

WORLD MODE HOLDINGS

Sustainability Report
—— *2021* ——

目次

発行にあたって	－	1
CEOメッセージ	－	2
当社について	－	3
プロジェクト発足の経緯	－	4
サステナビリティミッション	－	5
私たちのアクション	－	6
For the TEAM	－	7
For the CLIENT	－	11
For the INDUSTRY	－	14
私たちのビジョン	－	17

Introduction

発行にあたって

2020年、新型コロナウイルスの脅威により、世界は大きな打撃を受けました。大きな混乱から人々は不安に陥り、次々と「日常」が奪われていきました。コロナ禍を経てかつての当たり前が通用しない新たな社会環境へ移り変わろうとする中で、私たちの生活のみならず、社会における企業の役割までもが大きく変わろうとしています。

私たちが事業活動を行っているファッション業界においては、ここ数年、環境問題、倫理問題などを含むサステナビリティ（持続可能性）の対応の遅れが指摘されており、幾つもの解決すべき問題を抱えています。私たちの事業活動により地球の持続性が損なわれるようなことがあってはなりません。コロナ禍を通して消費者のサステナブルの意識が向上しているという調査結果もあり、企業のサステナビリティの対応は単なる一過性の施策ではなく、企業の事業活動の全ての判断基準となる行動指針であり、待ったなしの状況です。

WMHは従前からファッション業界の発展に寄与し、世界中の人々の豊かな生活を支えることこそ、私たちが最も社会に貢献できる道だと考えてきました。そしていま、業界の発展を支える社会と環境のサステナビリティこそが、私たちの企業活動の重要なテーマであると認識しております。

ファッション業界の未来のために

私たち自らが率先して行動を起こすことを目的に、WMHはグループを横断したサステナビリティプロジェクトを立ち上げました。初年度である2020年度はグループ社員のサステナビリティの認知を高めるためのイベントや研修などに加え、顧客との対話、販売員向けSDGsウェビナーなどの活動に取り組みました。それぞれの施策はまだまだ小さな歩みですが、WMHのグループ各社の仲間から始まり、顧客企業や業界全体までも巻き込みながらその活動を積み重ねていくことで、結果としてファッション業界の発展に寄与し、豊かな未来の社会を作るための一助になりたいと切に願っております。

Letter from the CEO

30年後のファッション業界がより豊かで、
そこで働く人と企業、そして地球に住むすべての仲間が
幸せであり続けるために

私たちのビジョンの実現に必要なこと、それはファッション業界が未来に向かって発展し、世界を豊かにし続けていくことです。現在、世界のファッション業界は、新型コロナウイルスによって大きな打撃を受けており、当社もアフターコロナに対応するためのビジネスモデルをもう一度組み立てなおす作業を行っております。そこで、改めてファッション業界が直面している様々な問題について学び、「サステナブル」そして「SDGs」という考え方が、業界の持続的な発展に不可欠であることを強く認識しました。

創業者が大切にしてきた志である販売員の社会的地位の向上は、今も当社の理念として行動の指針にしております。さらに当社が行ってきた、研修体制を追求しながら働く人の夢を応援する“WORKING DREAM®”という考え方や女性のエンパワメントを推進してきたことは、「SDGs」の考え方と一致するものです。30年後のファッション業界がより豊かで、そこで働く人と企業、そして地球に住むすべての仲間が幸せであり続けるために、業界全体における「サステナブル」がさらに加速することが必要であるとWMHは考えております。

WMHは人に喜びを与えるファッションの力を信じています。ファッション業界の皆様とともに「サステナブル」に対するアクションを加速させ、世界を豊かにしていくため、私たちは積極的に行動していきます。

ワールド・モード・ホールディングス株式会社 代表取締役 加福 真介



Our Business in 2021 – 2021年の当社のビジネス

経営方針

ファッション・ビューティー業界に専門特化し、多様なプロフェッショナルとサービスを融合させて顧客の成功、業界の発展、地域社会への貢献を目指す。

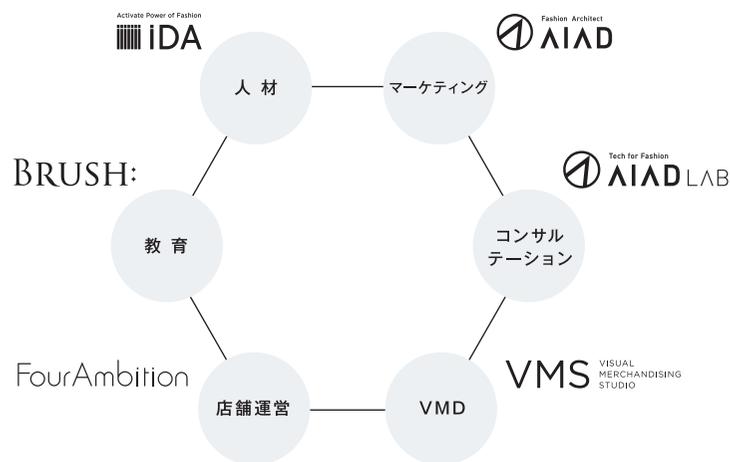
事業内容

ファッション・ビューティー業界への人材ビジネス、教育研修、店舗運営代行、VMD、マーケティング、EC、CRM、リテールテック、グローバル事業など、多角的なソリューションサービスを提供。

事業規模

年間売上 150 億円 (2021 年 2 月期実績)
国内事業会社 6 社、国内 23 拠点、海外 4 拠点、
国内外のグループ社員約 10,000 名 (派遣社員含む)

