

ウルトラファスト ファッションにおける 環境問題

南山大学 平岩ゼミ

林大登 井上晶生 水野沙也佳

中原梨愛 坂口莉瑚

Contents

- 01.研究の背景
- 02.リサーチクエスチョン
- 03.ウルトラファストファッションとは
- 04.SHEINとは
- 05.マーケティングの分析
- 06.問題点
- 07.環境負荷に対する取り組み
- 08.課題
- 09.結論
- 10.参考文献・資料

01.研究の背景・目的

ファストファッション
環境問題が発生



ex.) 大量廃棄による有害物質発生

(出典：BBC News, 2021)

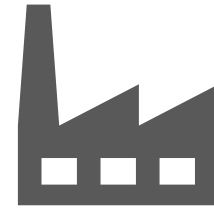
ウルトラファストファッションの
様々な環境問題



大量生産



大量廃棄



CO₂排出



過剰包装 etc.

対策がとられていない

+

世界中で大流行

02.リサーチクエスト

ウルトラファストファッションの台頭が進む中で
持続可能な社会は実現できるのか？

できない場合の対策とは？

*持続可能な社会⇒SDGsの12「つくる責任、つかう責任」

03. ウルトラファストファッションとは

1. ファストファッションの定義

Fast fashion is a business model followed by the clothing industry in which recent catwalk trends and high-fashion designs are copied, mass-produced at a low cost, and shipped quickly to retail stores.

〈ファストファッションとは、最近のキャットウォークのトレンドやハイファッションのデザインをコピーし、低コストで大量生産し、小売店に迅速に出荷するという、衣料品業界が採用しているビジネスモデルである。〉

(出典 : Jiaye Liu, 2022)

03.ウルトラファストファッションとは

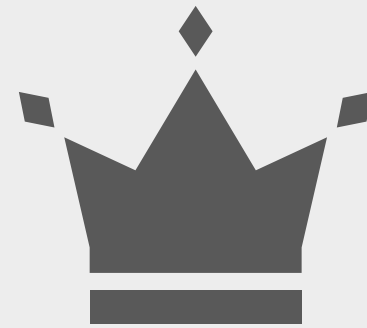
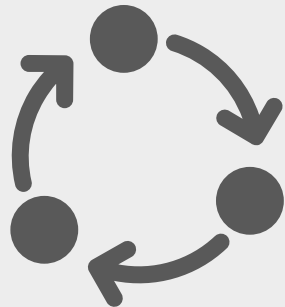
2.条件

デジタル
マーケティング



ユーザー
エクスペリエンス

独自の
サプライチェーン



トレンド中心

03.ウルトラファストファッションとは

3.ファストファッションとウルトラファストファッションの比較

UNIQLO		SHEIN
○	店舗	×
¥790~	価格 (2023年11月20日時点)	¥461~
外部委託	生産	自社工場

(SHEIN, 2022a · FAST RETAILING, 2023)

04.SHEINとは

1.会社概要

- ◆2012年設立
- ◆全世界の従業員数：10,000名
- ◆世界150以上の国や地域で
商品を販売

(SHEIN, 2022a)



