

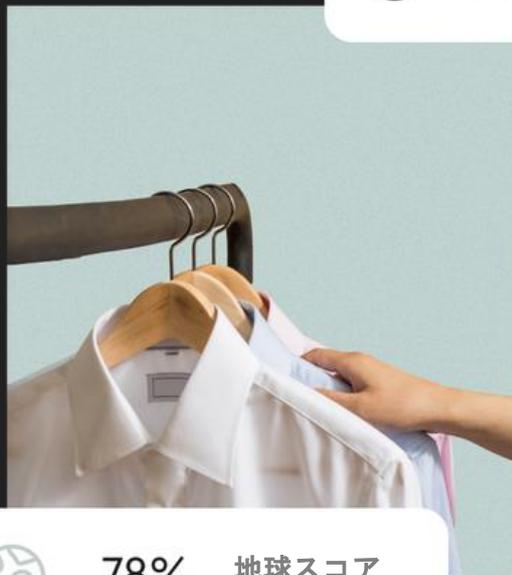


good on you®

Good On Youブランド 評価システムについて



評価：
素晴らしい



78% 地球スコア

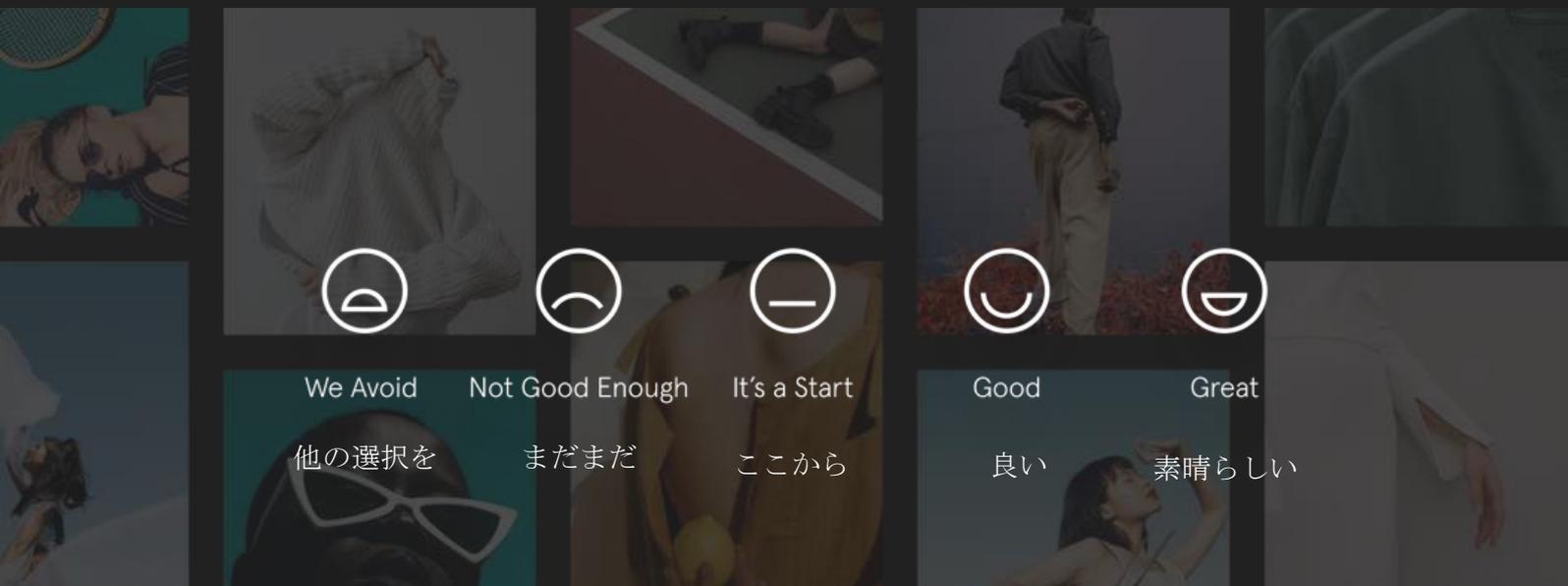


Good On You 評価の紹介

Shift C の評価システムを提供する Good On You は、ファッション業界におけるサステナビリティと倫理観の評価において世界的に信頼されている機関です。Good On You の包括的な評価により、ブランドがサプライチェーン全体を通じて与える「人間」「地球」「動物」への影響を知ることができます。

Good On You が評価するのはブランドの透明性や積極的なアクションです。消費者一人一人の選択を通して、ファッションをよりサステナブルで公正なものにすることを目指しています。

