

WWD

JAPAN

December 10, 2018
vol.2060

ファッション業界のための スペシャリスト集団



Passion in Fashion in Action

WORLD MODE HOLDINGS

人材、店舗運営、マーケティング

Activate Power of Fashion



業界トップのシェアを維持し続ける 人材サービスの次なる一手

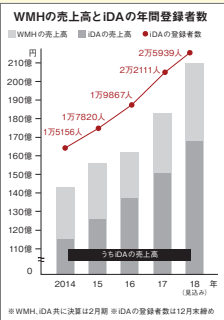
人材紹介・派遣、採用支援、転職・新卒卒の運営などを行う人材サービスのIDAは、ファッション・コスメ業界で圧倒的なシェアを持つ。特に人材紹介・派遣は登録企業数ナンバーワンを誇り、ブランド求人数は約1万6500件。登録者も年々増え続け、2018年12月末時点で累計約20万人を見込む。

人手不足の中、業績を伸ばし続ける理由は?

IDAは自社の強みとして、①ファッションとコスメに特化した専門性の高い研修を登録者に無料で提供、②全国23か所に拠点をもち全国展開、③希望があれば派遣先企業や自社での社員化を積極的に行い安定して働ける環境を整備、の3点を挙げる。特に③は派遣法改正(※1)に先駆けた取り組みで、約6000人いる派遣スタッフのうち、毎年約1000人が派遣先企業に社員雇用されている。また17年からは「アンパダー」制度も設け、希望者をIDA社員として雇用している。

こうした制度が好評でIDA事業は好調だが、業界全体で見ると販売職の人手不足は深刻だ。一方で堀井謙一IDA取締役は「出産や子育てでキャリアを中断した方や、未経験の学生、外国人の求職者が増えています」と言い、「人事領域でのHRテクノロジー(テクノロジー活用)にも力を入れていきたい」と展望する。さらに「今後は販売員が働きやすい環境作り」と、人事面での効率化(採用代行など多角的なサポートが必要。1000社以上の実績を持つ複数のノウハウを活用し、さらに業界を盛り上げたい)とした。

(※1)派遣法改正:2015年9月に施行された改正労働派遣法により、派遣労働者の3年以上同一部署で働く場合は、派遣先企業による直接雇用の派遣による無期雇用が義務付けられるようになった。IDAでは、後者のうちで社員化を望むスタッフ(アンパダー)として、積極的に社員採用している



自信ある接客のための トレーニングメニューを開発

「弊社やVMDグループのことをよく理解してもらっており、派遣社員の方への迅速な対応やアドバイスなど、フォロー体制もあります。人材紹介・派遣だけでなく、IDA PROの講師に、弊社のトレーナーの意向を反映して開発してもらった入社前プレトレーニングがあり、学卒の内定者たちがそれを受講するなど、育成面でもサポートいただいております。接客・接客マナーや皮膚の基礎知識をはじめ、商品紹介やカウンセリングの仕方、タッチアップの技術など一連の流れが学べます。また、IDAの登録者が受講できる、さまざまなプログラムが用意されており、未経験者が自信を持ってアイオールのスタート地点に立てていると思います」。



Voice 1

伸び続ける業績を サポートする心強い味方

「ありがたいことに業績が好調で、2年間で従業員数が300人以上増えているのですが、自社だけでは人員補充が追いつかない状態……。IDAに依頼することで、より質の高い人材を紹介いただけるので、とても頼りにしています。弊社の正社員化を前提として派遣いただける点も魅力です。実際、ほとんどの方が半年後には社員になっています。2018年からは、美容部員だけでなく、本社スタッフの派遣もお願ひしています。これまではIDA=美容部員のイメージが強かったのですが、求める人材にピンポイントで応えてくれるので、とても助かっています」。