WORLD MODE HOLDINGS



WORLD MODE HOLDINGS ASIA PACIFIC



WORLD MODE HOLDINGSのこれまで

WMHは、ファッション業界の問題解決を目的としたコンサルタント事業会社として1999年に設立された、株式会社アイ・ディ・アクセス(現株式会社iDA)が母体となったグループです。創業期に取り組んだ、外資コスメブランドの日本進出における店舗運営受託と、その後の同ブランドの日本撤退による社員約300名の再就職支援が大きな転機となり、プロを育て業界に輩出する「ファッション業界専門の人材サービス」を開始し、メインビジネスとして歩み始めました。特に店舗の販売員ニーズに注力し、ファッション販売の専門性と人材育成を強みに、顧客の人事担当者や店舗運営担当者のパートナーとして、ともにブランドの成功に真摯に向き合い、店頭の活性化に寄与し続けました。ファッション業界の発展に向けて、ブランドの成功と働く人の夢の実現をともに追求する中で、顧客の本質的な課題を解決するためには、人材サービスや教育研修に加えて多岐に渡るニーズに応える必要があると考えました。課題解決の実現に向けて、業界で活躍するトップクラスのプロフェッショナルな仲間に加わってもらうべく新たな事業創出やM&Aを行い、店舗運営代行やVMD、マーケティング、EC・SNS・CRMなどのデジタル施策など、多角的にサービスを拡張したソリューショングループとして、WMHは新たな展開を始めました。その展開はグローバルにも広がり、シンガポール、台湾、オーストラリア、ベトナムへも展開しています。WMHグループがグループ経営を開始してから、2020年度で6年が経った現在では25万人を超える登録人材を有し、国内およびグローバルで1,000社以上の顧客企業およびブランドに対してサービスを提供するまでに至りました。

Sustainability Project

WMHだからできる、 業界のサステナビリティへの貢献

プロジェクト発足の経緯

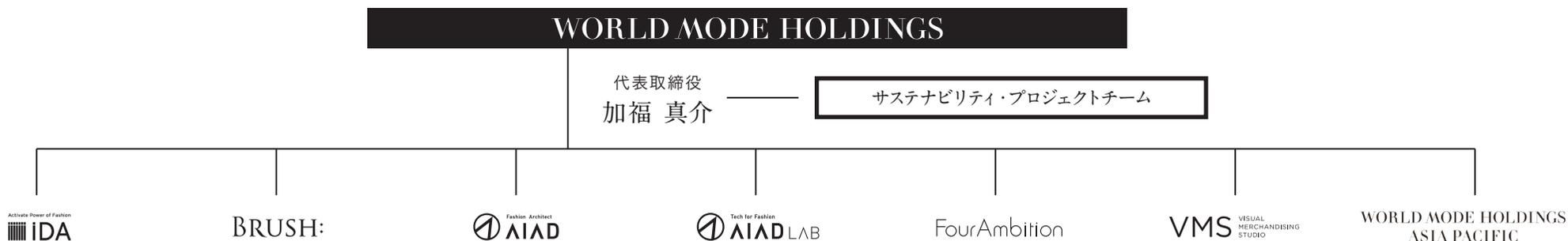
近年、レジ袋の有料化、シェアリングエコノミーの活性化、SDGsを謳うメディア発信など、生活に身近な場面でサステナビリティを前提とした動きが社会に定着しはじめています。今浮き彫りになっている社会課題を未来に残さないためにも、サステナビリティ活動は決して流行ではなく全ての判断基準の根底となる考え方として社会に浸透するべき必要不可欠な活動だと考えます。しかし私たちが事業活動を行っているファッション業界においては、ここ数年、環境問題、倫理問題などサステナビリティの対応の遅れが指摘されており、一部のブランドでは商品開発などの観点から活発に対応が進んでいるものの、全体としてはまだまだ業界内の意識の改善も必要であると考えます。私たちの事業活動により地球の持続性が損なわれるようなことがあってはなりません。企業のサステナビリティへの対応は単なる一過性の施策ではなく、企業の事業活動の全ての判断基準となる行動指針であり、待ったなしの状況です。そこでファッション業界で1,000社以上の顧客企業と、25万人を超える登録人材を有するWMHグループだからこそ、業界のサステナビリティに貢献できることがあるはずだと考えました。まずは自ら行動を起こすために、サステナビリティを企業活動における重要テーマと位置づけ、2020年6月にサステナビリティ・プロジェクトを発足させました。

代表直轄のプロジェクト

サステナビリティの考え方は事業の戦略や一過性のプロジェクトではなく、企業経営の根幹となるものです。自らの企業活動により、地球の持続可能性が損なわれることがあってはならないからです。またサステナビリティ活動を業界でさらに普及させ、根付かせることで、ファッション業界の人と企業に貢献できると考えております。そこでサステナビリティ・プロジェクトはWMHグループ代表取締役の直轄プロジェクトと位置づけました。サステナビリティ・プロジェクトチームはグループ全員がサステナビリティの目的を理解し行動するよう、社員一同を牽引する立場として活動を行います。

社内公募で集まったメンバー

サステナビリティ・プロジェクトチームのメンバーは、グループ内の社内公募により選抜しました。事業会社、部署、職種、拠点、社歴の枠を超えた様々な社員で構成され、国内だけでなく海外法人社員を含む多様なメンバーが集まりました。メンバー全員の意識や志は高く、企業経営の根幹となるサステナビリティの考え方の普及や実践に向けて、グループ各社を横断的につなぎ、定期的なミーティングを通してWMHグループ全体の意思の統一に寄与しております。