Good On You のブランド評価システムは、業界の専門家、有識者、団体（Fashion Revolution、Fashion for Good、Four Paws など）との協議のもとに開発されました。Good On You は、より良い取り組みに携わるための業界全体の団結と、より多角的なサステナビリティの枠組みの進化を反映するため、評価方法の継続的な改善に取り組んでいます。



評価の原則

ブランド評価には、以下の原則があります。

1. 透明性が最も大切

ブランドは、サプライチェーンに関わる情報を公開し、説明責任を果たし「人間」「地球」「動物」に対する取り組みとその成果を向上させるべきである。また、サステナビリティに関わる課題を解決に向かわせるための既存のフレームワークをどの程度採用しているかを報告すべきである。消費者は、ブランドが自分たちの関心のある問題にどのような影響を与えているかを知る権利がある。

2. ライフサイクル影響と循環性を考慮すること

企業は、製品がどのような生産、流通、使用、再利用、修理、再生・循環システムに再投資され、最終的に廃棄に至るまで、バリューチェーンの各段階において「人間」「地球」「動物」に与える影響について責任を負うべきである。

3. 包括的であること

評価システムは「人間」「地球」「動物」に対するブランドの全体的な影響を包括的に見るために、サステナビリティに関する幅広い問題を考慮すべきである。また、市場に存在するすべてのブランドに適用できるものでなければならない。

4. 消費者中心であること

評価システムは、アクセスしやすく、比較可能で、使いやすいデータを消費者に提供すべきである。消費者の購買の意思決定時に必要な情報を提供、およびブランドに有益なフィードバックを提供することで、小売業者がサステナブルなブランドを評価、調達、販売できるように環境を整えるべきである。

5. 重要性に応じて課題を考慮すること

評価は「人間」「地球」「動物」に与える影響の大きさに応じて、各課題に適切な比重を与えるべきである。

6. エビデンスに基づくアプローチ

評価システムとその適用は、透明性が高く、精密な調査に基づいており、優れたガバナンスプロセスによって裏付けされたものでなければならない。

7. 幅広い関与と協力

Good On Youは、変革のための世界的ムーブメントの一部であり、市民社会、消費者団体、サステナビリティに重点を置く業界のリーダーたちと協力し、業界のベストプラクティスとリーダーシップを理解し、行動に移し、推進すべきである。



Good On Youの影響

Good On Youは、ファッションにおける、よりサステナブルな未来を創造するために、消費者の意思決定力を重視しています。

Good On Youのビジョンは、持続可能な開発目標（SDGs）、中でも目標12「つくる責任、つかう責任」と強く一致しています。信頼が保証された評価システム、アドバイス、情報は、SDGsの達成のために必要なものの一部であり、よりサステナブルで公正なファッション産業への道をリードしています。

消費者と小売業者がより良いものを選びやすくすることで、私たちは消費者のサステナビリティへの願いに応えるポジティブなブランドを手助けし、変革のペースを上げるよう業界全体に働きかけます。エシカルでないブランドの売り上げが低迷すれば、状況の改善に拍車をかけ、ひいては人々と地球を守る一歩となります。

Good On Youの評価は、各ブランドがサステナビリティに関わるコミュニケーションの量と質を向上させ、サプライチェーン全体での実践を検証・改善する追い風となります。

2015年にGood On Youが創設されて以来、ブランドは公表されたGood On Youの評価に直接対応して、コミュニケーションや生産・流通方法を変えてきました。Good On Youは、Good Measuresという企業向けサービスを提供することで、あらゆる規模のブランドが自社の影響を理解し、どこに重点を置くべきかオーダーメイドのガイダンスを得て、Good On Youの評価に直結できるよう支援しています。

Good morning, Amy

Getting started

1. [View your rating](#) and make updates
2. [Explore suggestions](#) for where to improve
3. [Check updates](#) and submit for review

E Example Co is currently rated 3.52 out of 5

Last rated 5 days ago

FARFETCH

See how Good Measures can help you benefit from additional visibility on FARFETCH by joining their Conscious Collection.

