

WWD JAPAN

June 3, 2013 vol.1750

ファッション週刊紙WWDジャパン

ウイメンズ・ウェア・デイリー・ジャパン WOMEN'S WEAR DAILY FOR JAPAN
FASHION & BUSINESS NEWS vol.1750 昭和54年4月24日第三種郵便物認可
創刊(毎月発行) 2013年(平成25年) 6月3日(月曜日)発行 2013年6月3日-6月9日

押さえるべき
34ブランド

TORY BURCH

トリー バーチ

CARVEN

カルヴェン

KENZO

ケンゾー

RAG & BONE

ラグ & ボーン

ISABEL MARANT

イザヘル マラン

MARC BY MARC JACOBS

マーク BY マーク ジェイコブス

ALEXANDER WANG

アレキサンダー ワン

ALICE + OLIVIA

アリス アント オリビア

HELMUT LANG

ヘルムート ラング

ACNE STUDIOS

アクネ ストゥディオズ

etc.....

百貨店を救う!

コンテンポラリー ブランド大解剖!

特別付録

S.I.H.H. &
BASEL WORLD
時計特集 2013

デキる女は、中身にもこだわる。

“機械式女子”の
時代がやってきた!

SCOOP!!

「アクネ ストゥディオズ」
が大阪に国内 2 号店

p.7

“七人の侍”が発足
「ifs未来研究所」とは?

p.6

CARVEN

PHOTO BY KIM WESTON ARNOLD

「ifs未来研究所」に豪華な顔ぶれ集合！ 業種業態を超えたシンクタンク発足

伊藤忠ファッションシステム (ifs) は、親会社である伊藤忠商事の協力を得て、「ifs未来研究所」(以下、未来研)を発足した。未来研は10年ほど先の近未来を視野に入れながら、モノやコトを提案するシンクタンク。具体的には企業のブランディングや商品開発、近未来に向けたライフスタイルの発信などを行なう。ifsの川島蓉子マーケティング・ディレクターが所長として陣頭指揮を執り、ブランディング、デザイン、建築、ITなどの各分野の専門家7人からなる研究所メンバーが各プロジェクトを手掛ける。すでに「未来の日用品プロジェクト」や銀行や商業施設のブランディングの案件が進行中。それぞれの専門家のネットワークを生かし、業界や業種の枠組みを超えたプロジェクトを推進していく。

ifsがこれまで多くの分野の企業と取り組みを行なう中で「新しい研究開発を行なえる余裕がない」「セクションを横断するプロジェクトが組みづらい」などの声が集まっていた。それらに応えるために発足されたのが未来研である。「伊勢丹な人々」「ビームス戦略研究所」「虎屋ブランド物語」など多数の著作があり、幅広いネットワークを持つ川島所長は、発足にあたって「七人の侍」と呼ぶ専門家



発表会でifs未来研究所の川島蓉子所長を囲んだ研究所メンバー。白衣をイメージしたユニフォームは廣川玉枝デザイナーが手掛けた。ポケットには未来研のシンボルマークである「ミライマツグ」があしらわれている。今後もワークショップなど公の場ではこのユニフォームを着用するという

を研究所メンバーに招聘した。ソマデザインのクリエイティブ・ディレクター廣川玉枝(「ソマルタ」デザイナー)、同じくソマデザインのヴィジュアル・クリエイターの福井武、コーネル大学経営大学院の研究員で経営コンサルタントの唐川靖弘、プロダクトデザイナーの酒井俊彦、建築家の田根剛、ITジャーナリスト

の林信行、デザインエンジニアの渡邊康太郎という若手を中心にした豪華な顔ぶれで構成する。廣川デザイナーは参加の動機について「ファッションを通じ

てさまざまな分野に挑戦したいと思った。多くの企業やクリエイターの方々と楽しい未来を作りたい」と話す。未来研の初仕事は5月29日の発表会に集まった企業関係者に配る土産だった。製品化を前提としない土産にもかかわらず、約半年をかけて虎屋と「未来のお菓子」を、ポーラ・オルビスホールディングスと「未来の入浴剤」を共同開発した。そのプロセスを発表会で紹介し、未来研のユニークな姿勢を企業関係者にアピールした。

未来研をバックアップする伊藤忠商事の岡藤正広・社長は「伊藤忠がそろばんの勘ジョウ(勘定)ならば、ifsは感性の勘ジョウ(感情)でビジネスを動かしてきた会社だ。ifsのノウハウや人材、人脈が未来研の力になる。ぜひ社会の役に立つ提案をしてほしい」とエールを送る。

