

衣料品余剰在庫、廃棄ロス削減への動き

◆アパレル業界全体の廃棄ロス削減を目指すワールド

食べられるのに廃棄される「食品ロス」は広く知られるようになったが、新品の衣料品在庫の廃棄ロスについては、まだ一般的によく知られていない。2019年4月に発行された「大量廃棄社会」（仲村和代・藤田さつき著、光文社新書）によると、年間10億枚ほどの新品衣料が廃棄されているという。

アパレル大手のワールドは、19年8月、在庫製品の評価などを手がけるゴードン・ブラザース・ジャパンと連携して、売れ残った在庫の衣料品や雑貨を安価に販売する事業を始めると発表した。9月中旬に、自社製品だけでなく、他のアパレル企業からも余剰在庫を買い取り、安く販売する「オフプライスストア」を、さいたま市のショッピングモールに出店する。約60ブランドを扱い、定価の5～7割引で提供する予定だ。自社ブランドが中心のアウトレットとの差別化を図り、アパレル業界全体の廃棄ロス削減を目指し、関西への展開も検討していくという。

◆在庫のタグ付け替えでブランドイメージを損ねない新ビジネス

余剰在庫の大量廃棄の背景には、売れ残り在庫が安く出回ると、値崩れやブランド価値の毀損につながるということがある。18年7月、英国ブランド「バーバリー」が17年度に約41億円相当の新品の衣料品や香水などを、ブランド保護のために焼却処分していたことが大きく報道された。

日本では、ブランド価値を損ねることがないように、タグ付け替えで余剰在庫を再販するビジネスが注目されている。FINE（ファイン）は、18年10月から、ブランドタグを外して新しいロゴ「Rename」を付け、自社通販サイトで安く販売する事業を始めた。「Rename」で販売するなら在庫を譲るという企業が増え、扱うブランドは累計150前後にのぼり、「Rename」の年間消化率も9割を超えるという。

天候不順やトレンドの影響を大きくうける衣料品は、需給調整がとくに難しい。したがって廃棄を前提とした大量生産が常態化してきたが、環境への意識が高まり、在庫処分のあり方そのものを見直そうという機運がアパレル業界の中でも高まりつつある。在庫の廃棄ロス削減へのさまざまな策が期待される。【秋元真理子】