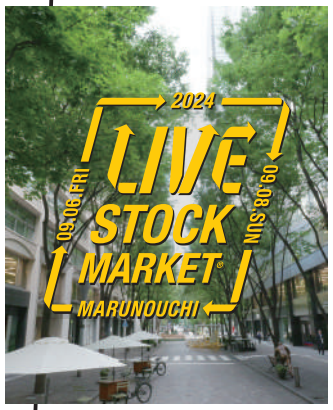
LIVE STOCK MARKET in MARUNOUCHI 2024

9.6[Fri]—9.8[Sun]

「デッドストックを生き返らせる」サスティナブルな ショッピングイベントが今年も丸の内エリアにて開催！

昨年9月に開催された『ライブストックマーケット・イン・丸の内』がバージョンアップして戻ってきました。丸ビル1階マルキューブをメイン会場に丸の内各エリアで展開されるサスティナブルなショッピングイベントをぜひお楽しみください。



ディレクター小沢宏が語る「ライブストック」の見所

2023年の初開催で話題となった、ライブストックマーケット。今年も丸ビル1F マルキューブを中心とした丸の内エリアで開催されることになり、改めてライブストックの魅力をトータルディレクターを務める小沢宏さんに聞いてみました。

「このイベントは、ファッションブランドがセールやアウトレットでも販売しきれなかった経年在庫＝デッドストックを、スタイリスト・小沢の審美眼で選び抜き再編集をし、新たな価値をつけた商品＝ライブストックとして世に甦らせて販売するイベントです。中でもおすすめの商品には私が手書きしたオリジナルタグをつけて販売したり、アパレル業界全体で抱える過剰な生産や在庫処分などの問題を、まるでファッション雑誌でスタイリングするかのように構築していく私なりの新しい消費に対するアプローチなのです」

「初回はビームスとユナイテッドアローズが参加したポップアップ〈BEYOUR REPUBLIC〉が、話題となりました。今年は前回協力してもらった2社に加えて、ベイクルーズにも参加してもらいます。日本を代表するセレクトショップ3社をまとめたメガセレクトショップを『コネクティング』と名付け、ある意味コンベティターでもあるそれぞれを『結びつける』ポップアップストアがマルキューブに出現します。同時に私の地元、長野県上田市で自らが運営するショップ〈エディストリアルストア〉、そこに併設される焼き菓子店〈ハージーベイク〉も出店します。その他、丸の内エリアのショップも参加して新しい価値のある商品をそれぞれのアイディアで販売します。皆さまにはサスティナブルなショッピングイベントをぜひお楽しみいただきたいと思います」

昨年開催されたライブストックマーケットの様子。

結局「ライブストック」ってなんですか？

「その語源は『デッドストック＝経年在庫』の対義語としてのライブストック〉という造語からきています。コンセプトは『デッドストックを生き返らせる』こと。しかし、それはアウトレットなどのディスカウント販売とは大きく異なります。協力関係にあるブランドやショップが、セールやアウトレットでも販売しきれなかった経年在庫（B品やサンプル品を含む）をスタイリストである私なら新しい価値を見つけられるのではないか、という考えが元になっています。私の知見や経験を活かした『雑誌の3D化』を合言葉に、今から2年前に地元の長野県上田市に開業したセレクトショップ〈エディストリアルストア〉での活動がきっかけとなり、都内でのポップアップを〈ライブストックマーケット〉と銘打って開催。丸の内では2023年9月の第1回に続き、今年も2回目が開催されることとなりました」

スタイリスト／エディストリアルストア 店主 小沢宏

大学在学中に雑誌・POPEYEのスタイリストアシスタントとしてキャリアをスタートし、その後独立。さまざまな雑誌から広告などを手掛けるスタイリスト。また故郷である長野県上田市にエディストリアルストアを2022年にオープン。全国のファッションラバーたちが足繁く通うショップとしても知られています。

Instagram @ozawahiroshi

ピックアップニュース

01 ライブストックマーケット期間中、丸ビル1F マルキューブにて EASY BAKE＆イニシャル刺繍イベントを今年も開催！

小沢氏の妻が営むベイクショップ兼コーヒースタンド〈イージーベイク〉が、LSMに今年も出展。レモンケーキやバナナケーキ、ブルーベリー、ブラウニーなど、原料にこだわり機械を使わずすべて手作業の焼き菓子を提供します。昨年好評だったアメリカ製ミシンでオリジナル刺繍をサービス。LSMで購入した商品、または私物での対応も可能。※お客様への対応の関係でお待たせする場合もございます。

