

ルミネ × 米国 WWD ファッション・小売業界の活性化に向けたフォーラム 「WWD Online Retail 2021 Forum Tokyo」開催報告

株式会社ルミネ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：森本 雄司）は、ファッション・小売業界の活性化と更なる成長に向けた「WWD Online Retail 2021 Forum Tokyo」を2021年2月24日（水）に開催いたしました。

ルミネは、2018年より米国 WWD と共催の元、当フォーラムを東京にて開催をして参りましたが、昨年より、多方面でオンライン化が加速し、登壇者も参加者においてもその環境が整ったことから、本年はオンライン形式にて開催いたしました。今回は、アメリカ、ヨーロッパ、そして日本の注目すべき経営者や世界で活躍する一流のデザイナーをお迎えし、グローバルなトレンドである「サステイナビリティ」、「パンデミック後の世界における小売の未来」、「オンライン・オフラインの相互作用による店頭体験への効果」、「クリエイティビティ」等、幅広いテーマで講演いただきました。



本フォーラムは、このかつてない厳しい状況にあるファッション・小売業界において、国内のみならずグローバルな視点で業界内外の取り組みやコロナ禍以降の新たな成長戦略を策定していく上でのヒントや手掛かりを提供し、日本のファッションを中心とした「小売業界の活性化と、更なる成長」を目的としております。

WWD とは

アメリカ・ニューヨークを拠点に、100年以上の歴史を持ち、ファッション、ビューティー、小売業界におけるニュースとトレンドを発信するメディアです。業界全体を包括的に捉えた日々のトピックスや最新のニュースを配信する他、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドンのファッションウィークの最新情報やショーのレビューを提供しています。これまでロンドン、ニューヨーク、北京において主要な小売業界の経営者層に向けたサミットを毎年開催しています。

スピーカートーク内容 *一部抜粋

■ ダグ・スティーブンス（リテール・プロフェット、創業社長）

（トークテーマ） パンデミック後の世界における小売の未来とは

COVID-19 は、まさに隕石の衝突のような衝撃を小売業界に与えています。多くの小売業が苦境に立たされ、リアル店舗は閉鎖に追い込まれています。しかし、そのような中でも Amazon や Alibaba のような巨大な企業はさらにその成長を続けていることも事実です。では、小売、リアル店舗は今後どのような役割を持つべきなのでしょう。残念ながら世界中のどの街角の店頭を見ても、旧産業時代の状態です。すでに始まっているデジタル時代の店頭への進化ができていないとは言えません。では、巨大企業の影の下で繁栄する道は本当にないのでしょうか？ そんなことは決してありません。

そのためには、強大ではない小売事業者にとって必要な 10 のアーキタイプ（原型）があります。その中のどのタイプを追求していくのか、どの部分を強め差別化していくのかを小売事業者は決めなくてはならないでしょう。そして結果として、この長く暗いトンネルの反対側に出たとき、消費者にとって新しい価値を提案できれば、我々は輝かしい未来を見ることができるでしょう。

■ アン・ピッチャー（セルフリッジズグループ、マネージングディレクター）

（トークテーマ） 小売業の抜本的な見直しを

セルフリッジズグループのビジョンは「小売業の再発明」です。このことは、サステナブルな事業への転換を目指すことから始まりました。2025年までに環境負荷の大きい材料はその全てをサステナブルな供給源とします。また、積極的な CO₂削減計画を推進し、2050年までに CO₂の排出量ゼロを目指しています。私たちはお客さまにとってサステナブルがいかに重要であるかを、新しい素材・新しいモデル・新しい思考を探求していく上で見せていく必要があります。これらを具体的に実行した例としてセルフリッジズの「プロジェクト・アース」があります。ここでは、ブランドに合った方法で、買い物体験をサステナブルかつ独創的な視点で提示することで、お客さまに驚きと喜びをお届けしています。小売を再考する上で 5 つの鍵は「体験・顧客・目的地・人・商品」です。これら全てで抜本的な変革を達成するにはビジネスを変えるだけでなくリーダーとしての自分自身を変えることも大切です。COVID-19 は私たちに機会を与えてくれました。抜本的な新しい方法で再構築していく機会です。この機会を掴んで将来を見据えた小売を作りたいと思います。

フォーラムを終えて

今回のフォーラムでは、「ポストコロナ時代に向けての小売の未来」、「サステナビリティ」、「企業価値について」等、本当に多様な観点で、我々が向かうべき道について示唆に富んだ内容を聞くことが出来ました。そして、今回はオンラインという特性を生かして業界全体で多くの方々にご参加いただいています。ファッション、小売関連企業の経営層に限らず、ルミネの各ショップでお客さまと接しているショップの責任者の方々にも見ていただいています。それは、ルミネがショップをパートナーとしてコミュニティづくりに取り組んできたからです。今回のフォーラムを契機として、ご参加いただいた各企業が抱える様々な顕在的、潜在的な課題に対し議論を深化させ、取り組みを進め、各企業が多様な進化をしていくことにつながればそれに勝ることはありません。結果的に業界全体が活性化していくことにつながり、ひいては日本全体の活力になっていくことに繋げていきたいと考えています。

