

海外ファッションブランドのB2B向けオンライン卸売プラットフォーム「makepre」がスタート ～世界の未だ見ぬファッションブランドと日本市場を繋ぎます～

東急株式会社

当社は、「社内起業家育成制度」第9号案件として、海外ファッションブランドのB2B向けオンライン卸売プラットフォーム「makepre」（読み方：マケプレ）（以下、本サービス）を開始します。本サービスは、海外ファッションブランド（以下、海外ブランド）のアパレル、バッグ、シューズなどの仕入れをECサイト上で実施することができる、日本のバイヤー向けのオンライン卸売プラットフォームサービスです。

本サービスの実証実験の第1弾では、韓国で注目を浴びているブランドや韓国の新興ブランドなど、日本未展開のブランドを含む韓国の約30ブランドの仕入れをECサイト上で実施することができます。10月11日（水）からはECサイトへの先行会員登録が、10月25日（水）からはECサイト上で仕入れを行うことが可能となります。また、定期的にバイヤー向けの商品展示会を実施し、ECサイトに掲載している商品の実物を見ることができる機会を提供します。

昨今の日本のファッション業界はコロナ禍を契機に売上が低迷傾向となり、出張を伴うコストのかかる仕入れが難しくなっているほか、大衆の支持を得やすく売上が見込まれる仕入れに偏ってしまう傾向にあります。その結果、店舗ごとに個性を出すことが難しく、日本のファッション業界においては新たな価値が生まれにくいと言われています。

バイヤーは本サービスを通じて、日本国内だけで仕入れ活動をしていると出会うことのできない海外の多彩で個性溢れる商品を仕入れることができるため、店舗の独自性や魅力が向上します。また、そのときに旬な商材を小ロットで仕入れることができるため仕入れ時の利便が高まり、店舗のラインナップが豊かになることで、多様化されたお客さまのニーズに応えることに繋がると考えられます。

本サービスは、新規の海外ブランドを探したいバイヤー、海外に仕入れに行く時間をとることができないバイヤー、海外ブランドとの接点が少ないバイヤーに対して、時間的・金銭的成本を最小限に、質の高い仕入れを実現させることをサポートするものです。また、本サービスは商品を輸入するうえでの輸入申告や税関審査などの煩雑な手続きを代行するため、海外ブランドの商品を仕入れる際の手間を省くことができます。一方、海外ブランドにとっては、より簡便に日本市場に進出することができ、ビジネスチャンスを広げることが可能となります。本サービスを利用することで、日本のバイヤーおよび海外ブランドにとって国境を超える取引が身近になり、双方のビジネスの発展に繋がります。

なお、本サービスの実証実験の第1弾においては、韓国の大手企業である新世界百貨店が韓国のブランドの出店サポートを、韓国政府機関であるKOTRA（大韓投資振興公社）が貿易輸出サポートを行っており、韓国のブランドが安心して商品を出品できる仕組みを構築しています。

本実証実験で得られた成果やユーザーからの声をもとに検証を重ね、取り扱う海外ブランドのエリアやブランド数を拡充しながら、引き続き本サービスの価値向上・発展に取り組めます。

当社は、新しい価値観やライフスタイルに柔軟に対応するサービスを通じてさまざまな価値を提供してきました。本サービスによりバイヤーの質の高い仕入れを実現することで、商品購入時の選択肢を増やし、多様化するニーズに応えつつ暮らしの豊かさを提供することを目指します。