Instagram @easybake_ueda

02 小沢氏が手がけるエディストリアルストアも ライブストックマーケットに出店！

長野県上田市にある、小沢氏が運営する＜エディストリアルストア＞がポップアップとして、期間限定で丸ビル1F マルキューブに登場します。雑誌の3D化をコンセプトに掲げ、カジュアルからモードブランドまで厳選されたアイテムはどれも必見！　この機に、本店の空気感を体感してください。

Instagram @edistorial_store

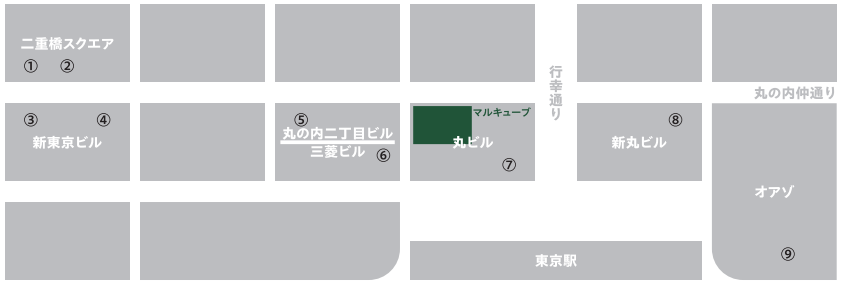
03 ルドーム エディフィス エ イエナ丸の内にて THE BLACKCYCLE MARKETを開催！

エディフィスからはルーツとも言えるシャツ、ホワイトシューズにフォーカスし、イエナではブラウスを中心に、アーカイブ商品に京都の黒染めを施し、今のムードにマッチさせた「ブラックサイクル」プロジェクトを、数量限定で特別販売します。限定アイテムに加えて、ブラックで編集された雑貨類も展開しますので、三菱ビル1Fのショップをぜひチェックしてください。

04 TRADMAN'S BONSAIが 今年も盛り上げてくれます！

今年の5月に新東京ビル1Fにオープンしたトラッドマンズ ボンサイも、ライブストックマーケットに参加します。日本の伝統文化である盆栽をより多くの方に楽しんでもらうために、盆栽の販売はもちろん、今回はオリジナルのTシャツをリリースします。こちらで購入いただいた商品を、丸ビル1階マルキューブの刺繍サービスにお持ちいただくと、当店のシグネチャー盆栽である五葉松をモチーフにした刺繍を入れることができます。ぜひお越しください。※刺繍サービスにはお時間をいただくため、お待たせする場合もございます。

LIVE STOCK POP UP 参加ショップ一覧 ぜひご利用ください！



① Paraboot 丸の内店／Paraboot Marunouchi
TEL：03-6810-0185　営業時間：11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内3-2-3 二重橋スクエア1F

②ラコタハウス 丸の内店／THE LAKOTA HOUSE MARUNOUCHI
TEL：03-6551-2203　営業時間：11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内3-2-3 二重橋スクエア1F

③ THE TOKYO
TEL：03-6812-2620　営業時間：12：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル1F

④ TRADMAN'S BONSAI TOKYO
TEL：03-6256-0471　営業時間：11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル1F

⑤ STUDIOUS 丸の内店／STUDIOUS Marunouchi
TEL：03-5220-0300　営業時間：12：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内2-5-1 丸の内二丁目ビル1F

⑥ル ドーム エディフィス エ イエナ 丸の内／Le Dôme ÉDIFICE et IÉNA
TEL：03-6212-2460　営業時間：11：00〜21：00　日祝11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内2-5-2 三菱ビル1F

⑦ウィム ガゼット 丸の内／Whim Gazette MARUNOUCHI
TEL：03-6269-0121　営業時間：11：00〜21：00　日祝11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内2-4-1 丸ビルB1F

⑧ TOOT SHINMARUNOUCHI
TEL：03-6810-0168　営業時間：11：00〜21：00　日祝11：00〜20：00
住所：東京都千代田区丸の内1-5-1 新丸ビル4F

⑨ Jalan Sriwijaya 丸の内オアゾ店／G.H.BASS 丸の内オアゾ店 Jalan Sriwijay／G.H.BASS
TEL：03-6256-0915　営業時間：10：00〜21：00
住所：東京都千代田区丸の内1-6-4丸の内オアゾ1F

LIVE STOCK MARKET & CONNECTING (BEAMS／BAYCREW'S／UNITED ARROWS) ライブストックマーケット＆コネクティング (ビームス／ベイクルーズ／ユナイテッドアローズ)
営業時間：11：00〜19：00
丸ビル1F マルキューブ