WMHのサステナビリティ・ミッション

WMHグループの総合力を活かし、企業と消費者をつなぐ領域からファッション業界全体のサステナビリティの取り組みに貢献する

店舗はブランドの哲学や世界観に触れ、商品の魅力を体感する場として、ブランドと消費者をつなぐ重要な役割を担います。しかしこれらの調査を通じて、ファッション企業と消費者それぞれの意識の変化が顕著であるにも関わらず、ファッション企業内でのサステナビリティに対する意識の差や店舗販売員への浸透には、まだまだ改善の余地があることがわかりました。WMHグループの各社が様々なファッション企業に提供しているソリューションは、ブランドのラストワンマイルともいえる消費者との接点を活性化するための人材からはじまり、VMD、デジタルマーケティング、Online to Offlineなど様々な分野に及びます。そのWMHだからこそ可能なファッション業界のサステナビリティへの貢献があります。

ファッション業界におけるSDGsの現状

国連貿易開発会議 (UNCTAD) の発表によると、ファッション業界は世界第2位の環境汚染産業とされており、私たちは大きな驚きとともに、この問題に対して真摯に向き合う必要性を感じています。生産時に使用される莫大な量の水資源と電力、CO2の排出、大量の在庫や使用後の廃棄といった環境問題に加え、海外生産拠点における児童労働等の人権問題などの倫理的問題も大きくクローズアップされています。これらの山積する課題に対して、欧米のグローバルファッションブランドを中心に、改善に向けた明確な姿勢を打ち出した活動が始まっています。日本のファッション業界においても、サステナブルに配慮したブランドや商品作りなどの取り組みが見られるようになりました。また、消費者のサステナブルへの問題意識も高まりを見せています。外部調査によると、約50%の消費者が「ファッションの製造過程の社会的な課題を把握している」と回答し、約70%が「環境・社会に配慮したファッションを取り入れたい」と答えています。主に販売やマーケティング活動など業界の川下を担う私たちWMHでは、実際に商品を消費者の手にお渡しする最終ランナーの立場から、業界全体の発展に寄与するためのミッションを考えるにあたり、まずは大切な顧客企業や販売員への調査を行い、それぞれの意識を知る事から始めました。

サステナビリティに関する調査

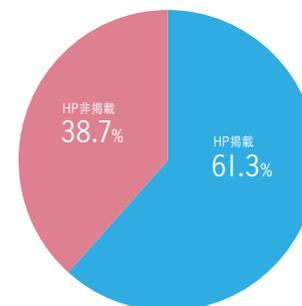
1. 主要顧客の調査

主要顧客111社への調査では、約8割の顧客企業がサステナビリティに関わる何らかのアクションを行っており、うち61.3%の企業は自社HPでレポートや指針の発表を行っていることがわかりました。一方で、サステナビリティにおいて先進的なグローバル企業からは、「日本においても本国の指針によるブランディングの徹底や社員教育にも力を入れているが、本国と日本の取り組みには差がある」との意見がありました。また、別のご担当者様からは、「自社の取り組みについては把握しているものの、オフィスから店頭に至るまでの一人ひとりの社員の意識には課題がある」との回答を得ました。

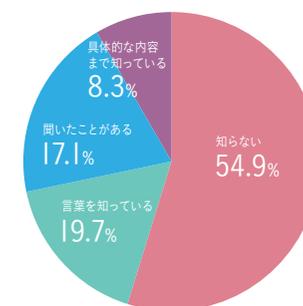
2. グループ内での意識調査

当グループiDA社にて雇用し、顧客ブランドの店舗にて勤務する販売職315名へのアンケート調査では、「SDGsという言葉を知らない人」が54.9%と過半数を超える結果となり、店頭販売の現場において「サステナビリティ・SDGs」の情報が十分に浸透されていないという現状がわかりました。一方で、販売員がサステナビリティやSDGsに関して学び、ブランドの活動を消費者に伝えることには、ほぼ全ての回答者が「意義がある」と回答しました。

1. 主要顧客の自社HPにおけるサステナビリティ情報掲載



2. SDGsという言葉を知っていますか
WMH調査:2020年9月



業界貢献へ向けた私たちのアクション

SDGsへの貢献という国際社会の一員としての責任を果たすべく、「WMHグループの総合力を活かし、企業と消費者をつなぐ領域からファッション業界全体のサステナビリティの取り組みに貢献する」というミッションを実現するために、私たちが取り組むべき具体的なアクションを下記のように考えました。ファッション業界全体への貢献という最終的な目的達成のためには、取り組む範囲と対象を段階的に分けて、詳細に内容を検討すべきであると考えました。まずは自社を起点として、A. For the Team (自分たち自身の活動)、B. For the Client (顧客企業のサポート)、C. For the Industry (ファッション業界全体への貢献)の3つの階層に分けてそれぞれでの取り組みの方向性を明確にすることから始めました。

A. For the TEAM / 仲間のために

まず私たち自身が率先してファッション業界、そして地球全体が抱える問題の本質を正しく把握して、なぜ、いまサステナビリティに取り組まなければならないかを理解します。まずはSDGsを指標にして、自ら主体的に取り組むことが重要です。WMHグループの社員全員が日常の行動にサステナビリティの意識を反映することから始めます。

B. For the CLIENT / クライアントのために

顧客企業のサステナブル意識は高まってきていますが、その中でも私たちがお手伝いできることは、数多くあると考えます。それぞれの顧客企業が考えるサステナビリティ方針の理解を深め、派遣する販売員には学びの機会を作ります。また私たちの各サービスによって顧客企業のサステナビリティに貢献し、ノウハウを蓄積しながら提供価値の向上に努めます。