Voice 2

Passion in WORLD M

- AIAD
- IDA
- IDA PRO
- MS
- FourAmbition



ファッション企業の課題を テクノロジーの力で可視化

アイアドは、企業が抱える問題を「広告、SP、CRM、OEM&ライセンス、EC、SNS、VMD」の7つの領域から解決する。前身はファッションに特化した広告代理店のアイアド・バイキングだ。小西聡アイアド社長は「今日のクライアントの課題に答えるためには、広告領域だけでなくバリューチェーン全体を、戦略に合わせて変革・調整するためのサポートが必要だ」と話す。別会社のアイアドラボをはじめWMH各社と連携し、顧客の売り上げ拡大に最適なモデルを提案するのが同社の目指す姿だ。中でも、店舗やECで得られた消費者データをいかに効率よく収集・統合して分析するか非常に重要な点だと指摘する。実際に昨年度と比べると、データ分析に基づいた改善や判断を求められるケースが大幅に増え

ていると言ひ、「来年度以降はこの傾向がさらに進む」と予測する。WMHではこうしたデータ分析をアイアドラボが担うが、アイアドではこれらのデータを活用し、広告のみならず商品・出店戦略につながる提案力を強化していく。これらの計画に合わせて、アイアドとアイアドラボでは受注や在庫情報などから戦略を立案したり、店舗内外の消費者導線解析を行うシステムへの投資も積極的に行っている。小西社長「今後は人材面もさらに充実させ、組織体制を強化していきたい」と話す。



小西聡/アイアド社長

WMHの新事業、消費

数々のラグジュアリーブランド手掛けた堀田健一郎氏がアル・マーチャントデザインズ販売職経験で培った「お客さうをケイティング」人材「店」をついにサポート、ウィンドウなどのコンサルティングは、もともと、店員との関係も深い。WMHの「今」をレポートす



左:VMSのロゴ 右:堀田健一郎/VMS社長

ング、全ての悩みを解決

Activate Power of Fashion



トップセールスの技を伝え、 次世代のリーダーを育成



秋山恵子/IDA PRO 会長

IDA PROは「ファッション・コスメ業界に特化した接客・販売のプロ集団」として、研修や店舗運営に必要な方法の提供、セミナーなどを行う。同社の秋山恵子会長は数々のラグジュアリーブランドで店長やスーパーバイザーとして働いた経験を持ち、多くの販売員を育成してきた。IDA PROには「店舗の運営がうまくいかない」「販売員のスキルが低い」などさまざまな相談が持ち込まれる。それらのヒアリングを行い、必要に応じて店舗を回って問題点を洗い出す。解決策が見つからないことはないというが、そのプロセスには「辛抱とエネルギーが必要だ」と秋山会長。「例えば、客単価20万円の店がイベントで売り上げ1000万円を目指すとして、当社のメソッドで運営すると必要な声掛けはざっと1000人です。その1000人への声掛けに、どれだけの人数が必要かを理解していない企業や販売員が多いんです」。この数値化から目標達成までを伴走するのがIDA PROの役割だ。成功に導くためには経営サイドの協力も不可欠だが、メソッドが浸透すれば多くの企業が半年〜1年ほどで成果を出せるという。

IDA PROには「店舗の運営がうまくいかない」「販売員のスキルが低い」などさまざまな相談が持ち込まれる。それらのヒアリングを行い、必要に応じて店舗を回って問題点を洗い出す。解決策が見つからないことはないというが、そのプロセスには「辛抱とエネルギーが必要だ」と秋山会長。「例えば、客単価20万円の店がイベントで売り上げ1000万円を目指すとして、当社のメソッドで運営すると必要な声掛けはざっと1000人です。その1000人への声掛けに、どれだけの人数が必要かを理解していない企業や販売員が多いんです」。この数値化から目標達成までを伴走するのがIDA PROの役割だ。成功に導くためには経営サイドの協力も不可欠だが、メソッドが浸透すれば多くの企業が半年〜1年ほどで成果を出せるという。

現場を知っているから勝ち方が分かる

そもそも秋山会長がIDA PROを設立したのは、販売員の社会的地位の低さに疑問を抱いたからだ。「販売は知的で感度の高い、



現場を知っているから勝ち方が分かる

現場を知っているから勝ち方が分かる

現場を知っているから勝ち方が分かる



Voice 3

講師のノウハウと オリジナルツールで販売力アップ!

