

# 衣服の新しいビジネスモデル の提案

～サステナブルなおしゃれを楽しむ～

チーム名：ヴァイタミンD

水本英里、重富千春、吉永拓海、藪本尚幸、伊井野優



# 目次

1. 私たちのビジョン
2. 現状の問題
3. 環境に及ぼす影響
4. アプローチの方法
5. 衣服のレンタルサービス
6. ストーリーワッペン
7. ローカルブランド
8. まとめ

# 私たちのビジョン

理想の将来像

人類が長い期間  
幸せに生き続けられる  
→人権侵害・環境破壊  
のない世界

ファッション消費の  
再構築

現状の課題

大量生産・大量消費・  
大量廃棄による  
人権侵害・環境破壊

# 現状の問題

- ・ 安価なものを求める消費者
- ・ そのニーズに応える生産者

大量生産



大量消費

大量廃棄



# 環境に及ぼす影響

## 大量生産

- ・資源の過剰消費
- ・化学物質の使用と汚染
- ・CO<sub>2</sub>排出量の増加
- ・生産地での環境・社会問題

## 大量消費

- ・流行の変化による消費サイクルの短縮
- ・マイクロファイバーの流出
- ・資源の無駄遣い

## 大量廃棄

- ・ごみ問題の深刻化
- ・CO<sub>2</sub>排出と大気汚染
- ・リサイクル率の低さ
- ・埋立地による土壌・地下水汚染

# アプローチの方法

新たな購入を減らす選択肢の提示・普及

1. 買わずに使う選択肢の普及
2. 長く使いたくなる服の価値づけ

→「大量消費」の抑制

→大量消費を前提とした「大量生産」  
や「大量廃棄」の抑制



# 私たちが提案する3つのアイデア

## 1. レンタルサービス

→ 買わずに使う

## 2. ストーリーワッペン

## 3. ローカルブランド

→ 長く使いたくなる

# アイデア1： レンタルサービス

理念：消費者の行動変容による循環型社会の実現

概要：新品・中古衣服を1点ごとにレンタルできるサービス

特徴：

月額制ではなく  
都度レンタル  
(現在の衣服購入  
システムと同様)

レンタル後  
気に入ったら  
そのまま  
購入可能

商品状態に応じた  
価格設定

# 期待できる効果

## ○消費者

- ・気になる服を気軽に試せる
- ・収納スペースを節約できる

## ○企業

- ・未活用在庫の新たな収益化
- ・ブランドイメージの向上
- ・新たな消費者層の開拓

「買って捨てる」から「使って回す」行動への転換

= 消費者の**意識変容・行動変容**

# 対象となる企業・消費者

- ・企業: 1万円台~/1着 の衣服を取り扱うブランド  
(例、BEAMS・URなどのセレクトショップ)
- ・消費者: ファッションに興味のある人  
収納スペースが限られている人(1人暮らしなど)

# コスト面

## 初期在庫準備費

在庫処分品の活用で  
準備費不要

## 倉庫管理費

レンタルサービスの収益で  
利益確保可能

## 商品管理費

消費者に対する  
汚破損の保証制度導入で抑制

## システム開発費

既存のサイトの仕様変更で  
大幅な開発費を回避

# どのように広めていくか

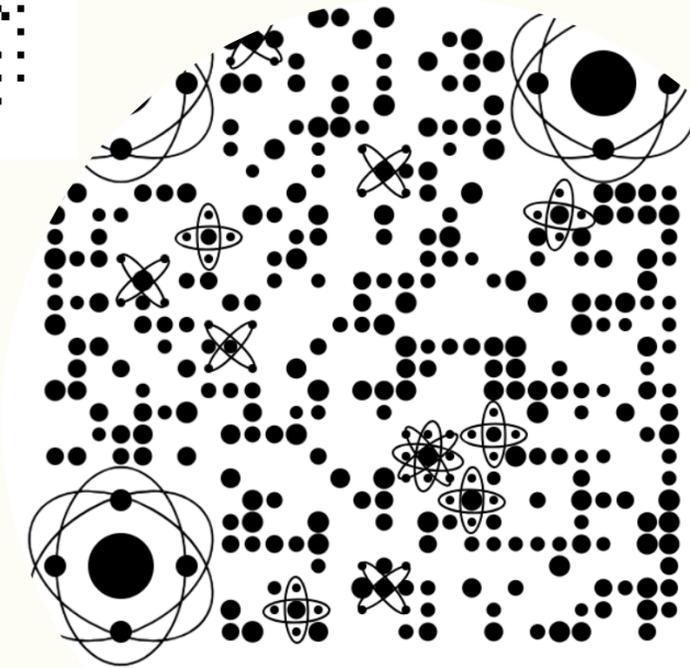
- 返品未使用品、在庫過多商品からスタート
- オンラインストアへ新機能として導入
  - ↳ ストア内の購入画面に「レンタルする」ボタンを追加
- SNSの活用
  - ↳ インフルエンサー起用、レビュー投稿キャンペーン
- 広報内容の工夫
  - ↳ 購入より安く、気軽に試せる安心感をPR