¥461

★ 4.89 (1000+) >

無地柄 ラウンドネック Tシャツ

カラー: ベージュ



サイズ JP

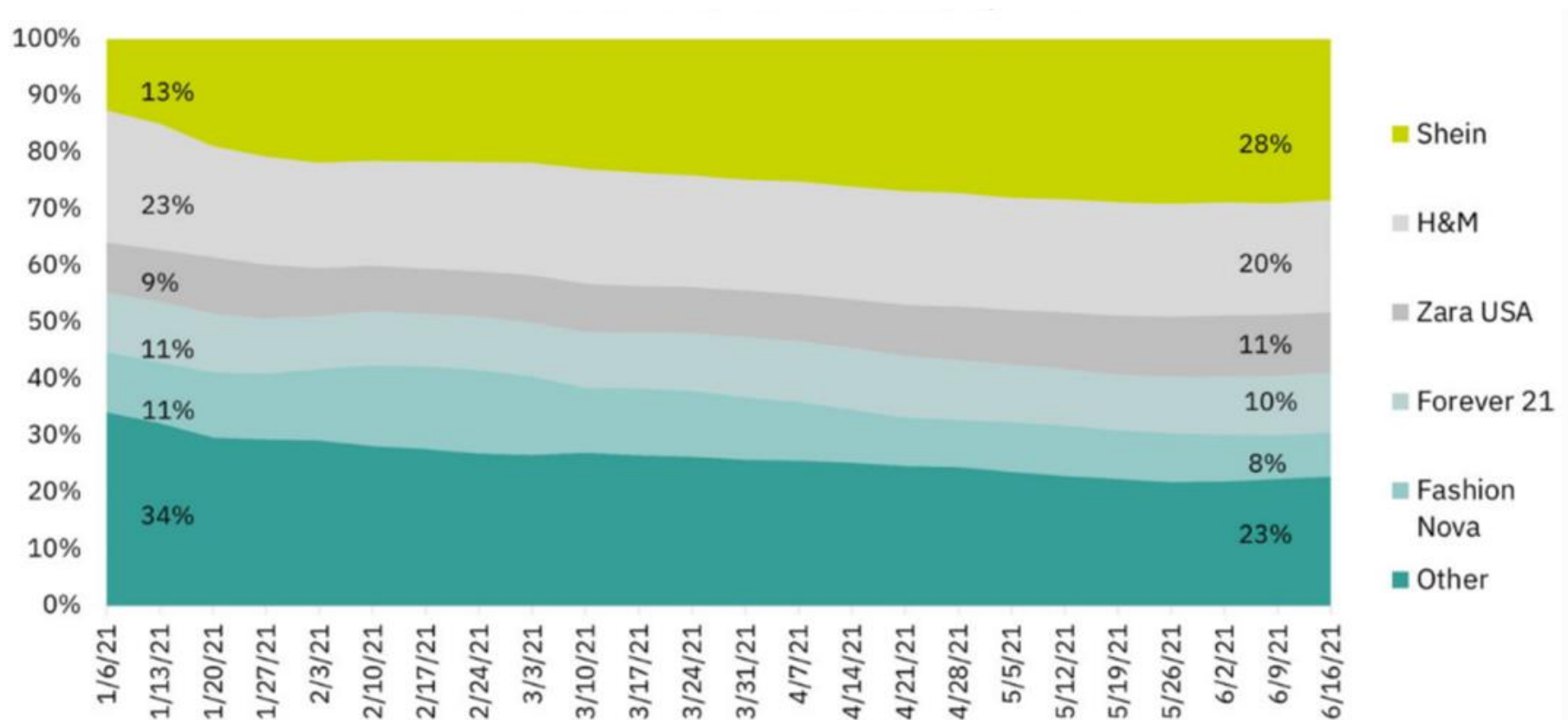
マイサイズを確認 >



買い物かごに追加

04.SHEINとは

2.アメリカ ファストファッション市場シェア率



(出典： Jiaye Liu, 2022)

