

WORLD MODE HOLDINGS
SUSTAINABILITY REPORT

2022

Letter from 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

危機の時こそ原点に帰ろう。
そんな思いから2020年よりサステナビリティ・プロジェクトがスタートしました。
今回、2期目の活動報告を発表させていただきます。

6月に社内浸透を図るため、サステナビリティ・ウィークを開催した際、
社内における気運の高まりに手ごたえを感じていました。
またコロナ禍以降、クライアントであるファッション企業の方々から
サステナビリティへの問題意識に関するご相談が増えており、
世の中全体のサステナビリティに対する関心の高まりも実感しているところです。

サステナビリティにおける課題は、素材・モノづくりの工程からお店そして消費者の手に渡り、
リサイクルやアップサイクルへと循環する輪の中で働く人、
ファッションを楽しむ人がともに力を合わせることで解決できると信じております。
さらには海外とも連携することで促進できるはずです。
地球を守り、すべての人が幸せに暮らすという大命題の下で、立場や会社、業種、国境を越えて、
解決のために協力していけるとすれば本当に素晴らしいことです。
国内外でたくさんの企業と人を繋ぐ仕事をしている弊社は
そのユニークな特徴を活かして果たせる役割があると確信しております。

ファッション業界は人で成り立っており、世の中のライフスタイルをリードしていく力があります。
弊社の使命はその貢献に邁進する事です。各部署の有志が立ち上がって始まった
サステナビリティの活動は全社員が推進する活動へと変化しつつあります。
今後も、課題の解決に一つ一つ全力で取り組んで参ります。

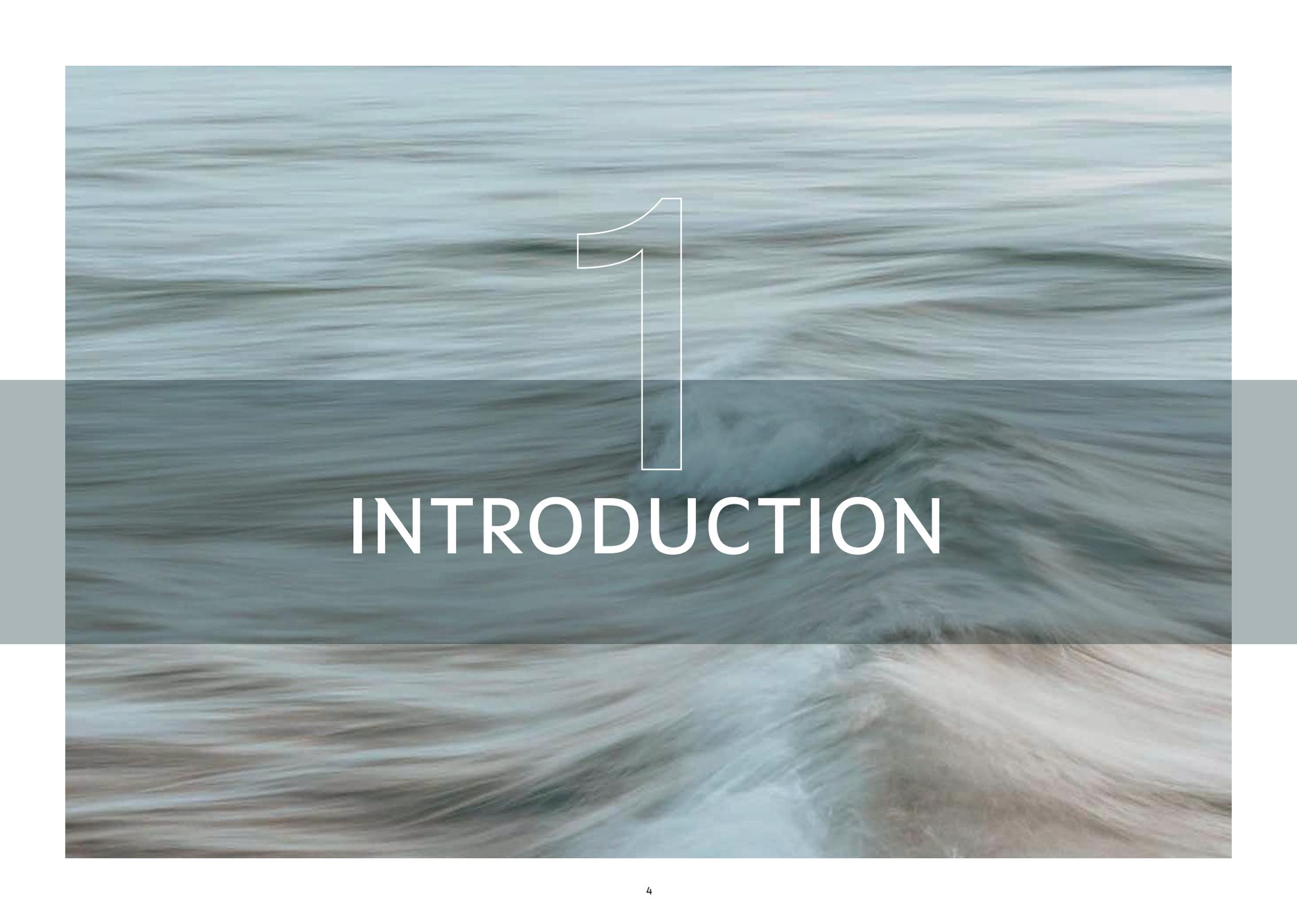


ワールド・モード・ホールディングス株式会社

代表取締役 加福 真介

CONTENTS

—	Letter from CEO	2
1	Introduction	4
	Purpose / WMHグループとファッション	5
	Our Group / WMHのビジネス	6
	History / 私たちの歴史	7
	Sustainability Issues / ファッション業界が直面している課題	8
	Project Team / プロジェクト・チーム	9
	Procedure / 課題の整理	10
2	Action	11
	Environment / 環境への取り組み	12
	Human Rights / 人権の尊重	14
	For the Fashion Industry / ファッション業界への貢献	16
	For Our Group Members / 働く仲間とともに	18
3	Mission	20
	Our Mission for the Future / 未来に向けてのミッション	21



1

INTRODUCTION

PURPOSE / WMHグループとファッション



ファッションを支える人々から、
それを楽しむ生活者まで、ファッションを通して、
心踊る未来を実現します。
ファッションの力をどこまでも信じ、
人や社会に喜びを提供し続けることが、
私たちの使命です。



私たちは、自身が生活者としてファッションに心動かされ、
価値を信じ、この素晴らしい産業の発展に貢献し、
人や企業の皆さまとともに成長したいという想いを
持つ者たちが集まったグループです。