[Learn More](#)



評価：現実の課題

Good On Youのブランド評価システムは、消費者が関心を寄せる主要分野である「人間」「地球」「動物」の三本柱に特にフォーカスしています。

その中で評価システムは、ブランドの活動が、衣料品、フットウェア、アクセサリーの生産と流通において、「人間」「地球」「動物」にどのような影響を与えるか、私たちが奨励する取り組みに対してどれだけ適合しているかに焦点を当てています。

各分野（人間、地球、動物）の主な課題と、それらが総合スコアに与える影響は、6～14ページの表にまとめられています。

| 地球 | 人間 | 動物 |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">● <u>資源利用と廃棄物</u>● <u>気候変動</u>● <u>化学物質</u>● <u>水</u>● <u>市民活動</u> | <ul style="list-style-type: none">● <u>サプライチェーンのリスク</u>● <u>政策</u>● <u>保証</u>● <u>生活賃金</u>● <u>コラボレーション</u>● <u>市民活動</u> | <ul style="list-style-type: none">● <u>製品</u>● <u>トレーサビリティ</u>● <u>政策</u>● <u>素材</u>● <u>市民活動</u> |



資源利用と廃棄物

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-----------|----|--|
| 素材 | 高 | 環境負荷の低い繊維を使用しているかどうか。ブランドには、購入生地、販売生地、または入手可能なコレクションについて、過去12ヶ月間に使用された繊維の推定値を公表することを推奨している。オーガニックコットンなど、環境負荷の低い繊維の使用比率が高いブランドは、使用量が少ないブランドよりも高得点となる。 |
| 循環性 | | ビジネスモデル、デザインの決定背景とは何か。一部のファッションビジネスモデルは、過剰な廃棄物や汚染につながるサステナブルではない消費活動を推進している。私たちは、廃棄物や汚染を排除し、再利用やリサイクルを含め、製品や繊維を可能な限り長く使い続けることを目指すスローファッションやサーキュラーエコノミーの3原則に焦点を当てたビジネスモデルを評価する。また、ファストファッションブランドなど、大量生産・大量消費のビジネスモデルを展開するブランドも算定する。これらのブランドは、大量販売、頻繁な新入荷、目まぐるしく変わるデザイン、低価格帯を特徴とすることが多い。 |
| マイクロファイバー | 中 | 消費者が商品を使用する前、および使用中の各段階における、マイクロファイバーの排出防止・削減に向けたブランドの取り組みとその情報を評価する。ポリアミドやポリエステルなどの合成繊維（再生繊維を含む）は、特に洗濯機で洗浄する際にマイクロプラスチックを環境に排出している。 |
| 森林破壊 | | 革、ゴム、金属、貴石、セルロース繊維など、繊維の使用による森林破壊を防止・最小化するためにブランドが採択している措置を評価する。ブランドは、あらゆるリスクのある繊維に対して、森林伐採を阻止する明確かつ実現性の高い方針を持つことが期待される。 |

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----------|----|--|
| 包装 | 低 | ブランドが使用するパッケージと、その環境への影響・対処方法を評価する。再生繊維を使用しているかどうか、パッケージの構成要素や、そもそもパッケージの使用を最小限に抑えるためにブランドが講じた措置は何か。また、プラスチックパッケージ廃止への取り組みに焦点を当てている。 |
| 繊維以外の廃棄物 | | 販売業務およびサプライチェーン全体において、繊維以外の廃棄物をどのように削減、または最小化しているかを評価する。 |
| 生物多様性 | | サプライチェーンにおいて、生物多様性への悪影響を阻止、または最小化する方法を評価する。ブランドは、土壌や草原を回復させ、水源・水路を保護し、それぞれの植物が安全に育つよう方針を持つことが期待される。 |

気候変動

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-----------|----|--|
| CDPへの情報開示 | 高 | ブランドがCDPに情報を開示しているかどうか、開示している場合、CDPクライメート・スコアはどの程度か。 |
| 測定方法 | | 直接的な事業とバリューチェーン全体にわたる温室効果ガス排出量をどのように測定しているか。また、関連する認証を考慮に入れて測定しているかどうか。ブランドは、サプライチェーンにおいて最も大きな影響を与える排出量を特定し、測定することが求められる。また、より正確な排出量を把握するために、サプライヤーから一次データを収集することも求められる。 |
| 削減 | | 温室効果ガス排出量を削減するために講じた措置について評価する。特にサプライチェーンに重点を置き、バリューチェーンのどこで排出削減が行われているかを重点的にチェックする。手作業による製品製造、再生可能エネルギーの使用、現地生産、エネルギー効率化プロジェクトなどは、ブランドが気候変動への影響を減らすために取ることができる行動の一部である。 |



| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|------------|----|--|
| 目標 | 中 | 関連する認証を考慮した温室効果ガス排出量の削減目標を設定しているか。私たちは、直接的な事業と、特にサプライチェーン全体に対する意欲的な目標を設定したブランドにリワードを付与する。リワードを受けるには、科学的根拠に基づく目標を設定しなければならない。 |
| 目標に対する進捗状況 | | サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量の削減目標に関する進捗状況を報告しているか。野心的な目標を設定することは重要だが、それ以上に重要なのは、その目標を達成したか、あるいは達成する予定であることを実証することである。 |

