

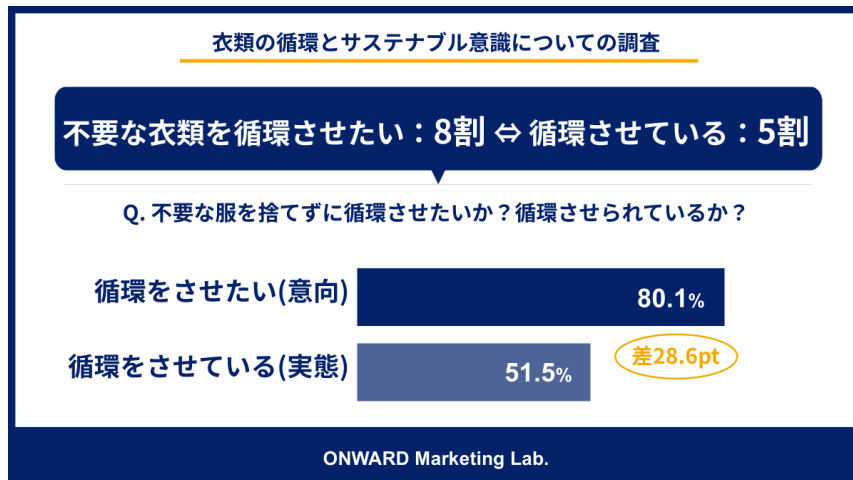


2026 年 10 月 13 日
株式会社オンワードホールディングス
コーポレートコミュニケーション室

【サステナブルファッション】「循環させたい」気持ち、行動に移せていますか？ 8 割超が「服を循環させたい」、しかし行動を阻む要因は世代で異なる ～オンワードが「衣類の循環とサステナブル意識についての調査」を実施～

株式会社オンワードホールディングス（本社：東京都中央区 代表取締役社長：保元 道宣）のコーポレートコミュニケーション室は、環境省・経済産業省・消費者庁が推進する官民学連携の「サステナブルファッション・パートナー制度」に賛同企業として、全国の 20 代～60 代の男女 452 名を対象に「衣類の循環とサステナブル意識についての調査」を実施しました。

その結果、「不要になった服はできるだけ捨てずに循環させたい」と考える人は全世代で 80%を超える一方、実際に循環行動を取れている人は約 50%にとどまりました。特に中高年ほど意向と実態の差が大きく、「循環したいが行動に移せていない」という課題が明らかになりました。



過去のマーケティング調査はこちら：https://www.onward.co.jp/news/2026/07/marketing_lab

■ ONWARD Marketing Lab.調査

・「衣類の循環とサステナブル意識についての調査」結果まとめ

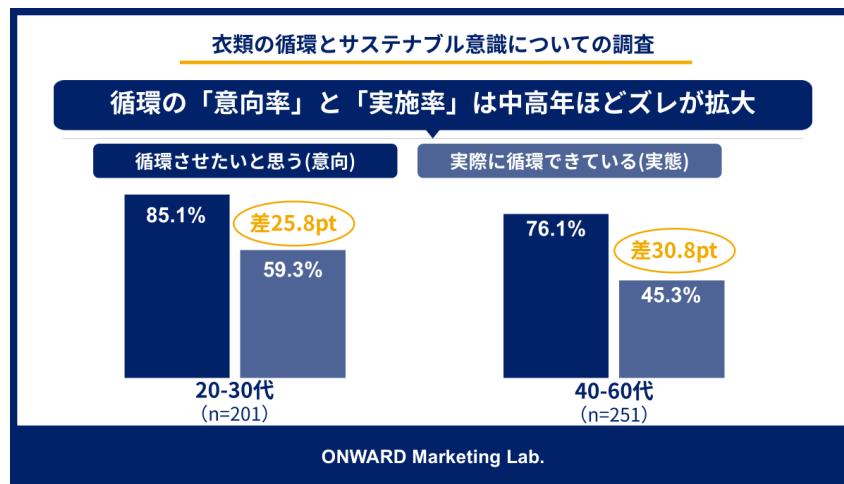
- TOPIC① 衣類を循環させたい意向は 8 割も、できているのは 5 割。中高年ほどズレが拡大
- TOPIC② 「衣替え」は循環させるきっかけ。機会は「二季化」とともに減りつつある
- TOPIC③ 企業のサステナブルな取り組みは、若年層ほど購買意向に好影響
- TOPIC④ 回収サービスに求めるもの・使いたいチャネルも世代で異なる

