

WWD
JAPAN

November 27, 2017
vol.2003

Passion in Fashion in Action

WORLD MODE HOLDINGS

ファッション領域に特化した
ソリューション・グループに進化

Activate Power of Fashion

iDA

ファッション業界を盛り上げる人の力

人材会社 iDA (旧社名アイ・ディ・アクセス) は、人材紹介・派遣、採用支援、転職・新卒採用サイト「MyBRANDS」、人材育成などの強みにさらに磨きをかける。新体制以降はグループ各社の機能をフル活用し、テクノロジーを取り入れた店舗運営の代行事業や幅広い職種への対応に力を入れていく。

1.販売員はもちろん、デザイナー、パタンナー、バイヤー、PR、MD、VMD、メイクアップアーティスト、営業など、業界のあらゆる職種の求人に対応する。写真はiDAスタッフの岡本茜さん 2.キャリアアドバイザーが働きたい人の経験や条件をヒアリングし、最適な求人を紹介する。カウンセリングから採用決定まで徹底的なサポートに定評がある



iDA 社長を兼任する加福真介ワールド・モード・ホールディングス社長は、「iDAの企業理念はWORKING DREAM®。働きながら夢を実現しようとする人や、成長する企業に貢献するために何が出来るかを追求するのがわれわれの仕事。共に課題を乗り越えるパートナーでありたい」と思いを語る。すでにサービスとして研修制

度「iDAカレッジ」(TOPICS 02参照)や、登録スタッフへ向けた社員転換制度「アンバサダー制度」(TOPICS 01参照)がスタート。今後は福利厚生に関する新制度や託児所の新設なども計画する。求職者のスキルアップニーズやライフプランに対応した環境を整えることで、質の高い人材をファッション業界に送り込む。



PHOTO BY KAZUO YOSHIDA

教育

ファッション業界の課題に全方向から

Activate Power of Fashion

iDA PRO

人の成長と店舗の成功をコンサルティング

iDA PRO は、人材教育の旧モードコンサルティングと店舗運営コンサルティングの旧ブラッシュが統合した新会社である。ECでモノが買える時代だからこそ、接客の付加価値を考え、より質の高い研修、店舗運営に必要なメソッドを提供するために誕生した。

ファッションブランドは質の高い販売員を求める一方で、現場では販売員が定着しないという悩みを抱えてい

る。数々の有名ブランドでトップセールヤーとしての実績を積み重ねてきた秋山恵倭子 iDA PRO 会長は、現状に危機感を持ちつつも、それらの課題に対して応える自信を見せる。「販売という仕事の奥深さ、長く続けられるクリエイティブな仕事であることを啓蒙していくことが私たちの役割です。接客力はつまるところ『人間力』。『この人から買いたい』と思わせる販売員を

一人でも多く育てる。環境が厳しいほど、チャレンジのしがいがあります」。

iDA PRO はOJTでの技術指導から計数管理・顧客管理まで教え込み、OFF-JTとしても店長研修やセールステクニック研修をはじめ、多様なメニューを保有している。店舗課題を把握するためのリサーチも、VMD診断要素を取り入れるなど専門性が高く、ユニークな内容なのが特徴だ。



PHOTO BY KAZUO YOSHIDA

店舗

iDA PROの秋山恵倭子・会長はラグジュアリーブランドの販売員時代に多くの上顧客を持つことで知られていた。その哲学が人材育成にも生かされている

TOPICS

01

派遣スタッフを対象にした正社員転換制度「アンバサダー制度」をスタート

今年3月に導入された正社員転換制度「アンバサダー制度」は、これまでのアパレル・コスメ系の人材会社にはなかった制度として注目されている。近年は派遣スタッフの中でも働き方が多様化し、ワークライフバランスを重視する人だけでなく、キャリアアップを希望するスタッフが増える傾向にあるという。アンバサダー制度は、従来の「派遣元と派遣社員」という関係とは異なり、iDAのアンバサダー(正社員)として、派遣先企業で勤務するというシステムである。

今年1月時点で6カ月以上就業している全国の派遣

スタッフの中からアンバサダー候補を選抜。現在約100人のアンバサダーが全国の店舗で活躍している。iDAがファッションブランドから運営を受託している店舗や派遣先企業で販売員として活躍できるように、研修や人事評価制度を整備し、キャリアアップも支援している。店長、スーパーバイザー、トレーナーなどのキャリアパス、マッチしたブランド企業への正社員転籍も引き続き推奨し、積極的にサポートする。また今年4月には、新卒アンバサダーの採用も開始した。2018年卒は50人の採用を予定しているという。