化学物質

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|--------|----|---|
| 有害化学物質 | 高 | サプライチェーンにおける有害化学物質の使用と、その影響の削減方法。危険な化学物質使用に該当する場合は、レザーやフットウェアに関わる具体的な問題を含め、関連する認証を考慮する。ブランドには、人体に有害な化学物質を排除するだけでなく、サプライチェーン全体で環境に有害な化学物質を排除するための目標・行動を設定することが期待される。 |
| ポリシー | 中 | 化学物質の使用とそのポリシーの有無。ブランドは、ZDHC、または同等の基準に沿った製造時使用制限物質リストを有し、サプライチェーン全体でそれを満たすよう努力することが期待される。 |
| 皮なめし | | レザー生産におけるクロムやその他の化学物質の影響を、ブランドがどのように回避、または最小化しているか。この基準は、レザーを衣類の主な素材として扱うブランドほど評価の比重が重くなる。 |



| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-------|----|---|
| 溶剤の使用 | 中 | 靴の生産に使用される溶剤系化学物質の影響を、ブランドがどのように回避、または最小化しているか。この基準は、靴を主要なカテゴリーとして扱うブランドほど評価の比重が重くなる。 |

水

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-----------|----|---|
| CDPへの情報開示 | 高 | ブランドがCDPウォーターに情報を開示しているかどうか。開示している場合、CDPウォーターのスコアはどの程度か。 |
| ステークホルダー | 中 | バリューチェーンにおける水源問題を管理する上で、ブランドがステークホルダーとどのように関わっているか。特に水源や水路への影響が大きい地域において、工場やその他の主要なステークホルダーと関わることを期待されている。 |
| 排水管理 | | 排水管理に関連する認証を考慮した上で、ブランドがサプライチェーン全体でどのように排水を管理、処理しているか。 |
| 目標 | | サプライチェーン全体での水の使用量を削減するための目標。 |
| 削減 | | 温室効果ガス排出量を削減するためにどんな措置を講じているのか。特に、バリューチェーンのどこで排出削減が行われたかに注目し、サプライチェーン中のCO2削減への取り組みに焦点を当てている。手作業による製品製造、再生可能エネルギーの使用、現地生産、エネルギー効率化プロジェクトなどは、ブランドが気候変動への影響を減らすために取ることができる行動の一部として挙げられる。 |



| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|--------|----|--|
| 地域への影響 | 低 | サプライチェーン全体での水の使用によって与える影響について。水問題は流域レベルで顕在化している。ブランドはサプライヤーを追跡し、水源や水路への影響が大きい地域で稼働していないかを判断することが求められている。 |
| 測定方法 | | サプライチェーン全体でどのように水の使用量を測定しているか。関連する認証も考慮に入れて測定しているかどうか。 |

市民活動

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----------|----|--|
| 積極的な市民活動 | 中 | ファッションに関連した環境破壊に対処するため、ブランドが企業市民として取る行動。 |
| 否定的な市民活動 | | |

人間

サプライチェーンのリスク

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-------------|----|--|
| ファッション透明性指数 | 高 | ブランドが、Fashion RevolutionのFashion Transparency Index (FTI)に含まれていれば、当評価システムでのスコアはFTIで獲得したスコアが評価に加味される。 |
| トレーサビリティ | 中 | サプライヤーを追跡できる範囲について。ブランドは、その影響を理解し、労働者の権利を確保するために、最終生産段階だけでなく、一次および二次サプライヤーを含めて追跡できることが求められている。 |



| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|---------------|-----|--|
| 透明性 | 中 | 製造国、サプライヤー名とその連絡先、従業員数、使用原材料などの詳細を公表しているか。ブランドがサプライチェーン全体にわたって、どれほど透明性を確保しているか。 |
| 労働者の権利と虐待のリスク | 中～低 | ブランドがサプライヤーの所在地や業界規範を選択することが、サプライチェーンにおける労働権侵害のリスクにどのように影響するか。（生産の最終段階については中程度の影響、二次および一次段階については低い影響）。 |