1 TORAYA



2 POLA ORBIS



1.虎屋と渡邊康太郎が開発した「未来のお菓子」2.ポーラ・オルビスホールディングスと酒井俊彦が開発した「未来の入浴剤」3.酒井(左)は同社研究所を何度も訪れ、試行錯誤を繰り返した

NEWS BOX

フィーゴが伊アイウェアの 日本における独占輸入販売権取得

フィーゴは、伊コーンセプト社のアイウェア「アルエロ デザイン」の日本における独占輸入販売権を取得した。同ブランドは2011年に創業したばかりだが、カラフルで変形自在なゴムフレームのサングラスで注目を集めている。ゴムの特性を生かしたユニセックスのフリーサイズ展開で、豊富なカラーバリエーション、簡単なレンズ交換、折り畳めるコンパクト性など、ファッション性と実用性を兼ね備えているのが特徴だ。商品はすべてイタリア製。6月にフィーゴが運営する東京・南青山のセレクトショップ「ラ ガゼッタ1987」で販売を開始するほか、卸事業でも販路を開拓する。中心価格は1万4700円。フィーゴは、主力事業の伊バッグ「フェリージ」に続くブランドの獲得を推進しており、来春からは伊アパレル「アスベジ」を独占輸入販売することが決まっている。



豊富なカラーバリエーションが人気。多いモデルでは27色展開する

「たまプラーザ テラス」の成長続く 2012年度の売上高512億円

東急モルズデベロップメントは、東急田園都市線

沿線の商業施設「たまプラーザテラス」(神奈川県横浜市)の2013年3月期の売上高が前期比102.0%の514億円に達したと発表した。入館者数は同103.2%の2848万人。売上高・来館者ともに過去最高だった。「たまプラーザ テラス」は、たまプラーザ駅前の東急百貨店(1982年開業)を核に、駅直結の専門店街を増築して07年10月にグランドオープンした。店舗面積は東急百貨店(約2万5000㎡)を含めて約6万㎡。開業初年度の09年3月期の売上高は375億円で、その後5年連続の増収が続いている。なお同じく同社が運営する「青葉台東急スクエア」(神奈川県横浜市)も売上高が同102.1%の218億円と過去最高を達成した。

高額商品を販売するECサイト 「MyGOD.jp」がスタート

MyGOD(マイゴッド)は、9200万円のポートや380万円のジュエリーなど、これまでにない高額品をネットで販売するeコマースサイト「MyGOD.jp(www.mygod.jp)」を6月24日にオープンする。マイゴッド社長には、桑野克己・元ギルト・グループ日本法人代表取締役が就任。会長には、酒井壽夫・元バリー・ジャパン社長が就任する。スタイリストの亀基子や、オーエンス代表の高橋みどり、雑誌「エンジン」クリエイティブ・ディレクターの松尾健太郎らがキュレーターとしても参画し、おすすめの逸品を紹介する。

資生堂の池田守男・元社長が死去

資生堂の元社長、池田守男・特別顧問が5月20日、腎

臓がんのため死去した。76歳だった。池田特別顧問は、1961年に資生堂入社後、専務、副社長を経て、2001年から4年間(2期)社長を務めた。資生堂創業者の孫にあたる福原義春(社長在任87~97年)、弦間明(同97~2001年)を始め、5人の歴代社長を秘書や総務の責任者として支え、経営中枢を歩いてきた。社長就任後は営業現場を重視する経営を推し進めた。

主な経営改革戦略として、チェーン店のテコ入れ策を打ち出し、店頭基点の改革を実施した。当時、チェーン店は全国に2万5000店ほどあったが、レジ一体型の販売時点情報管理(POS)端末を導入。他の業界ではすでに取り入れている競争原理に基づく区分だが、資生堂の歴史では画期的なことだったという。さらに、店頭基点改革の理念を組織に徹底するための会社運営の基本である「サーバントリーダーシップ」と称し、「ピラミッド型組織のもとトップダウンで実行するのではなく、お客さまを頂点に、次いで店頭でお客さまと接する販売第一線を、社長を始め、社員全員で支えていく逆ピラミッド型組織を構築すること」「社長の役割は会社のビジョンや理念を示すことだが、日常では現場の仕事が円滑に運営できるように支える存在でありたい」と提言し、それを実行に移していった。

社長退任後は、会長や相談役として経営に携わり、今年4月から特別顧問に就任。ほかにも、資生堂美容技術専門学校理事長、東京商工会議所副会頭や旭化成、三越伊勢丹ホールディングス、ワコールホールディングスなどの社外取締役も務めた。また、若いころの聖職者になりたいという「奉公と献身」という思いは、キリスト教系の東洋英和女学院の理事長・院長という形で果たされることになった。