

第9回エシカル購入研究会

『Be the Change!』
～ひとりひとりの力が世界を変える！～

2014年12月3日
末吉里花









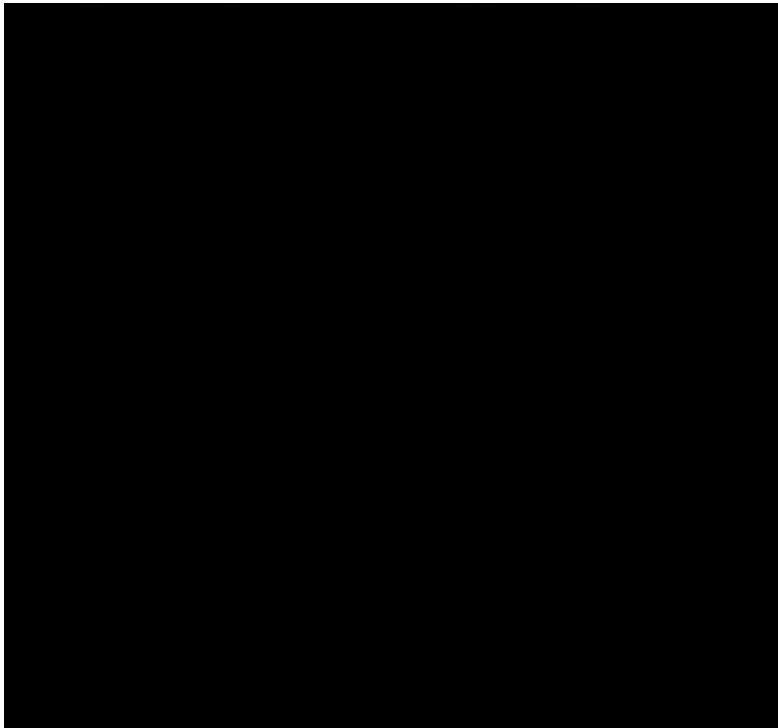


—

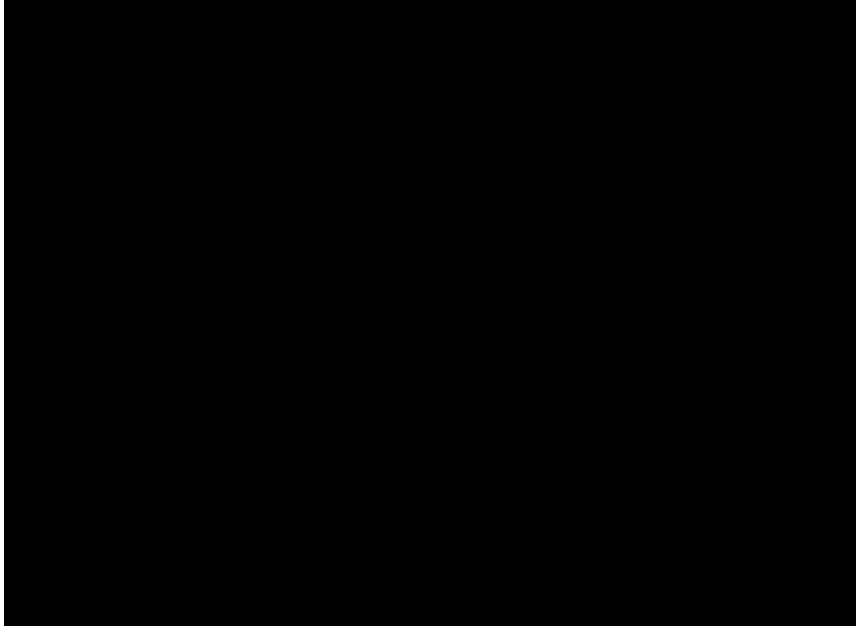
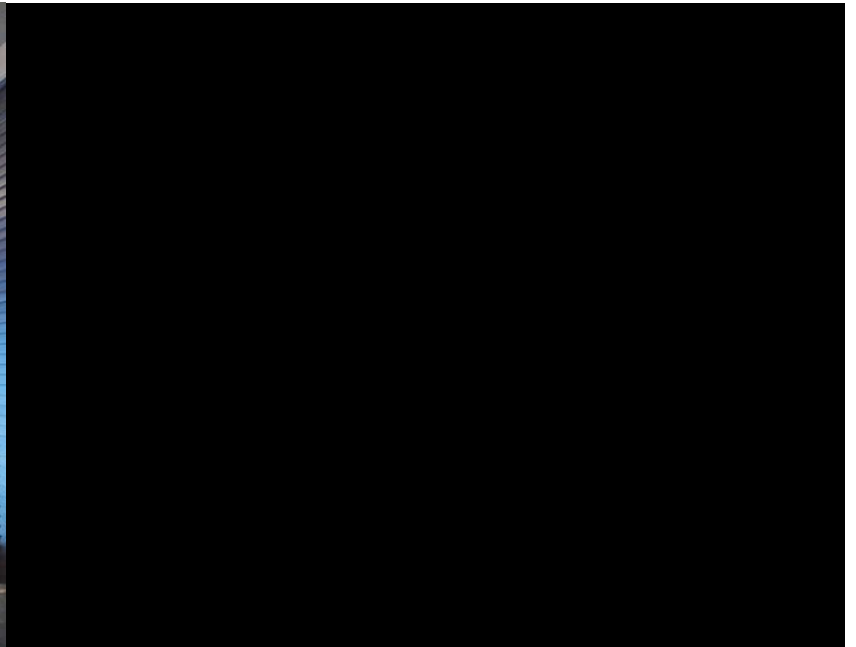
!