以上

【別 紙】

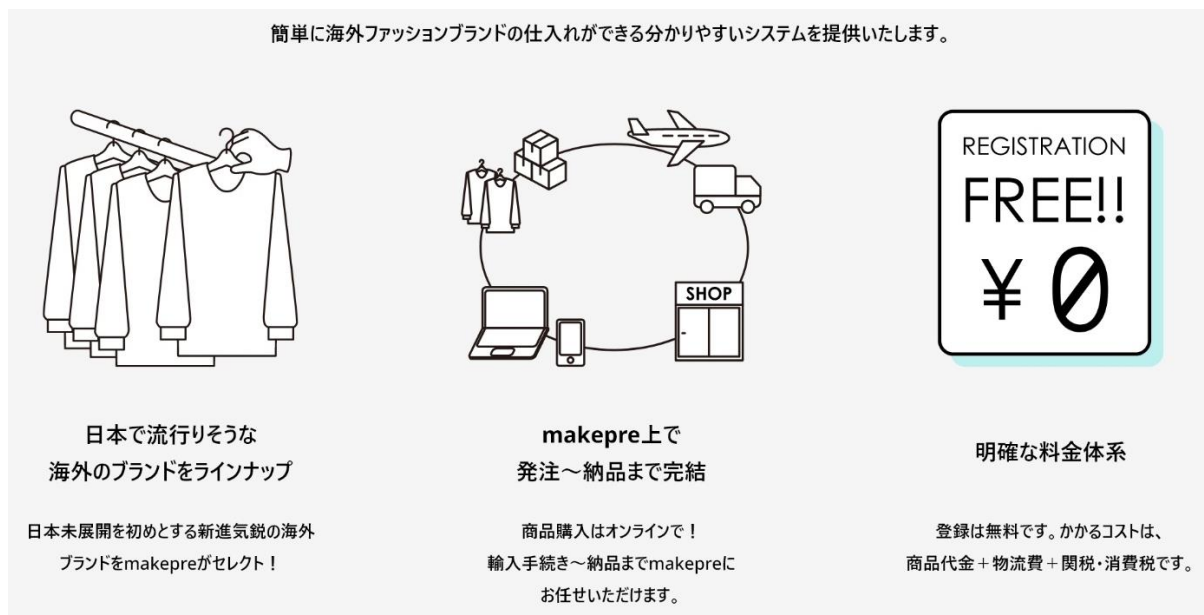
■本サービスの概要

本サービスは、海外ファッションブランドのアパレル、バッグ、シューズなどの仕入れをECサイト上で実施することができる、日本のバイヤー向けのオンライン卸売プラットフォームサービスです。本サービスを利用することで、海外ファッションブランドの商品をECサイト上で仕入れることができるだけでなく、商品を輸入するうえでの輸入申告や税関審査などの煩雑な手続きを本サービスが代行するため、海外ブランドの商品を仕入れる際の手間を省くことができます。一方、海外ブランドにとっては、より簡便に日本市場に進出することができ、ビジネスチャンスを広げることが可能となります。本サービスを利用することで、日本のバイヤーおよび海外ブランドにとって国境を超える取引が身近になり、双方のビジネスの発展に繋がります。

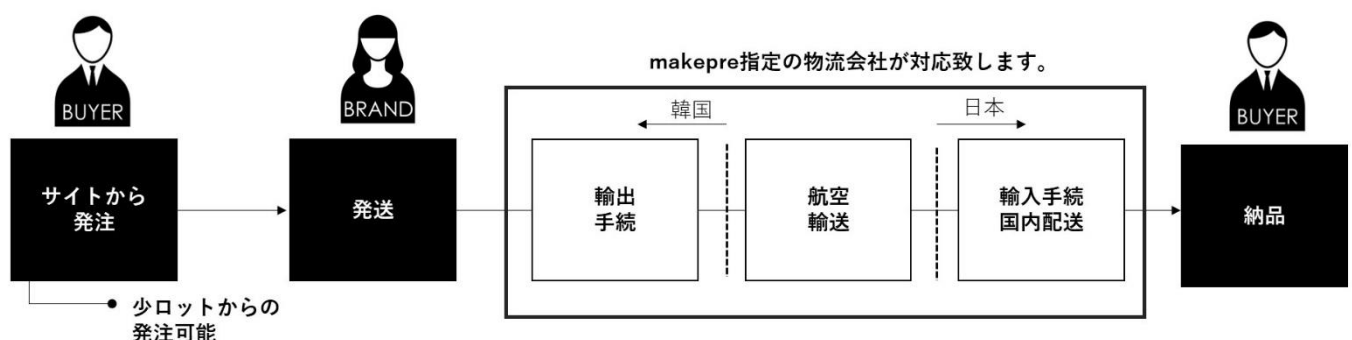
■makepreサイトURL

<https://makepre.jp>

■makepreの特徴



■発注から納品までの流れ



■新世界百貨店

韓国のソウル特別市に本店を置く百貨店。株式会社新世界が運営会社であり、流通・外食などのサービス業を展開する新世界グループの中核企業です。



■KOTRA(大韓投資振興公社)

1962年に設立された韓国の貿易投資振興機関。84カ国・129カ所に、拠点を配置しています。日本では、東京・大阪・名古屋・福岡の4カ所に貿易館を設置しビジネス交流会、展示会の開催などを通じて日韓両国のビジネス拡大に取り組んでいます。



■出品ブランド一覧
【アパレル】

Anothera(アナザーエー)

Anothera®

新たなスタートラインを切り出すという意味
を込めたストリートブランド



KIMOUI(キモウイ)