05.マーケティングの分析

1.C2Mモデル

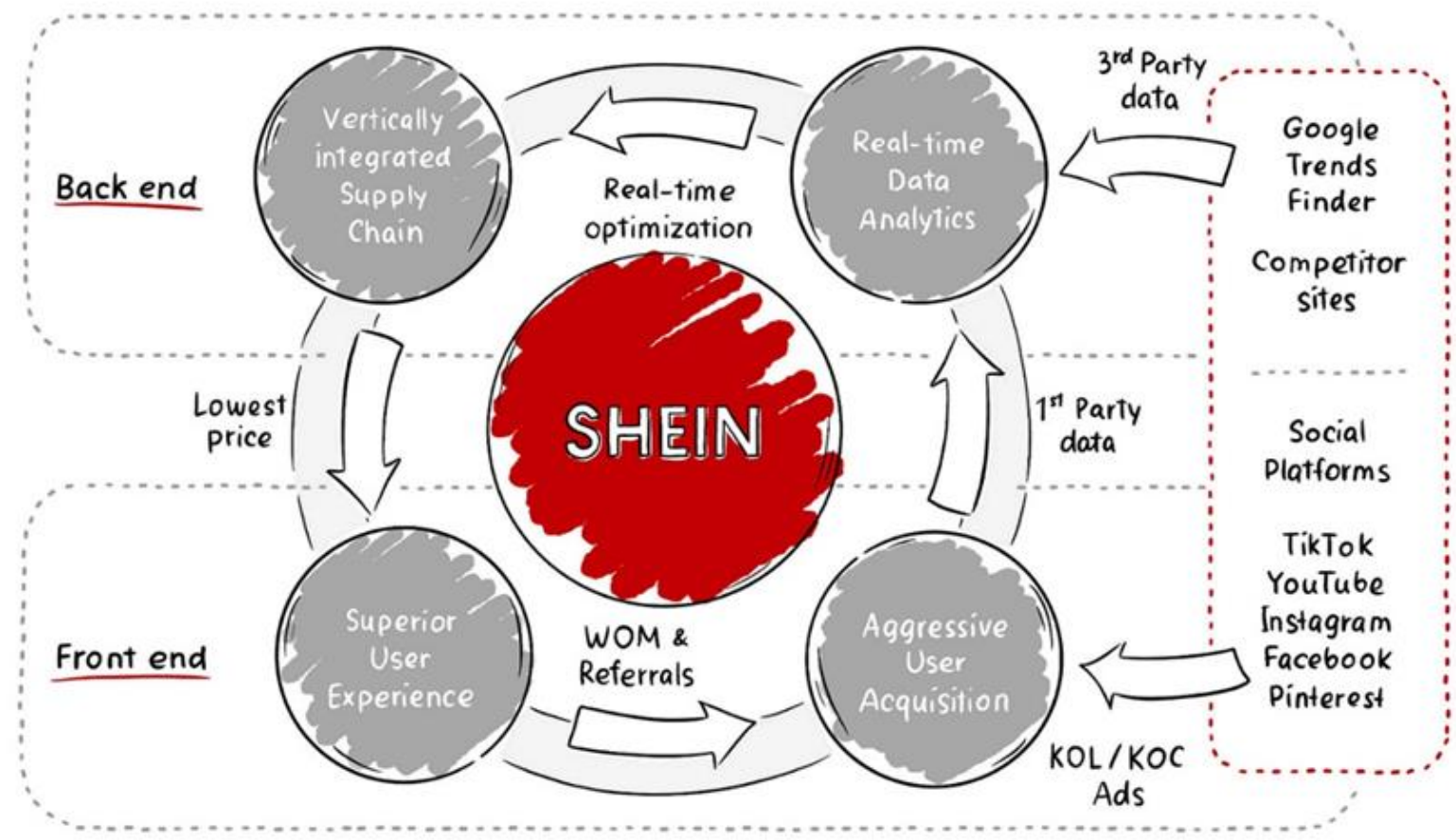
○SHEIN独自のサプライチェーンを実現

- ・SCMモデル
- ・自社アプリの活用
- ・SNS広告、インフルエンサーによるプロモーション

→**手ごろな価格**・**多くの選択肢**・**中毒性**の実現

05.マーケティングの分析

1.C2Mモデル



(出典：Packy McCormick, 2021)

05.マーケティングの分析

1.C2Mモデル (1)Back end

- インターネット（グーグルトレンドや競合他社のサイト）や SHEIN独自のデータからファッショントレンドを引き出す
- SCMシステム：システム上で在庫調整、生産指示が自動的に行われ、協力工場が増産を始める。