ポリシー

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|---------------|----|---|
| ジェンダー、多様性、包括性 | 中 | 多様性（ダイバーシティ）と包括性（インクルージョン）に関わる方針と取り組みはどのようなものか。これには、人種、性別、年齢、セクシュアリティ、能力、社会経済的地位に基づく差別に対するブランドの向き合い方も含まれる。私たちは、ブランドがその方針を確実に守るための仕組みや手段を開示することを期待している。特に、それらの取り組みから得られる成果として、具体的な結果を示すブランドに重きを置く。 |
| サンドブラスト加工 | | ブランドがダメージ加工を施したデニムを扱っているかどうか。扱っている場合はサンドブラスト加工に対しどのような姿勢を持っているか。 |
| 行動規範 | | サプライヤーの行動規範に含まれる労働方針、関連認証を考慮しているかどうか。最低でも、ブランドはサプライチェーン全体をカバーし、ILO原則を含む行動規範を持つべきである。 |
| 現代奴隷制 | | サプライチェーン全体で現代奴隷制を回避するためにブランドが講じている措置、および関連した認証を考慮した上での取り組みは何か。 |



保証

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|--------------|----|--|
| 監査 | 高 | サプライチェーンのうちどの程度の割合が監査されているか、また、関連する認証はあるか。社会監査は、ブランドがサプライヤーに求める方針や基準が遵守されていることを確認するためのものである。 |
| 労働者のエンパワーメント | | 労働者の連帯の自由の権利と、サプライチェーン全体で労働者に力を与える方法をどのように支援しているか。また、交渉団体や労働組合のメンバーである労働者の割合はどれくらいを占めるのか。労働者の成果をより確かなものにするために、ブランドが組合などとどのように関わっているかも評価する。 |
| サプライヤーとの関係 | | 労働権の侵害を阻止し、労働者の尊重と公正な賃金の支払いを促進するために、ブランドがサプライヤーをどう支援しているか。この評価システムでは、職人や独立したメーカーと提携している可能性のあるブランドを探し、ブランドと労働者がバランスの取れた対等な関係にあるかどうかに関心を当てる。また、社会的地位の低い労働者やコミュニティを支える事を目的として設立されたブランドにも注目する。 |
| クレーム処理メカニズム | 中 | サプライチェーン内の労働者が、労働条件や権利、ハラスメント、その他の問題を提起した際に定められたプロセスとは何か。 |

生活賃金

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----|----|--|
| 成果 | 高 | ブランドがサプライチェーン全体で労働者への生活賃金の支払いをどの程度保証しているか。また、関連する認証を考慮しているか。 |
| 手法 | 中 | サプライチェーン全体にわたる労働者の生活賃金の算出方法はどのようなものか。また、関連する認証を考慮しているか。 |



コラボレーション

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|--------------------|----|--|
| マルチステークホルダー・イニシアチブ | 中 | 労働者の権利に取り組むための業界横断型イニシアチブの中で、どのようなものに関わりを持っているか。 |

市民活動

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----------|----|---|
| 積極的な市民活動 | 中 | アドボカシー活動の記録、COVID-19への対応、生じた損害の是正、人権侵害のリスクの高い地域からの調達を避ける努力など、労働者の権利問題に対処するためにブランドが企業市民としてとっている行動について。 |
| 否定的な市民活動 | | |

動物

製品

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----|----|---|
| 範囲 | 高 | 動物由来の素材を含む製品をブランドが製造しているかどうか。また、それらを使用しているかどうか。 |

トレーサビリティ

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----------|----|----------------------------------|
| トレーサビリティ | 中 | サプライチェーンにおける動物への影響をどのように追跡しているか。 |



ポリシー

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|---------|----|---|
| 動物福祉 | 中 | 動物福祉に対するブランドの取り組み。 |
| コミットメント | | ブランドが、すべて、または一部の動物由来の素材を避けているか。あるいは、動物福祉の課題解決のために特定の活動に取り組むというコミットメントを表明しているかどうか。 |

素材

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|-----------|----|--------------------------|
| 下記以外の動物素材 | 高 | 希少な動物由来の素材を使用していないか。 |
| レザー | 中 | レザーまたはリサイクル・レザーを使用しているか。 |
| ウール | | ウールの使用とその調達方法。 |
| ダウン | | ダウンの使用とその調達方法。 |

市民活動

| 課題 | 影響 | 考慮されるポイント |
|----------|----|--|
| 積極的な市民活動 | 中 | ファッションにおける動物福祉を守り、かつ啓蒙し、サプライチェーンにおける問題に対してブランドとしてどのように活動しているか。 |
| 否定的な市民活動 | | |



評価方法

当社の評価テクノロジーと中立な立場のアナリストが、ブランドが公開する報告書、最も中立な第三者機関による指標、および、認証や認定を総合的に加味して評価している（19-21ページ参照）。