C. For the INDUSTRY / 業界のために

ファッション業界に横断的に広く顧客企業を持つ私たちだからこそ出来ることがあると考えます。業界全体が持続可能な価値観に変わり、ファッション業界がこれからも長く人々を引き付ける魅力的な存在であり続けることが必要だと考えます。その実現のために業界全体のサステナビリティアクションを考え実践し、ファッション業界の未来への発展に貢献し続けます。

SDGsをガイドラインとして

2015年、国連総会において持続可能な開発目標、SDGs (Sustainable Development Goals) が採択されました。2030年を達成期限とするSDGsは、17の目標と169のターゲットから構成され、世界中のあらゆる国と地域における環境、貧困、不平等、教育などの社会問題の解決により、すべての人が平和と豊かさを享受できる国際社会の実現を目指しています。目標の達成に際して「誰一人取り残さない」というSDGsの理念は、私たちが設立以来取り組んできたWMHの企業理念にも通じるものがあります。そこで、SDGsを私たちのサステナビリティ活動のガイドラインとして位置づけ、まずはWMHで働く全社員がSDGsを正しく理解して、個人の生活で実践することから始めます。そのうえで、SDGsの全17のゴールのうち、WMHとしては当面、下記の5つにフォーカスして実際の行動を起こしていきます。



A

For the TEAM

自身が学び、行動する、
そして私たちの仲間へ。

私たちの考えるサステナビリティ活動の原点は一緒に働く仲間です。オフィスで働く社員や当社の事業に関わるスタッフ全員が、SDGsのゴールの一つでもある、ジェンダー平等の環境の中で、働き甲斐をもって毎日を過ごすことが重要であると考えます。そのためには企業内のすべての人がSDGsの本質を正しく理解して、ファッション産業におけるサステナビリティ活動の必要性を自分のものとして捉えることが不可欠です。そこで私たちは社員全員のSDGsに対する基本的な理解を深めるためのイベント、「サステナビリティ月間」を開催いたしました。加えてWMHが以前から力を入れている、販売員の地位向上と働き甲斐をサポートするための施策も合わせてご紹介いたします。

5 ジェンダー平等を
実現しよう



8 働きがいも
経済成長も



1. グループ全体を横断した「サステナブル月間」の実施

WMHグループによるサステナブル活動の浸透のためには、私たちグループ社員全員がサステナビリティやSDGsとは何かを知り、実際に行動に移す事が重要であると考えました。そこで、2020年12月を「サステナブル月間」と定め、グループ全体を横断した様々な啓発イベントを実施しました。サステナビリティ・プロジェクトチームが中心となって企画した様々なイベントを通し、社員全員が楽しみながら学べる参加型のイベントです。特に初回である今年は、サステナブル活動のガイドラインとして考えているSDGsを学ぶことから始めました。その方法として、SDGsを「知る」「行動する」そして「シェアする」の3つのプロセスに分け、それぞれのプロセスの中でユニークなアクションプランを設定し、実行しました。

知る

全社員がSDGsについて「知る」ことで、自らSDGsに関する行動を起こすきっかけを作る

- SDGsの17のゴールに関する知識を深めるため、家族と一緒に手軽に学べる冊子を作成し社員全員に配布、SDGsを身近なものとして捉えてもらうきっかけに。
- 毎日1つずつ、クイズ形式でSDGsの小ネタを社内に配信し、これまであまり知られていなかった様々な問題にも着目してもらう機会を作りました。
- その他、ファッションに特化したSDGsの詳細を知るためのセミナー動画を全社員向けに配信し、ファッション業界がサステナブルな地球に貢献できる活動を考えてもらうきっかけをつくりました。

行動する

自身の身近な生活や仕事の中からSDGsにつながる行動を促進する

- マイボトルやマイバッグの持参を促進し、社員によるお気に入りのマイボトルの写真を社内ポータルで披露してもらいました。
- ペーパーレスの環境づくりのために、コピー枚数の見える化を行い、資源の削減意識を高める活動を促進しました。
- 社員同士が自宅で使わなくなった様々なモノを譲りあう「あげる・もらうコミュニティ」を立ち上げ、廃棄予定のモノに新たな行先を与え、モノを大切に使う心を持つ活動を行いました。
- NPO法人の活動に参加してビーチクリーンを行い、水辺の環境の実態を観察しながら自然の大切さを体験しました。

シェアする

SDGsやサステナビリティ活動を自分事として捉えて行動し、他者との「共有」で理解を深める

- 社員がサステナブル月間を通して学んだ様々なことを取引先と共有したり、自宅に戻り家族に話したりすることでサステナブルに関する意識を高めることができました。
- 社内の活動を発信するSNSを立ち上げ、活動情報の拡散を行いました。
- 月間の終了時には社内アンケートを行い、これにより多くの社員がSDGsの本質を学び、行動したことが分かりました。ここで集めた声をさらに共有する事で、今後のサステナブル活動にもつなげます。

2. サステナブル月間の収穫

サステナブル月間は、11月30日に行った約80名近い社員が参加したりリモート前夜祭を皮切りにスタートしました。部署を横断して社員の意識を変化させた4週間の「サステナブル月間」でしたが、SDGsの内容を知る事から始まり、実際に行動に移すことで、社員のサステナビリティの意識は確実に醸成されたと思います。またサステナブル月間を通しての思わぬ収穫として、SDGsを通して社員同士での会話やコミュニケーションが増えたことがあげられます。これまで共通の話題が無くなかなか話をする機会のなかった仲間とも、サステナビリティについて会話を交わす事で、お互いを知り、結果として仕事での連携も強める事が可能になります。月間終了後の社員のSDGsの認知度は100%となり、次の通り前向きな、そして来年につながる感想が寄せられました。