（売れ行きや人気商品の情報がリアルタイムで伝えることができ、効率的に生産・低価格で販売ができる）

 **手頃な価格・多くの選択肢**

05.マーケティングの分析

1.C2Mモデル (2)Front end

・ 綺麗な商品写真、写真付き・動画付きのレビューが豊富
= UXを高める

+

・ アプリ上では多くのお得情報を表示して消費者を夢中にさせる
・ インフルエンサーの活用、SNS広告
= 積極的なユーザーの獲得

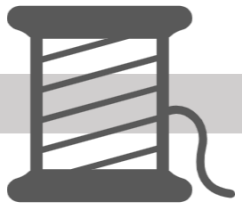


中毒性の加速

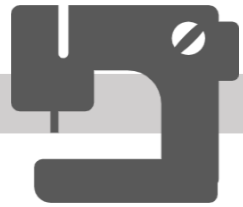
06.問題点

1. CO₂・有害物質の排出

2. 直線的な生産プロセス



材料収集



縫製



梱包



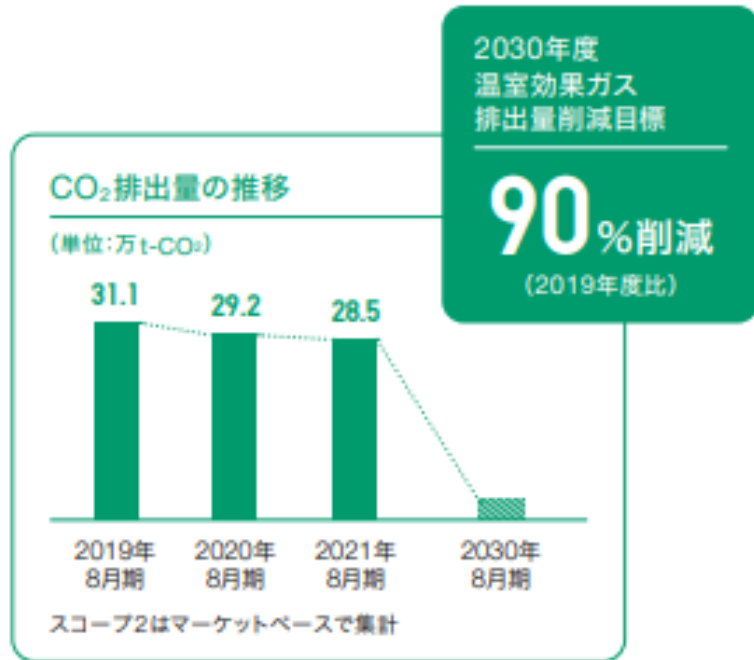
配送



廃棄

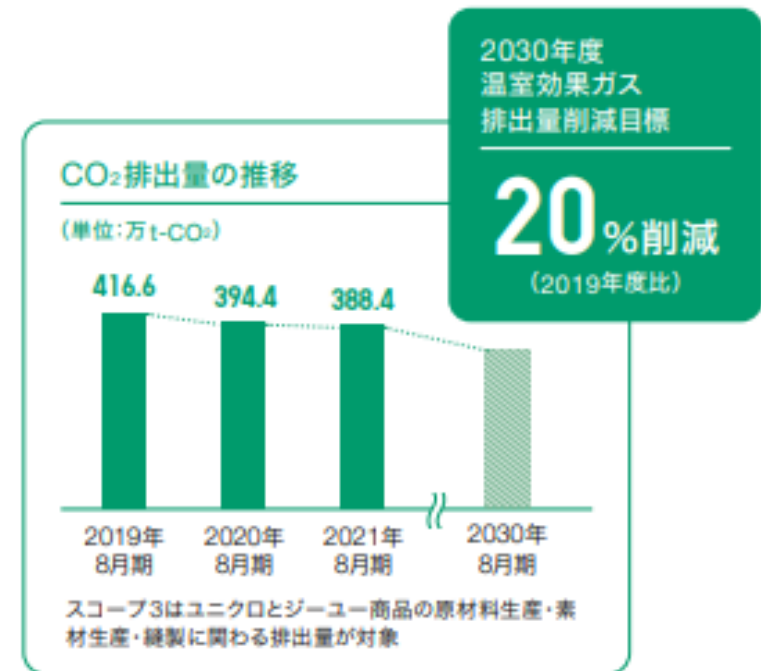


07.環境負荷に対する取り組み



①環境に配慮した店舗作り

28.5万t



②サプライチェーンで削減の取り組み

388.4万t

(出典：FAST RETAILING, 2022)



CO₂排出量の削減が着実に進んでいる

07.環境負荷に対する取り組み

SHEIN 2021 GHG Emissions

Scope	Description	GHG Emissions (tCO ₂ e) <i>(in thousands)</i>	Proportion
Scope 1	Emissions generated from SHEIN facilities	1.8	<0.1%
Scope 2	Emissions from energy we purchase to power SHEIN facilities	24	0.4%
Scope 3	Emissions from the entire supply chain	6,257	99.6%
Total GHG Emissions (tCO₂e) <i>(in thousands)</i>		6,283	

(出典：SHEIN, 2022b)