## アイデア2

# ストーリーワッペン

## ストーリーワッペンとは？

- ・衣服の調達、生産、物流の過程に携わった人や環境負荷などの情報も含んだ多機能なQRコードがついたもの
- ・衣服にストーリーワッペンを付けることにより、トレーサビリティの認知を促進し、その服の背景になる「物語」を知ることが出来る
- ・QRコードにデザイン性も取り入れ、ファッションの"楽しさ"は残す事で、消費者も手に取りやすくなる



# 期待できる効果

## 1. ストーリー性(付加価値を与える)

・「このTシャツの原料はベトナムで作られていて、タイの工場ですべて丁寧に縫製されて日本に届けられている。」などの背景を知る



ただの「服」が意味のある服になる



## 2. 透明性への信頼

・「誰が、どこで、どう作ったか」が明らかになることで、ブランドの信頼感も高まる



# 活用方法



## ARや動画と連携

- ・生産者のインタビューや現地の映像にアクセス可能
- ・生産者から消費者に対してのメッセージも入れ込む
- ・届きにくい現地の「声」を消費者に届ける



## 消費者参加型のストーリー

- ・購入者が、「自分とこの服の思い出」を投稿できる仕組みを入れ込む
- ・生産者もその投稿を閲覧できるようにし、自分の手で作った衣服の過程を知れるようにする



## 服の“その後”も追える

- ・ストーリーワッペンのついた服をリユースする場合は、過去の消費者が書いた「自分とこの服の思い出」を共有できるようにする。
- ・消費者同士でも服の「物語」を可視化する

# コスト面

## ワッペン作成費用

・3×3cm以内:1枚330円～

枚数による割引  
大量生産する場合:240円～  
に価格を抑えられる

出典: MARKING LAB. オリジナルワッペンの価格は  
いくら? 2021-12-14.

[https://www.marking-lab.com/shop\\_blog\\_detail.html?id=71](https://www.marking-lab.com/shop_blog_detail.html?id=71)

## トレーサビリティ情報管理システムの導入コスト

月額3,000円～5万円程度  
(既存のクラウド型パッケージを利用する場合)

出典: hacchu navi Inc. “トレーサビリティシステムの導入費用相場と進め方について解説 - システム開発のプロが発注成功を手助けする【発注ラウンジ】”.  
発注ナビ. 2025-05-21.  
<https://hnavi.co.jp/knowledge/blog/traceability-cost/>, (2025-06-02).

## その他のコスト

サプライチェーンの各社との  
情報連携やデータ入力の人  
件費など

# 取り組みの始め方

- 一社で限定的に始める
- 購入時に希望すればその場でワッペンをつける。商品タグにもQRコードを付けておく
- デザインは複数準備する

一着一着に詰まった「ストーリー」を体験する、新しい「おしゃれの楽しみ方」へ

# アイデア3 ローカルブランド

- 理念:江戸時代のような、地域に根差した循環型社会の実現(復興)
- 概要:地方自治体(都道府県)ごとに独自のブランドを作り、特産品というように形で衣服を販売する。単に土産というだけでなく、その地域でも私服として流通するようにする。



# 見込める効果

## • 中期

地域経済の活性化

→地域のブランドを作り製品を販売することで収益が見込める

衣服への愛着

→地元など、その地域で作られた衣服への愛着

## • 長期

大量生産の抑制

→このモデルが主流になれば、高品質の衣服を使いまわすことが常態化する

大量廃棄の抑制

→服への愛着と高い耐久性から、捨てる服が減る・着なくなってもリサイクルに出す

# 活用方法

## 企業や自治体側

地方自治体ごとに独自の「ブランド」を作り、高品質な衣服を販売



着なくなった服は回収、リサイクルに回す



リサイクルされたものを使って再び服を作り販売

## 消費者側

地元や今住んでいる地域、好きな地域の衣服を購入、使う



着なくなったら回収に出す

# どのように広めていくか

どこかの企業が率先して行う

or

地方自治体か国が補助金を出してブランド作成を支援する

↓

口コミなどでの拡散

↓

収益性を確保し、成功事例を作る

↓

全国の自治体へ徐々に拡散

# 懸念点

- ・高品質な衣服の生産方法

→高品質なブランドという観点では「職人」のような人に作ってもらうのが理想、しかし持続可能性はあるのか。機械で作るとすると、高品質は保証されるのか。

- ・地域の服の「独自性」をどこで出すか

→デザインか素材か、別の何かか。各地方自治体や企業任せになるかもしれない。

- ・価格帯設定

→あまり見当が付かないが、1着1万円くらいか

- ・着なくなった服の回収はどのように行うか

→特に生産地と回収地が異なっているとき

ご清聴ありがとうございました

