

## ユニテッドアローズが挑む「循環するファッション」



株式会社ユニテッドアローズは、日本国内に約250店舗を運営し、「ユニテッドアローズ」「ビューティー&ユース」「グリーンレーベル リラクスing」など計約30ブランドを展開している。商品の約6割が自社で企画・デザインを行うオリジナル商品であり、実際の生産は外部の縫製工場や繊維商社に委託している。経営理念に定める「5つの価値創造」の一つに「社会価値」の創造を掲げ、2032年に向けた長期ビジョン「美しい会社ユニテッドアローズ」のもと、限られた資源を有効活用し、適正な調達と販売を通じて無駄を削減する事業運営を推進している。

### 親しみやすい活動「SARROWS」を通じ、主体的に循環型サイクルへの参加の仕組み化

同社はサステナビリティ活動を「SARROWS(サロローズ)」と名付け、資源循環を柱の一つとして取り組んでいる。独自の指標として「繊維製品廃棄率」と「商品廃棄率」を設定し、適量調達と販売の最大化による廃棄削減を図っているのが特徴である。具体的な施策は多岐にわたり、一部の店舗で販売過程で生じた規格外品やリペア品について理由を明示した上で販売したり、新素材「ブリュード・プロテイン<sup>TM</sup>ファイバー」等の環境配慮素材を採用して商品開発を行っている。また、自社製品のリペアサービスに加え、年2回の「UA RECYCLE ACTION」や「Green Down Project」を通じた衣類・ダウンの回収を実施している。回収された資源は、株式会社ECOMMIT等の外部パートナーと連携してリユースやリサイクルへ繋がられ、焼却や埋め立てを回避する循環スキームを構築している。

### ✓ 消費者へのサーキュラーエコノミーの伝え方

サーキュラーエコノミーの推進にあたり、同社は活動を「SARROWS」という独自のアイコンとネーミングでブランディングし、顧客がファッションのように親しみやすく感じられるよう工夫している。単なる合理的・環境的な説明にとどまらず、消費者が不要になった衣類を捨てる際に抱く「罪悪感」に寄り添い、店舗をその感情の受け皿として機能させている点が特徴である。

具体的な働きかけとして、年2回のイベント型回収「UA RECYCLE ACTION」では、参加者にクーポンを配布することで行動変容を促すインセンティブを提供している。また、ダウンウェアの通年回収や、自社製品に限定したリペアサービスを通じて、一つの製品を長く愛用する文化の醸成を図っている。

その他、汚れや傷がある規格外品について、その理由を明確に表示した上で価格調整を行い、一部の店舗で販売している。顧客にとっては、商品の状態を納得した上で購入することで、本来廃棄されるはずだった商品の価値を再認識する機会となっている。さらに、オウンドメディアを活用して修理事例や再生素材のストーリーを発信し、環境配慮が新しいブランド価値や需要を生むことを伝えている。これらの多層的なコミュニケーションにより、消費者が無理なく、かつ主体的に循環型サイクルへ参加できる環境を構築している。

### ✓ 作り手(製造事業者)へのサーキュラーエコノミーの伝え方

自社工場を持たない同社にとって、製造事業者との連携は不可欠である。商品の生産においては、外部の縫製工場や繊維商社に対し、自社の企画・デザイン意図を共有しながら委託を行っている。素材開発の面では、新素材「ブリュード・プロテイン<sup>TM</sup>ファイバー」を開発したSpiber株式会社と連携し、ブランドの枠を超えた同一素材の商品化を実現した。また、リペアサービスの提供に際しては、製造メーカーへの相談や外部の修理事業者との協業体制を敷いており、対話を通じて製品の長寿命化を支えている。業界全体で資源循環の意識が高まる中、サプライヤー側でもサステナビリティ担当部門が設立されるなど、作り手の意識も変化している。



### 株式会社ユニテッドアローズ

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前三丁目28番1号

TEL: 03-6804-2820

URL: <https://www.united-arrows.co.jp/>

<https://www.united-arrows.co.jp/sustainability/>



UNITED ARROWS LTD.