

環境省実証事業

実証対象事業に関する説明資料
(株式会社エアーフローゼット・日本語版)

(1) 事業概要①

- エアークローゼットでは、30～40代の働く女性を主なターゲット層としたファッションレンタルサービス『airCloset』を提供している。
- 女性の社会進出や情報化社会の進展に伴って時間の価値が高まる中、日々忙しく働く女性に対して、時間を節約しながら新しいファッションと出会う楽しみを価値として提供している。
- ユーザーは『airCloset』上でファッションの好みや体型等の情報を登録するだけで、プロのスタイリストが厳選した衣服をレンタルでき、クリーニング等の衣服の定期的なメンテナンスはエアークローゼットに任せることができる。

エアークローゼット： ファッションレンタルサービス「airCloset」

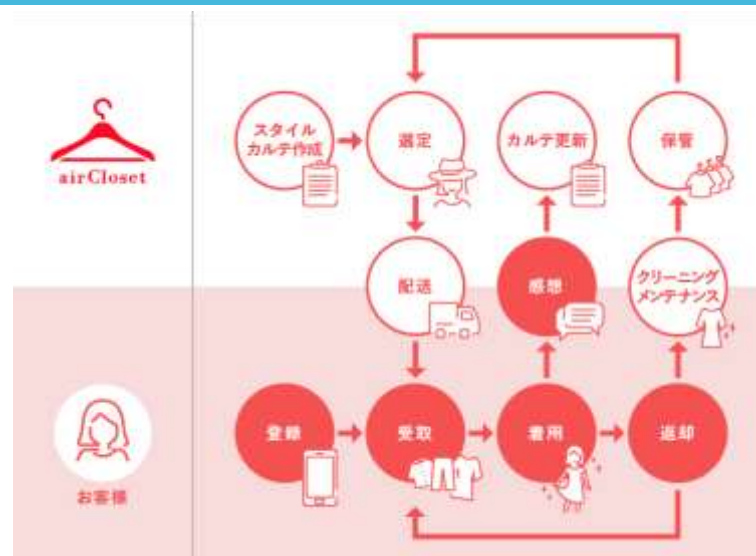
企業名	株式会社エアークローゼット
設立年	2014年
本社	東京都港区
従業員数	108人（2022年6月末時点）
事業内容	ファッションレンタルプラットフォーム『airCloset』の運営
資本金	1,116百万円
売上	3,390百万円