サプライチェーンでのCO₂排出量 **625.7万t**

ファーストリテイリングの約1.6倍

08.対策①

環境にいい素材を使用した商品の販売促進・広告

①-a) リサイクル素材を使った「**evoluSHEIN**」の認知度を高める

→SHEINはネット上で名を挙げたブランド

→インターネット上での影響力は大きい

例) Instagramでの # sheinの件数は952万(11/3)、YouTube 広告など

①-b) 環境に配慮した素材の活用

例) BCI認証のコットン



08.対策①

商品の比較

「evoluSHEIN」商品



SHEIN商品

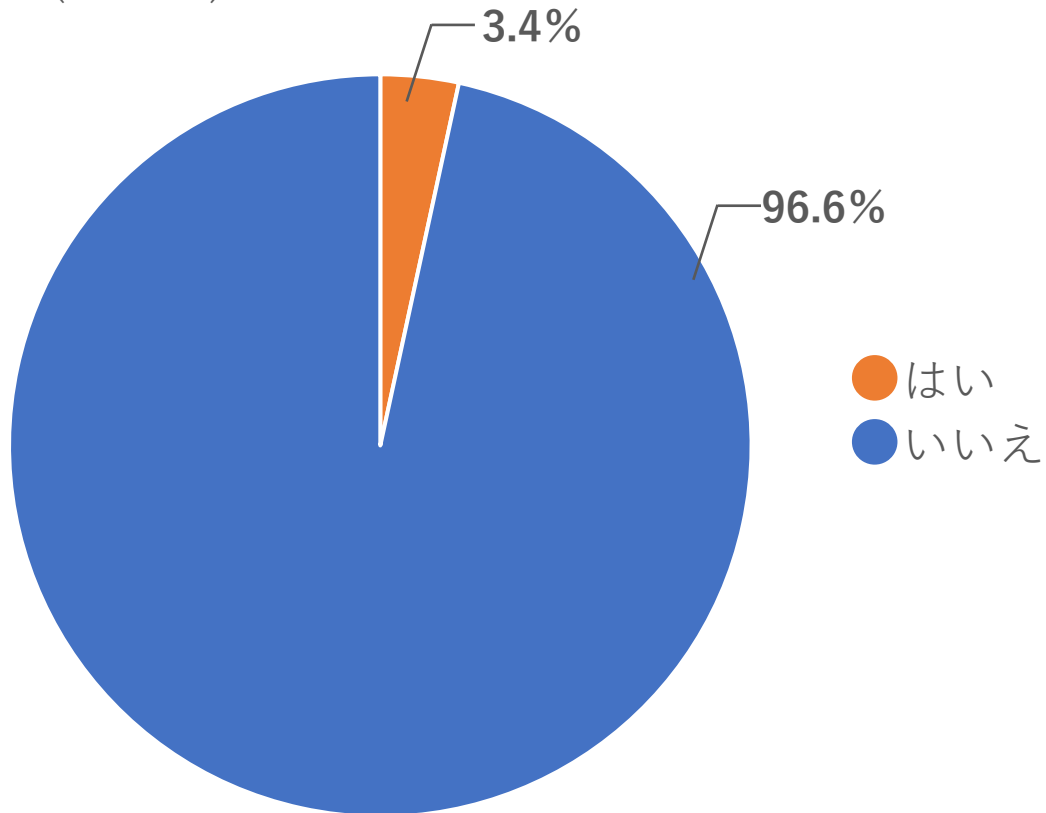


ほぼデザインは同じだがevoluSHEINの商品の方が安い

値段による購入意欲の減退はない！

08.対策①

Q. evoluSHEIN(リサイクル素材などを利用したSHEIN内の商品)を知っていますか？
(n=117)



環境問題への対策活動が
ほとんど知られていない！



アプリ内広告
evoluSHEINのアピール

08.対策①

対策①-b

- Better Cotton Initiativeの略
- BCIが定める7つの基準に則って栽培
- BCIへの加盟企業は2000社以上

About Better Cotton

Farmers who grow Better Cotton commit to using the Better Cotton Principles.



1.
Crop
Protection



2.
Water
Stewardship



3.
Soil
Health



4.
Biodiversity



5.
Fibre
Quality



6.
Decent
Work



7.
Management
System

08.対策①

主なBCI加盟企業



(出典：赤堀産業株式会社繊維部, 2020)

