

グローバルアパレル企業の環境問題への取組 —スウェーデン企業と日本企業の比較—

松本達也

キーワード：グローバルアパレル企業、H&M、Fast Retailing、環境問題への取組、取組の差異を生み出す要因

1. 研究の背景と目的

アパレル業界のサプライチェーンでは多く環境問題が存在している。例えば綿花栽培・染色段階において大量の水・化学薬品が使用され、家庭での洗濯・乾燥過程で大量の水・エネルギーが使用されている。欧州・米国のアパレル業界はそれら問題を認識した上で、問題への多様なアプローチを行っているが、日本アパレル業界による環境問題への取組は、衣料品の廃棄段階における取組のみに偏っている。

本研究では、スウェーデン、日本のグローバルアパレル企業であるH&M、Fast Retailing（ユニクロが代表的なブランド、以下FR）の環境問題への取組を比較することによって、FRの課題を把握する。次に各企業の特長や市場環境、ステークホルダーなどを比較することで取組の差異が生まれる要因を探る。

2. 環境問題への取組の比較

スウェーデン、日本において最大のアパレル企業であるH&M・FRの環境問題への取組を比較した。FRの課題を明らかにするために、アパレル企業の中で環境問題への取組が先進的であると考えられているH&Mを比較対象として選んだ。ウェブサイト、最新CSRレポート上の取組全てをサプライチェーンの各段階「原料調達」「生産」「流通」「消費」「廃棄」に分類した上、各取組の取組手法を提示した。

H&Mの取組の方が多様であり、かつ総数も多いことがわかった。FRの取組が「流通」「廃棄」におけるものみに留まるのに対して、H&Mの取組は全サプライチェーンに及ぶ。またH&Mは様々な取組手法によって取組を行っていることがわかった。

3. 取組の差異を生み出す要因の比較

先行研究が実証してきた様々な要因についてH&MとFRを比較した結果、いずれについても2社に差が見られ、それが取組の差異を生み出している可能性があることがわかった。例えば、企業は自社の環境負荷が大きいほど、その悪い印象を和らげるために環境情報開示を積極的に行う傾向がある。H&M・FRはお互いに類似したビジネスモデルを採用しているため、サプライチェーン上の各組織による環境負荷について、持つべき責任の幅・大きさはほぼ同じである。しかしながら、H&MはFRほど商品の質にこだわっておらず、ファッション性を重視していることから、H&Mの商品の方が消費されるサイクルが早いと考えられる。両社の商品あたりの環境負荷が同じであると仮定すると、販売点数の多いH&Mの環境負荷の方が大きいと考えられる。環境負荷の差異も一つの要因となりえることがわかった。

4. 結論

取組を比較した結果、H&Mの取組が多様であり、総数が多いことがわかった。また、各企業を取り巻く様々な要因の異なりが取組の差異を生み出す原因となりえることも判明した。米国・欧州での売上高を大幅に拡大する目標を掲げているFRは、規模の拡大に伴う環境負荷の増加や環境配慮型衣料品へのニーズに対応する必要性に今後直面すると考えられる。海外におけるステークホルダーの信頼を失うことなく事業展開を進めていくには、既存の「全商品リサイクル」を強化するだけでなく、その他サプライチェーンにおける環境問題への取組を充実させていく必要がある。