・ONWARD の衣類循環への取り組み & 新コンテンツ公開のご紹介

TOPICS①衣類を循環させたい意向は 8 割も、できているのは 5 割。中高年ほどズレが拡大

今後、不要な服はできるだけ捨てずに循環させたいと思うかを尋ねたところ、20-30 代 85.1%、40-60 代 76.1%と、いずれの年代でも 7 割を超える人が前向きな意向を示しました。一方、「服の手放し方として最も当てはまるもの」を尋ね、フリマアプリや古着買取・リサイクルショップ、譲渡、回収などを通じて実際に服を循環させている人の割合を見ると、20-30 代 59.3%、40-60 代 45.3%という結果でした。

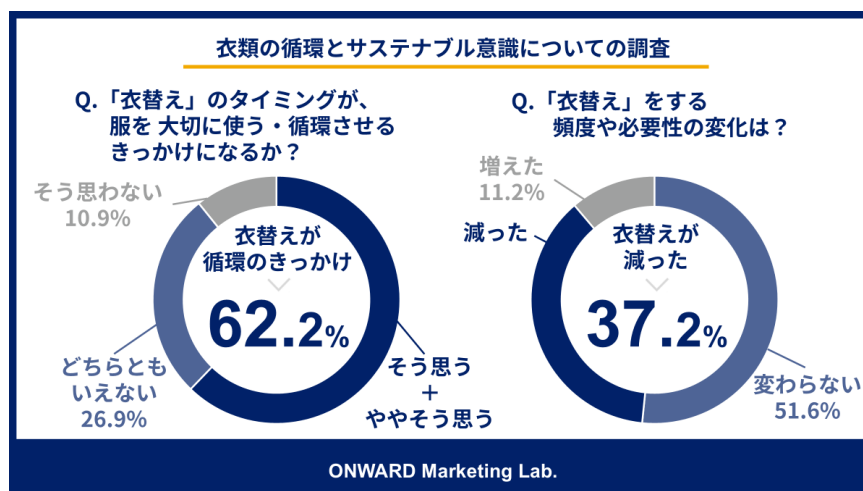
この「意向」と「実態」の差を年代別に見ると、20-30 代で 25.8pt、40-60 代で 30.8pt と、中高年ほど差が広がっており、「循環させたい」という気持ちが実際の行動に届くかどうかは年代によって差が生まれている実態が浮かび上がりました。



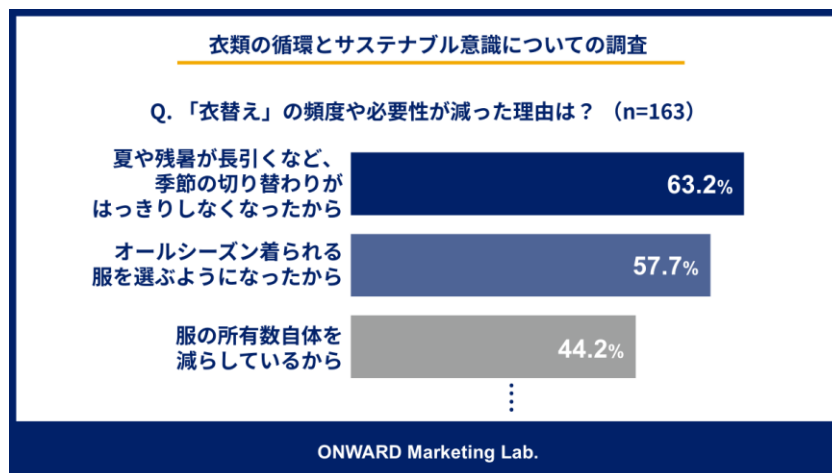
TOPICS②「衣替え」は循環させるきっかけ。機会は「二季化」とともに減りつつある

衣替えのタイミングが、服を大切に使う・循環させるきっかけになると思うかを尋ねたところ、62.2%が「そう思う」「ややそう思う」と回答し、多くの生活者が衣替えを循環のきっかけとして前向きに捉えていることがわかりました。

一方で、「衣替え」をする頻度や必要性の変化について尋ねたところ、「頻度・必要性が減ったと感じる」と回答した人が 37.2%にのぼり、「増えた」(11.2%) を大きく上回りました。



その理由を尋ねたところ（複数回答）、「夏や残暑が長引くなど、季節の切り替わりがはっきりしなくなったから」が63.2%でトップとなり、「オールシーズン着られる服を選ぶようになったから」（57.7%）、「服の所有数自体を減らしているから」（44.2%）が続きました。