アンバサダー制度を利用した販売員は有カブランドで活躍中。キャリアアップを目指す人にとっては頼もしい制度だ。1.「バーニーズ ニューヨーク」新宿店勤務の山岸昭博さん 2.「ゲンテン」上野マルイ店店長の黒本梨恵さん

TOPICS

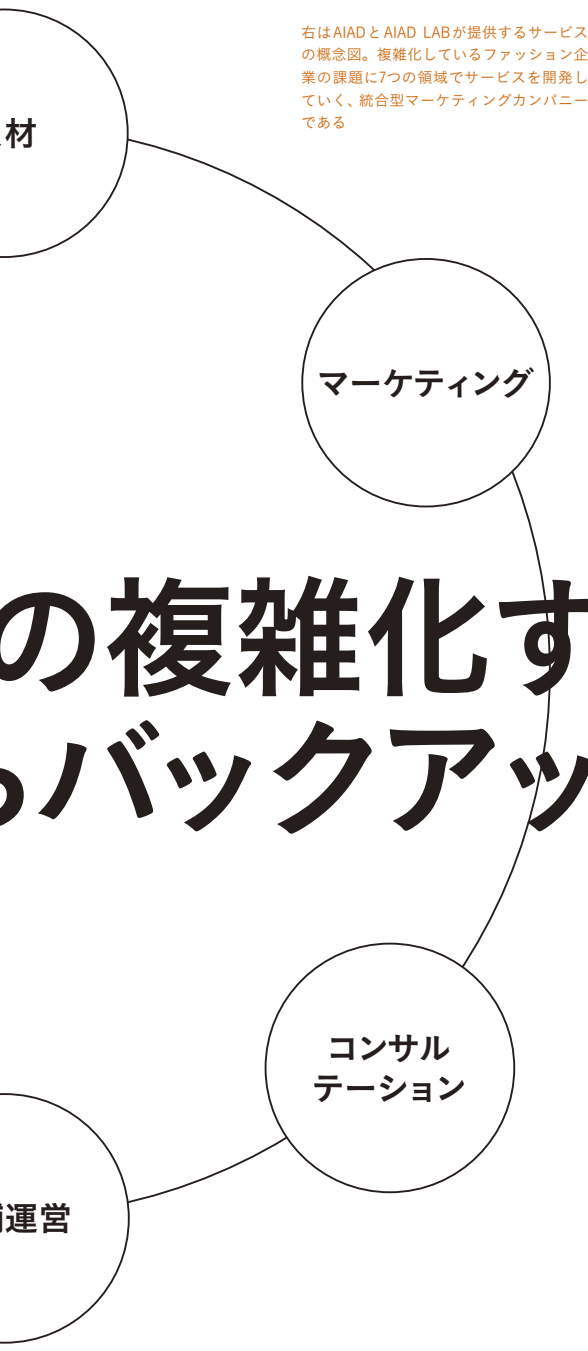
02

初心者も経験者も「iDAカレッジ」が好

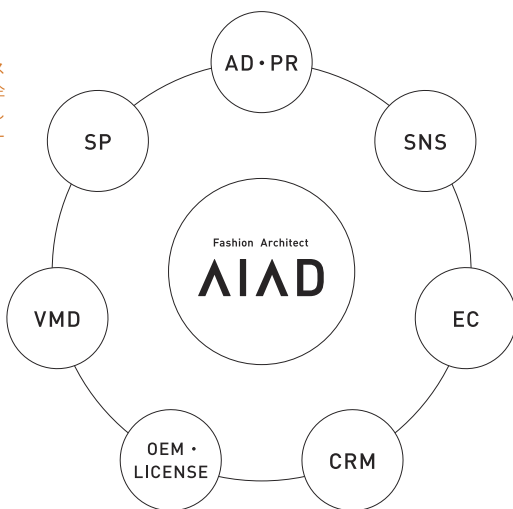
iDAに登録するスタッフやクライアントの社員などを対象として、2016年からスタートした「iDAカレッジ」は、iDA PROと連携し、実際に現場でトレーナーとして活躍してきたプロの講師陣による実践的な研修が受けられると好評だ。

初回から満席となり話題の「VMD講座」(TOPICS 04参照)の他、将来的にプレス・PR担当として働きたい人に向けた「PR・マーケティング基礎講座」、販売に必要な基礎知識が学べる「ファッション販売研修」、素材やそのお手入れ法、ピン打ち、採寸など商品に関する基礎知識が学べる「アパレル基礎研修」、コスメ販売員を目指す人に向けた「皮膚知識研修」「コスメ販売研修」など、豊富なカリキュラムが用意されている。東京だけでなく、大阪で開催されるカリキュラムもある。