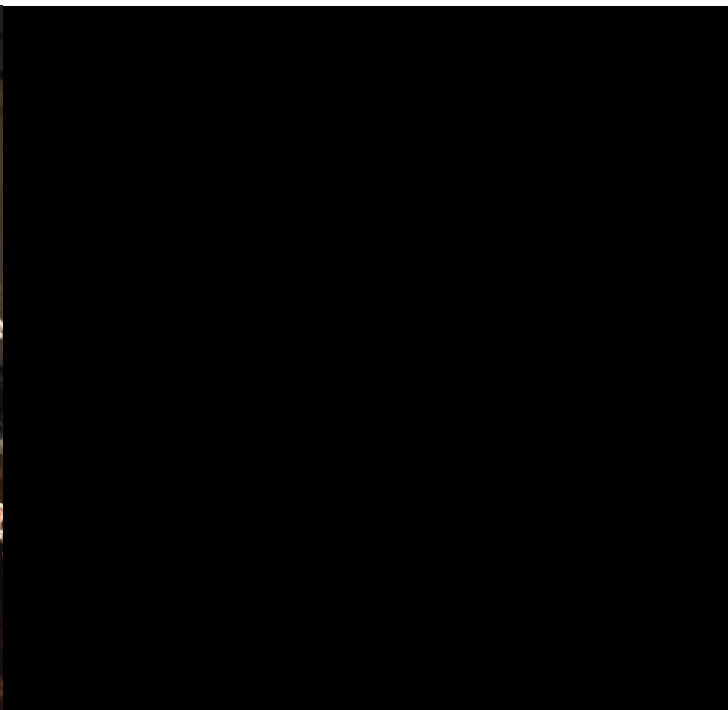
!

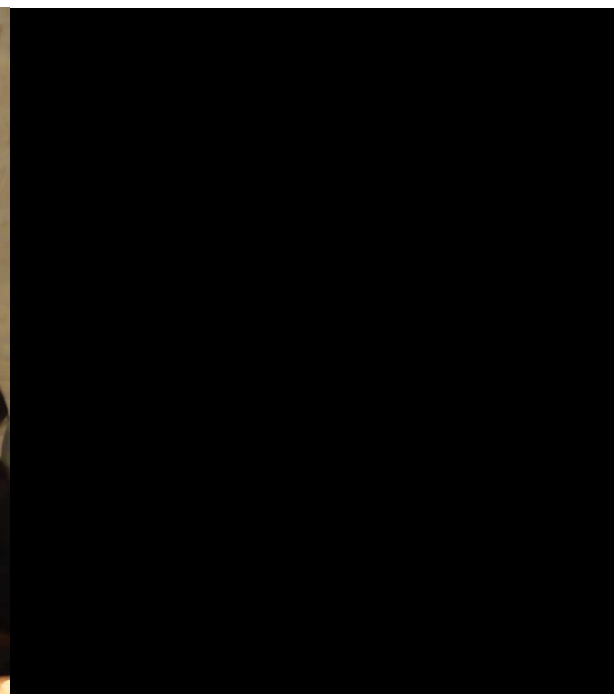
—













The Mercantile London Lamb St, London



69b Broadway Market, London



The Hambledon Winchester



Uma Bazaar Sweden

コンセプト・ストアによる サステナブル・ライフスタイル提案 Sustainable Lifestyle by concept stores

【ターゲット】 Target

- 20代～40代の女性 20-40 year-old female customers
- 中流家庭の女性のエシカル、フェアトレード、エコロジーに対する認知度は80%。ラナ・プラザ（縫製工場の崩落事故）以降、透明性への欠如に対する不安
- 商品ラインナップ：エシカル、フェアトレード、サステナブル・ファッション&雑貨、オーガニックカフェ、ヴィンテージ
Product line-up: Ethical, Fair Trade, sustainable fashion + zakka, organic cafe, art and vintage
- カルチャー、親近感
Culture and customer intimacy

コンセプト・ストアによるサステナブル・ライフスタイル提案 Sustainable Lifestyle by concept stores

【市場の可能性】 Market Potential

- ドイツ語圏（ドイツ、オーストリア、スイス）、ベネルクス、スカンジナビア
DACH (Germany, Austria, Switzerland), Benelux, Scandinavia
現在約5万件の個人経営のセレクトショップがあるが、数が減少。
。エシカルをテーマにコンセプト・ストアに移行するショップが多い。
潜在的には2000店舗以上。
- 世界的にみても、多国籍ブランド、ファストファッション、オンラインビジネスにより個人経営の店舗が苦境に。違いを見せる手段として「背景のストーリーを語る」「透明性」「つくり手と買い手をつなぐ」ー新しいラグジュアリーの提案

「NEW LUXUARY」

グループワーク

- ・自分が「影響を与えようとしている（変えたい）対象（ターゲット層）は誰か？
- ・理由を一つだけあげるとすれば？

個人作業2分

3人1組

持ち時間＝1人2分



be the change

WORLD FAIR TRADE DAY

SATURDAY 9TH MAY 2015



People Tree