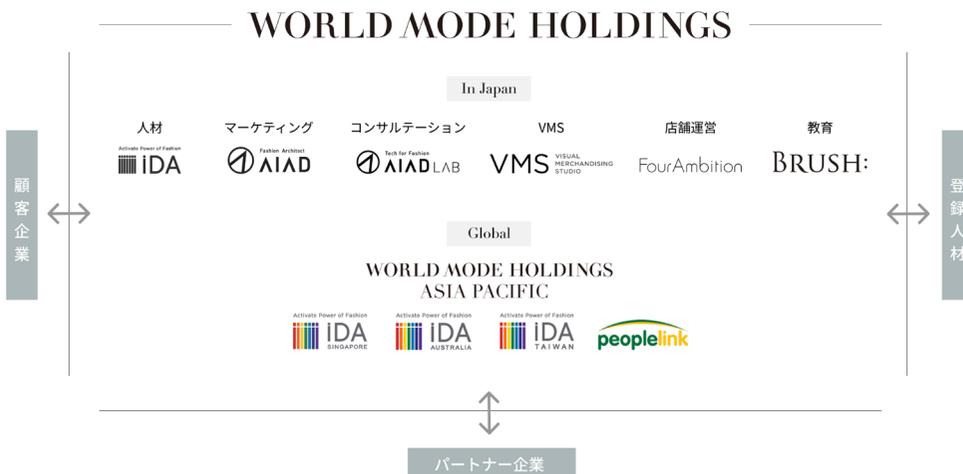
一方で、そのファッション業界・リテール領域は難しい時期を迎えています。
パンデミックを契機に社会様式が変化を余儀なくされ、
消費活動の在り方も見直されています。
また、環境問題をはじめとする社会問題に目を背け、
自分事として取り組むことができない産業および企業は、
社会から必要とされないことは明白です。

このような状況下において、ファッションの持つ力こそ、
未来を明るく照らすことができると私たちは信じています。
より一層の使命感を持って持続可能な未来に向けて変化に対応し、
必要とされるサービスを提供し続けることで、ファッション業界を支え、
地球社会を構成する一員としての責任を果たします。

OUR GROUP / WMHのビジネス

私たちは、ファッション業界の発展を支える、
人とサービスのプラットフォームです。

ワールド・モード・ホールディングス(WMH)は、ファッション業界を取り巻くあらゆる
ニーズに対し、専門性の高い人材とサービスを提供する世界で唯一のグループです。
ファッションを愛する人と企業に愛されつづけるグループを目指して、
最前線の課題に、最適なサービスを、最高のチームで創造します。



WMHグループは、ファッション業界に精通した経験豊富な社員および
ノウハウを軸に、登録人材やパートナー企業とともに事業を行っています。

コアビジネスの人材事業では、人件費圧縮や雇用形態の変容、
業界従事希望者の質量不足により「日本全国各エリア」「全職種対応」を
特徴とした派遣・紹介事業に加え、業界に特化した求人サイト運営、
顧問人材・業務委託人材の紹介サービス、POP UPストア運営を展開しています。
教育事業では、企業課題に応じた幅広い教育研修の受託に加え、
既存店舗の運営コンサルティングを実施。

店舗運営代行事業にも継続した需要が続いており、
プロフェッショナル人材が集まる当社の特徴を活かして全国規模で対応しています。
マーケティング事業では、SNSやECをはじめとしたデジタルマーケティング、
従来からのメディア活用、ブランディング戦略立案など広範囲に渡り顧客企業の
ビジネス上の課題に向けたソリューション提案とその実行を担います。

業界ならではの専門性を活かしたヴィジュアルマーチャндаイジング(VM)事業では、
店舗デザイン・施工管理、VMコンサルティング・研修、
VM人材手配のサービスを行っています。

海外事業では、シンガポール、台湾、オーストラリア、ベトナムに拠点をもち、
ASEAN各国で人材・教育・店舗運営サービスを中心に展開。

顧客のビジネスを支えています。

人・サービスに加え、日本を含めたグローバル視点での相互協力体制が、
当社の大きな特徴です。

HISTORY / 私たちの歴史

〇〇 いくつもの創業の想いを胸に、
私たちは歩み続けていきます 〇〇

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iDA)を母体としたグループです。創業期、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、同ブランドの日本撤退による販売職社員の再就職支援を契機に「ファッション業界専門の人材事業」を開始。その後、多岐に渡る業界のニーズに対して本質的な解決を行うため、グループ経営を開始しました。高い専門性を持ち、iDAと同じくファッション業界を支える志を有した事業会社との合併や事業開発により、サービスの幅を広げて現在に至ります。また、ASEANを中心に海外拠点を設置。グローバル視点を持つ課題解決型のサービスでファッション業界に貢献するユニークなグループとして、今後も発展を続けます。

グループ経営以前

各社創業～成長

それぞれの創業者の強い志のもと、各事業会社が創業。時代のニーズに応じてサービスを磨き、成長を続けました。

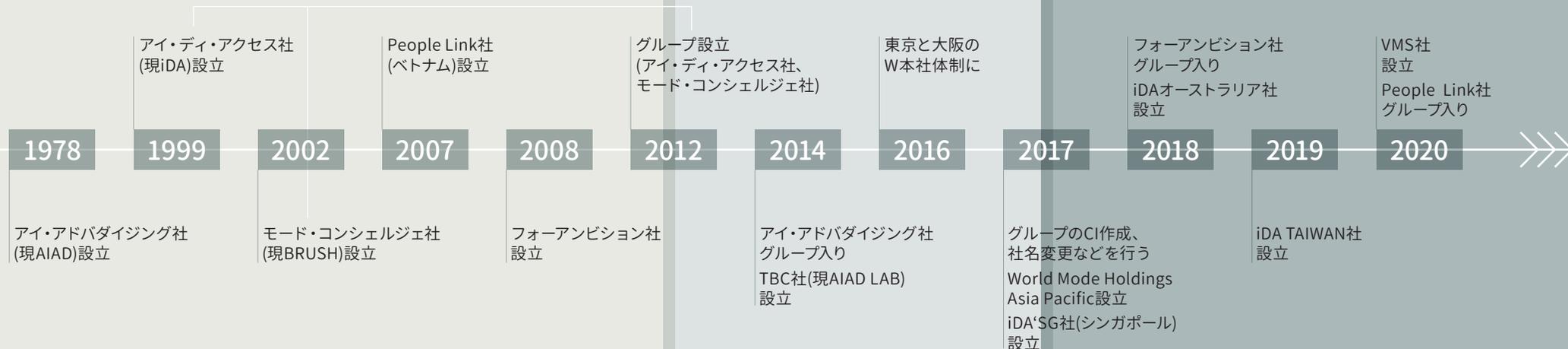
グループ経営以後

グループ設立～体制強化

アイ・ディ・アクセス社を中心に、World Mode Holdingsとしてグループ経営を開始。

さらなる多角化とグローバル展開

顧客および働く皆様のニーズに応じた多角的な事業拡張を図り、グローバル展開を開始しました。



SUSTAINABILITY ISSUES / ファッション業界が直面している課題



ファッション産業は、製造から物流、販売を経て消費、廃棄に至るまでの過程において、環境負荷が非常に大きいと言われています。加えて各段階における人権問題も指摘されており、早急に取り組むべき課題とされています。ファッション産業において、主に販売関連の事業におけるサービスを提供している当グループとしても、業界が抱えるサステナビリティの課題を正しく理解し、自らが業界に働き掛けながら解決に向けた行動を起こさなくてはなりません。