airClosetのユーザー層とユーザーが抱えるファッションの悩み



(出典) エアークローゼット提供資料

airClosetの利用イメージ



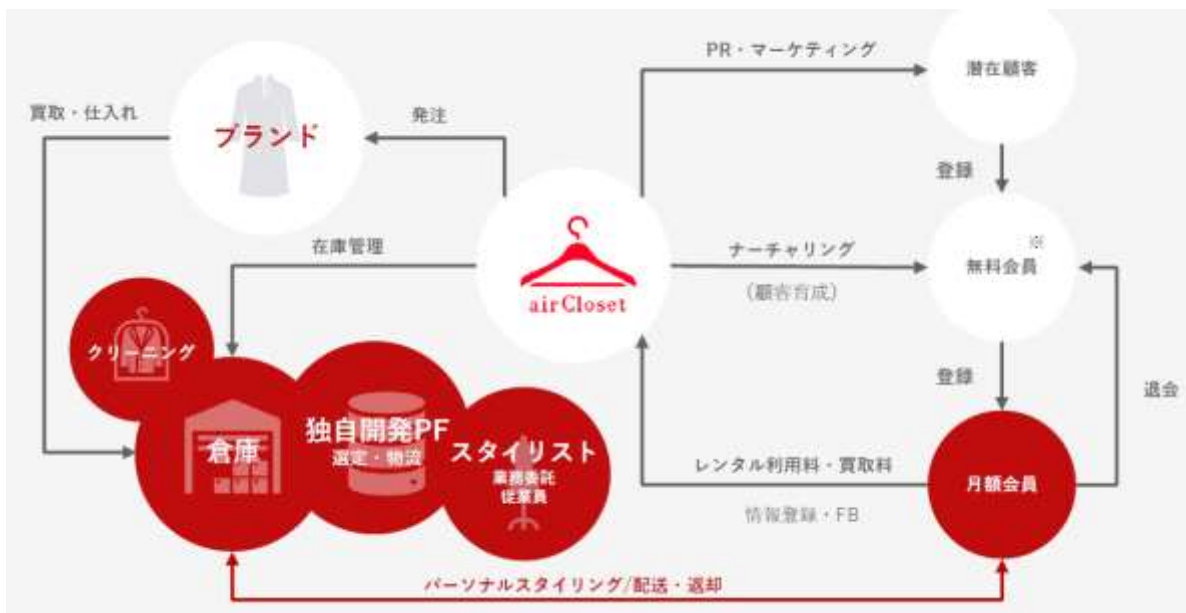
(出典) エアークローゼット提供資料

(2) 事業概要②

エアークローゼット： ファッションレンタルサービス「airCloset」

- エアークローゼットでは、各ブランドから衣服を仕入れ、エアークローゼットが提携するスタイリストがユーザーのスタイルやファッションの好みに応じて似合う服を選定し、ユーザーに商品を提供している。
- ユーザーは、自身の服の好みやサイズ等を会員サイトで登録するだけで、加入した月額制のプランに応じて1回あたり3～5着の衣服をレンタルできる（交換し放題のプラン有り）。利用後はクリーニングをせずそのまま商品を返却するか、気に入った商品はそのまま買取することもできる。
- 全ての商品はエアークローゼットが独自開発したデータプラットフォーム上で商品単位で管理されている。ユーザーから返送された商品は専用工場でのクリーニングやリペアを行っている。

airClosetの事業構造



(出典) エアークローゼット提供資料

ユーザー視点での利用フロー

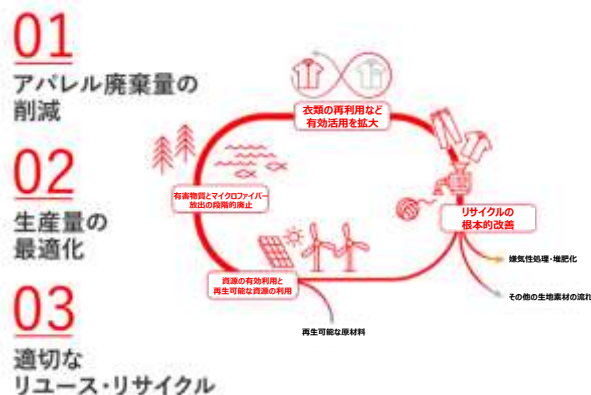


(出典) エアークローゼット提供資料

(3) 事業のポイント

- airClosetは時間の節約と似合う服の選択というユーザーの悩みを解決しつつ、ブランドメーカーのプロモーションにも貢献している。
 - ✓ ユーザー層はファッションにかけられる時間が限られている働く女性であり、衣服の選択・購入などの時間を節約できる価値と、様々な衣服と出会い体験できる価値、さらにはスタイリストによる提案で自身に似合う衣服と出会える価値を提供している。
 - ✓ airClosetを介して消費者の試着機会が増加するため、各ブランドの商品のプロモーション効果の向上につながっている。
- 環境面に対する効果も期待され、下記の2つの観点からサーキュラーファッションの実現に貢献している。
 - ① シェアリングによる衣服の過剰保有・過剰生産の抑制：
ユーザーは、衣服を購入・保有することなく様々な商品・組み合わせの衣服を実生活の中で試すことができるため、需要を満たすために必要な衣服の量が抑制され（特に着用頻度が低い死蔵品の減少）、生産量の削減が期待できる。
 - ② 衣服のシェアリング／リユース、リサイクルによる焼却処分量の抑制：
①によって衣服の生産量が削減されると同時に廃棄量の削減も期待できる。また、airClosetでのサービス提供に適さなくなった使用済みの衣服は、二次流通によるリユースや建材へのリサイクルに仕向けられ、焼却処分量の削減に貢献している。