これらの研修は、iDAの登録スタッフでなくても受講できるオープンカレッジになっているのが魅力だ。ファッション・コスメの仕事に関心はあるけれど、どのように始めたらよいか分からない未経験の人から、販売スキルに磨きをかけたい現職の人まで幅広いニーズに対応する。一部の講座は初回無料。iDAに登録すると特典として2回目も無料とし、iDAから就業決定をした人や就業中の人は全講座を無料で受けることが可能だ。iDAのウェブサイト上でスケジュールの確認と申し込みができる。



右はAIADとAIAD LABが提供するサービスの概念図。複雑化しているファッション企業の課題に7つの領域でサービスを開発していく、統合型マーケティングカンパニーである



の複雑化するバックアップ

コンサルテーション

ワールド・モード・ホールディングス(東京、加福真介・社長)は9月1日、グループ会社の社名変更および新会社設立に伴い、新体制に移行した。iDA(アイ・ディ・エー)、iDA PRO(アイ・ディ・エー プロ)、AIAD(アイアド)、AIAD LAB(アイアドラボ)のグループ4社がタッグを組み、ファッション業界が抱える複雑化した課題に対し、より質の高いソリューションでバックアップする組織へと進化する。



最新のテクノロジーを駆使して課題を解決

1978年創業の旧アイ・アドバタイジングはAIADへ社名を変更した。約40年間、ファッション領域のクライアントを中心に広告やPRに携わってきたが、これからはメディアありきの課題解決ではなく、広告・SP・CRM・OEM&ライセンス・EC・SNS・VMDの7つの領域・機能を組み合わせ、クライアントの課題を改善するビジネスモデルを構築する。「これら7つの領域・機能はクライアントの課題、市場の変化に合わせてどんどん変化していくこともいとわない」と小西聡 AIAD 社長。

一方、AIAD LABはAI、RFID、RPA、IoT 端末など、最新のデータサイエンスを活用し、中長期的な戦略を立案、提供する新規事業だ。例えば 顧客属

性、POS 情報、リアル店舗における顧客の回遊状況、オンライン上での購買・回遊状況などさまざまなデータを顧客接点から抽出・解析し、徹底的に「顧客を知る」ことにより、企業の課題に対して商販宣一体となったアクションプランを提案する。島田信義シニアディレクターは、「ブラックボックス化しがちなリアル店舗で何が起きているのかを可視化し、購買だけではなく消費者行動を明確にすることが重要。現在はIoT 機器からオンライン・オフラインのお客さまの購買、回遊、接点情報など、さまざまな情報を知ることが可能な時代です。この情報を解析し、販売・販促・商品計画に活用することで生産性は大幅にアップ

します。また、来店顧客の受け皿となる販売員の業務をテクノロジーの力で可視化し、支援する。そうすれば、販売員は付帯業務ではなく、本来の業務である接客に集中できる。ファッションの現場を科学し、本質的なオムニチャネルを実現するのがAIAD LABの仕事なのです」と説明する。



PHOTO BY KAZUO YOSHIDA

AIAD LABの島田信義・事業統括シニアディレクターは、ラグジュアリーブランド、有力セレクトショップで店舗運営からCRM・データドリブンマーケティング、リテールテクノロジー導入プロジェクトの責任者を歴任してきた