環境

ファッション産業は、石油産業に次ぐ世界で2番目の環境汚染源であるという、国連貿易開発会議(UNCTAD)による報告がありました。この事実を真摯に受け止めながら、私たちは何ができるかを考えています。製造段階における水資源や化学薬品の使用に加え、未販売品の償却や消費者による使用後の廃棄、そして川上から川下に至るまでの各段階での温室効果ガスの排出など、環境負荷を引き起こしている要因は数多くあります。近年、環境負荷を考慮した素材の選択や生産方法への取り組みが進められていますが、企業やブランド間におけるサステナビリティ対応の目的やスピードはまちまちという印象があります。加えて各ブランドにおいても、企画生産から本社そして店頭立つ現場の販売員まで共通理解を図りながら、一貫性のあるサステナビリティ・プロジェクトを推進できているかどうかは、改善の余地があると思われます。また業界が取り組むべき重要な課題であるサーキュラーエコノミーの構築には、消費者への啓蒙が不可欠であり、店頭における販売員の役割も大きいと考えます。環境問題への業界の対応を加速させるために、私たちのグループができること、取り組まなければならないことは数多くあります。



人権

ファッション産業には、上流の原料生産から下流の販売現場まで、様々な国の人々が関わっています。そのすべての人が等しく公平で、安全にやりがいをもって働ける環境であることが大切です。サプライチェーンの上流に位置する海外の製造現場においては、人権の尊重に関して、一部のブランドを中心にデューデリジェンス体制を導入するなど積極的な対応が取られ始めています。一方、サプライチェーンの下流にあたるファッション販売の現場においては、必ずしも皆が働きやすい環境が提供されているわけではありません。個を尊重し、活かすダイバーシティ&インクルージョンの考え方に則り、皆が働きがいを感じる環境を提供することが、ファッション業界自体のサステナビリティにもつながります。特に、女性比率が高い業界の特色上、結婚、出産など女性のライフサイクルを十分に考慮した仕組みの提供なくして、業界の発展は望めません。。

PROJECT TEAM / プロジェクト・チーム

前述の通り、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への遅れが指摘されています。

一部のブランドでは商品調達のプロセスへの対応が進んでいるものの、

業界全体としてはまだまだ意識改善が必要であると考えています。

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。なぜなら、個々の企業活動により

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。

そこでWMHは、自ら行動を起こすことで

ファッション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、

2020年6月にグループを横断したサステナビリティ・プロジェクトを発足させました。

グループ内の社内公募により選抜した第1期のプロジェクト・メンバーは、

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、

サステナビリティ・プロジェクトはグループの代表取締役の

直轄プロジェクトと位置付けられました。

2021年7月には第1期の流れを引き継ぐ形で第2期の活動がスタートしました。

メンバーは全員意識や志を高く持っており、

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います。

活動の対象範囲は、①グループ内、②業界全体の二つと定め、様々な施策を推進しています。

WORLD MODE HOLDINGS



①グループ内

まず自社における

サステナビリティ活動を推進するために、グループ内で働く社員への啓蒙が重要であると考えました。

そこで、社員の皆に、業界が直面している

サステナビリティを脅かす事実を社員の皆が認識し、

自社がサステナビリティ活動に取り組む必要性を

深く理解してもらうことから始めました。

環境と人権の両面からサステナビリティの

必要性を理解することで、グループ内の社員の

意識が大きく変わったと考えます。

②業界全体

ファッション・ビューティー業界を横断して、

販売の現場を起点に様々な企業、

ブランドに対するサービスを提供している当社だからこそ

できる事があるはずだと考えています。

個々の企業のサステナビリティへの取り組みを支援し、

それらの活動を企業を横断してつなぎ、

業界全体の大きなうねりとするのが目標です。

同時に、サステナビリティに寄与する、販売周りでの

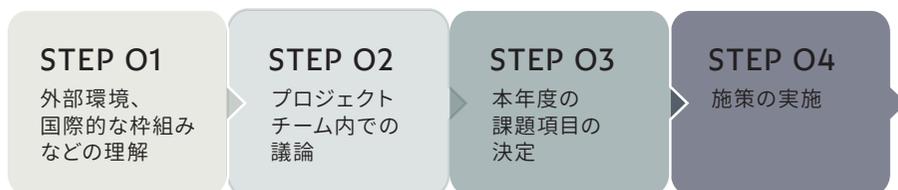
様々な具体的施策やプロジェクトを提案すること

により、店頭におけるサステナビリティへの

対応を加速させていきます。

PROCEDURE / 課題の整理

本年度のサステナビリティ施策実施のプロセス



企業としてサステナビリティ経営を推進するためには、まず外部環境を正しく理解することから始めるべきであると考えました。国連が主導して作成した地球規模の社会の目標である「SDGs」や、気候変動関連の様々な国際的な取り組み、そして投資家や金融機関が近年、企業に配慮を求めている「ESG」（環境、社会、ガバナンス）など、外部環境においてはここ数年で大きな変化が起きている。加えて企業におけるCSV(共通価値の創造)の取り組みや、サプライチェーンにおける人権の保全などを考えると、企業が長期的に事業を継続していくためには社会から求められ、信用を得ることが重要です。

