

LifeWear: A New Industry



LifeWear「服」の新たな産業を目指して

2021年12月、ファーストリテイリング（FR）は「LifeWear」のコンセプトを改めて問い直し、「服」の新たな産業を目指すというビジョンを掲げ、実行プランを約束しました。

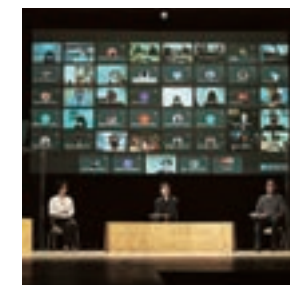


「サステナビリティ」と「ビジネスの成長」を両立するモデルへ

上の図は、FRの目指す新たな事業モデルです。左の円が表現しているのは、つくり・運び・販売するプロセスにおいて、環境と人権に配慮し、お客様に安心してお買い物をしていただけるサプライチェーンを構築すること。右の円は、販売後の服のあり方に責任を持つことで、長く安心してLifeWearを活かし続けられる世界を描いたものです。FRの事業は、安定した社会があってこそ成り立ちます。だからこそ、LifeWearを手にするごとに、世界全体が豊かになるような事業を目指します。



発表会は「みんなが同じ目線で考えられる場」というコンセプトで実施。取締役 グループ上席執行役員の柳井康治より「衣食住の“衣”において、持続可能な社会に貢献する新しい産業革命を起こしたい」というビジョンが語られました。



ビジョンを実現していくプロセスを目に見える形にして示す

FRでは、環境負荷低減に向け、2030年度までの温室効果ガス削減目標を策定し、パリ協定の目標に準じた、科学的根拠のあるものとして「SBT (Science-Based Targets)」認定を取得。また、人権侵害のリスクを把握し予防・軽減するため、自社だけでなくサプライチェーン全体で「人権デューデリジェンス」を実行しています。社会貢献活動では、国際基準「B4SI (Business for Societal Impact)」のフレームワークに基づき、FRのコミュニティ投資が社会に与えるインパクトの測定と開示に取り組んでいます。

LifeWearのこれまで、今、そしてこれから

LifeWearとは、あらゆる人の生活を、より豊かにするための服。美意識ある合理性を持ち、シンプルで上質、そして細部への工夫に満ちている。生活ニーズから考え抜かれ、進化し続ける普段着です。つくる側の姿勢を示す「MADE FOR ALL」に対し、服を着るお客様の視点に立ちながら、FRが提供する服とは何かを伝える言葉。つねに考え続けてきた理念を結実させたものが、LifeWearなのです。その理念に基づいた改革「有明プロジェクト」を2017年から推進するなかで、新たな事業モデルのヒントを得ました。目指すのは、お客様の声を起点に商品を開発し、必要なタイミングで必要な量だけつくり・運び・届け、販売後も服が捨てられることのない世界です。そんな未来を実現するための具体的な取り組みについて、以降のページで紹介していきます。

The Positive Power of LifeWear

LifeWearを生み出し、活かし続ける

FRは「無駄なものをつくらない、運ばない、売らない」仕組みを探求し、持続可能な社会への貢献と、ビジネスの成長を両立するために進化を続けます。サプライチェーン改革、さらに販売後の責任を考えた新たな取り組みを紹介します。

サプライチェーンを持続可能にする

90%↓ 20%↓



2030年度に向けGHG削減、2050年カーボンニュートラルへ

2030年度までに、自社運営施設でのエネルギー使用に由来する温室効果ガス（GHG）排出量を2019年度比で90%削減、サプライチェーンでもユニクロ・ジーユー商品の原材料・素材生産および縫製で、20%削減を目指します。店舗や主要オフィスの電力を100%再生可能エネルギーとし、取引先工場とも削減計画を策定するほか、原材料の50%をリサイクル素材などへ切り替えていきます。

すべての生産プロセスで人権に配慮する

原材料調達の最上流まで確認し、より高いレベルのトレーサビリティを確保する取り組みを進めます。2022年3月までに、FRグループで継続取引のある全縫製工場のリストを開示し、今後、紡績工場への第三者機関による「労働環境モニタリング」も導入していく計画です。また、FLA（公正労働協会）の支援のもとに、工場従業員とその家族が適切な生活を送れる水準の「生活賃金」の実現を目指すなど、人権を最重要課題の一つとして、継続的に取り組みを強化していきます。



