

2013 年度「IFI 繊維ファッションビジネス研究会」報告

一般財団法人ファッション産業人材育成機構（IFI）は、環境変化と多様化する業界のニーズに対応するため、2011年度に「IFI 繊維ファッションビジネス研究会」をスタートしました。

この研究会は、年に10回の講演会と2回の交流会で構成され、経済産業省もオブザーバー参加しています。初年度35社でスタートしましたが、昨年度は東日本大震災等の影響もあって30社に減少、13年度は産業構造の変化等に対応して幅を広げ、46社で活動しています。

IFIは今年、創設21年、ビジネス・スクールも開校16年を迎えました。その間の環境変化に伴い、繊維ファッション産業の概念も大きく変わり、今では繊維、ファッション、インテリアから、服飾雑貨、さらには食までを包含した、ライフスタイル全般を対象とした生活文化創造産業に脱皮しつつあります。

このような変革期こそ、旧来の常識を打ち破る広い意味でのイノベーションが重要で、それぞれの担当分野の深掘りもさることながら、各分野で革新を成し遂げたり、成果を積み重ねてきた多くの分野の第一人者から、話を直接聞くことで刺激を受け、新たな気づきを持ち帰って改革に取り組む企業が1社でも増えれば、業界全体の進化にも繋がります。

繊維ファッションビジネス研究会は、1社当たり4人までの参加が可能で、テーマに応じて各社の幹事役が最適な人を選び、参加する形を採っています。何故4人かという点、非常に素晴らしい話しで閃き、会社に戻って新たな取り組みに繋げようとした場合、4人であれば一つの大きな力になりえるからです。

また、繊維ファッション産業は生きた情報産業とも言われ、環境が刻々と変化する中で、参加者が研究会で閃きを得て、各社の成長に繋がる高度な情報を共有し、交流会などで他分野の人達と意見交換することで考え方も広がり、次代を担うリーダーを1人でも増やすことで、繊維ファッション産業の活性化に繋がっていきたいと考えています。



今年度のスタートとなった研究会風景



3月21日に開催された研究会後の交流会

経過報告

第1回 2011年6月9日 (木)

講師：(株)ルミネ 取締役会長 花崎 淑夫 氏

要旨：本当に自分達が必要とされているかを常に追求。人はコストではなく価値を生み出す大切なもの。日本のファッションの差別化は、素晴らしいテキスタイルがキーポイントであり、川上や川中が成り立つような再生可能な取引をしてほしい。

第2回 2011年7月28日 (木)

講師：オフィスナガモリ 代表 永森 達昌 氏 (株)アイベックス代表取締役)

要旨：糸から売り場まで、垂直連携やネットワークの重要性を指摘。ファッション産業は世界的に大成長産業だが、日本の先見性とリーダー不在が問題。差別化の原点は素材にあり、創・工・商の連携が不可欠。

第3回 2011年9月8日 (木) 講演+交流会

講師：アマゾン・ジャパン(株) バイスプレジデント ローレン 川崎 氏

要旨：「ファッションの小売業ではない海外の企業が、日本のファッション市場にどう挑むか」について話があり、24時間以内に発送できるよう商品のラインアップを強化しつつ、カイゼン経営でコスト削減を徹底。

交流会：会場1階の「ベルマーレ・カフェ」で約50人参加。

第4回 2011年10月4日 (火)

講師：KAJIHARA DESIGN STUDIO 代表 梶原 加奈子 氏

要旨：「ヨーロッパでトレンドは生地から生まれる」流れを説明。テキスタイル発信のブランディングや新しい顧客の確立、世界から期待されるジャパン・テキスタイルの実態など、商品を持ち込んで講演。

第5回 2011年12月8日 (木)

講師：(株)至当総合研究所 代表 至当 麗 氏

要旨：消費低迷を「消費者がモノを買わなくなったのではなく、買うチャンスや価格帯が広がった」ためと分析、著名ブロガーでありながら「ブログ、読者モデルの次の発信方法を考えないと」と警鐘を鳴らした。

第6回 2011年12月20日 (火)

講師：経済産業省商務情報政策局 生活文化創造産業課課長 渡辺 哲也 氏

要旨：「クールジャパン」の市場規模を現状の2兆3千億円から、10年後には8~11兆円に拡大。その中に繊維ファッション産業もしっかり組み込まれており、この流れの活用を。海外での素材展支援にも力を入れている。

第7回 2012年2月2日 (木)

講師：ギャップジャパン(株) MDマネージャー 杉山 勤 氏

要旨：エドウィンで12年、リーバイスで15年経験しているだけって3社の位置付けから、GAPが北米中心から中国、ロシアにシフトしつつある戦略、さらにはZARA、H&M、ユニクロの比較など、グローバル企業の深さを印象づけた。

第8回 2012年3月21日 (水) 講演+交流会

講師：小松精練(株) 代表取締役社長 池田 哲夫 氏

要旨：記録的な円高にもかかわらず輸出で増収増益を果たし、欧州の著名メゾンには殆ど同社の素材が入っている。その背景には技術面で「失敗した原因と結果を入れ替える」発想の転換があり、熱い思いで市場に届けることがポイントと強調。

交流会：会場1階の「ベルマーレ・カフェ」で

第9回 2012年4月18日 (水)

講師：シャネル(株) 代表取締役社長 リシャール・コラス 氏

要旨：ココ・シャネルの将来を見据えた卓越した発想をベースに、長期的視点に立った経営により、創始者の中にあるブランドのルーツを継承。そのため匠の技を持つ職人を内製化し、創作から流通までの全てを管理。文化の多様性を認めつつ、一貫性と妥協しない戦略を実現するため、上場せずに十分なキャッシュフローを確保。