社員のコメント

社内の雰囲気の変化を感じました。サステナブルの意識が浸透し、日々の行動や、いつもの日常が変わることで一体感を持てたと思いますし、社内から家族へ友人へ、iDAスタッフへとサステナブルの輪を繋いでいきたいです。

(人材派遣営業部 コーディネーター)

毎朝の小ネタ通信が楽しみで非常に良かったです！知らないことを学べたのと、周りへ教えたりもできました。年末に社会福祉センターへ食料を寄付しに行きました。この月間で気づかされたおかげです。

(営業推進部 営業)

インスタグラム上にWMHのサステナブルアカウントを開設、期間中社員の皆さんが行った活動をSNSを通じて見ていましたが、マイボトルを持参し紙コップやプラスチックを無くす事など、すぐに取り組める事が多く、改めて今すぐ始められる些細な一歩が、業界を、地球を変えていく為の確実な一歩である事を実感しました。

(情報システム部)

日頃から使用していた物や、消費していた物への意識の変革を感じました。少しの心の変化で自分にもできる事が多かったので今後も取り組んでいければと思いました。

(マーケティング部)

“気になるけど何しよう、声に出すほどでもないけどやってる、実はやってるけど気付いていない”が実感でき、皆が楽しんで行動できるきっかけを提供できたと思います。参加できて良かったです。

(HR 人事労務担当)

個人的に環境保護の活動を行ってきましたが、自分の働いている会社でも取り組みができることが嬉しく、プロジェクトメンバーの行動力・それに呼応してくれる会社のメンバーの反応を見て、こういう事に一丸となって取り組める企業であれば自然と世の中で持続可能な組織になっていけらうなと感じました。

(人材紹介営業部 営業)

3. 働く人を応援する、ワーキング・ドリームの実現

iDAでは設立以来、“WORKING DREAM”という理念のもと、働く皆が夢の実現に向けて活躍できる環境を提供してきました。派遣契約の維持を前提とした旧来の派遣会社とは全く異なり、派遣雇用からの社員化、紹介予定派遣、人材紹介など、幾つかの形態により働く人と企業のニーズに応えた社員登用を促進し続け、2020年度には約1,800名の方がファッション企業での社員雇用に至るまでになりました。これらのキャリアアップを支える仕組みとして、WMHグループ各社に様々な職種のプロフェッショナルを活かしたスキルアップのサポートがあります。一人ひとりの夢の実現に向けた丁寧なサポートで、この業界で働く人を今後も応援していきます。

4. アンバサダー制度による、優秀な販売員の確保と育成

2017年から新たな雇用形態として「アンバサダー制度」を導入しました。2021年3月現在、約300名のアンバサダー社員が全国の店舗にて活躍しています。一般的な派遣雇用とは異なり、全国の派遣社員の中から選別した優秀者をiDAの社員として雇用契約を結び、企業に派遣する契約方式です。iDA独自の人事評価制度のもと、雇用の保証、安定した報酬、多くのブランドでの販売経験、豊富なキャリアパスの実現などが可能になります。一方で、ファッション業界、特に販売職を志望する学生が年々減少し、企業が新卒採用に苦戦していることを背景に、新卒アンバサダー採用にも力を入れています。年間の研修プログラムに加え、販売力向上の為にスキルアップ研修などを提供し、ファッション業界に優秀な人材を確保する試みを行っています。

WORKING DREAM

－ WMHグループiDAで取り組む販売員の社会的地位の向上

iDAは、ファッション産業における様々な職種の人材が集まるプラットフォームとして全国で25万人以上の方が登録しており、うち常時6,000名の方が派遣契約で様々なブランドの販売員として活躍しています。特に、販売員の社会的地位の向上を旗印にした特徴的な取り組みとして、能力開発への集中投資、社員化の促進、アンバサダー制度が挙げられます。

ベトナムにおける持続可能な取り組み

Peoplelink社(PPL)は、2020年度にWMHグループの仲間になったアウトソーシング・研修・ペイロールを行う企業です。3,000名を超えるスタッフを擁し、クライアントのビジネスゴールを共に目指すパートナーとして運営力を磨き、数多くの賞を受賞しているベトナム屈指の人材会社です。PPL社はベトナム国内の社会課題・特に貧困問題に対する積極的な活動を創業時から行っています。2020年も貧しい地域の子供たちに食糧や衣料だけでなく、書籍なども配布する活動を行いました。また、外部の医療機関と連動して、チャリティヘルスチェックも行いました。PPLの活動は、WMHの理念とも合致しており、今後も協働体制でサステナブル活動に取り組んでいきます。



PPL代表ソナさんへのインタビュー

－ サステナブル活動の目的は？

2つの目的があります。①貧しい人々を一人でも多く救う、②Peoplelinkのメンバーと人々を繋げて、お互いの人生をより有意義なものにする事です。

－ いつからサステナブル活動を始めましたか？

2008年以降、ホーチミンシティのチャリティーグループに加わり、メコン地区の貧しい人々を訪問し、食料等の提供や健康診断などを行ってきました。社内で寄付を集め、旅費は参加するボランティアが各自で負担して活動を行っています。