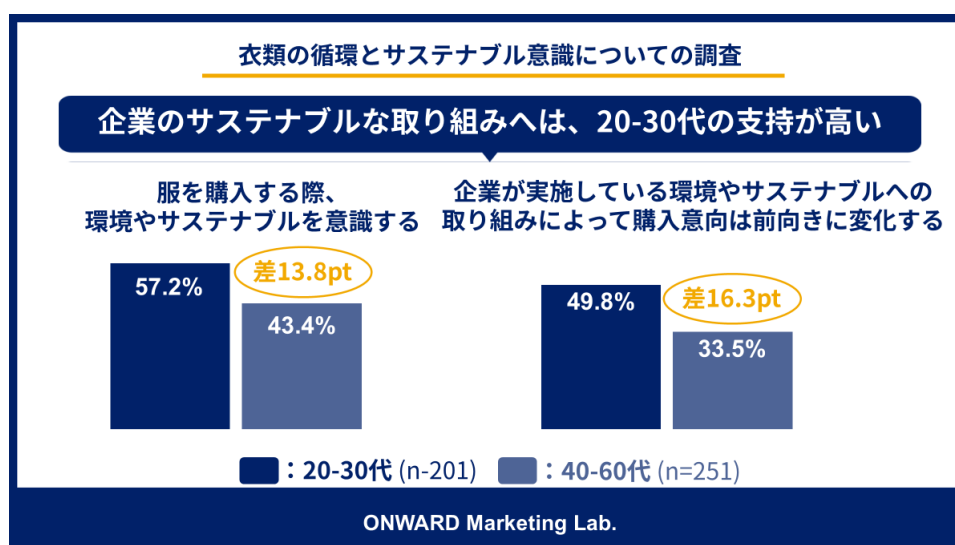


衣替えを循環のきっかけと捉える生活者は多い一方で、気候の変化によって、その“きっかけ”自体が生まれる機会が減りつつある可能性がうかがえます。季節の移り変わり方が変化する中でも、衣類を循環させる行動を日常的な習慣として定着させていくことの重要性がうかがえます。

TOPICS③企業のサステナブルな取り組みは、若年層ほど購買意向に好影響

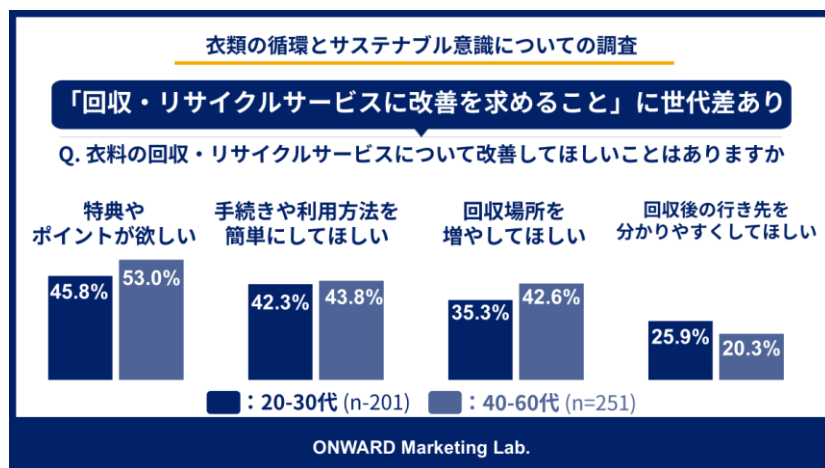
服を購入する際、環境やサステナブルを意識するかを尋ねたところ、20-30代 57.2%、40-60代 43.4%と、20-30代では意識する人の割合が13.8pt 高くなりました。さらに、「企業が実施している環境やサステナブルへの取り組みによって、購入意向は前向きに変化するか」を尋ねたところ、「変化する」と答えた人は40-60代 33.5%に対し、20-30代では49.8%と、16.3pt 高くなりました。

企業のサステナブルな取り組みは、特に20-30代の購買行動に強く働きかける可能性があることがうかがえます。



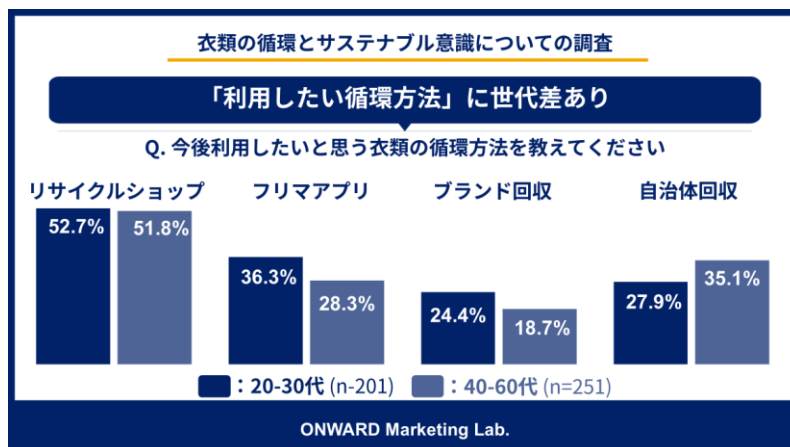
TOPICS④リサイクルサービスに求めるもの・使いたいチャネルも世代で異なる

衣類の回収・リサイクルサービスへの改善要望を尋ねたところ、「特典やポイントが欲しい」が世代問わず最多となり、「回収後の行き先を分かりやすくしてほしい」が、20-30代(25.9%)が40-60代(20.3%)より高くなりました。