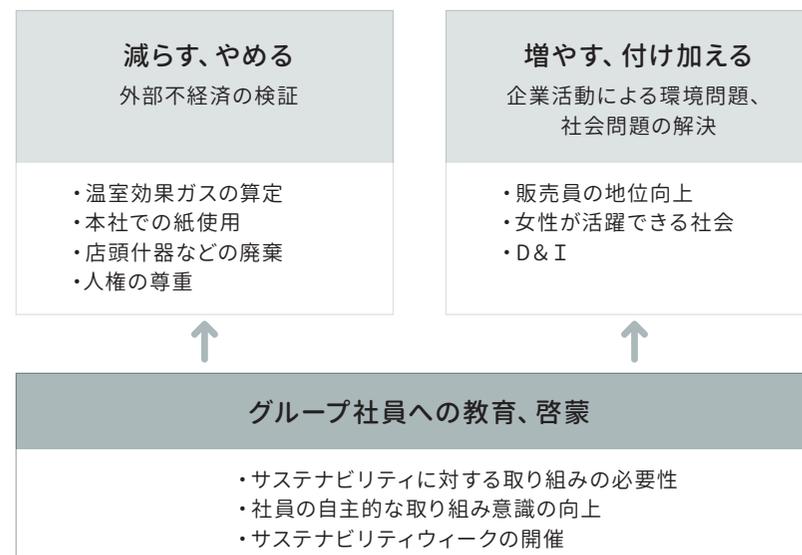
このような外部環境を鑑みて、本年度のサステナビリティ・プロジェクトチームのミッションとして ①外部不経済の検証 ②企業活動による環境問題と社会問題の解決、という二つの課題項目を掲げました。

① 外部不経済の検証

気づかないうちに企業がコストを負担せずに、環境や社会に悪影響を与えている恐れがある経済活動を、「外部不経済」と呼びます。環境や社会が正常に機能していて初めて企業活動が成り立つと考え、自らが抱える外部不経済を検証し、それらを排除することは、優先度の高い事項であると考えます。当グループではファッション製品の生産を伴う事業活動はありませんが、事業所と一部の関連会社での現状を把握するセルフアセスメントを経て、表記の通りいくつかの項目を重要課題として抽出しました。

② 企業活動による環境問題と社会問題の解決

ファッション産業は、国際機関からも世界2位の環境汚染産業と指摘されており、一方ではサプライチェーンの人権尊重が大きな問題となっています。主にファッション販売における川下に近い部分でサービスを提供している私たちの企業集団では、販売員の地位の向上、女性が様々なライフステージにおいて活躍できる社会、そしてダイバーシティ&インクルージョン(D&I)を重点課題として取り組みました。



これらの二つの課題項目の実現には、グループ社員全員の理解が必要です。そのためには、社員への啓蒙活動が必須であると考え、プロジェクトチームのメンバーが中心となって施策を行いました。その中の一つとして5月に開催されたサステナビリティ・ウィークには多くの社員が参加し、昨年度開催したサステナブル月間で醸成された、社員のサステナビリティの意識を更に高め、確実にすることができました。



2

ACTION

ENVIRONMENT / 環境への取り組み

WMHグループは、現状自社ビジネスとしてメーカー機能を有していませんが、国連貿易開発会議(UNCTAD)がレポートした「ファッション業界は世界で第2位の環境汚染産業」という指摘に対し、業界に関わる一員として当事者意識を持って向き合い、行動することを表明します。当グループの特徴を最大限に活用した各種アクションを通して、顧客企業および産業全体の改善に貢献し、素晴らしい地球環境を守ることで、今を生きる社会の一員として未来の世代への責任を果たして参ります。

CO2排出量を削減する店舗開発

商業施設や各ブランドで、ポップアップストアの設営など店舗設備の改廃が頻繁に行われ、その都度多量の廃棄物が出るのが問題視されています。

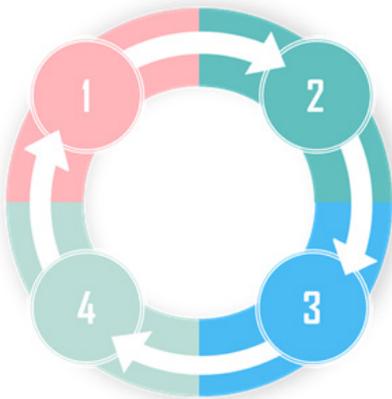
昨年度、WMHはパートナー企業とともに外資ブランドのポップアップストア開催における廃棄物のリサイクルおよびリユースに取り組み、50%を超えるリサイクル率を達成しました。

そして、上記パートナーに加えてグループ内のVMS社と連携し、プランニング・素材選定から解体・リサイクルに至るまで一貫してサポートを行う「循環型店舗」プロジェクトをスタート。

店舗のメッセージを損なうことなく、廃棄物を最小限に抑え、CO2削減に寄与する店舗開発に取り組みます。

プランニング・素材選定

リユース素材やアップサイクル素材などを活用した設営計画



デザイン・施工

常設店への取り回しや、廃棄物の少なさを考慮しつつもブランドの世界観を実現

レポート・アップサイクル

CO2排出量を可視化し、リユース素材の保管やリサイクル処理済素材の再利用計画

解体・リサイクル処理

国内工場へ搬送し、計画に基づくリサイクル処理の実施

VMSのサステナブルアクション

VISUAL MERCHANDISING STUDIO(VMS)では「循環と継承」をアクションテーマとし、ヴィジュアルマーチャンダイジングで実現できるサステナブルな施策を提案しています。



VISUAL MERCHANDISING STUDIO株式会社
代表取締役社長 堀田健一郎



— 「循環」を考える

フランドル、ワークスタジオと協業で開発した什器は、繊維リサイクルボードPANECO®を採用。特注の白いPANECO®にヴィジュアルやブランドロゴを施した一枚絵をベースに、3枚に切り出したデザインにすることで廃棄部分を極力削減。美しさとサステナビリティが共存する什器です。さらに組み立て式でリピータ使用を可能にすることで什器としての循環性を実現しています。

— 「循環」を取り入れた装飾

ナノ・ユニバースの展示会では、リブランディングを印象づける重要な演出として、色鮮やかな花々をディスプレイ。来場者の記憶に色濃く残ったこの花々は、市場で売れ残っていた花も集めて再構築させた装飾です。閉場後はこの展示会の功労者であるナノ・ユニバースチームのメンバーに労いの花束としてふるまわれました。ひとつの役目を終えた時点で廃棄せず、それ以外の選択肢を見出し循環させることも、VMSが装飾を考える際に重要視しているポイントです。



— 「再生」を考える

ボルボ スタジオ青山とのお取組みでは、桜を使った春の装飾を実施。枯れてしまった桜の樹木に再生ペット素材で作った花びらを掛け合わせることで新しい命が吹き込まれた桜が、サステナブルをテーマにした電気自動車<C40>と共にショールームを彩りました。

温室効果ガスの算定

気候変動に伴う自然災害の増加・激甚化傾向は世界全体の喫緊の課題です。2021年に開催されたCOP26(国連気候変動枠組条約第26回締約国会議)では、産業革命前からの気温上昇を1.5℃に抑える努力を追求するという合意文書を各国が採択しました。また、日本政府は2050年までにカーボンニュートラルを目指すことを宣言しました。