「パリ本社で新しく開発された販売スキルのトレーニングを日本向けにローン化する中になり、IDA PROに協力を依頼しました。私も身も物も経験がないので、導入までの担当はほとんどなかったのですが、相当な回数打ち合わせでマニュアルを完成させることができました。IDA PROでは事前調査サービスも提供しているのでも、お客さまと販売スタッフの気持ちの双方を理解し、現場の課題に基づき、実践しやすい内容を取り入れてくれました。導入後はスタッフのパフォーマンスや販売意欲が上がっており、成果も実感しています。来年、トレーニングの統廃合も予定していますが、引き続き協力を依頼するつもりです」。



店頭での感動を生み出す、 精鋭スタッフを提供

2018年3月にWMH傘下に入ったフォーアンビションは、セレクトショップやアウトレット、カフェなど全国23店舗を手掛ける店舗運営代行会社だ。接客や販売はもちろん、ショップのレイアウト、商品・顧客の管理、仕入れなど店舗にかかわる全てを担う。

店舗運営の立て直しにも貢献

廣瀬雅則社長は、前職の大手パルメールで数々のブランドの立ち上げに携わった後、「販売に特化したプロが集まる会社を作りたい」と自身の会社を設立。「販売員の地位向上に貢献したい」という思いが加藤典夫WMH社長と共鳴し、グループ入りに至った。フォーアンビションスタッフのレベルの高さを見込んで、通常は販売代行を行わないラグジュアリーブランドからも声が増えるという。

フォーアンビションの特徴は、ブランドフィロソフィーの理解度から売り上げにまで現れる、質の高さ。多くの研修を重ね接客力を向上させ、毎月、店長同士で細かな共有を行うなど、一人一人が研さんやらない。複数のブランドで長年経験を積んできた社員も多く、まさに精鋭ぞろいと言え。業態の思わなかった店舗の運営をフォーアンビションが代行し、見直し立て直しした例も多く、その実力クライアント企業からの信頼も厚い。

者を刺激するVMS

で15年以上にわたりVMDをWMHに参画。VMS(ビジュアル)を立ち上げた。自身の第一のVMD)を軸に、「マーケティング」を多角アザインやVMD全般のコンサルティングのVMD研修や採用増加している。



右:堀田健一郎/VMS社長

幅広い人材の登用で ブランドイメージに風穴を

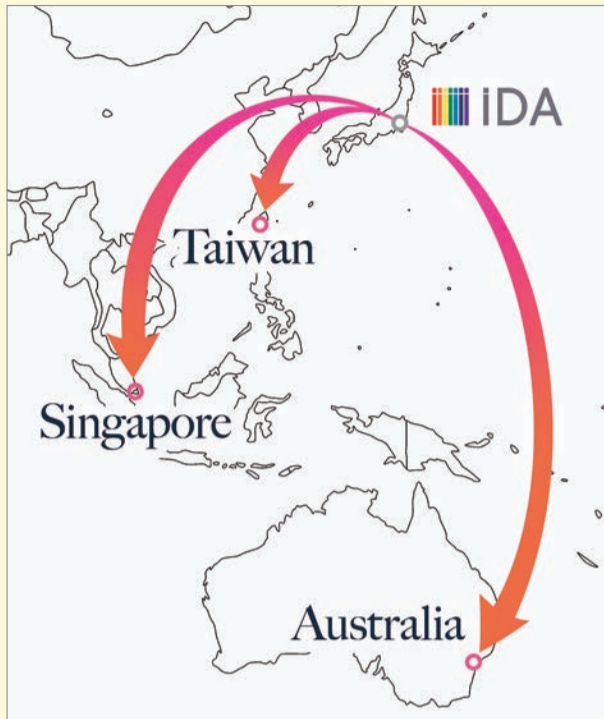
「フォーアンビションは、一言で言えば「販売のスペシャリスト集団」。さまざまなブランドでもまれてきた方が多く、販売一本で勝負している強さを感じます。例えば店長会議に提出する報告書の書き方一つ取っても、参考になることが多いですね。弊社の基幹ブランドである「マーゴレット・ハウエル」は世界観がとてもはっきりしており、人材を直接募集するとそこに集中してしまいがちなのですが、フォーアンビション様は幅広い人材を提供してくれる点でも魅力を感じています」。