08.対策①

対策①-b

2019年の生産量

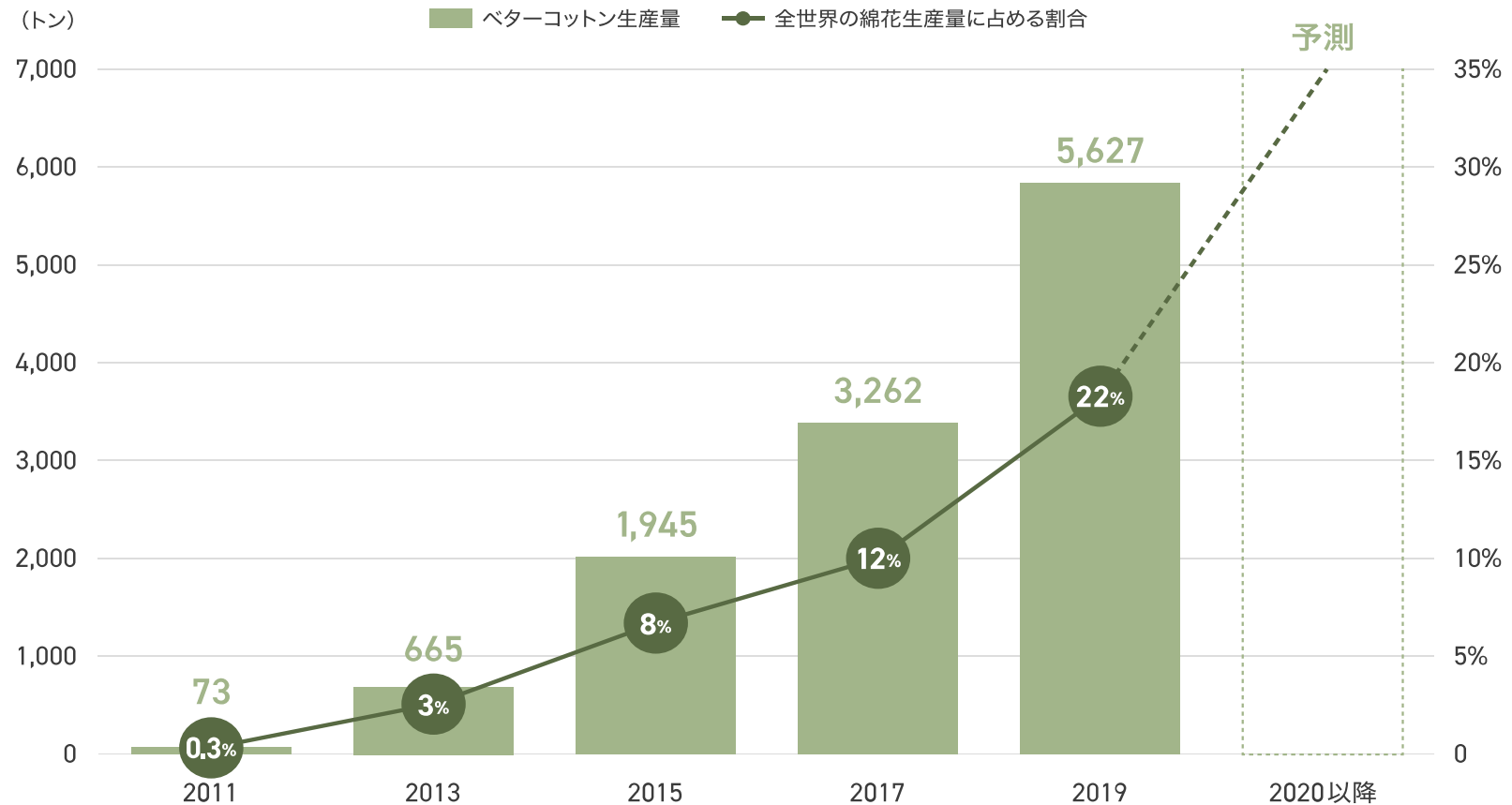
5,627t

2011年の約77倍

全世界の綿花生産量の22%

**生物や環境に
やさしい製品の生産**

ベターコットン生産量の推移



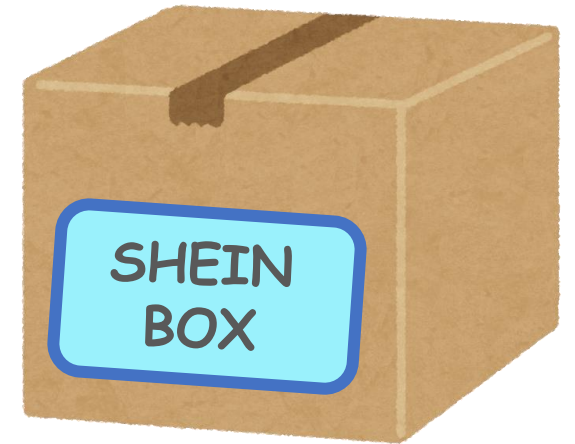
(出典: 赤堀産業株式会社繊維部, 2020)