これらを受けて、WMHでは、気候変動と生物多様性への影響を軽減するため、事業活動における温室効果ガス(GHG)の排出量の把握と削減に取り組むことにしました。

ファッション産業における人材派遣と店頭でのサービスのサポートを中心とする当グループの事業活動においては、上流における生産を伴わないため、主に自社における直接、間接のGHG排出量を把握するScope1,2に沿って進めることにしました。



ワールド・モード・ホールディングス株式会社 Scope1,2によるGHG排出量

スコープ	GHG排出量 (t-CO ₂)
Scope1 (燃料使用による直接排出)	12.8
Scope2 (電気等による間接排出)	132.4

- ①対象範囲 : ワールド・モード・ホールディングスおよび国内連結事業会社の全オフィス使用分 ※GHGプロトコルに基づいて算出 ※Scope3は未算出
 ②排出係数【ガス】: 都市ガス事業者別の排出係数代替値
 ③排出係数【電力】: 電気事業者別の排出係数代替値

今回、当グループとしては初めてScope1,2を算出および公表いたしました。2050年までに国際社会で臨む脱炭素化の実現に貢献できるよう、Scope1,2に関しては削減目標の設定と実行に努めるとともに、Scope3に関しては、お取引先、当社社員を含むあらゆるステークホルダーと協働しながら、現状把握と削減に向けた取り組みを加速していきます。

HUMAN RIGHTS / 人権の尊重

WMHでは、人種、宗教、性別、性的指向、年齢、国籍、障がいの有無等の多様性を受け入れ、あらゆる人権を尊重することは、経営の根幹であると考えています。私たちの企業活動に関わる全ての人々が均等な雇用機会を得て、公正な処遇を受け、人権が尊重されることにより、ファッション業界全体の人権への意識向上にもつながると考えています。販売員を中心にファッション、ビューティーブランドへの人材紹介および社員転籍が年間1,800件、登録者数30万人の当社にとって、販売員の地位向上は重要な課題です。また女性の比率が高いファッション業界において、出産や育児などのライフステージを考慮し、女性が輝ける職場を提供することは、今後の業界の持続可能性にも直結する優先事項です。そこで、本年度は以下のような課題を掲げ、人権の尊重に関する取り組みを推進しました。



そのためには、採用活動において雇用側と人材のミスマッチを限りなくゼロに近づけ、多様な人材が活躍できる環境および風土の整備が必要です。

SURVEY ダイバーシティ&インクルージョンについて クライアント向けサーベイ

ファッション業界が持続可能な産業として成長を続けるためには、消費者のみならず働く人々からも魅力的な職場環境として選ばれる業界でなければなりません。当グループでは、多様な人材が活躍できる働きやすい環境作りおよび風土を醸成して事業の成長に繋げるために、ダイバーシティ&インクルージョン(以下、D&I)を人事方針として定め、主に産休育休制度など女性活躍推進に取り組んでいます。一方でファッション・ビューティー企業では、D&Iについてどのように考えて取り組んでいるか、WMHのクライアント企業65社の人事担当者にご回答頂きました。

まず【D&Iの推進は重要か?】という質問では30%が「とても重要」、70%が「重要」と答え、関心度の高さが伺えました。

続いて右記グラフのように【D&Iに関する取り組みはされていますか?】という質問では「既に取り組んでいる」が66.2%、「今後取り組みたい」が24.6%と、各企業も行動に移し始めていることが分かりました。

Q. 【ダイバーシティ&インクルージョン】に関する取り組みはされていますか?

■ すでに取り組んでいる	43	66.2%
■ 今後取り組みたいと考えている	16	24.6%
■ 取り組んでいない	6	9.2%
■ その他	0	0.0%

【D&Iの課題に取り組む改善・実現したと思われること】の質問においては「人材の確保」が31.6%と最も多く、次点で「多様な働き方」が30.5%となりました。【D&Iの促進のために必要なこと】の質問では「採用の促進」は0となり、「社員の理解・協力」「公正な評価制度の構築」「育成体制の確立」「経営層のコミットメント」という社としての方針策定や組織変革活動に回答が集中しています。

WMHおよびiDA社では、業界のプラットフォームとして多様な人材の提供を継続しながら、本調査内容の発信や課題に応じた組織コンサルティングなどのソリューション提案により、ファッション業界の成長を支え続けます。

Q. 【ダイバーシティ&インクルージョン】の課題に取り組む、改善・実現したと思われることはありますか?(複数回答可)

■ 多様な人材の採用	30	31.6%
■ 多様な雇用形態・就業規則	19	20.0%
■ 多様な組織配属	6	6.3%
■ 多様な働き方(テレワーク等)	29	30.5%
■ 多様な価値観・考え方の醸成	11	11.6%
■ その他	0	0.0%

Q. 【ダイバーシティ&インクルージョン】の促進のために、必要なことは何でしょうか?(複数回答可)

■ 採用の促進	0	0.0%
■ 経営層のコミットメント	30	19.4%
■ 公正な評価制度の構築	29	18.7%
■ 社員の理解・協力	35	22.6%
■ 育成体制の確率	30	19.4%
■ 推進体制の整備	20	12.9%
■ 両立支援・生活支援などの制度の充実	11	7.1%
■ その他	0	0.0%

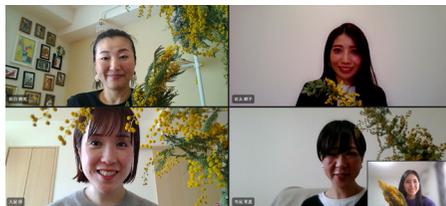
児童養護施設への寄付活動部



「ファッションの力で人々を笑顔にする」という目的で集まった有志メンバーを中心に活動を行っています。今回の取り組みでは、「普段ファッションアイテムを購入することが難しいと思われる団体や人々」「ファッションの楽しさをより知ってほしい中高生」を対象に、グループ全体で200点もの洋服を集め、「社会福祉法人青少年福祉センター」を通じて中学生～20歳までを対象にしている2施設に寄付を行いました。プライベートの観点から児童や生徒の方には直接お会いできませんでしたが、職員の方を通じて多くの感謝の言葉を頂きました。同時に、国の補助金 / 措置費では賄いきれない設備・備品があり、特に嗜好品の寄付は需要があるとのコメントを頂いておりますので、今後も継続した活動を行いたいと考えます。

女性活躍促進について語る「生き生きジェンダー応援部」

WMHグループが、多くの女性が活躍するファッション業界に向けた事業を展開し、女性社員が65%を占めているという背景を持つことから、SDGs目標の【5. ジェンダー平等を実現しよう】に着目。女性の活躍促進について積極的に取り組むことで企業価値を高め、更なる成長への貢献を目的に、同じ課題意識を持つ社員が集まり定期的な活動を行っています。