airClosetが目指すサステナブルファッションへの貢献



(出典) エアークローゼット提供資料

airClosetからの衣服廃棄ゼロに向けた取組

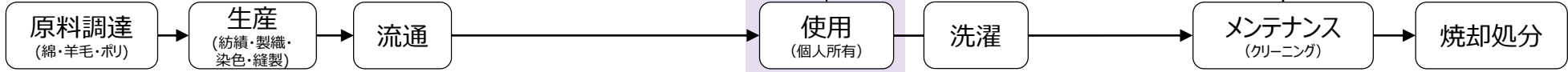


(出典) エアークローゼット提供資料

(4) 事業フロー（効果推計のためのシナリオ）

ベースライン

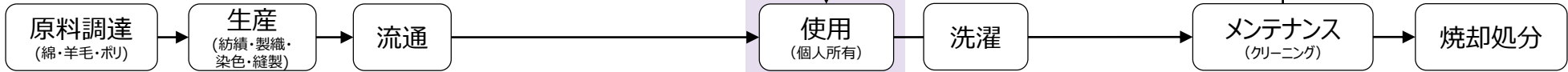
全ての衣服（100着）をユーザーが保有し、使用後は可燃ごみとして廃棄する。



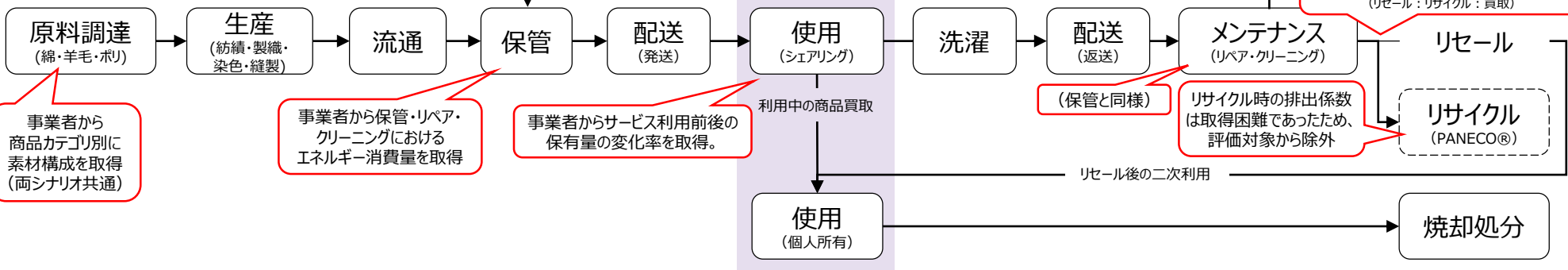
脱炭素型 2 Rビジネス

ベースラインよりも少ない衣服（64着）をユーザーが保有すると共に、airClosetで衣服（1人1年平均11着）のレンタル（シェアリング）を行う。

<個人保有分> ※ベースラインと同様のフロー



<シェアリング分> ※airClosetにおける事業フロー



<機能単位>

- ✓ 1年間の衣服需要（トップス、ボトムス、ワンピースの3カテゴリを想定）

<対象>

- ✓ 対象製品：月額制ファッションレンタルサービス「airCloset」における2022年の取り扱い商品（推計上はトップス、ボトムス、ワンピースに分類）
- ✓ 対象範囲：原料調達から廃棄まで（※現存する商品の処分方法は、処分済みの商品の平均的な割合をカテゴリ別に与えた。）

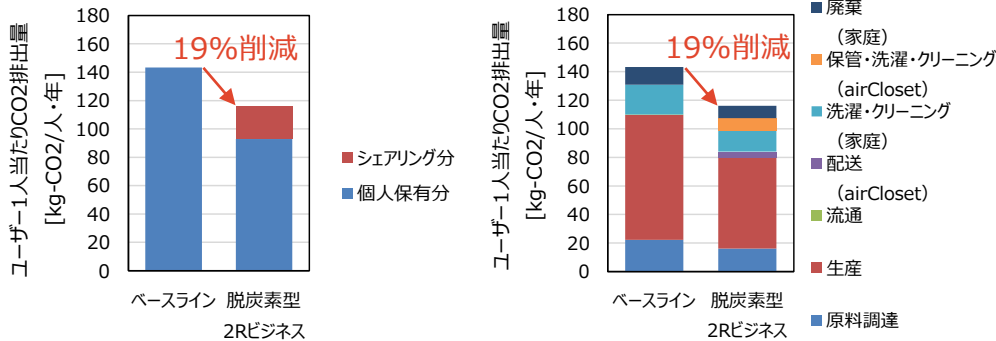
(5) 事業の環境面の効果

エアークローゼット： ファッションレンタルサービス「airCloset」

脱炭素面の効果

- ✓ 脱炭素型2Rビジネスシナリオでは、ベースラインシナリオと比べて19%のCO2排出削減効果が見込まれた。なお、廃棄による負荷は家庭からの衣服廃棄分を示している。
- ✓ 衣服は原料調達段階と生産段階におけるCO2排出量が大きい特徴を有するため、シェアリングを通じてユーザーによる衣服の購入・保有が抑制されることで、衣服の生産量が削減された部分が主たるCO2削減効果として期待されることが分かる。なお、推計の際はシェアリングサービスの提供による流通機会の増加や商品の保管に伴う負荷も加味している。