ペットボトルからつくられたチップが糸になる



素材の一部にリサイクルポリエステルを使用

地球環境に対する活動はこちら



地球規模で価値を循環させる



服を回収する「RE.UNIQLO回収ボックス」



服のリペアを行う「Second Life Studio」（ドイツ）

服を捨てない社会を目指す

FRは、お客様の手に届いた後の服のあり方に対しても責任を持つべきだと考えます。“あらゆる人の生活を、より豊かにする”というLifeWearのコンセプトは、長く安心して服を着続け、最後は捨てずにリサイクルする循環型の社会を実現する礎でもあります。ユニクロでは2020年、使い終わったすべての商品を次に活かすことを目標に、2006年から続く「全商品リサイクル活動」を「RE.UNIQLO」へ刷新。服のリユースだけではなく、服から服へのリサイクルにも取り組み始めました。第一歩として、古いダウン商品を回収し、ダウンとフェザーの100%リサイクルを進めています。さらに、固形燃料（RPF：Refuse Paper and Plastic Fuel）や車の防音材など、服以外の資材へのリサイクルも実施。難民など服を必要とする人のニーズをもとに、15年間取り組んできたリユース服の寄贈活動も、より一層強化していきます。現在はユニクロ・ジーユーの全店舗で服を回収しており、今後はよりお客様がリサイクルに参加しやすい回収方法も増やせるよう検討していきます。

業界を超え服をより長く使えるイノベーションへ

長く服を愛用していただくためには、耐久性はもちろん、よりよい寄贈システムや新たな仕組みの構築が必要だと考えています。そのためにFRでは、外部パートナーとの協業を始めています。2021年8月には、ドイツのユニクロ1店舗でNGOと協業し服のリペアサービスを提供する「Second Life Studio」を試験的に開始。服の循環や新素材開発では、これまでヒートテックなど新たなイノベーションを共に生み出してきたパートナーである、東レ株式会社と研究開発を進める予定です。産業の枠を超え、今後は服に関する未来のサービスやテクノロジーと一緒に考え、協力していただけるパートナー企業の探索にも力を入れていきます。

Sustainability Starts with Society

すべての出発点は社会が安定していること

FRの事業は、安定した社会なしには成り立ちません。

社会貢献活動、多様性の尊重、お客様など幅広いステークホルダーとの協働はLifeWearに必要な不可欠なもののなです。FRはこれからも、社会の安定と持続的発展への寄与を目指します。

コミュニティを支え社会に貢献する

100

億円



服のチカラで世界を笑顔に

FRでは、ニーズを見極め、商品、従業員、店舗を通して社会的に弱い立場に置かれた方々への支援を実施してきました。2021年度は社会貢献活動費として32億円相当を投資し、年間の受益者数は約750万人に上ります。

10年間にわたって取り組んでいる「届けよう、服のチカラ」プロジェクト」は、日本全国の小・中・高校生と共に難民などの社会課題を考え、衣料支援の輪を広げ続けています。

バングラデシュの雇用を支えるソーシャルビジネス「グラミンユニクロ」は、同年8月末現在で16店舗を展開。商品の企画から生産、販売まで現地でやり、利益はすべてこの事業へ再投資することで新たな循環をつくっています。経済的自立が難しい女性従業員のキャリア支援や、取引先工場の従業員へ基礎教育の機会を提供するなど、課題解決にも力を入れています。

2025年度には、FR、ファーストリテイリング財団、柳井正財団、柳井正個人が協働し、単年度で100億円規模の社会貢献活動の実施を目指します。1,000万着の衣料寄贈、1,000万人への支援などを目標に、取り組みを拡大していきます。



「届けよう、服のチカラ」プロジェクト」は2021年度グッドデザイン賞、キャリア教育アワード 経済産業大臣賞を受賞(日本)



ソーシャルビジネス「グラミンユニクロ」(バングラデシュ)



社会貢献活動についてはこちら



多様性の尊重についてはこちら

あらゆる人の多様性を尊重する



あらゆる人のための服は、多様な価値観から生まれる

あらゆる人のための服は、多様な価値観の尊重から生まれます。FRは、「ジェンダー平等・女性活躍推進」「Global One Team」「障がい者インクルージョンの推進」「多様な性の理解促進」を重点領域とし、グローバルでダイバーシティ&インクルージョンの取り組みを推進。互いの文化や価値観を認め合う職場環境を目指し、執行役員とさまざまな国籍の社員が語り合うセッションなどを開催しています。また、2021年には、障がい者の活躍推進に取り組む国際イニシアチブ「The Valuable 500」に加盟し、障がい者雇用率4.6%の日本をはじめ、約1,500名のスタッフが世界で働いています。



世界のグループブランドで多様性を尊重する施策を展開

情報を発信したくさんの人を巻き込む



アンバサダーと共に、サステナビリティを広めていく

積極的に情報を発信し、サステナビリティに対する認知を広げることで、私たちだけでなく、すべての人のアクションにつながるきっかけをつくります。そして企業活動の情報開示により、透明性を確保することで、より安心して商品を購入していただけるブランドを目指します。こうした取り組みの一環として2021年3月には、地球の未来のためグリーンにチェンジした『ドラえもん』が、「ドラえもん サステナモード」としてユニクロ グローバルサステナビリティアンバサダーに就任。「服のチカラで、未来を変える。」というメッセージを、世の中に分かりやすく伝え、広めていく役割を担っていきます。



就任式に登場した「ドラえもん サステナモード」と俳優の綾瀬はるかさん ©Fujiko-Pro