今年度はまず自社を振り返ることからはじめました。

その中で「100%に近い産休育休復帰実績」があると分かり、「テレワーク、時差通勤、時間帯有給制度」などを活用した柔軟な働き方が可能な職場環境に支えられて、多様なライフスタイルの社員も活躍できていることを実感しました。続いて、女性社員へのアンケート調査を行った結果、管理職を志望しない社員が60%を超え、50%以上の社員が長時間労働の懸念を持つことが明らかになりました。この現状についてメンバーで考察し、「家庭と仕事を両立する女性役職者などロールモデルの必要性」「さらなる働き方の多様性を進めること」を提言しました。また、私たちが提供する事業においてもこれまでの当たり前や普通にとらわれずに意識改革し、業界内で女性が躍進・活躍する第一人者の企業として、新たな時代に向けジェンダーを超えた働き方の提案を進めて参ります。

TOPICS

企業主導型保育園開設により働くママを支援

産休から復帰をしたくても預けられる園が無いという社内の声を契機に、育児との両立を目指す子育て家庭の支援を行うため、当グループのiDA社では、2021年度に東京自由が丘と大阪北堀江に保育園を開園しました。当グループ社員や派遣スタッフはもちろんのこと、地域で働く多くのご家族にご利用頂いています。

「2021年5月のオープニングより次男が10ヶ月の頃からお世話になっています。10ヶ月ということで預けることに少し不安もありましたが、毎日仕事終わりにお迎えに行くと、先生が息子の小さな変化に気づいてくれたり、園での出来事や成長をたくさん共有して頂いたりして、あっという間に安心してお願いしたい!と思えるようになりました。

また、4歳の長男は幼稚園に通っていますが、土日や夏休み等の長期休暇があるため、仕事と重なり預け先に困っていた最中、北堀江つぐみ保育園が良心的に長男の一時保育を受け入れて下さいました。職業柄土日祝日の勤務もありますが、兄弟を同時に預かって頂けることで安心して仕事に従事でき大変助かっています。土日に開所している保育園が少ないため、サービス業や接客業の方は預け先に苦戦し、キャリアを諦めざるを得ない方もいらっしゃるかと思いますが、iDAの保育園のように対応頂ける保育園は貴重な存在です。

そんな素敵な保育園に出会えて、お願いすることができてよかったです。」(伊藤さん)



ドレススタイリスト
伊藤 裕衣さんとご家族
(フルタイムで勤務/
職業柄土日祝の勤務もあり)

FOR THE FASHION INDUSTRY / ファッション業界への貢献

私たちは創業より、ファッション業界に支えられ、ともに成長して今に至ります。人々の生活を豊かに彩る素晴らしいファッション業界が、今後も人々に愛され続け、持続的な産業として発展するため、ファッション業界の企業と消費者の間に立ち、人と企業を繋ぐWMHならではの立場から、全てのステークホルダーに向けて、企業活動により社会問題の解決につながるアクションを起こすことを考え、できることから行動に移しています。特に、販売の最前線として全国の店舗で活躍する販売員の皆様をモチベートし、高いサステナブルリテラシーをもって頂くことが、業界全体の改善に重要な取り組みであると私たちは考えます。

販売員向けサステナビリティウェビナー2021 「トップランナーから学ぶサステナビリティと、 ファッション業界の私たちが明日からできること」開催

11月30日20時
ZOOMにて無料オンライン開催
トップランナーから学ぶ
サステナビリティと、
ファッション業界の
私たちが明日から
できること

河合 優希 (IWA) 河合 優希
関 龍彦 (SEMI) 関 龍彦
山口 絵理子 (YAMAGUCHI) 山口 絵理子
堀田 健一郎 (HORI) 堀田 健一郎
山本 祥浩 (YAMAMOTO) 山本 祥浩

<https://ida.qumucloud.com/view/Am7UgfUWokzkacYRUSofsl#/>

前年に引き続き、販売員の方々を対象にしたサステナビリティウェビナーを開催。前回に続いてFRaU編集長兼プロデューサーの関龍彦氏、「マザーハウス」代表兼チーフデザイナーの山口絵理子氏、当グループVMS代表取締役社長の堀田健一郎の3名が登壇。講演とトークセッションを行い、販売員を中心とするファッション業界内外の多くの方にご視聴頂きました。事後アンケートでは、5点満点中4.4点と高い満足度が得られています。業界をけん引する3名からメッセージを発信し、視聴者の方々のサステナブルリテラシーを高めることで、業界で働くモチベーション向上に寄与しました。

【登壇者からのメッセージ *一部抜粋】

ブランドやモノづくりの背景を語るストーリーテラーとして、お客様の人生とセットになるような買い物体験の提供をすることがブランドの価値となる。

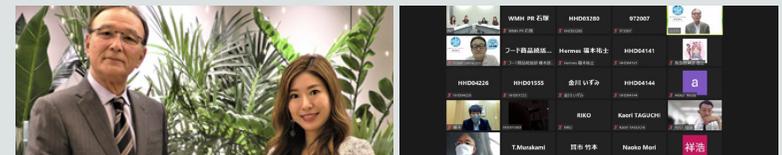
販売員が意識し、接客販売時にサステナビリティに触れることで、お客様のサステナブルへの意識を育み、良い循環が生まれると考える。

環境に配慮した発言ができることも個性や魅力の一つとなり得る。また、それを評価するブランドが増えることを願っている。

販売員にとって、サステナビリティは知っておくべきマナーのようなものである。

Message

日本プロフェッショナル販売員協会(JASPA)
事務局長 清水洋延氏



JASPAセールスプロフェッショナル資格の授与 オンライン開催の第4回勉強会は、120名近くが視聴

JASPAは、販売員の社会的地位向上、女性の社会進出支援を目的に2016年に設立されました。現在、国内主要百貨店および国内外のファッション、時計、宝飾、化粧品ブランド約70社に加盟頂いており、理事企業を務めるWMHには同じ目的を持つパートナーとしてサポートいただいております。主に販売職の長期的キャリア形成のための資格制度やセミナー等を定期的実施しており、2021年には販売現場でのサステナビリティへの理解を深めることを目的とした「JASPAサステナブル勉強会」をスタート。今年6月には、サステナビリティへの意識がより高いと言われるZ世代の消費にフォーカスした勉強会を開催しました。今後も、販売現場での取り組みのサポートとなるような活動を、継続的に行って参りたいと考えております。

FOR THE FASHION INDUSTRY / ファッション業界への貢献

未来を担う子供たちを対象にしたプレインターン 「VMD お仕事体験」を通して



ファッション業界に関わる人を1人でも多く増やして持続可能な産業として盛り上げるため、WMHでは未来を担う子供たちにファッション業界の仕事を体験してもらう

プレインターン企画を実施。事前リサーチで、現在の日本では将来に不安を抱えたり、働くことに対して前向きになれなかったりする子供が、諸外国に比べて多いのではないかと問題意識が挙がりました。