イベントの詳細はこちら
＃ライブストックマーケット丸の内

LSMで実現！

BAYCREW'S＋BEAMS＋UNITED ARROWSが一同に集結

メガセレクト ポップアップストア

“CONNECTING”座談会

ライブストックマーケットを主催するスタイリスト小沢宏氏のコネクティングにより実現した、
ベイクルーズ、ビームス、ユナイテッドアローズの3社合同によるメガセレクト ポップアップストア。
その記念として各社のキーマンに集まってもらい、スペシャルな座談会を実施しました。
イベントにかける熱い想いや、サスティナブルのアレコレを聞いてみました。

2001年EDIFICE銀座店、2002年EDIFICE渋谷店店長ののち本社勤務。DEUXIEME CLASSEディレクター、LA CLASSE初代CEO、LE DOMEのCEOを歴任し、2016年9月より現職。

2005年BEAMS入社。人事採用・予算管理・出店サポートなどの店舗マネジメント業務を経て、CRMを経験。後にスタッフを通じて顧客のリアル店舗とEOの相互的な行き来を促進するビーム独自の役割、オムニスタイルコンサルタントの立ち上げを担った。今年3月、「サステナビリティ推進部」の発足にともない現職。各事業部のエシカルアクションを加速させべく奔走中。

1999年に株式会社ユナイテッドアローズに入社。情報システム部門でコミュニケーションツールの企画・運用を担当後、2004年より同社の社会・環境活動の推進に従事する。現職はサステナビリティ推進部 部長。

残在庫を再編集→価値を付けるLSMでしかできない優れた試み

小沢　2023年9月に開催したライブストックマーケット[以下LSM]がおかげさまで大きな反響を呼び、今年も実施することになりました。前回はビームス、ユナイテッドアローズに協力してもらいましたが、今年はベイクルーズも参加し、イベント自体がさらにパワーアップ。3つのセレクトショップを“CONNECTING”したスーパーセレクトショップをマルキューブにオープンします。

古峯　今回参加できることにとても感謝しています。小沢さんが長野県上田市にショップをオープンしたときから関わらせてもらい、LSMの取り組みはとても素晴らしいことだと思います。

玉井　私たちの永遠の課題である残在庫という問題を、LSMを通して新しい価値をつけて販売する。これは小沢さんの経験やスキルがあってこそのもので、持続可能な社会に対して貢献するための具体的なアクションとして感銘を受け、改めてさすがだなと思いました。

金城　私たちは、サステナビリティ経営の一環として、「つくる責任」の観点から、残在庫や初期不良品の廃棄ゼロを目指し、リサイクルやアップサイクル、寄付などの新たな活用方法を模索しています。しかしながら、自社のみでの解決が困難な状況も発生しており、課題となっています。小沢さんがこれまで培ってきた豊富な投量により、通常販売が難しいアイテムに価値をつけて蘇らせ、それをお客様に喜んでもらえる。LSMは素晴らしい仕組みだと感じます。去年はユナイテッドアローズと取り組みさせていただきましたが、今年はベイクルーズも参加し、同業他社との連携を通じてこのような取り組みが業界全体に波及し、サステナビリティ活動の活性化に貢献できればと考えています。

ベイクルーズ 古峯さん

古峯　ただ、そもそも残在庫を抱えないことが本当のサステナビリティだと私は思います。小沢さんの取り組みは非常に素晴らしいことですが、私たちが残在庫を抱えないことが大切であり、本質をちゃんと見直さないといけません。

小沢　古峯さんのおっしゃる通りですね。僕のショップ自体はサステナビリティを大きく煽って商品を販売しているわけはありません。スタイリストとしてエディストリアルストアのフィルターを通して再編集し、新しい価値をつけて販売しています。それがある角度から見ればサステナビリティだと思われ、それを喜んでもらえる人もいます。でも、残在庫がなくなることが本当のサステナビリティに繋がると思います。

ベイクルーズの サステナブルな取り組み

ベイクルーズでは基本、残在庫の廃棄処分はしません。会社全体で掲げているのは、「適正在庫と適正価格」。過剰生産や過剰セールを無くしていくため、数年前からプレオーダーイベントを開始しました。これにより、事前にある程度の販売予測が立てられるようになります。これをうまく活用して、適正数を適正な価格で求めているお客様にしっかりと提供していけるように取り組んでいるところです。しっかりとした適正価格で販売することで、収益を工場や職人といった作り手にしっかりと還元し、持続可能な社会を作ることを最優先としています。

