界31の市場で事業を展開しています。2011年に発足したCondé Nast Entertainmentは、映画、テレビ、ソーシャルビデオ、デジタルビデオ、バーチャルリアリティにわたるプログラミングを作成する、数々の賞を受賞した制作および配信スタジオです。

[CondeNast.com](https://www.condenast.com)をぜひご覧いただき、Twitterで [@CondeNast](https://twitter.com/CondeNast) をフォローしてください。

またコンデナスト・ジャパンの情報については、<https://condenast.jp/> および

[linkedin.com/company/condenastjapan/](https://www.linkedin.com/company/condenastjapan/) をご覧ください。

『Vogue Japan』が展開する「[Vogue Change](#)」での本リリースのテーマを取り上げた記事もご覧ください。

ロンドン芸術大学 (UAL)、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッション (London College of Fashion) のサステナブル・ファッション・センター (CSF) について：

サステナブル・ファッション・センター (CSF) は、ロンドン芸術大学の研究、教育、知識交換センターです。

ロンドン・カレッジ・オブ・ファッション (London College of Fashion) に拠点を置くこのセンターは、ファ

ファッションの現状を挑発、挑戦し、疑問を投げかけ、生態学的な状況を認識し、公平性を尊重するシステムに貢献しています。CSF は、研究、業界の実践、教育モデルの分野で、サステナブルなファッションデザインに影響を与えています。ファッションに関する生態学的、社会的、経済的、文化的な課題を調査し、相互参照することにより、変革的なデザイン手法に取り組んでいます。同センターは、多角的で体系的なアプローチを採用し、世界中の大学、企業、その他の組織のネットワーク全体を通して協力しています。

メディア連絡先：

ゾーイ・ガーランド（ロンドン） zoe.garland@condenast.com

ジョー・リボナーティ（ニューヨーク） joe_libonati@condenast.com

コンデナスト・ジャパン窓口：mrk@condenast.jp