08.対策②

- ・ 返品されたものを寄付・リサイクルする技術がある
→着用した衣類にもこの技術は応用可能！！

回収体系の追加

- ・ SHEINBOXを使った消費者とのやりとり
- ・ ポイント還元による消費者の意欲増進



08.対策②

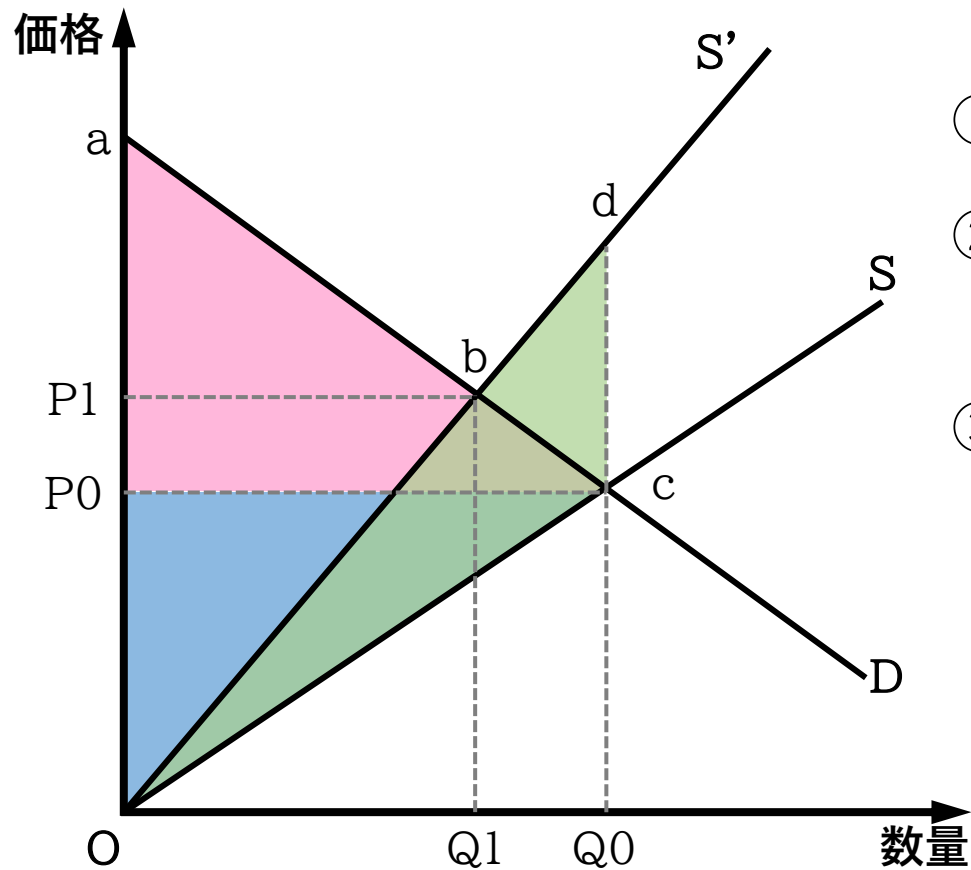


08.対策②



08.対策②

環境経済学



社会的総余剰が大きいことが社会にとって望ましい

①環境問題が発生していない場合： $\triangle Oac$

②環境問題を放置した場合： $\triangle Oac - \triangle Ocd$

($\triangle Ocd$ ：環境問題により起こった負の外部費用)