多種多様なアプローチでサスティナブルに貢献

ビームス 金城さん

小沢　今回座談会をしようと思ったのが、実は金城さんと話しているときに、“他社がどのようにサスティナブルな取り組みをしているのか気になります”というひと言から思いつきました。こんな機会がないとじっくり聞くこともできませんから。

玉井　ベイクルーズはもともとサスティナブルな活動というよりも、残在庫を廃棄処分にしないと聞きました。

古峯　特にサスティナブルとは煽らず、残在庫を廃棄処分せずに、アウトレットでの販売を行うなど残在庫についての対策も行っていますが、そもそも適正在庫で運営を行えるよう色々な試みも行っています。もちろんサスティナブルな商品を制作しているブランドもあります。

小沢　サスティナビリティを具体的に掲げたり、部署として業務をしてはいませんよね。代々木上原に自社の什器などを販売するショップ「RePLACE」や、アウトレット品を販売する「BOSTOCK」を全国展開するなど、逆に古くからの洋服屋としての矜持のようなものを感じます。とにかく、商品を捨てない！という感覚的な動きをしているのが素晴らしいです。

古峯　遡ると、約30年前から残在庫問題にリアクションをしていました。多くは郊外にアウトレットショップがありますが、その当時は渋谷のど真ん中に「BOSTOCK」の1号店がありました。高校生くらいだった自分も、実際にお店に足を運んでいました。当時はSNSもないのに飛ぶように売れていたと聞いています。海外ブランドも販売していて、お宝探し的な感覚で買い物ができたのも人気に火をつけたのではないかと。

金城　ベイクルーズのサステナビリティへの熱心な取り組みに、大変感銘を受けました。ユナイテッドアローズは、どのようなサステナビリティ活動に注力されているのでしょうか。

玉井　2020年にサスティナビリティを重要課題と特定し、2022年からサスティナブル活動を「SARROWS」と名付けて推進しています。2006年からサスティナブル活動を意識し始め、当時はCSR活動という表現でファッションセレクトショップとしてできることからスタートしました。現在は環境や社会、経済が複雑に絡み合うサスティナビリティ活動の心理的ハードルを下げて、ファッションに触れることと同じように、楽しい雰囲気で推進したいと考え、ひとつのブランドのようなネーミングやビジュアルをアイコン化しました。それと同時にサスティナブル活動をしっかりと進めるため、2030年に向けた数値目標を定めています。具体的な数字はウェブに明記しています。

古峯　ビームスもさまざまな角度でサスティナブル活動に取り組んでいると聞きました。

金城　そうですね。3月にサステナビリティ推進部を新設し、SDGsの達成に向けて5つの主要テーマに基づいた重要課題を特定し、社内の各部門で設定された半期ごとのサステナビリティ目標と連携しています。店頭では衣料品回収や使い捨てのショッピングバッグの代わりとなるコットンバッグの販売を行っています。地球環境負荷という側面以外でも、ブレストアウェアネスを促すピンクリボンキャンペーンや、性の多様性を認め合うためにLGBTQ+に関する社内勉強会の開催などに取り組んでいます。スタッフひとりひとりがサステナビリティを“自分ごと”として捉え、主体的に取り組んでいけるようにさまざまな施策を検討・実施しています。

小沢　昔から3社のことは知っていますが、共通しているのが「洋服屋」ということ。それぞれ足を踏み出している方向は違えど、ストロングポイントを活かしつつサスティナブル活動に取り組んでいることに感心しました。

ビームスの サステナブルな取り組み

ビームス全体で、SDGsの目標を包括した重要課題を特定し、それぞれの具体策を講じながら、サステナビリティ経営を推進しています。〈ビームス工房〉では、経験豊富なスタッフがコンシェルジュとして対応し、さらに専門の職人も常駐。お客様ひとりひとりに最適な修理、ケア、リメイク、カスタムを提案し、お客様に寄り添ったサービスを提供します。お気に入りの洋服やシューズを、ずっと好きでいてもらえるように、より長くお使いいただける方法を提案します。

サスティナブルへの関心は徐々に盛り上がっている

小沢　各社のサスティナブル活動を聞きましたが、実際にお客様の反応は？

玉井　過去10年～20年のタームで考えると、確実に意識が高まっていると、肌で感じています。サスティナビリティを反映したサービスや商品は色々なやり方があります。例えば環境配慮素材を使った商品は、現在価格とのバランスが難しく、広げていくにはもっと工夫が必要。一方、衣類回収は、着なくなった衣類を捨てるのは後ろめたいと思っていた多くの方に受け入れられ、広まってきています。

