

VOGUE JAPAN

報道関係各位
プレスリリース

2020年7月27日
コンデナスト・ジャパン

ファッションを、もっとサステナブルに！ 『VOGUE JAPAN』がマリエ、伊勢谷友介なども名を連ねる 環境省への提案書に署名

<https://www.vogue.co.jp/vogue-change>



左から、小泉進次郎環境大臣、鎌田安里紗、マリエ、渡辺三津子、生駒芳子。Photo: 環境省提供

2020年7月13日、日本のファッション業界がもたらす環境負荷改善を求める「サステナブルなファッションの促進に向けた提案」に『VOGUE JAPAN』が署名し、他の賛同者とともに小泉進次郎環境大臣に提出した。

この提案書は、2013年にバングラデシュで起きたラナ・プラザ崩壊事故を受けてイギリスで立ち上がった、ファッション業界の持続可能性向上を訴えるグローバル団体、FASHION REVOLUTION 日本支部の主導のもと、ファッションジャーナリストで日本の伝統工芸を広めプロデュース活動にも尽力する生駒芳子のサポートを得て作成された。賛同者には、環境省のアンバサダーを務めるタレントで活動家のマリエ、俳優で REBIRTH PROJECT の伊勢谷友介、そして『VOGUE JAPAN』編集長の渡辺三津子が名を連ねて

VOGUE JAPAN

いる。

「世界第2位の環境汚染産業」ともいわれるファッション業界では、近年、その原因であるとされている複雑極まりないサプライチェーンの透明化を図る動きが急速に広がっている。2018年には、2030年までに温室効果ガスの排出を30%削減し、2050年までに実質ゼロ排出を目指す「ファッション業界気候行動憲章」が結ばれ、バーバリーやステラ マッカートニー、ファーストリテイリングなど100を超えるファッション企業に並んで、『VOGUE』を発行するコンデナストも署名した。

こうした世界の取り組みを参考に、日本でもファッション業界が手を携え、持続可能性向上のための具体策を講じようと政府に働きかけるのが、今回の「サステナブルなファッションの促進に向けた提案」だ。ここではその第一歩として、専門家や業界の主要プレイヤーからなるワーキンググループを設置することや、生産過程での水使用量やCO2排出量、プラスチック使用量、そして男女の賃金格差など、業界の環境インパクトや労働環境を把握する上で指針となる共通の開示項目を決定すること、そして、これら開示項目を把握するためのガイドライン策定を目指している。

提案の場で、渡辺三津子『VOGUE JAPAN』編集長は小泉大臣にこう訴えた。

「ファッションには人々の心を揺さぶる力がある。人生を楽しむためのファッションが、人々や自然環境を傷つける原因となっては意味がない。今後は創造性だけでなく持続可能性の面でも、世界に誇れる日本のファッション業界を築いていく必要がある」

これに対して小泉大臣は、「私たちは、この状況を変えていく必要があります。その意味で、人々の感情に働きかけることのできるファッションの力に、皆さん同様、私も大きく期待しています」と回答。日本のファッション業界が連帯して改善に取り組める仕組みづくりに協力する姿勢を明らかにした。

関連記事はこちら

<https://www.vogue.co.jp/change/article/proposal-to-improve-transparency-in-japans-fashion-supplychain>

【VOGUE CHANGE】

世界で最も影響力のある女性ファッション誌『VOGUE』の日本版『VOGUE JAPAN』ウェブサイトでは、新セクション「VOGUE CHANGE（ヴォーグ チェンジ）」にて、ダイバーシティ&インクルージョン、サステナビリティ、ワーク&ライフの3カテゴリーを主軸に多彩な専門家やゲストを迎えて、インサイトに満ちたオリジナルコンテンツを発信しています。

「VOGUE CHANGE」：<https://www.vogue.co.jp/vogue-change>

「VOGUE CHANGE」公式 Twitter：<https://twitter.com/VogueChange>

「VOGUE CHANGE」メールマガジンの登録は[こちら](#)から。

VOGUE JAPAN

【VOGUE JAPAN】

1892年に米国で創刊し、現在26のエディションで発行される、世界で最も影響力のあるファッション誌『VOGUE』の日本版として、1999年7月に創刊。世界のトップフォトグラファーとのコラボレーションによる美しいヴィジュアルが誌面を飾り、最新のファッションとビューティーの情報から文化・社会的なトレンドまで、洗練された“ヴォーグの世界”を展開。2020年にはダイバーシティ&インクルージョン、サステナビリティ、ワーク&ライフに主軸をおいた「VOGUE CHANGE」もスタート。ウェブサイト、SNSを中心にインサイトに満ちたオリジナルコンテンツを発信している。

【Condé Nast】

Condé Nast（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。

インターネットへ掲載の場合、次のURLを掲載の上、リンクしてください。 <https://www.vogue.co.jp/>

【本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先】

『VOGUE JAPAN』 PR mrk@condenast.jp

公式サイト: <https://www.vogue.co.jp/> Facebook: VOGUEJAPAN / Twitter: voguejp / Instagram: voguejapan / TikTok: voguejp