学べる 評価



1.コスメ販売研修では実践的なテクニックが学べる 2.ハロウィーンシーズを前に、仮装メイクの講座といったユニークな授業も行われた

TOPICS

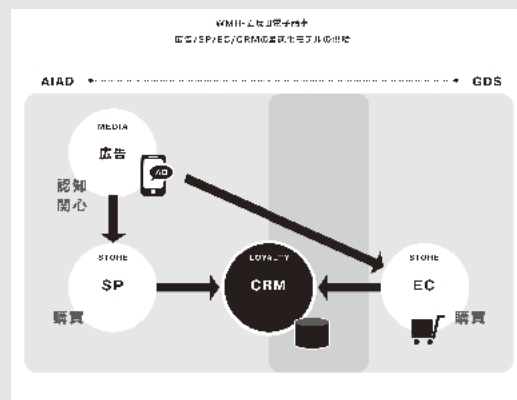
03

テック系企業と相次ぎ業務提携 ECやSNSへの対応深める

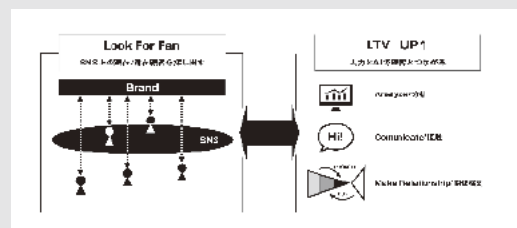
AIADは今年5月、ファッション関連のEC支援を手掛ける五反田電子商事(東京、洞田潤・社長)と業務提携を結んだ。EC領域に豊富なノウハウを持つ五反田電子商事とタッグを組むことで、店頭とECを融合した課題を解決するためのソリューション提供に本腰を入れる。例えば各種CRMソリューションの共同開発、オンラインからオフラインを包括したデータ分析に基づいたカスタマージャーニーマップの提供、オムニチャネル広告やプロモーションの提供、EC運営、さらにはこれらを運用する人材教育や派遣など運営支援が含まれる。

さらにAIADは同月、SNSマーケティング支援やコンサルを行うBOKURA(東京、宍戸崇裕・社長)とも業務提携を結んだ。AIADが培ってきたブランドビジネスへの理解度とBOKURAが持つ緻密なSNSコミュニケーションを融合させる。SNS上の潜在的なファンとつながる仕組みが構築できる。BOKURAはさまざまな業種に向けたソリューション提供の実績があり、最大200%のエンゲージメント率と最大400%のフォロワー数の改善を実現している。

AIADはこの他にもファッションテック系企業や同社のファンドで成長した特殊ノウハウを持つスタートアップ企業との提携も視野に入れている。



EC領域に豊富なノウハウを持つ五反田電子商事が業務提携することによって、提供できるソリューションの幅を拡大させ、クライアントの課題解決力を向上する



顧客生涯価値向上を目的とした施策スキーム。SNS上ではブランドの関与度の高い投稿から低い投稿とさまざまあり、顕在化していないものもある。分析により量的な把握を行い、アクションを起こし、関係構築を進める

TOPICS

04

コンサル軸と人材軸でVMD全体をサポート

ワールド・モード・ホールディングスではVMD(ビジュアルマーチャндаイジング)を取り入れたソリューション提供に力を入れている。堀田健一郎ディレクターは、VMDについて「お客さまに特別な経験と付加価値を提供し、いかにブランドのKPI課題を解決できるか」が重要だと話す。販売チャンネルが多様化した今、SNS等のデジタルコミュニケーションとの連動も、店舗運営の成否を握る重要なポイントだ。

また、専門的な知識が必要とされる業務であるにもかかわらず、企業内で勉強する機会は極めて少ないため、VMDを学んだ人材の需要と供給をマッチングする新たなソリューションにも取り組む。iDAと連動しVMD転職

支援などの人材サポートも行う予定だ。現時点では企業から依頼される店舗VMD診断、ポップアップ・ウィンドウなど装飾製作と施工、ガイドライン製作などのVMDコンサルティング業務が中心案件になっているが、今後ワールド・モード・ホールディングスではコンサルティング領域と人材サポート領域の2軸で、VMDに関するサポート事業に力を入れていく。

iDAカレッジ(TOPICS 02参照)で行っている「VMD講座」も、同社のVMD強化の一環といえるだろう。9月20日に開講し、東京と大阪だけですでに約150人が受講するなど、非常に人気が高く、VMDに対するニーズの高さうかがえる。



PHOTO BY KAZUO YOSHIDA



1.堀田ディレクターは大手外資系ラグジュアリーブランドなどでVMD責任者を15年以上務めてきた。分かりやすく実践的な講義内容が人気だ 2.VMD講座受講者はこれから販売を始める人、現役販売員や現在VMD担当、MDや営業担当、店舗施工会社社員など、登録スタッフ以外にも多い。レベルに応じたメニューが用意されており、それぞれのニーズに応える。基礎編ではVMDの歴史から仕事内容、基本的なディスプレイ術が学べる。応用編ではMD計画や店頭で落とし込む方法、人間の行動心理など、より実践的な内容になっている