勿論、大きく変化したお客さまの価値観を適切に捉え、ルミネも新しい挑戦をしていかねばならないのは言うまでもありません。今後の大規模開発等、世の中に新たな価値を創出できるよう取り組んでまいります。

スピーカー・トークセッション一覧 (順不同)

リテール・プロフェット

創業社長

ダグ・スティーブンス

世界的に知られる小売コンサルタントでリテール産業における未来予測の第一人者といわれる。小売業界で20年以上のキャリア経験を積んだ後、リテールのコンサルティングに特化する「リテール・プロフェット」を創業するにいたった。同氏執筆の世界的なベストセラーである「小売再生-リアル店舗はメディアになる」は日本でも販売されている。



(トークテーマ)

パンデミック後の世界における小売の未来とは

セルフリッジズグループ

マネージングディレクター

アン・ピッチャー

世界最高の百貨店として4回連続で「世界最優秀百貨店賞」を受賞したセルフリッジズでマネージングディレクターを務める。セルフリッジズは、二酸化炭素排出量と水使用量の削減など早くからサステナブルなビジネスビジョンを確立しており、同氏が陣頭指揮を取って掲げる「BUYING BETTER, INSPIRING CHANGE (賢く買って変化につなげよう)」戦略が礎になっている。



(トークテーマ)

小売業の抜本的な見直しを

ショーフィールズ

最高経営責任者 兼 共同創業者

タル・ズヴィ・ナサネル

2018年にオープンした「世界で最も面白いお店」であるショーフィールズの最高経営責任者。サービスとしてのリテールを提供する実店舗に、こだわりを大切にブランドや売り出し中のアーティストが驚異的なスピードで進出できる道筋を作ることで、現在も小売業界に揺さぶりをかけている。



(トークテーマ)

世界でも最も面白い_____。

アウトターノウ

最高経営責任者

マーク・ウォーカー

同氏は、クリエイティブな人材と消費者及び市場トレンドに対する洞察力を活用して、収益性の高いマーチャンダイジング戦略を策定することで実績を築いてきた。アウトターノウのアイテムは全て、高品質で長持ちのする素材で作られ、工場労働者に公正な賃金を提供しながら、地球の天然資源を保護する製法で生産されている。



(トークテーマ)

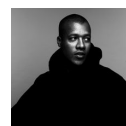
サステナビリティ (持続可能性) からサーキュラリティ (循環性) へ

ヘロン・プレストン

デザイナー

ヘロン・プレストン

自らの名を冠したレーベル「ヘロン・プレストン」のファッションデザイナーであり、スポーツやストリートウェアにインスピレーションを得た、ウイメンズとメンズのアパレルやアクセサリーのデザインを手がけている。



(対談)

WWD エディトリアルディレクター、ジェームス・ファロン

スノーピーク

代表取締役社長

山井梨沙

2014年にアパレル事業を立ち上げ、スノーピークが培ってきた「ないものを作るDNA」を受け継いだものづくりを次世代のフィルターを通し発信。2020年3月より代表取締役社長に就任。



(トークテーマ)

人生価値の創造

ザ・デトックス・マーケット

最高経営責任者 兼 創業者

ロマン・ガイヤード氏

同氏は、「クリーンビューティ」ムーブメントの先駆者として、美容業界に飛び込んだ。ザ・デトックス・マーケットは、2010年にクリーンビューティの必要性を説くため、エコフレンドリーな美容グッズを集めた短期のポップアップショップをカリフォルニアに開業したことが始まり。



(トークテーマ)

Covid-19によるクリーンビューティの加速

アクセントチャー

リテール部門シニアマネージングディレクター兼グローバルリード

ジル・スタンディッシュ

アクセントチャーでは、顧客のポートフォリオを管理し、リテール企業が社会的責任を果たし、サステナブルな企業に成長できるようサービスやスキル改善をサポートしている。



(トークテーマ)

適応する小売業界：変化を受け入れ、再建していくために

<p>スレッドアップ 最高経営責任者 兼 共同創業者 ジェームス・ラインハルト</p> <p>古着売買サイト「スレッドアップ」では、古着の購入がニューノーマル（新しい生活習慣）になることでよりサステナブルなファッション産業を実現するために、中古品売買の手間とリスクを取り除いた最新の転売システムを構築している。</p> <p>(トークテーマ) リセール X リテール：ファッションのよりサステナブル (持続可能) な未来</p>	<p>トモ コイズミ デザイナー 兼 創業者 小泉智貴</p> <p>2011年に自身のブランド「TOMO KOIZUMI」を立ち上げた。2019年には、世界的に有名なスタイリストのケイティ・グランドに見いだされ NY で初のファッションショーを開催。鮮やかな色使い、大胆なシルエットは世界中で大きな反響を得た。</p> <p>★20年度「LVMH ヤング ファッション デザイナー プライズ」ファイナリスト</p> <p>(対談) WWD 東京特派員、ケリー・ウェザリル</p>
---	---

過去フォーラム開催の様子