For the CLIENT

顧客企業に寄り添い、 一緒に行動する。

WMHがサービスを提供させていただいている顧客企業は、現在1,000社を超えています。各社のサステナブルの取り組みの度合いや考え方もまちまちであり、まずはそれぞれの顧客企業に寄り添い、膝を詰めて話を聞く事からスタートしました。2020年はコロナ禍によりファッション小売業界は大きなダメージを受けた年となりました。休業要請が発出された時期から、特に販売員は将来に不安を抱え、未曾有の危機に対応する方策さえ自分で見つけなければならない状況にも直面しました。そこで私たちはいち早くこのような仲間の不安を取り除き、生活の安定を支える事に努めました。またポストコロナにおいて各ブランドがサステナビリティの対応を加速させるために、店頭立つ販売員の知識を高める必要があるとの指摘もあり、オンライン形式で誰でも参加できるセミナーを開催しました。

1 貧困をなくそう



4 質の高い教育をみんなに



8 働きがいも経済成長も



1. 販売員応援プロジェクト

グループ会社のiDAではコロナ禍において販売員の様々な不安を軽減し、必要としている情報をいち早く提供することが、販売員の安心と同時に顧客企業への貢献にもつながると考えました。そこで「販売員応援プロジェクト」として、不安をおぼえている販売員が様々な情報を取得できるサイトを開設しました。このサイトはiDAの登録者だけでなく販売職に携わるすべての方の閲覧を可能とすることで、より多くの方をサポートするプロジェクトとなりました。

補償、給付金の情報の提供

コロナ禍の中、政府や自治体は様々な補償や給付金を提供していましたが、自身が該当者であるかの判断や申請方法は分かりにくい内容でした。そこでiDAでは、「販売員応援プロジェクト」のサイト上で各給付金や補償内容を簡潔に案内し、申請方法を掲載し、収入が減り生活が苦しくなった方を救済するお手伝いをしました。

学びの場の提供

長い在宅期間中に販売員自身がスキルアップのための勉強を自身でできるように、「販売員応援プロジェクト」のサイト上に学べるコンテンツを無償で提供しました。コンテンツの内容はファッション販売の研修に始まり、英語や中国語での接客講座など、販売に必要な多岐に渡る内容です。iDAの登録者以外にも受講が可能なので、多くの販売員から精神的な不安が軽減されたという声を頂きました。「店舗が営業自粛となり、自身も不安な思いで過ごしていたが、その時間を利用して幅広いスキルアップ研修を受講できた」「自身の生活に不安を頂いていたが、学習の機会と生活を守って頂けた事で、またファッション業界に貢献し続ける事ができる事を嬉しく思っています」などのたくさんの前向きな声を頂きました。

このような施策を通して、ファッション業界に携わる販売員を一人も取り残さないということに貢献できました。

INTERVIEW-01

販売員のサステナブルの意識向上の必要性



株式会社ステラマッカートニー ジャパン
Commercial Director 森 章光 さん

－ 入社時に社員に行っているサステナブル教育は？

The Bigger Picture (大きな視点で捉えようという意味) という新入社員研修プログラムを2019年より全世界で開始しました。研修にはデジタル素材を用い、会社の基本情報やサステナビリティについての内容が盛り込まれています。心も体も大切にというブランドのマインドを根底にしており、Wellbeing (ウェルビーイング) のアクティビティなども取り入れています。

－ 国内でサステナブルを進めるにあたってのポイントは？

「なぜサステナブルが必要なのか」を1人1人が理解しているかを重要視しています。自分の中で「なぜ？」を繰り返し、答えを探すプロセスの中で気付きを得て試行錯誤することが重要。また、そこに息苦しさを感じないこともポイントであると考えます。

－ お客様とのサステナブルの接点は？

梅田阪急・新宿伊勢丹で展開した We Are the Weather ポップアップショップが象徴的な接点として挙げられます。オーガニックコットンを壁紙として貼り、素材開発の年表を出すなどサステナブルファクトヒストリーを壁面としました。お客様が興味を持ってくださり、販売員から歴史をお伝えするなど、ファッションを楽しむ中で商品を納得して購入して頂くことに繋がりました。

－ 販売員に求めることは？

私たちのブランドに携わる人は、好奇心旺盛であって欲しいと思います。好奇心があれば、サステナブルな活動にも積極的に興味を持つ事ができます。

多様性と環境がブランドの本質



株式会社エキップ

PR 蔦谷さん / 人事部 平田さん

－ アスレティアのブランドに関して教えてください

「アスレティア」という名前には、「アクティブでしなやかな生き方」という想いが込められています。3段組のロゴで3つのラインを表現しています。また、動と静、心とからだ、ゆらいても元に戻れるしなやかなバランスを、背中合わせの2つの“a”で表現しています。

－ アスレティアで行われているサステナブル活動は？

3つの配慮として、自然、環境、社会への配慮を浸透させています。ブランドのイメージビジュアルでは国籍や性別・年齢を問わないモデル起用を行い、多様性をうたっています。その他にも、店舗での販促活動では環境に配慮した素材などを使用しています。

－ 店舗でのお客様の反応は？

地域によって少しバラつきがあり、特に表参道はエココンシャスな方が多いです。SNSを通じて男性のご来店も少なくありません。ジェンダーにかかわらず、サステナブルな製品やその背景を理解頂きご購入頂いています。

－ 社員の反応は？

ブランドの誕生から、全社的に興味・知識での意識改革が始まりました。普段の生活の中でも、ペットボトルを使用せずタンブラーを使用するなどブランドの大切にすることに触れながら、ライフスタイルにも変化が表れていると感じます。