金城　衣料品回収の取り組みについては、ビームスでも多くの反響をいただいています。ユナイテッドアローズやベイクルーズにおきましても、自社工房でサンプル品や傷物をリペアし販売するなど、独自の取り組みを展開されていると聞いています。

玉井　多少の傷は気にならないと、一点ものとしての出会いを楽しんでいるお客様が多いと聞いています。

小沢　正直ファッションとサスティナブルの相性はあまりよくないと思う。すごく難しい問題。概にサスティナブル商品といっても、他のアイテムよりも高ければ買ってはくれませんし。これは時間をかけて変えていくしかないと思います。

古峯　さきほども話しましたが、残在庫を無くすことが本当のサスティナブルだと思います。不要なものを作らない、セールしない、それをするには適時適量の供給、不可能を可能にしてかないと根本的な解決には繋がらない。在庫を持たずして売上を作れたらベイクルーズは考えていて、残在庫ゼロ上100って今すぐにとはいかなくても、不可能なことじゃないと思います。小売業としては、ものすごく非効率でしばらく採算が合わなくなると思いますが、このくらいのことを会社で決断しないといけないと思います。

玉井　海外でのサスティナブルへの規制はとても厳しい。まだ日本では厳しい規制は出ていませんが、私たち自身がしっかりとサスティナブルに対して向き合わないといけません。

金城　海外展開を視野に入れると、現行の基準では対応できない商品が増加していくことが予想されます。モノづくりの領域はもちろん、その他の領域においても、社内全体の理解を深め、取引先との連携を強化しながら、一歩一歩つ着実に対応を進めていく必要があると考えています。

小沢　エディストリアルストアは雑誌の3D化をテーマに続けています。ビームスのブルゾンにユナイテッドアローズのTシャツ、ジャーナル スタンダードのパンツを合わせてスタイリングする。これはそれぞれのショップではできないことですが、雑誌では可能。それをエディストリアルストアでは、スタイリストとして何千年やってきた知識や技術を用いて残在庫で具現化しています。サスティナブルを追求すると、環境や社会問題などの難しいことが複雑に絡み合ってきます。今後もサスティナブルといい距離感を保ちながら続けていければと思います。

玉井　LSMは、ファッションが持つわくわく感、可愛いとか楽しいという気持ちを大切にしながら、自然とサスティナブルにつながるアクションの代表例と言えるのではないでしょうか。

古峯　環境配慮素材を使いましょうか、CO2削減のために電力を控えましょうとか、それが大切なことだとわかっています。まずは私たちがやっているビジネスの中でできることを、最優先すべきだと思います。

金城　フッションを主な事業とする企業として、サスティナビリティというフィルターを通して、いかに独自性を表現していくかが常に課題となっています。LSMは、まさにビームスの個性を活かせる理想的なイベントであり、今回、ユナイテッドアローズと、ベイクルーズとの共同開催が実現したことは、大変嬉しいことです。

小沢　自由なスタイリングができるLSMは、みなさまのご協力を得て成り立っています。今後もサスティナブル な見え方をしつつも、あいかからず“洋服が好きだよね”っていわれるようなイベントにしていきたいと思います。

ユナイテッドアローズの サステナブルな取り組み

2006年よりサスティナビリティ活動を意識し、2020年に重要課題と特定。2022年に「SARROWS」と名を掲げ、ひとつのブランドのようにアイコン化しました。現在は「循環するファッション」「カーボンニュートラルな世界へ」、「健やかに働く、暮らす」といった3つのカテゴリーにて、2030年に向けて目指す目標数値を策定。お客様とともに豊かな森を育てる活動“SARROWS Reduce Action”なども行っています。

ユナイテッドアローズ 玉井さん

CONECTING
BEAMS
EDITORIAL STORE
BAYCREW'S
UNITED ARROWS

9月6日(金)～8日(日)まで！ スペシャルセレクトショップ
“CONNECTING”が丸ビル1F マルキューブに出現!!

9月6日～8日の3日間、丸ビル1F マルキューブにて、ビームス&ユナイテッドアローズ&ベイクルーズによる、スペシャルセレクトショップ“CONNECTING”が誕生します。スタイリストでありトータルディレクターの小沢氏が、各セレクトショップで眠っていたデッドストックを再編集したライブストックなアイテムが並びます。特におすすめのアイテムには直筆のオリジナルタグをつけて販売と、ファッション好きにはお宝感覚で探せる楽しいショップになっています。営業時間：11：00～19：00