そこで、プレインターンでは体験を通して、子供たちにファッション業界の色々な仕事を知らせ、将来の選択肢を広げ、働く楽しさを感じ取ってもらうことを目指しました。第一弾としてグループ社員のお子様を対象に「VMD お仕事体験」を実施しました。

5組の親子が参加し「VMDの仕事とは?」「マネキン着せつけ体験」「商品陳列体験」「お洋服のおたみ」を学びました。

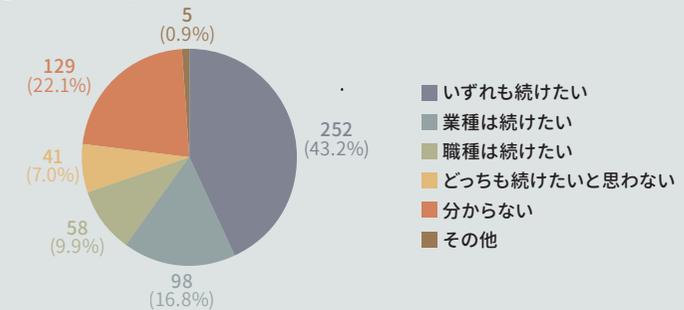
子供たちに、親が働く業界の仕事に触れ「ファッション業界で働くって楽しい!」と感じてもらうとともに、子供の視点を通して大人の私たちもこの業界の仕事に携わる楽しさ・喜びを再認識しました。今回残念ながら参加できなかった社員からの関心も高く、私たち自身がファッション業界で働くことに誇りを持ち、ファッションと子供たちの未来に向けた活動の一步として、非常に有意義な活動となりました。

SURVEY

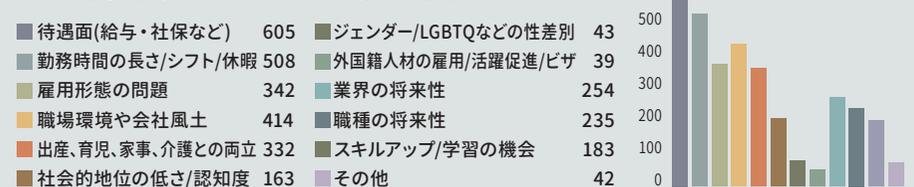
「キャリアの継続」について iDA登録者へのアンケート

当グループが取り組むべきことは、業界課題である人員不足の解決に向け、ファッション業界での仕事を続けたくても続けられない人を減らすことだと考えました。そこで、まずグループのiDA社登録者にアンケートを実施した結果、業種・職種ともに続けたい方は43%に留まることが分かりました。また、長く仕事を継続するために業界として改善すべき点として、70%の回答者が「待遇面(給与、社保など)」を、次に60%の回答者が「勤務時間の長さ/シフト/休暇」を課題に挙げました。定性コメントからは、「好きな業界や仕事だから関わり続けたい」という方が少なからず見受けられましたが、それにも関わらず主に収入水準の低さ、ライフイベントとの両立ができない(あるいはそういう将来が見えてしまう)ことで好きな仕事を諦め、別の業界や職種への転職を考えざるを得ないケースが多いことが分かりました。働く人にとっても魅力的な業界となるために、産業全体で改善に取り組むべき課題点を広く訴えかけていきたいと考えます。

Q.現在の業種/職種は続けたいと思えますか?



Q.ファッション・ビューティー業界で働く人たちが離脱せずに長く仕事を続けていくために、改善すべきと思う点は?



FOR OUR GROUP MEMBERS / 働く仲間とともに

WMHサステナビリティ・ウィーク2022の開催

全員参加の1週間

私たち社員一同がサステナビリティについての知識や意識を深めるため、6/6-6/10の5日間に「サステナビリティを知ろう・動こう・広げよう～WMHができるサステナビリティについてみんなで考える1週間～」と題して社内イベントを開催しました。期間中は社内ポータル上に特設ページを設置し、コンテンツの発信を行うなど、グループ全社を巻き込んだイベントとなりました。



役員からのメッセージ発信

イベント開催に先駆けて、グループ代表の加藤とホールディングス常勤役員・上席執行役員全員が社員に向けたメッセージ動画を発信し、本イベントへの参加を呼び掛けました。楽しみながらサステナビリティへの意識を高め、社会問題解決について一緒に考え、各々が当事者意識を持って活動に取り組む。その姿勢の大切さを役員が自らの言葉で伝えることで、サステナビリティが経営における重要事項であることをグループ全社員が理解し、より関心度合いが高まりました。



TOPICS

身近に感じられる豊富なコンテンツ

日本全国23ヶ所にオフィスがあり、コロナ禍による出勤制限でテレワーク勤務も多い状態の中でも、全社員が取り残されることなく参加できるように、期間中は動画やチャット投稿などのオンラインコンテンツを中心に実施しました。WMHサステナビリティ委員会ではイベント開催にあたり、社会問題を取り扱うことで陥りがちな深刻で面白みに欠けるものではなく、グループ社員一同が身近な内容として楽しめるコンテンツを豊富に用意。また、委員会メンバー自身も楽しむことを忘れずに協力し合い、企画進行しました。

	6/6 MON	6/7 TUE	6/8 WED	6/9 THU	6/10 FRI
オフライン コンテンツ	東京オフィスイベントラウンズ PANECOアート作品 魚坂アートライブ!				
オンライン コンテンツ	私も言いたい! サステナビリティ 「楽しみながら、出来ることから始めよう!」～身近で出来るサステナブルな取り組み事例～大募集!				
ポータル と TEAMS	グループ役員からのメッセージ動画				
	サステナビリティ 情報動画①	サステナビリティ 情報動画②	サステナビリティ 情報動画③	サステナビリティ 情報動画④	後夜祭
	委員会活動 ビデオ発信				
	動画コンテンツスタンプラリー				
	オンライン ランチ交流会①	オンライン ランチ交流会②	オンライン ランチ交流会③	オンライン ランチ交流会④	

FOR OUR GROUP MEMBERS / 働く仲間とともに

身近でできるサステナブルな活動事例

社員一人一人自らがサステナビリティ活動を始めるきっかけ作りとして、自身で取り組んでいる身近なサステナブル活動の事例を集めて発信を行いました。自宅でできること、地域社会で貢献できること、オフィス内で取り組めることなど多くの投稿が挙がり、ベストサステナ賞として「洗濯時に化学繊維の衣服から出るマイクロファイバーの海への流失を85%カットする洗濯ネットの使用」が選ばれました。この活動から、無理なく出来ることから始める意識、固く考えずに楽しみながら続けることの大切さが社内に浸透しました。