KIMOUI

オリエンタルムードを現代的に解釈した
ユニセックスブランド



GRACE YOU(グレイスユー)

GRACE U

生地にこだわり女性らしいシルエットを
表現するブランド



CONECT X(コネクトエックス)



ユニークでウェアラブルなデザインの
ジェンダーレスブランド



02armoire(セカントアルムア)

02 ARMOIRE

着用感にこだわった上品なアイテムを
提案するブランド



DAILY MIRROR(デイリーミラ)

DAILY MIRROR

新しいミニマリズムを表現したユニセック
スブランド



tuin(トウイン)

tuin

ナチュラルで自由なムードの
デザイナーブランド



tripleroot(トリプルルーツ)

Tripleroot

フェミニンでカジュアルムードの
レディスアパレル



HIBISUCUS(ハイビスカス)

HIBISCUS
BLOOM

女性の様々な美しさをカラーとデザイン
で表現するブランド



PEOPLE OF THE WORLD (ピープルオブザワールド)

bittercells (ビターセルズ)

VLACKVEAST (ブラックビースト)

PEOPLE OF THE WORLD

個性的でカジュアルなユニセックスブランド



BITTER
CELLS

好きなことをするときのドキドキを
デザインで表現するブランド



VLACK
VEAST

デニムをベースにしたコレクションブランド



playbooseoul (プレイブーソウル)

PLAYBOO

ゴルフを楽しむミレニアル世代のため
のカジュアルな感性のデイリーゴルフ
ウェアブランド



FLOMO (フロモ)

FLOMO
flowering moment

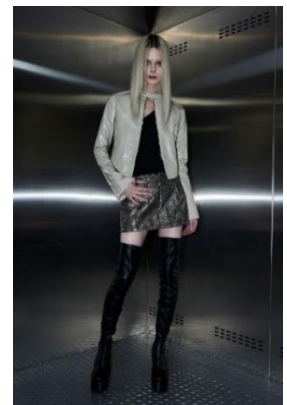
テキスタイルデザインのライフスタイル
ブランド。ブランドのシンボルのフラワー
パターンはオリジナルでデザイン



VENECY (ベネシー)

VENECY

シンプルなデザインにトレンドを反映した
レディースアパレル



benetme (ベネツミー)

Benet.Me

シンプルだけど女性らしさを表現する
ブランド



hyeyeonkim (ヘヨンキム)

HyK

LCF 上級卒業したキム・ヘヨンデザイナー
が設立したソウル・ロンドンを基盤にしてい
るデザイナーブランド



limelike (ライムライク)

lime like

自分好みのスタイルを演出するブランド。
肌触りや洗濯ダメージの少ない生地にご
こだわっています。



RAMOLIN(ラモレン)

RAMOLIN

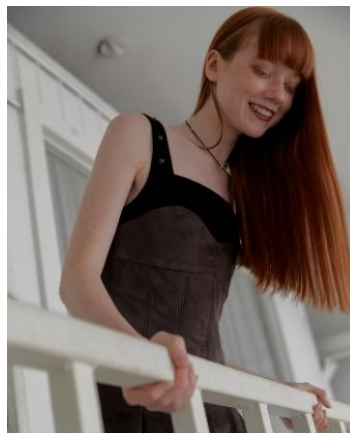
スローファッションを目指すコンテンポ
ラリーカジュアルブランド



reheat(リヒート)

reheat*

80-90 年代にインスピレーションされた
デザイナーブランド



L'EAU ET(ルエット)

L'EAU ET

リゾートスタイルを中心に展開する
ブランド



【バッグ】

acoc(アコク)

ACOC

ファブリックバッグがメインの
ライフスタイルブランド。



ALICE MARTHA(アリスマシャ)

ALICE MARTHA

ミニマリズムをベースにシンプルさと簡潔さを
追求し、クラシックとミニマリズムが共存する
デザインのブランド



Toar e ven(トエヴェン)

Toar e ven

静的なムードを表現し、ナチュラル
ながらもアビリティな女性像をイメージ
したブランド。



Nooni27(ヌニ 27)

Nooni
27

様々なシーンからインスピレーションされた日
常での特別な瞬間を表現するブランド



lisa(リザ)

LISA

仕事に情熱的な女性をターゲット
にしたバッグブランド



LECCPROJECT(レクプロジェクト)

LECCPROJECT

ミニマルでモダンなデザインの
バッグブランド



【シューズ】

SEESFAR(シーズアファー)