また、この評価には一般に入手可能な情報のみを使用する。ブランドが自社の影響について完全、正確かつ一貫して報告することは、消費者の権利の根本である。

消費者は、自分たちが関心を寄せている問題に対してブランドがどのような影響を与えているかを知る権利がある。透明性を持つということは説明責任を果たすことであり、規範を形成し、ブランドが自らの公約を守り続ける上で極めて重要である。

評価システムは、年間売上高に基づいて小規模ブランド用と大規模ブランド用に分かれる。大規模ブランドは、サプライチェーンへの影響に対してより大きな影響力を持つため、方針や目標に関して、より詳細な情報を公表することが期待される。

評価プロセス

Good On Youの評価システムは、認証制度、マルチステークホルダー・イニシアティブ、独立した公的データソース、ブランドやその親会社が公表している具体的な情報など、以下のデータソースのうち1つ以上を用いて、私たちの「メソドロジー」（5-14ページ参照）内に記された各課題について、ブランドがどの程度応えているかを評価する。例えば、ブランドが「SBT（Science Based Target：科学的根拠に基づく目標）」を設定しているかどうか、サプライヤーを開示しているかどうか、労働者に生活賃金を支払っているかどうか、支払っている場合はどの雇用形態の種類やその割合など、「メソドロジー」で使用する最大1,000のデータポイントにわたって精査する。

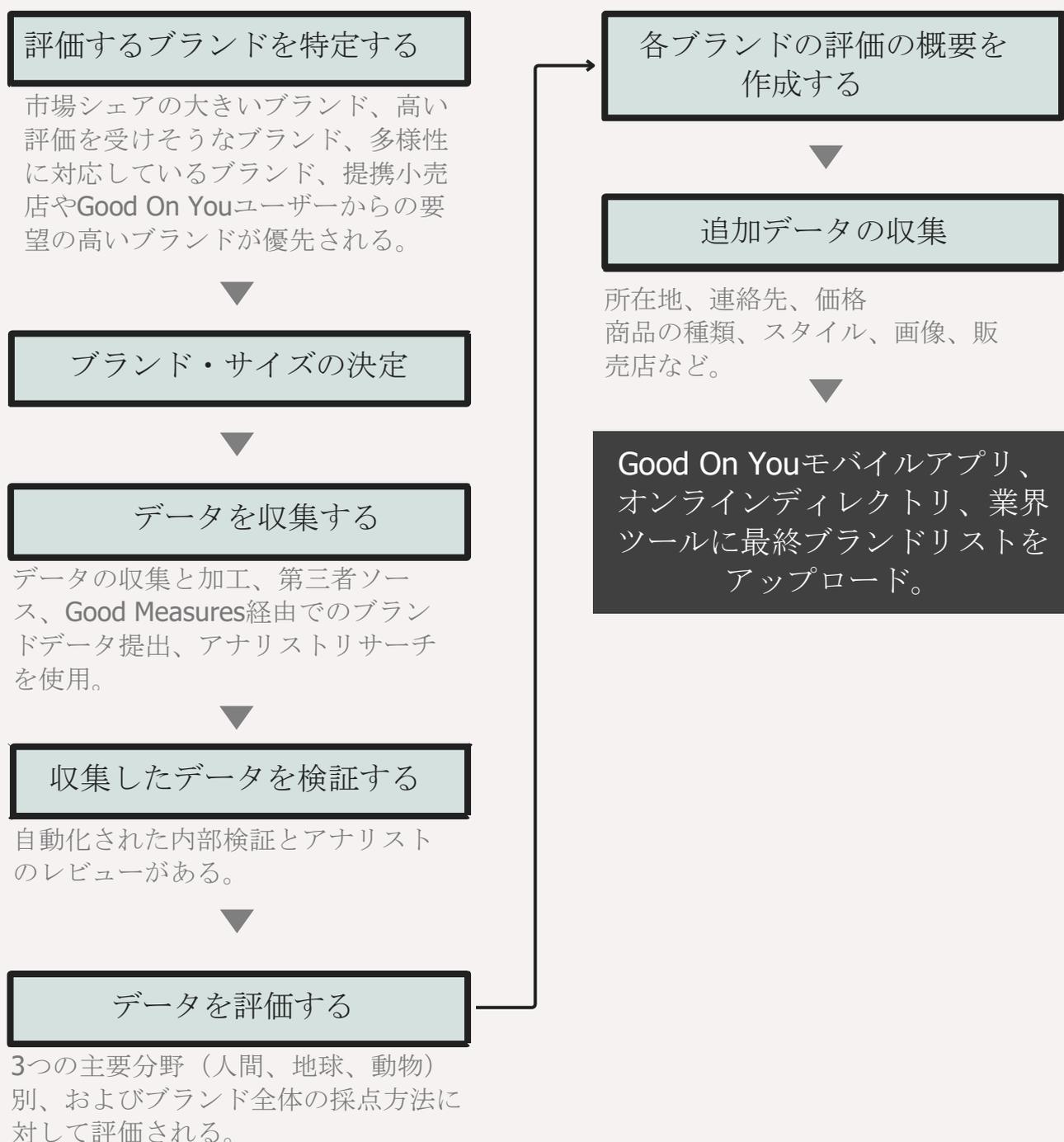
すべての場合において、各データポイントは公開された証拠によって裏付けられている必要がある。データがブランドによる公的な声明に基づいている場合、その声明は特定の分野に絞られ、かつ正確で詳細な情報が盛り込まれており、具体性を持って（すなわち、ブランドが検討中のサステナビリティフレームワークと関連性を持って）いなければならない。曖昧な記述や、ファッションブランドが人間や地球、動物に与える影響に関連しない記述は評価に反映されない。ブランドの今後の取り組みに関する意思表示も、特定の課題とその目標設定に直結するもののみ評価される。