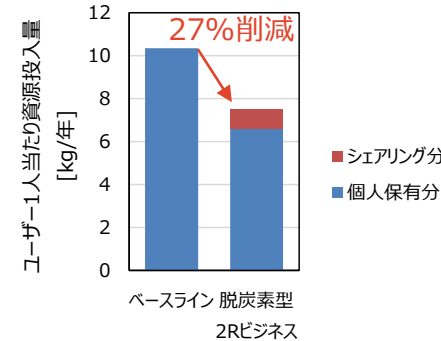
CO2排出量
(左：保有形態別、右：段階別)



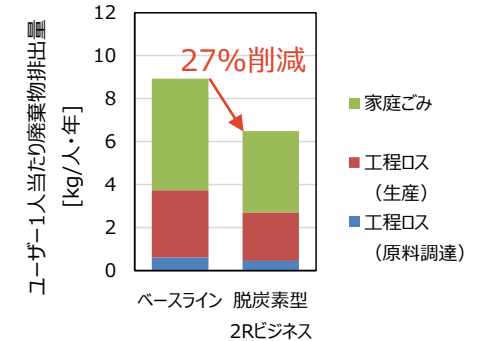
資源循環面の効果

- ✓ 脱炭素型2Rビジネスシナリオでは、ベースラインシナリオと比べて27%の資源投入量抑制効果、27%の廃棄物排出抑制効果が見込まれた。これは、脱炭素面の効果と同様に、シェアリングを通じてユーザーによる衣服の購入・保有が抑制されることで、衣服の生産量が削減されたことによるものである。
- ✓ 廃棄物排出量に関しては、生産量の削減によって原料調達・生産段階での工程ロスと使用済み衣服の廃棄量の削減とともに、リサイクルへの仕向によって焼却処分の削減も見込まれた。

資源投入量



廃棄物排出量



※一般的な衣服の商品寿命は花王株式会社による調査を基に5年として換算した。
※綿・羊毛の原料栽培時の廃棄物排出量はデータ制約上考慮していない。

<算定条件>

- ✓ 活動量
 - 商品重量 : 経済産業省(2003)「繊維製品(衣料品)のLCA調査報告書」から推定した(トップス:120g、ボトムス:300g、ワンピース:500g)。
 - 素材構成 : 綿・羊毛・ポリエステルを想定し、エアークローゼット提供データ(商品カテゴリ別の代表値)を用いた。
 - 配送件数 : エアークローゼットによる2022年の配送件数の実績値を用いた。
- ✓ 原単位
 - 原料調達・生産 : 経済産業省(2003)「繊維製品(衣料品)のLCA調査報告書」から内訳となるプロセスごとに平均値を推定。
 - 流通 : 経済産業省・国土交通省「物流分野のCO2排出量に関するガイドラインVer.3.1」より、片道300km、往路積載率100%・復路積載率10%と仮定して排出係数を推定。
 - 発送・返送 : 佐川急便株式会社「ESGデータ集」の宅配便1件あたりのCO2排出係数と、エアークローゼットにおける配送1件に同梱される平均商品数から推定。
 - 倉庫保管 : エアークローゼット提供データ(2022年の倉庫におけるエネルギー消費量)を基に排出係数を推定。
 - 洗濯・クリーニング : 山口ら(2006)及び山口ら(2010)における洗濯/クリーニングの排出係数を基に1年間の排出量を推定。
 - 廃棄(焼却) : 国立環境研究所・温室効果ガスインベントリオフィス「日本国温室効果ガスインベントリ報告書 2022年」における一般廃棄物中のプラスチックの焼却時の排出係数を適用。
- ✓ 衣服保有量
 - ベースラインシナリオ : (個人保有分)一般的な衣服の保有量(1人当たり100着、トップス:50%、ボトムス:25%、ワンピース:25%と想定)を一般社団法人日本衣料管理協会「令和元年度調査分『衣料の使用実態調査』について」から取得した。
 - 脱炭素型2Rビジネス : (個人保有分)airClosetの利用に伴う保有量削減率をアンケート調査から取得し、ベースラインシナリオの保有量に乘じた。
(シェアリング分)2022年にairClosetで取り扱われた衣服の点数とレンタル実績のあるユーザー数を基に平均的なレンタル数(11着)を推定した。商品カテゴリの割合はエアークローゼット提供データ(商品カテゴリ別の構成比)を用いた。