右:マーゴレット・ハウエル/ブランド社長

Voice 4

シンガポール、オーストラリアに続き、台湾にも進出



将来は日本起点の展開だけでなく、海外間の人材交流サポートも視野に入れる

WMHは2018年、オーストラリアへの進出を果たし、現在台湾法人の準備も進めている。17年9月に設立したシンガポールの現地法人iDA SGに続く海外進出だ。日本国内の人口減と越境労働者の増加に対応するため、国ごとに異なる戦略で挑む。

オーストラリアでは、ワーキングホリデーで渡航中の日本人を対象に、帰国後のスムーズな就職につながる仕事をあっせんする。一方、台湾では日本で働きたい現地の人の勧誘に注力する。加福真介WMH社長

は「日本語を話せる方も多いので、語学力を生かしながら、日本の高い接客スキルを身に付けて、販売のプロとして帰国してもらいたい」と話す。

先行するシンガポールでは、日本の高い接客技術やホスピタリティを伝える“おもてなしプログラム”を現地企業に対して研修中で、今後は日本人の紹介・派遣と、日本で働きたい現地の人の勧誘に本腰を入れる。日本人の現地での就業実績も増えつつあり、今後の動向が注目される。

「iDAのサポートと、少しの勇気で手に入れた充実の日々」

現在、シンガポールの某有名ラグジュアリー・ブランドで働く森春奈さんはiDAのサポートを通じて、海外で働く夢をかなえた。店舗ナンバーワンの売り上げを誇り、周りのスタッフからも一目置かれる存在だ。森さんは、「数年前に語学留学するまでは、日本のファッション業界で働いていました。そのときは、海外に住んで働くな

って想像もしていませんでした。語学力ももちろん必要ですが、それ以上に大事なのはコミュニケーション能力、チャレンジ精神、適応能力だと感じています。当初は英語や専門用語などで苦勞することも多々ありましたが、素晴らしいチームの中で楽しくがんばっています！」と充実の日々を語ってくれた。



シンガポールで働く森春奈さん。iDA SGが就業をサポートした

海外で活躍中!

父の思いを受け継ぎ、「業界に愛され、貢献できる企業」へ

WWDジャパン(以下、WWD): WMHの中核であるiDAの前身は、父・圭介氏が創業されたと聞いた。

加福真介ワールド・モード・ホールディングス社長(以下、加福): 父は長年働いてきたファッション業界に貢献したいという思いで、1999年に起業しました。最初は、海外ブランドの日本での販路開拓や出店交渉が主だったようです。それが、ある化粧品ブランドが日本に上陸することになり、販売員の採用や研修など、店舗運営にかかわる業務を一任されました。

WWD: 現在のiDAやiDA PROにつながる仕事だ。

加福: そうですね。父は半年足らずでスタッフを集め、研修をしてオープンに間に合わせたのですが、そのブランドは、残念ながらわずか3年で日本撤退が決まりました。その際に本国からのお願いもあって、当時300人いたスタッフ全員の就職先を何とか確保したと聞いています。この経験が元になってiDAの前身となるアイ・ディ・アクセスという会社が人材業をスタートさせました。以来、三つの理念を掲げています。一つ目は「販売員の地位向上」、二つ目に「プロを輩出して業界に貢献する」、そして三つ目が「ワーキングドリーム(働くことで夢を実現する)」です。

WWD: その後、社長を継ぐことになった経緯は?

