



▲廃棄される野菜の外葉を原料としたクレヨン (5階 文具売り場)



▲廃ペットボトルを再資源化した生地から作られた傘 (3階 生活雑貨売り場)



▲珍しい形の観葉植物など通常は取扱いのない植物 (1階 銀座植物園 by the Farm UNIVERSAL Ginza)



▲銀座ロフトの屋上緑地を利用したルーフガーデンでは、社内の皆で栽培や収穫に取り組んでいる



▲循環型経済がコンセプトの服・日用品 (4階 ファッション雑貨 バッグ&トラベル雑貨売場)



▲植物由来のスキンケアやヴィーガンコスメ (2階 美と健康雑貨売り場)

(株)ロフトが提案する、地球に優しいサステナブルな暮らし

雑貨を通して地球や環境のことを考える GREEN JOURNEY 開催!!



▲普段使い出来るアイテム、こだわりの日用雑貨、食品などを集積した1階「super GREEN market」



▲「地球や自然をもっと身近に感じられる暮らし」をテーマに展開した銀座ロフトの「GREEN JOURNEY」

「商品の良さをお客様に伝えるためには、店のスタッフやメンバーの勉強も大切であるため、銀座ロフトではサステナブルな意識を高めてもらうために、体験型の取り組みを行っています」と、(株)ロフト・広報の田中寛子氏はいう。同

銀座ロフトを発信拠点に、サステナブルなネットワークを構築

「商品の良さをお客様に伝えるためには、店のスタッフやメンバーの勉強も大切であるため、銀座ロフトではサステナブルな意識を高めてもらうために、体験型の取り組みを行っています」と、(株)ロフト・広報の田中寛子氏はいう。同
 ンした植物専門店「the Farm UNIVERSAL」のプロデュースのもとに「銀座植物園」を展開。植物を通して環境を考えるものを提案し、国内ではなかなか出会うことができない珍しい観葉植物など、通常は店舗で取り扱いのない植物も売り場に取り入れ、果籠り需要を追い風に、来店者からの反響も非常に大きかった。ここを導入部に5階までの各フロアをまわりやすく構成し、お客様の目線や動きを考慮してイラストやPOPを配したり、商品の間隔をとって区別し目立たせるなど、商品の特徴を伝える工夫を施した。「お客様が手に取って『ここで買いたいな』と思ってくれる売り場づくりを目指しました」と語る田中次長。「POPには実際に食べた使った感想を入れるなど、主観を交えてリアルな情報をお伝えしています」という。また、サステナブルという特徴を押し付けるのではなく、あくまで選ぶ選択肢の一つとして提案している。

「銀座ロフトの店舗全体にわたって、サステナブルなコンセプトにした催事を行うのは今回が初めてです。今回の催事は、各売り場に分散

「本当に良いと思えるものを。伝わりやすく目に見えるかたちに。」
 銀座ロフトの店舗全体にわたって、サステナブルなコンセプトにした催事を行うのは今回が初めてです。今回の催事は、各売り場に分散

銀座ロフトでは、2021年4月20日(火)から5月31日(月)まで、雑貨を通して地球や環境のことを考える催事「GREEN JOURNEY」を開催した。「サステナブル」をコンセプトとして、食品、化粧品、アパレルなどを多数展開し、生活者が環境を考える一つのきっかけになることを目指して行われた。
 銀座ロフトは2017年6月に、ロフトの次世代型旗艦店として誕生。オープン当初からサステナブルを目指した売り場作りをはじめ、様々な試みを行うモデル店舗となつている。客層は30〜40代がメインで、男女比は女性が約7割。週末には銀座の散策を兼ねた来店が大変多く、「バラエティに富む優れた商品と出会えて、かつ敷居が高くないお店」として定評がある。コスメなどの商品分野のリピーターも多く、売り場でサステナブルな傾向の商品揃えに注力してきた。今回の企画も、サステナブルな指向をより強める昨今の消費者のニーズに対応して実施。売り場で地球に優しい暮らしにつながるコンテンツを多様な角度で発信した。

取材に応じてくれた方



(株)ロフト・銀座ロフト次長 田中 由起子氏

店では屋上緑地を利用したルーフガーデンでハーブを栽培し今年で3年目となるが、社員が交代で水やりや植え付けを行う。収穫したハーブは1階のカフェや、店の近隣の飲食施設に提供する。今年からカフェにコンポストを設置して堆肥を作り、屋上の菜園で使用し、店内で循環型の流れを作っているという。社内ではサステナブルに関する法律や、環境問題などの知識の勉強も欠かさないそうだ。
 今後は、日本の地域の魅力を再編集し、産地の生産者や企業と連携した企画を行い、新しい物産店の形も模索していく。
 銀座ロフトが発信拠点となって、商品のメーカーや製品の作り手、関係者につながるサステナブルなネットワークを構築し、「新しい売り場」「新しい物産店」の形を作りたいと同店では語る。また、ロフト全社でもエシカル、エコロジカルな取り組みを強めており、化粧品の使用済容器の回収や、領域ごとに、サステナブルアイテムを集積した展開など全社的に進めていく予定。今後の展開にさらに注目したい。

「お客様の立場に立って、リアルな情報を提供」
 売り場の空間づくりや商品の見せ方では、1階で昨年11月にオープン

「お客様の立場に立って、リアルな情報を提供」
 売り場の空間づくりや商品の見せ方では、1階で昨年11月にオープン

GREEN JOURNEY 開催概要

会場：銀座ロフト1〜5階の各拠点、屋上ルーフガーデン

- 1階：カフェ&フード (メイン拠点 約570種類)
 - ①「super GREEN market」
 - ②「銀座植物園 by the Farm UNIVERSAL Ginza」
 - ③「グリーンカフェ by LOFT FOODLAB」
- 2階：美と健康雑貨売場
- 3階：ファッション雑貨 バッグ&トラベル雑貨売場
- 4階：生活雑貨売場
- 5階：文具売場
- 屋上：銀座ルーフガーデン (一般公開無し)