2. 社内外に向けたSDGs教育をスタート

WMHグループのiDAが運営するiDAカレッジでは、今年度からSDGsやサステナブルに関する教育を始めました。「サステナブルカレッジ」と題した動画を作成し配信することで、社員一人一人のファッション業界におけるサステナブルの知識が高まります。そして深い知識を持った営業社員がクライアントとコミュニケーションをとることで、双方のサステナブル活動が促進できると考えました。また各店舗で活躍する販売スタッフも、このサステナブルカレッジを受講することにより、SDGsに関する知識を得ることができます。そして幅広いサステナビリティの知識を持った販売スタッフは、それぞれの売り場で顧客企業のサステナブル活動をサポートすることが可能となります。私たちの社員、そして販売員のファッション業界におけるサステナブルに対する豊富な知識や深い理解は、顧客企業のサステナブル対応へのサポートになると考えており、ひいてはファッション業界へ貢献する事にもつながります。

3. VMSが取り組むサステナビリティアクション



Visual Merchandising Studio
代表取締役

堀田 健一郎

VMSはヴィジュアルマーチャンダイジングの領域でクライアントに対してコンサルティングやトレーニングなどの支援を行う、WMHの事業会社です。

－ ブランドから学んだサステナビリティアクション

お客様の着物メーカー様から教わったことが印象的です。私たち日本人の先祖が日常的に着ていた“着物”は、繰り返しお直しをしながら丁寧に物を使う文化が根底にあり、親から子へ代々受け継いで使っていました。生地がボロボロになれば座布団やお手玉にするなど、形を変えつつ「継承」することを大切に生活を送っていました。私が以前勤めていたルイ・ヴィトン社を振り返ると、バッグを売ると同時に、必ず修理対応のためにパーツを準備していました。同社では職人技を「サヴォアフェール」と呼び、物を作るだけでなく、長くご愛顧頂くためにその技術を提供するという姿勢のもと、“売る”と同時に“直す”考え方や行動を徹底していました。この行動様式には、国内外問わず今も昔も共通点があると感じています。

－ 自分たちができることから始める意識

現在VMSでは、ビューティーやアパレルのブランドとの協働で、再生可能な素材を使った什器の開発や、そもそも廃棄しようと思っていた“もの”を再利用してディスプレイ等に生かす動きが活発になっています。各社が企業規模や資金力に関わらず業界全体で自分たちができることから始めようとしているのは、とても良い流れだと思います。長年ファッション産業に携わる者として、このコロナ禍は近年高まってきたサステナブル意識をさらに見直し、業界全体が変わる大きなチャンスだと捉えて取り組んでいます。物を大切にするという「循環と継承」を、私個人も日々意識して行動していきたいと考えております。

For the INDUSTRY

未来の ファッション業界のために。

私たちはファッション・ビューティー業界の未来が永遠に輝き続け、サステナビリティに貢献する業界として認知される事を望んでいます。そのためには私たちの活動が結果として業界全体のサステナビリティ化に貢献するものでなくてはなりません。自社が利する事だけを考えるのではなく、私たちの日ごろの経済活動によりファッション業界全体のサステナビリティが成し遂げられることが目標となるべきであると考えています。そのための一歩として、どなたでも無料で受講できる販売員向けのサステナブル・ウェビナーを開催いたしました。加えて、コロナ禍で販売が減少した店舗や、様々なビジネスのチャンスを失った企業などに対し、クラウドファンディングなどを活用した業界支援の輪を広げるプロジェクトを企画、運営いたしました。Passion in Fashionという私たちの経営理念を成し遂げるために、今後も業界に貢献できる活動を継続してまいります。

4 質の高い教育を
みんなに



8 働きがいも
経済成長も



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



1. ファッション業界のSDGsを促進するため、ウェビナーを開催

サステナビリティに対する消費者の関心は日増しに高まってきており、ブランドと消費者をつなぐ販売員にとって、サステナビリティの知識は必須となっています。そこでWMHグループは、店頭の前線で活躍する販売員が、ファッション業界におけるサステナビリティの必要性を理解し仕事に活かすため、「ファッション業界のSDGsって何だろう?」と題したウェビナーを開催致しました。特にファッション業界の販売員向けに内容を絞ることで、販売員が知識を得るのみならず、店頭で働く立場だからこそ理解しなければならないサステナビリティの重要性を認識してもらう良い機会になりました。このウェビナーでは世界で初めて女性誌として一冊丸ごとSDGsを特集し、世の中に衝撃を与えたライフスタイル雑誌「FRaU」(講談社)との共同開催として編集長の関龍彦さんと、ファッション業界のサステナビリティに広い知見をお持ちのパルグループ顧問、山内秀樹さんのお二人に登壇していただきました。SDGsについての分かりやすい説明や、ファッション業界に特有のサステナブルの問題などの講演のあと、登壇者によるパネルディスカッションが行われました。また視聴者からの質問を登壇者がその場で回答するなど、カジュアルな雰囲気の中、活発な議論が進められました。8月に行った第一回では予想を上回る反響をいただき、追加で9月、11月の合計三回を開催し、累計3,000名近い視聴者に参加していただきました。WMHでは、今後も新たな切り口でファッション業界の関係者を招いてSDGsに関するウェビナーを開催し、サステナブルなファッション業界の実現の為に業界に貢献していきます。

実際のウェビナーはこちらから >> <https://ida.qumucloud.com/view/EtM6l3NFxrw>

ウェビナー参加者のコメント

とてもわかりやすく興味深い内容でした。知っていると思っていたことも改めて説明して下さったことで地球の現状やどう向き合うべきかの理解が深まりましたがまだまだ探究心を持って学んで行動していかないと感じました。
(販売職)