加福: 僕は2003年に他社から転職して、08年のリーマンショック直前に社長を引き継ぎました。大不況の中、翌年の正月ごろから「派遣切り」や「派遣村」といった言葉が世間を騒がし、派遣会社=悪のイメージが世の中に広まってしまいました。弊社は役員給与の減額や広告費の削減でしのいだのですが、あらためて会社としての姿勢を取引先と全スタッフに手紙で伝えることにしました。まず取引先には「本人の

意志があり、ブランド側でも受け入れる用意があれば遠慮なくスタッフを引き抜いてほしい」とお願いしました。同時にスタッフにも、「派遣先の社員になりたいのであれば、その後押しをしたい」と書きました。実際にスタッフが続々と引き抜かれ、09年の業績はガタ落ちでした(笑)。でも長期的に見れば、よい結果になったと思っています。

WWD: よい結果とは?

加福: 積極的に転籍を進めたことで、「あの会社に入れば社員になれる」という口コミが広がり、人が集まりました。また派遣先企業も、「ゆくゆくは社員になる人材を受け入れるための派遣」という捉え方に認識が変わってきて、選考会に顔を出してくれるなど、協力してもらえる機会が増えました。おかげで09年以降、業績は右肩上がりが続いています。

WWD: その後、アイアド、アイアド ラボ、iDA PRO、フォーアンビションの4社をグループ化して現在に至る。

加福: もともと「業界の人と企業に貢献したい」という思いからできた会社でしたが、人材業だけではファッション企業の抱える課題に答えられない場面もあり、歯がゆさを感じていました。そのころに、ファッションに特化した広告代理店アイ・アド・バタイジングの創業者と知り合い、その姿勢に感銘を受け、後継者を探しているということもあって、14年にグループ入りしてもらいました。これが現在のアイアドです。SNSやECなど新たな領域にも進出し、多様なクライアントのニーズに応えられる企業に進化しています。

WWD: アイアドは現在、七つの領域で事業を展開している。

加福: 多くのソリューションを用意して、顧客の要望に合う提案をすることが、業界の貢献につながると考えているからです。iDAはファッション・コスメ業界の人材サービスではトップシェアを持ちますが、人手不足が深刻な中、全てのニーズを満たしているわけではありません。また、優秀な販売員の採用・育成には時間もかかります。そういった思いから、テクノロジーを活用して店舗効率を改善するためのコンサルティング会社を立ち上げました。それがアイアド ラボです。

WWD: 人材育成に携わるiDA PROや、店舗運営代行のフォーアンビションもWMHの一員だ。

加福: iDA PROは、「伝説の販売員」として業界の有名な人だった秋山(恵倭子iDA PRO会長)から、「販売員の



加福真介/ワールド・モード・ホールディングス社長

PROFILE: 1977年、大阪府生まれ。同志社大学商学部卒業。2003年、アイ・ディ・アクセス(現iDA)に入社。営業本部長や社長室長を歴任し、08年社長に就任。12年、ワールド・モード・ホールディングスを設立し、現職。好きな食べ物は、どら焼き

地位を上げるために起業したい」と聞き、父から引き継いだ自分の思いを体現している人だと感じてグループ内での起業を申し出ました。秋山は今でも講演や研修に引っ張りだこで、販売員育成のために心血を注いでいます。

フォーアンビションは、販売員の地位向上を多方面に相談する中で紹介されました。「店頭での感動を作りたいから質にこだわる」という廣瀬(雅則フォーアンビション社長)の熱い思いを聞いて、ぜひ一緒にやらせてほしいとお願いしました。

WWD: 昨年からは海外進出にも本腰を入れている。

加福: 労働者も消費者も、より越境化が進んでいく時代です。iDAの国内事業は順調ですが、10年後を見据えたときに同じ状況かは疑問です。人口減が進む中、国内の人材育成も重要ですが、海外人材を受け入れたり、国外で学んだバイリンガル人材を日本で雇用したり、さまざまな状況に対応できるよう、ネットワークを拡張しなければと考えています。



WMHの社員数は500人を越えたが、毎年グループ全体で社員旅行を行っている