③環境問題の対策の費用を生産者が負担した場合： $\triangle Oab$

$$\textcircled{2} < \textcircled{3} < \textcircled{1}$$

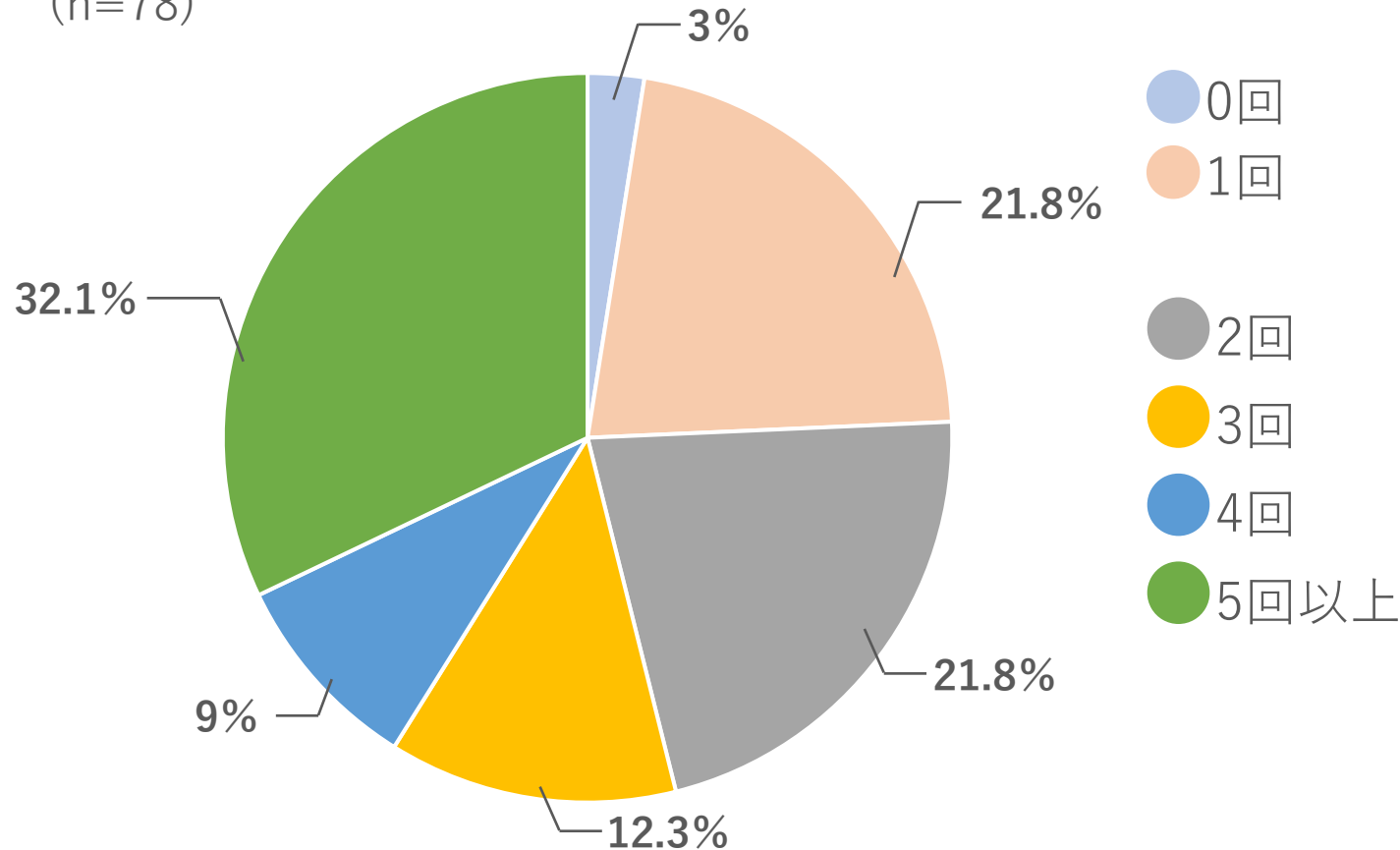
生産者が費用を負担した方が社会的余剰が大きくなる

➡ コストをかけても **対策すべき**

08.対策②

リピーターの確保

Q.直近2年間で何回SHEINを利用しましたか？
(n=78)



75.2%
直近2年間で2回以上
SHEINを利用している

09.結論

今のシステムを保ったまま
持続可能な社会を実現することは困難

対策 : 直線的なプロセスの打破
: CO₂・有害物質の排出量削減

SHEINの課題 : 現在のビジネスモデルを続けていくために
: 環境負荷が小さい新たな取り組みを行う

10.参考文献・資料

- BBC News(2021). 「Fast fashion: The dumping ground for unwanted clothes」 . <https://www.youtube.com/watch?v=MHnDqeIUh-4>.
- SHEIN(2022a). 「2021 Sustainability and Social Impact Report」 . <https://sheingroup.com/protecting-the-environment/people/2021-sustainability-and-social-impact-report/>.
- FAST RETAILING(2023). 「生産パートナーリスト」 . <https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/labor/list.html>.
- Jiaye Liu(2022). 「Research on the Business Strategy and Deficiency of the Fast Fashion Industry to Enhance Development-a Case Study of Shein」 . ICEDBC 2022, AEBMR 225, pp. 1794-1801.
- Packy McCormick(2021). 「Shein: The TikTok of Ecommerce」 . Not Boring. <https://www.notboring.co/p/shein-the-tiktok-of-ecommerce>.
- 福田 稔(2021). 「アパレル初！謎の1兆円未上場企業「SHEIN」の正体中国発！Z世代を引きつける「理由」と「課題」は」 . 東洋経済. <https://toyokeizai.net/articles/-/452310?page=2>
- FAST RETAILING(2022). 「SUSTAINABILITY PROGRESS」 . https://www.fastretailing.com/jp/ir/library/pdf/ar2022_06.pdf.
- SHEIN(2022b). 「Sharing Our 2021 GHG Emissions Inventory and Plans to Reduce Emissions」 . <https://sheingroup.com/corporate-news/press-releases/2021-ghg-emissions-inventory/>
- Better Cotton(2023). 「Defining ‘Better’: Our Principles and Criteria」 . <https://bettercotton.org/what-we-do/defining-better-our-standard/>.
- 赤堀産業株式会社 繊維部(2020). 「BCIとは」 . 赤堀産業株式会社. <https://akahorisangyo.com/ourbusiness/textile/bci>.