ファッションは新しいものを作り上げる仕事だからこそ、時代に合わせて現場のあり方も変えていくべきだと思います。発信する側、作る側の人間にもこういった知識を広められるセミナーをもっと多く開催していただけたら嬉しいです。
(デザイナー)

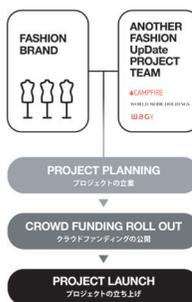
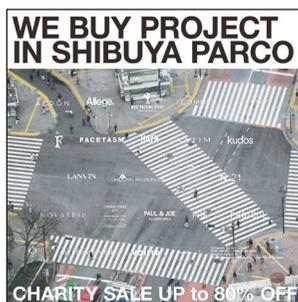
ファッション業界における課題などについて知ることができ勉強になりました。洋服好きとしては新しい服がどうしても欲しくなりますが、もっているものを大切にすることや不要になった場合の活用などについて考えていこうと思いました。
(販売職)

2.ファッション業界のクラウドファンディング導入を支援



WMHはPRエージェンシー、株式会社WAGと、クラウドファンディング企業株式会社CAMPFIREとの協業で、ファッション業界にクラウドファンディングの導入を支援する事で、業界を応援するプロジェクト「ANOTHER FASHION UpDate」を2020年6月に実施しました。コロナ禍で停滞していたファッション業界において、新たなブランドの立ち上げや起業を目指している方々に、クラウドファンディングの活用を通じて、新たな可能性を開くお手伝いをしました。その中には、受注生産による無駄のないサステナブルなモノ作りの仕組みや、新たなユニセックスアパレルブランドの設立、そして文房具商品とコラボしたファッションブランドなど様々な提案があり、ファンドを得て実施にまでつながった企業は10数社にのぼりました。起業を目指す方々と顧客をクラウドファンドを通してつなげるという新しい関係性や絆を創出し、コロナ禍で疲弊している業界に活力を取り戻すきっかけとなりました。

3.コロナ禍でチャリティーセールイベントを開催



iDAは、ファッションビルの渋谷PARCOと、PRエージェンシー、株式会社WAGと協業し、3日間限定のチャリティーセールイベント「WE BUY PROJECT (ウィー・バイ・プロジェクト)」を2020年6月に開催致しました。「ファッションの力で社会貢献をする」をコンセプトにしたこのイベントにおいて、コロナ禍により店舗を一時閉鎖することを余儀なくされたり売り先がキャンセルしたブランドの在庫商品を、渋谷PARCO 9階特設会場にて販売しました。そして売上の一部はコロナ対策の支援金として東京都福祉保健局の、「守ろう東京・コロナ対策支援寄附金」に寄付しました。イベントは好評のうちに終了し、コロナ感染対策支援のためのチャリティーイベントとしてだけでなく、コロナ禍で困窮しているアパレルブランドが販売の機会を広げる良い取り組みとなりました。

Message

日本プロフェッショナル
販売員協会 JASPA



日本プロフェッショナル
販売員協会
JAPAN SALES PROFESSIONALS ASSOCIATION



JASPA 事務局長 清水 洋延 さん

日本プロフェッショナル販売員協会 (JASPA) は、リテール業界の発展と販売職の社会的地位の向上、そして販売員の大多数を占める女性のキャリアを支援していきたいという思いから創設されました。現在国内外のブランドや百貨店、小売など約80社に加盟していただいております。ファッション業界の将来を考えると、販売員には「サステナビリティ」の知識は不可欠となってきます。これはファッションブランドが急激にサステナブルな対応を加速させている事もありますが、お客様のサステナビリティに対する意識が高まってきている事が主な理由です。現在、JASPAで実施しているプロフェッショナルセールス資格試験にファッション業界のサステナビリティに関する問題の導入も検討しており、今後、WMHグループが業界においてサステナビリティを牽引してくれることを、大変心強く思っております。

Our Vision

ファッション業界の人と企業に愛され続ける 最高のサービスを提供する会社をみんなで創る

2020年を振り返ると、弊社にとって前例がないほど不透明で厳しい年だった一方で、人の絆や温かさに感謝し使命感を強める事ができた一年でした。

苦しい中で同僚やお客様の存在が前に進む糧になり、志や想いを同じくする人や企業が集まり企業の垣根を越えた協力が生まれました。

全社が一丸となって目標に向かっていくこと、業界や地域社会、世界との繋がりを実感できていること、本当に有難くかけがえのないことです。

コロナ禍により私たちのライフスタイルは急速に変化し、企業を取り巻く環境も劇的に変化しています。

これから益々、デジタルの進展、人と人が国境を越えてさらに繋がり、サステナブルの機運が高まっていくはずです。

社会や環境によって支えられている事を自覚し、社の存在意義や社会的責任を見つめVisionに向かって成長し続けることを改めて強く決意しました。

ファッションには人々に喜びや影響を与えライフスタイルを豊かにする力があります。

ファッションを愛し、ファッションを通して関わる人々と社会を豊かにしようとする仲間が集う会社でありたいと思います。

ひとつひとつは小さな一歩でも、多くの人が動けば大きなムーブメントになると信じています。

支えてくれるお客様、当社で働く仲間やパートナーの皆様と対話し、協力し、切磋琢磨し、胸を張れる会社、素晴らしいファッション業界を目指します。

WMHは、学び続け、挑戦し続け、関わる全ての人々とともに、より良い社会の実現に貢献して参ります。

Sustainability Report

———— *2021* ————

Passion in Fashion in Action
WORLD MODE HOLDINGS