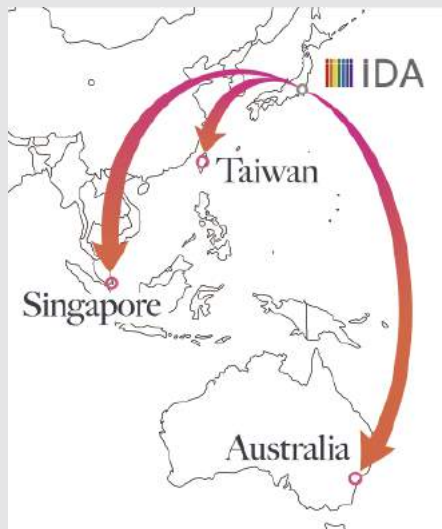
TOPICS

05

日本のおもてなしを世界へ伝える

ワールド・モード・ホールディングスは、日本が誇る「販売の力」で海外ファッション市場に貢献するため、本年9月にシンガポール法人iDA SG(アイ・ディ・エー・エスジー)を開設した。「おもてなし」という言葉で表現される日本のホスピタリティーマインドや質の高い接客販売技術は、世界でニーズがある。実際に日本の接客の評判を聞き、働きたいという声もあるという。人材サービスや研修によってこれらを伝え、さらには展開国と日本における人材交流を図り、両国におけるグローバル人材採用のニーズを満たす。これにより、国内市場でインバウンド需要に対応する人材を確保する。

将来的にはグループ会社の各サービスを順次、海外に移植していき、日本のファッション企業の海外展開のサポートも行う。来年度にはオーストラリアと台湾にも、新規現地法人を開設していく計画もあり、海外展開を本格的に進めていく考えだ。



まずはファッションブランドの激戦区であるシンガポールに進出。来年には台湾とオーストラリアのビジネスにも乗り出す

NEWS

ファッションテックに特化したユニークなファンド設立

ワールド・モード・ホールディングスは、ファッションビジネスの革新を加速させることを目的とした「ファッション・イノベーション・ファンド」を11月1日に設立した。対象となるのはIT系事業でファッションビジネスに特化、もしくはファッション業界へ適応できるソリューションを開発しているスタートアップ企業だ。ファンド規模は10億円。投資先企業とは積極的に交流を図り、グループ会社のクライアントなどに、投資先企業のソリューションが早期に採用されることを目指す。最終的にIPOなどは求めないとのこと。新体制となり、ファッションテック領域を強化している同社らしいファンドといえそうだ。

INTERVIEW

「ファッション業界で働く人・企業を幸せに」がグループの使命



加福真介

ワールド・モード・ホールディングス社長兼iDA社長

2012年7月にワールド・モード・ホールディングスを設立して5年。iDAも来年には20周年を迎えるにあたり、グループを率いる加福真介・社長はグループ各社の強みを生かし、「よりシナジーを効かせ、ファッションで働く人、企業に貢献していきたい」と語る。

iDAの前身であるアイ・ディ・アクセスは1999年に上陸した外資系コスメブランドの立ち上げに参画し、多くの販売員を育ててきた。だが、2年後にはそのブランドが日本から撤退を決めた。同社は雇用していた販売員のために奔走し、全ての販売員に就職先を斡旋した。この経験を生かして、教育に注力した人材コンサルティングを行う企業として独自のノウハウを磨き、現在は人材紹介だけでなく、企業への教育支援、店舗運営コンサルなど、ファッション業界においてさまざまなソリューションを提供する企業へと成長した。

今までは人材面から貢献してきたが、これからは人の力を最大化するためにワールド・モード・ホールディングスとしてグループ4社が融合。テクノロジーを使うことで、より効果的なマーケティングやトレーニングを提供し、店舗運営の効率化を図ることや、販売員の生産性を高める環境作りが求められる。

一方でマーケティングサービスにおいても、IT人材を紹介し運営をサポートする需要も増えてきている。「さまざまな企業が持つ課題に対し、グループ各社がそれぞれの領域においてその専門性で貢献するのはもちろん、各社の強みを組み合わせ複合的な課題にも対応していきたい」。グループシナジーを生み出す動きをスムーズにさせるために、またブランディング強化の意味も込め、社名変更やグループ各社のロゴデザインの統一化も図った。ワールド・モード・ホールディングスの「Passion in Fashion in Action」というタグラインにはファッション業界へ貢献する熱い思いが込められている。

ファッションの楽しさや感動は、プロフェッショナルな人材の情熱によって生み出され、届けられている。機械が人にとって変わることのできない、アートな領域に、ITやデータ分析のようなテクノロジーをどう融合させるか。同社の果たす役割は大きい。



1.小西聡 AIAD 社長兼 AIAD LAB 社長兼ワールド・モード・ホールディングス取締役 2.新開隆 AIAD 会長 3.浮田勝弘 iDA PRO 社長兼ワールド・モード・ホールディングス取締役兼 iDA 取締役 4.秋山恵子 iDA PRO 会長