また、「今後利用したいと思う衣服の循環方法」においても、20-30代が「フリマアプリ」(36.3%)や「ブランド回収」(24.4%)で相対的に高く、40-60代は「自治体回収」(35.1%)が高くなるなど、世代ごとに利用したいチャネルが異なる傾向が見られました。

これらの結果から、衣類循環を促進するためには単に回収機会を増やすだけでなく、世代ごとのニーズに応じたアプローチが重要であることがうかがえます。循環行動に対するインセンティブは全世代で重要である上に、若年層には回収後の活用先の可視化、中高年にはアクセスしやすい回収拠点の整備が、循環行動を後押しするポイントになると考えられます。



生活者は衣類を手放す機会だけでなく、その後どのように活用されるのかについても関心を持っていることがうかがえます。回収サービスの設計や訴求を、年代ごとのニーズや関心に合わせて使い分けることで、衣類循環をより身近な行動として定着させることが期待できます。

当社は、店舗回収に加えオンライン回収、リユース販売など多様な参加手段を提供することで、循環の受け皿づくりを推進しています。

■ONWARDの衣類循環への取り組み

本調査は、環境省・経済産業省・消費者庁が推進する官民学連携の「サステナブルファッション・パートナー制度」の趣旨に賛同企業として実施したものです。

当社では、2009年から衣料品の回収活動「オンワード・グリーン・キャンペーン」に取り組んでおり、18年目となった2026年度上半期までの累計で、約201万人のお客様から約1,031万点の衣料品をお預かりしてきました。状態の良い回収衣料は検品・修繕を経てリユース品として店舗・ECで販売しており、その売上収益はサステナブル活動の原資として活用しています。状態が良くない衣料品は、リサイクル毛布や軍手として再生され、日本赤十字社と連携して国内外の被災地・開発途上国への支援に活用されるなど、お預かりした衣料品を廃棄することは一切ありません※（※点数ベース）。

「循環させたい気持ちはあっても、年代が上がるほど行動に移しにくい」という実態、そして世代ごとに異なるニーズに対し、当社は店舗・オンラインの両方でチャネルを持ち、通年で利用できる受け皿を提供し続けることで、サステナブルファッションの生活習慣化を後押ししてまいります。

オンワード・グリーン・キャンペーン オンライン引き取りはこちらから：

https://crosset.onward.co.jp/cms/green_campaign_internet_member

■回収した衣料品の“その先”を見える化する新コンテンツを公開

本調査では、衣類の回収・リサイクルサービスに対する改善要望として、20～30代は「回収後の行き先を分かりやすくしてほしい」と回答した割合が、40～60代より高い結果となりました。

そこで、「オンワード・グリーン・キャンペーン」で回収した衣料品が、その後どのような工程を経てリユース品として生まれ変わるのかを紹介するコンテンツ「衣料品を回収した、その先に。－服の価値を未来へつなぐ－」を本日公開しました。物流拠点での仕分けから、検品・染み抜き・修繕、直営リユース店「オンワード・リユースパーク」の販売までの工程をご紹介します。



衣料品を回収した、その先に。
前編「服の価値を未来へつなぐ」



□リユース品販売

・直営店「オンワード・リユースパーク 吉祥寺店」

所在地：〒180-0004 東京都武蔵野市吉祥寺本町1丁目4-14 ミヤケビル 1～3F

・公式オンラインストア「オンワード・リユースパーク」

<https://crosset.onward.co.jp/shop/reusepark>

■アンケート調査 概要

調査主体：オンワードホールディングス コーポレートコミュニケーション室

調査方法：インターネットアンケート

調査システム：knowns

調査対象：全国の 20 代から 60 代の男女 452 名

調査期間：2026 年 9 月 18 日（木）

過去のマーケティング調査はこちら：https://www.onward.co.jp/news/2026/07/marketing_lab

■株式会社オンワードホールディングス 概要

1927 年に「櫛山商店」として創業。各事業会社の専門性を活かしながら、ファッション、ウェルネス、コーポレートデザインの 3 領域において国内外で事業を推進し、生活者の多様な価値創造に取り組んでいます。

ミッションステートメントである「ヒトと地球（ホシ）に潤いと彩りを」ともと、“社員の多様な個性をいかしたお客さま中心の経営”により、地球と共生する“潤いと彩り”のある生活づくりに貢献する「生活文化創造企業」として前に進み続けます。

代表者：代表取締役社長 保元 道宣

本社：〒103-8239 東京都中央区日本橋 3 丁目 10 番 5 号オンワードパークビルディング

URL：<https://www.onward-hd.co.jp/>