

「会」を目指す起業家たち

世の中を少しでも良い方向に前進させたい、目の前で困っている誰かの役に立ちたいと、自ら行動を起こした3人の女性起業家を紹介します。

新品売れ残りのブランド服を「タグの付け替え」で再販する

CASE
1



FINE社長 加藤ゆかりさん(36歳)

加藤さんのキャリアヒストリー

- 2006年(22歳) 大学で臨床心理学を学ぶ。卒業後は住宅メーカーで2年間、営業職として勤務。
- 2008年(24歳) 株式会社FINEを共同経営で設立。中古のCDやDVDなどの卸売りを手がける。
- 2013年(30歳) 倒産の危機を経て、代表取締役CEOに就任。
- 2016年(33歳) 洋服のタグを付け替えて再販する「Rename」を開始。

誰も袖を通さなかった服に
もう一度、命を吹き込む

社会問題化している衣料廃棄。販売シーズンに売り出された服の約半数、15億着*ほどが売れ残り、一部は新品のまま焼却処分される。残った商品を安売りとすると、ブランド価値を下げ、この解決策として生まれた事業が「Rename(リネーム)」。手掛けるのは名古屋市にあるFINE代表の加藤ゆかりさんだ。アパレルメーカーなどから余ってしまった在庫を買い取り、タグを付け替え、公式サイ

トや通販サイトなどで再販する。どこのブランドの商品か分からなければブランドイメージを傷つけることがない。アパレルメーカーは廃棄コストを削減でき、消費者は高品質の商品を低価格で買える。さらに環境に優しい、「三方よし」の仕組みだ。加藤さんは2008年に友人に誘われ、FINEを共同設立。創業から一貫してリセール(不良在庫などを再パッケージして販売する)事業に携わる。CDやDVD、家具、家電などの販売を経て、15年からはアパレル商品に絞った。「洋服こそ、うまくリセールさせるべき商品と

感じたからです。完成までに多くの人が関わっている洋服が大量に捨てられている状況を、なんとかしたいと思いました」。タグを付け替えて販売することを思いついたのは、大量の在庫を抱えたアパレル企業から「タグや洗濯表示ラベルを外して売ってほしい」と依頼されたことがきっかけ。「洗濯表示がないと買った人が困る。新しいものに付け替えてもいいですか」と提案したのが始まりだ。Renameで生まれ変わった商品は累計40万点。「洋服の新しい買い方のひとつとして浸透してくれたいからです」。

*小島ファッションマーケティング調べ

加藤さんに3つの質問

Q.「やっていたよかった!」瞬間は?

A.業界の慣習を変えられたとき

今まで余った在庫はすべて廃棄していたというメーカーから、初めて商品を預けてもらえたとき。「負の資産」が別の誰かの大切な価値になることに、やりがいを感じます」。

Q.大切にしていることは?

A.途中でやめず、継続すること

「本当に課題を解決したいと思うなら、ビジネスモデルとして成立させ、きちんと続けていく必要がある。責任を日々感じています」

Q.読者に伝えたいことは?

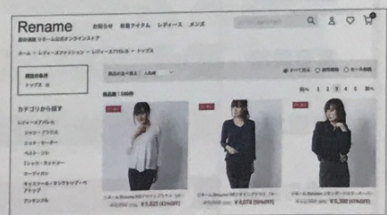
A.モノの選び方が社会貢献になる

「コロナの影響で何が大切かを見つめ直した人も多くは、どんな商品を買うか、その選択も世の中を変える一歩になると思います」



工場ですべて丁寧に作業

取り外したタグや下げ札は、数を確認した上ですべてメーカーに返却。



30代後半から40代に人気

40以上のブランドから在庫を買い取り、元値の30~80%オフで販売。