第10回 2012年5月18日 (金)

講師：YKKファスニング販売(株) 代表取締役社長 河上 勝 氏

要旨：YKKグループは、世界を6ブロックに分け、71カ国・地域に109社が進出。韓国サムスン電子のグローバル人材育成も元はYKKのパクリか。中国のアパレル輸出の増加分はコスト増によるもので数量は横ばい。チャイナ・プラス・ワン候補の説明あり。

第11回 2012年6月27日 (水)

講師：(株)リテールビジネス研究所 代表取締役 飯島 薫 氏

要旨：「激変する商業施設の現状—流通が変われば日本が変わる」をテーマに、S Cや高速道路のS A・P Aで起きている現象を解説。既存の流通が低迷する中での新勢力台頭により、商品を納入しているアパレルにも新たな課題が浮上。世界標準のスピード、商品調達、経営マネジメントの重要性を強調。

第12回 2012年7月10日 (火)

講師：(株)ハニーズ 代表取締役社長 江尻 義久 氏

要旨：同社の5月期決算は増収増益で、純利益は2倍。小売起点のS P Aで、「必要に迫られて縫製工場に進出したが、自己完結しないと利益が出ない」として、平均単価が1500円にも拘らず、粗利率57・5%を達成。チャイナ・プラス・ワンで逸早く独資でミャンマーに進出、5年後に5000人体制の工場を目指す。

第13回 2012年10月12日 (金) 講演+交流会

講師：伊藤忠ファッションシステム(株) 代表取締役社長 小野裕孝 氏

要旨：2020年の近未来市場を予測。「若者の欲望—SNS世代の未来」と、「場への欲望—買う場・行く街の未来〜」の2部構成。SNS世代は未来を切り拓く「エッジ」と有望顧客候補の「マジヨリティ」になる。小売は、ネットとリアルとの競合が激化し、業態の近接化や同質化が進むため、新価値の創出が不可避に。

交流会：会場1階の「ベルマーレ・カフェ」で

第14回 2012年11月2日 (金)

講師：一般社団法人日本通信販売協会 理事 主幹研究員 柿尾正之 氏

要旨：少子高齢化と人口減少で、国内小売業の伸びは期待できず。その中で通販の売上は5兆900億円と2年で倍増。その主役は若者とシニア層で、60歳以上の女性の7割が通販を利用。またネットには店舗と違って商圈がない。米国における通販の主戦場はファッションで、手法としてどう活用していくかが課題。

第15回 2012年11月22日 (木)

講師：(株)良品計画 代表取締役社長 金井政明 氏

要旨：地球資源は有限にも係わらず、世界の人口は2011年の約70億人が、50年には93億人に増大。グローバル化の進展でモノや生活は絶対価値を「競う」か、相対価値を「争う」かに二極化へ。無印良品は、酒のような魅力や香水のような華やかさはないが、年月を重ねることで岩をも砕く「水」のようでありたい。

第16回 2012年12月13日 (木)

講師：前コンデナスト・ジャパン代表取締役社長 斎藤和弘 氏

要旨：「ヴォーグジャパン」の親会社であるコンデナスト・ジャパンの社長を7年間務め、現在は明治大学特任教授として教鞭を執る。学生へのファッションに対する関心は非常に高く、他業種から参入した殆ど無名な企業が、1~2年で200億~300億円規模に成長している現実もある。ファッションは魅力的産業。

第17回 2013年2月15日 (金)

講師：アッシュ・ペー・フランス(株) 取締役専務 亀山 功 氏

要旨：日本製品の壊れ難い、効率が良いなどの物理的な品質ではなく、心地よいか温もりがあるなど、五感を通じて得られる好意的な“感性品質”を追求。また近江商人の「蚊帳を売ると思うな。涼を売れ」という一歩踏み込んだ考えで、着実に業容を拡大。感じることの重要性を訴えるため“芸術の日常宣言”を追求。

第18回 2013年3月21日 (木) 講演+交流会

講師：(株)三越伊勢丹ホールディングス 代表取締役社長執行役員 大西 洋 氏

内容：小売がネット通販を除き苦戦している中で、業界の中だけで相対的価値を競っても意味はなく、絶対的価値を追求しないと生き残れない。優秀な人材は多いが、創造力と革新力が重要。やる

気を起こさせ、自己成長していける環境を整えることで、旧来の常識を打ち破るイノベーションに繋がりたい。

交流会：1階の「ベルマーレ・カフェ」で開催。

第19回 2013年4月26日(金)

講師：(株)ユニテッドアローズ 取締役会長 重松 理 氏

コーディネーター：(株)R・B・K代表取締役 飯島 薫 氏)

内容：UAの社是は「お店はお客様のためにある」で、優先度も①顧客②取引先③従業員④株主⑤社会一の順。お客様に満足していただけないと、社会からも満足を得ることはできない。店舗の競争力は商品力と考えがちだが、日本の伝統文化に裏付けられた“おもてなし”であり、それを体系化していきたい。それが海外でも圧倒的な競争力となる。

第20回 2013年5月22日(水)

講師：経済産業省製造産業局繊維課課長 片岡 進 氏

内容：官僚人生22年のうち11年がフランスという片岡氏。日本のファッション産業の現状と問題点を分析し、そのうえで①技術②ブランディング③顧客情報の管理—という3本の矢を業界が放ち、消費者ニーズをくみ上げ、経営が素早くブランド戦略を構築して、旧来の常識を打ち破りつつ、新市場の創出を。