ランチで語ろう

期間中の4日間は、ランチ休憩の時間を使ったオンラインランチ会を開催。それぞれのテーマに関心がある社員同士が事業会社を超えて集まり、和やかな雰囲気のもと、お互いを尊重しながら意見を共有し合う貴重な機会を創出できました。



- DAY1 子育て中のママ/パパ集まれ!「子供たちの学びを語るランチ交流会」
- DAY2 元・販売員集まれ!「思わずうなずく!販売員あるあるを語るランチ交流会」
- DAY3 外国文化大好きっ子集まれ!「異文化交流の醍醐味を語るランチ交流会」
- DAY4 女性および性自認が女性の皆さん集まれ!「女性の生き方の多様性について語るランチ会」

エントランス展示&チョークアート

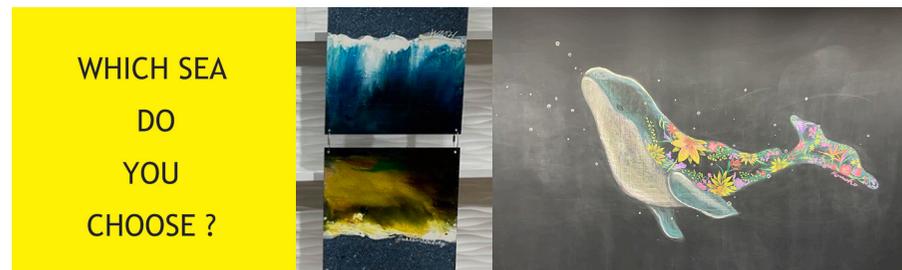
今回、画家の桂川桃子さんに協力を仰ぎ、VMS社監修のもと、リサイクルボードPANECO®を利用したアートボードを制作。2種類の異なる姿の海を並べ「Which sea do you choose?」と観る者に問い掛ける作品を東京オフィスのエントランスに展示しました。期間中には桂川さんのチョークアートライブを開催。「綺麗な環境でしか生きられない、優雅に泳ぐ巨大なクジラ」を東京オフィスの壁面に1.5×2mサイズで描いて頂きました。いずれも環境に配慮したオーガニックな画材を用いて制作。



今回依頼した
桂川桃子さん

「色」をこよなく愛する画家。元ファッションデザイナーならではの色彩感覚を活かし、環境に優しいオーガニックの画材やロスフラワーなどを使って鮮やかな巨大壁画を作成するなど、サステナブルな取り組みにも積極的な活動を行う

日常的に親しみやすく環境問題やクリンネス意識について想起できることに、日々忙しく仕事に取り組む社員から好意的な感想が挙がっています。この活動により、自発的にサステナブルを話題とするコミュニケーションが社内で増え始めています。



TOPICS

オンラインの後夜祭

サステナビリティをテーマにしたクイズ大会や期間中の活動状況の発表、これらの優秀者の発表を行うなど、WMHサステナビリティ・ウィーク2022の1週間を共に振り返りました。延べ100名のグループ社員がオンライン上で集まるオンラインイベントとなり、事業会社や拠点を超えた社員同士のコミュニケーションの機会としても、有意義な時間となりました。



社員による参加コメント

- ・身近にできるサステナブル活動で、簡単で取り入れやすいアクションが参考になりました。社内でも実施している方がいることが分かること自慢できる会社だと実感が湧きます(東京/営業)
- ・全社員が共通トピックに関心を寄せて考える、社内を繋ぐ良い機会だと色々な企画や皆さんの様子を見て思いました(大阪/管理)
- ・ただ動画を見るだけよりもランチ会など参加型の方が印象に残り、勉強になりました(大阪/管理)



3

MISSION

OUR MISSION FOR THE FUTURE / 未来に向けてのミッション



未来の社会の創出のため、ファッション業界のために、わたしたちができること



現在、私たちを取り巻く社会環境は激変しています。環境問題や人権問題に加え、収束の見えないウイルスとの闘い、戦争、それによる原料の価格高騰やあらゆる情勢を背景にした円安の進行など、それは遠い世界や過去や未来の話ではなく、まさに今、私たちの毎日の生活に暗い影を落とすニュースです。これらの諸問題が噴出することで、将来に不安を感じ、心が疲弊する人も多く見られます。一方で、瞬間に人々の生活に定着したオンラインにより場所を問わずに様々なことが完結し、新たに出現したメタバースによる新しい価値の創出など、テクノロジーの発展を根幹にした新しいサービスが続々と生まれています。その結果、実現不可能とされていたことが可能となる世の中へと加速度的に変貌するなど、良くも悪くも私たちは不確実性の高い、大きなうねりの中に生きています。

我々が従事しているファッション業界においても、経営破綻や事業売却、コストカットなどの好調とは言い難いニュースを耳にする機会が増えるなど、このような状況下で生き残ることは決して容易ではありません。従来のビジネスモデルに固執しすぎることなく、エンドユーザーのインサイトを読み取り、未来を見据えて変革に挑み続ける姿勢が必要とされています。同様に、試行錯誤を続ける顧客企業に日々対峙する私たちも、歩みを止めるわけにはいきません。

社会課題が山積し、不確実性が高い社会において、ファッション業界の企業とファッションに関わる人々がクリエイティビティを発揮し、発展し続けるためには、豊かな才能を持つ多様な人々が存分に力を発揮するための環境整備が必要です。その実現のためには、社会問題に対するサステナブルな意識を未来を見据えて変化対応を厭わない柔軟かつ力強い経営や、マネジメントの努力が求められると考えます。ワールド・モード・ホールディングス株式会社は、まだ見ぬ未来をより素晴らしいものにするために、自らがサステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)を体現し、すべてのステークホルダーに対してサステナビリティへの意識高揚の一助となるよう努めることで社会に対する企業としての責任を果たします。

「ファッションは人々の心を豊かにし、生活に彩りをもたらす」
我々が信じてやまないファッション産業の素晴らしさを、未来の世代に引き継いでいく。

2050年を生きる人々が心健やかに過ごすことができる、
明るく豊かな社会の実現を夢見て、
明日の一手を考え、ファッション業界とともに歩んで参ります。

WMH サステナビリティレポート 2022

発行 2022年10月1日

本レポートは、持続可能な社会のために、WMHが果たす役割や社会課題の解決につながる活動を報告するものです。

掲載している情報には、現在当社が入手可能な情報に基づく見通しなどの記述が含まれています。

情報(第三者から提供された情報も含む)の正確性・妥当性等につきましては細心の注意を払っておりますが、その保証をするものではなく、

また、これらの見通しは周辺環境の種々の要素によって変動する可能性がありますことをあらかじめご承知おきください。