評価レビュー

評価は定期的に見直され、大規模ブランドは年1回、小規模ブランドは1年半ごとに見直される。さらに、ブランドの情報開示に大きな変化があった場合、またはブランドの取り組みの変化について世間やステークホルダーから大きな懸念が寄せられた場合には、随時見直しがおこなわれる。

Good On You評価システムの具体的なステップ:



評価ラベル

総合スコアは「人間」「地球」「動物」という主要分野のスコアを均等に加
重平均したものである。



素晴らしい

この評価がついたブランドは、3つの分野すべてにおいてリーダーシップを発揮して
いる。これらのブランドは一般的に非常に透明性が高く、サプライチェーン全体で
最も喫緊の課題に対処するための具体的な方針と強力な裏付け（例えば、関連する
認証や基準システムなど）の両方を持っている。



良い

この評価がついたブランドは、サプライチェーン全体で見られる複数の課題を解決
するための取り組みを採用している。多くの場合「人間」「地球」「動物」のうち
1つ以上の分野でリーダーシップを発揮している。



ここから

この評価がついたブランドは、現状の取り組みについて透明性があり「人間」「地
球」「動物」のうち1つ以上の問題について進展が見られている。



まだまだ

この評価がついたブランドは「人間」「地球」「動物」のうち1つ、または複数
の分野で何らかの情報を開示しており、課題解決を検討しているが、サプライ
チェーン全体への影響にまだ十分に対処していない。



他の選択を

この評価がついたブランドは、サステナビリティの実践について、関連した情
報、あるいは具体的な情報をほとんど開示していない。場合によっては、ブラ
ンドからの曖昧な主張が散見される場合もあり、現実的なものではない。

また、欧州委員会が定めた定義に基づき、年間売上高や親会社に基づいて、
大規模ブランドと小規模ブランドを区別している。大規模ブランドは本来、
より大きな影響力と影響力を持つため、私たちは大規模ブランドに比例して
より厳しい基準を適用する。小規模ブランドが「他の選択を」の評価を受け
ることはない。



データソース

ブランドと親会社の報告

評価システムは、ウェブサイト、年次報告書、サステナビリティ報告書など、ブランドとその親会社の出版物からの情報を加味します。また、具体的かつ正確で、関連性の高い情報のみを考慮し、これは、Good On Youの評価が、一般的なグリーンウォッシュ（曖昧で漠然としている、不正確で核心をついていない情報）に影響されないことを保証するために重要です。

Good On Youが公開情報のみを加味する主な理由は、ステークホルダー、規制当局、内部告発者に不正確な記述を指摘する機会を提供するためです。公開されていない情報についてブランドから問い合わせがあった場合、私たちはその情報を公開するよう促します。

第三者機関のレポートとインデックス

この評価システムは、ファッション透明性指数や、CDP気候変動・水源と水路の安全保障アンケートなど、私たちが着目する課題のうち重要なポイントに対応する信頼性の高い独立したブランドのランキングを考慮に入れています。

時折、ブランドの評価に影響を与えるような情報を突然入手することがあります。例えば、国際労働者権利フォーラム、クリーン・クローズ・キャンペーン、グリーンピース、オーストラリア戦略政策研究所などの信頼できる市民社会組織による調査などによってです。重大な事象が発生、または新たな情報を入手した場合、ブランド評価の見直しを開始します。ほとんどの場合、見直しは2ヶ月以内に完了します。