SEESAFAR

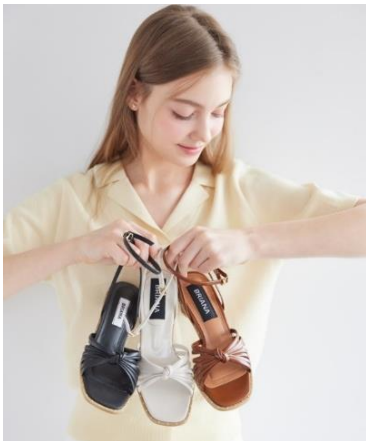
多彩に変奏するポップカルチャーから
インスピレーションを受けたデザイナーブ
ランド



Briana(ブリアナ)

BRIANA

履き心地とデザインを重視したシューズ
ブランド



DIERNEAS(ディアニス)

DIERNEAS

シンプルで上質なデザインの
バッグブランド



NUOSMIQ(ヌスミク)

NUOSMIQ

シンプルでモダンなシューズ
コンテンポラリーブランド



【参考】

1. 東急「社内起業家育成制度」の概要

事業を創造する意欲・能力を有する従業員を支援し、広くフロンティア・スピリットを喚起することで新規事業創出のスピードアップを図り、東急グループの活性化と持続的成長を果たすために2015年4月に創設した制度です。

(1) 対象者

- ・東急、連結子会社従業員。
- ・個人もしくはチーム(外部の協力者を含むことも可)。
- ・年齢や職責は不問。

(2) 提案領域

- ・業種、テーマなどは特に制限なし(東急の経営理念と経営方針を逸脱しない分野)。

(3) 骨子

- ・提案者が新しいビジネスのアイデアを会社に対して提案し、会社が選考。
- ・東急社長による最終選考通過後は、会社は事業化検討を強力にサポート。提案者は選考の進捗に応じ、現在の業務を離れ専任で詳細を検討。
- ・事業化のあかつきには、提案者自らがプロジェクトリーダーや社長として起業し、軌道に乗るまで事業を推進。
- ・新会社設立の際は、提案者も一定割合を共同出資することが可能。
- ・事業の成果があがった場合には、成果に応じたインセンティブ(報酬)を付与。
- ・事業化に失敗した場合でも東急での継続雇用が保証され、提案者に不利益なし。

(4) これまでの実証実験・事業化案件

- ・2016年5月 会員制サテライトシェアオフィス事業「NewWork」
- ・2016年6月 翻訳・ローカライズ事業「YaQcel(ヤクセル)」
- ・2018年7月 未利用壁面広告事業「ROADCAST」
- ・2019年5月 駅施設活用新決済事業「キャッシュアウト」「スマートフォン決済チャージ」
- ・2019年10月 東急グループのふるさと納税「ふるさとパレット」
- ・2021年4月 定額制回遊型住み替えサービス「TsugiTsugi」
- ・2023年1月 アーティストの活動を応援&サポートするプラットフォーム「Art Valley」
- ・2023年3月 憧れの趣味の部屋を気軽に持てる機能特化型個室シェアサービス「roobby」

2. 事業提案者

東急株式会社 フューチャー・デザイン・ラボ

●荒川 真梨(あらかわ まき)

2008年株式会社東急モールズデベロップメント入社。主に商業施設運営、リーシング、新規事業開発に従事。2023年4月より東急株式会社に出向。

●石山 賢(いしやま けん)

2009年株式会社東急モールズデベロップメント入社。主に商業施設運営、リーシング、香港事業に従事。

●崔 有梨(ちえ ゆり)

2023年株式会社SHIBUYA109エンタテインメント入社。主にSHIBUYA109におけるリーシング、エンタメコンテンツに従事。

●事業提案者コメント

商業施設運営のテナントリーシングにおいて、海外ブランドの誘致が非常にアナログかつ困難という自身の経験から本事業の着想を得ました。海外には良いブランドが多くあるにも関わらず日本には一部しか入ってこないことが非常に勿体ないと感じ、より簡便に海外ブランドと繋がる方法は無いかと考えました。そこで、ECサイトを活用して日本にいながら気軽に海外ブランドとマッチングできるサービスがあれば便利なのではないかと考え、本事業を提案しました。今後は韓国のブランドだけでなく、ASEANエリアやアメリカ、ヨーロッパなどに取り扱う海外ブランドのエリアを拡大しながら、卸売以外の付帯サービスの拡張も視野に入れ、本サービスがバイヤーとブランドの双方を支えるサービスとなれるよう挑戦します。

以上