認証および基準システム

衣料品、シューズ、アクセサリ業界に関連する問題のすべて、あるいは一部の課題解決に向けた認証、認定、自主基準、模範行動規範（「基準システム」）が数多く存在します。



基準システムは、それぞれ異なった形で機能しています。製品に適用されるもの、工場やその他の施設に適用されるもの、ブランドが採用し、そのサプライチェーン全体、または一部に適用されるように設計されているものなど、さまざまです。遵守の保証は、透明性、監査、その他の保証方法に対する要求事項が異なるなど、基準制度によって異なります。

Good On Youでは、認証を受けている、または基準システムに準拠しているブランドを評価するために、各基準システムを検証し、その範囲と保証方法を明らかにしています。

ブランドを評価する際には、以下の認証、認定、基準、イニシアチブ、ガイドラインを参考にしています。

- 1% for the Planet
- Action on Living Wages (ACT)
- Asia Floor Wage Alliance
- Be Slavery Free initiative
- Better Cotton Initiative
- Bluesign System
- BSR's HERproject™
- Business for Social Responsibility (BSR)
- Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Carbon Trust Standard
- CITES listed species
- Centre for Circular Design
- Certified Cotton made in Africa
- Child Labour Free
- Clean Clothes Campaign
- Common Objective
- Cradle to Cradle
- CEO Water Mandate
- Ethical Clothing Australia (ECA)
- Ethical Trading Initiative (ETI)
- EU Ecolabel
- European Clothing Action Plan
- Fair Labor Association (FLA)



- Fair Trade USA
- Fairtrade International - Hired Labour
- Fairtrade International - Small Producers Organizations
- Fairtrade Textile Standard
- Fashion for Good
- Fashion Pact
- FSC certified packaging
- Fur Free Retailer
- Global Fashion Agenda Commitment
- Global Living Wage coalition
- Global Recycle Standard
- Global Reporting Initiative (GRI) Guidelines
- Global Social Compliance Program (GSCP)
- GOTS
- IUCN Red List of Threatened Species
- International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry
- International Labour Organization (ILO)
- Leather Working Group
- Leather Working Group Animal Welfare Group
- Made in Green by OEKO-TEX ® certified
- Microfibre Consortium
- Ocean Clean Wash
- Online Apparel Register (OAR)
- Outdoor Industry Association's Microfiber Taskforce
- PETA
- Partnership for Sustainable Textiles
- (PST) RWS International Working Group
- REACH Restricted Substances List (RSL)
- Responsible Jewellery Council (RJC)
- Sedex Members Ethical Trade Audit - SMETA Best Practice Guidance
- Social Accountability International - SA8000
- STeP by OEKO-TEX ® certified
- Sustainable Apparel Coalition (SAC)
- Textile Exchange Member



- Textile Exchange Responsible Leather Round Table
- Textiles 2030
- Transparency Pledge and/or Open Data Standard for Apparel
- Turkman Cotton Pledge
- UN Fashion Industry Charter on Climate Action
- WBCSD Global Water Tool
- WFTO Guarantee System
- Worn Again
- World Fair Trade Organisation (WFTO)
- Worldwide Responsible Accredited Production - WRAP
- WRI Aqueduct
- WWF Water Risk Filter
- ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)



開発と評価

Good On Youの評価システムは、産業界、市民社会、有識者との協議によって開発されました。

メソドロジーの更新

メソドロジーは2022年初頭に最終更新されています。

ここ数年、ファッションにおけるサステナビリティの問題は、消費者や主要な業界関係者からますます注目を集めています。これを受けて、サステナブルでエシカルな取り組みに関する情報を開示するファッションブランドの数も増加しています。しかし、ブランドの情報開示の質と量、そして課題に対する行動は、依然として非常に多様なものです。

Good On Youの評価方法は、ブランドに対する新たなサステナビリティへの期待を生み出すことを目的としているわけではありません。私たちの役割は、様々なサステナビリティ・イニシアチブを集約し、業界の専門家と協議しながらその影響度を評価し、それらをまとめることです。サステナビリティは急速に発展している分野であるため、このメソドロジーを定期的に見直し、業界のベストプラクティスを維持すると同時に、日々出現するサステナビリティの課題を先取りしていくことが重要です。最近「メソドロジー」に追加されたサステナビリティの分野には、マイクロファイバー、生物多様性、COVID-19への対応、新疆綿、多様性への包括的アプローチなどが挙げられます。Good On Youの評価は、ブランドのサステナビリティの取り組みに関する最も適切な情報を消費者に提供し続けるものです。

レーティング担当責任者は、ステークホルダーとの積極的な関わりを含め、ブランド評価手法の継続的な見直しと改善をするための責任を担っています。

