

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

コーポレート・ステートメント

創造全力、価値共有。つねに、その上をめざして。お客様へ価値を提供し続け、自らを革新し続ける。

② 中長期の経営戦略

1. ワールド・ファッション・エコシステム…

SPARCS構想をライフスタイル・サーキュラー領域に拡張。プラットフォーム機能を強化し、ロス・ムダのない持続可能なファッション産業構築。

3. デジタル事業の拡大

B2Bソリューション：フルフィルメント・デジタルプラットフォーム提供。B2Cネオエコノミー：サーキュラー・エコノミーへの転換でリユース・オフプライス事業展開。

2. ブランド事業の収益性強化

既存店売上前年比100%超を目指し、値引き販売抑制。マーケティング統合・ドレッサーのインフルエンサー化で店舗とEC連携強化。

4. プラットフォーム事業の外部展開

生産・販売・ライフスタイル・シェアードサービスの各プラットフォームをグループ外に提供。OEM・店舗開発・空間創造支援などワンストップサービス実現。

③ 対処すべき課題

① 経営環境の悪化への対応

- ・人口減少・少子高齢化による販売数量減少
- ・海外生産地加工賃上昇・為替変動による仕入価格上昇
- ・人手不足による人件費・物流費増加

② ブランド事業の成長モデル転換

- ・成熟市場での新規出店依存からの脱却
- ・既存ブランド・店舗の付加価値再構築
- ・店舗とECのシームレス提供体制構築

③ デジタル・プラットフォーム事業の収益化

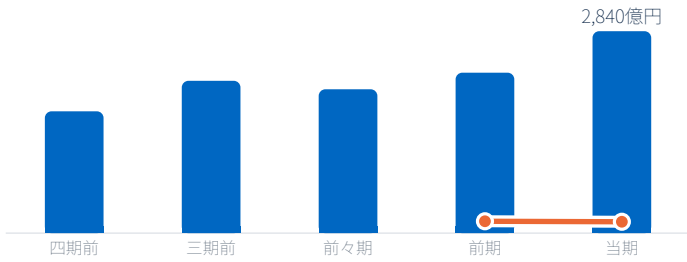
- ・中小企業向け低廉システムの業界基盤化
- ・サーキュラー・エコノミーへのビジネスモデル転換
- ・協業による『つなぎ目のロス』解決

面接で使えるポイント

- ・1992年発表のSPARC構想を進化させ、ワールド・ファッション・エコシステム確立で業界変革に挑戦している。
- ・ブランド事業・デジタル事業・プラットフォーム事業の三本柱で、既存顧客と外部取引先両方への価値提供を実現。
- ・人口減少・競争激化の中で、値引き販売抑制と既存店売上前年比100%超達成で持続的成長を目指す。

証券コード 3612

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

暗記する数字3つ

連結売上高
2,840億円営業利益率
5.6%財務健康度
47点 / 100点

将来性 晴れ / 就活偏差値 45.3（当サイト算出の参考指標）

平均年収
558万円

繊維製品内 31位/49社

平均年齢
43.1歳

繊維製品内 33位/49社

平均勤続
15.2年

繊維製品内 35位/49社

女性管理職
38.9%

繊維製品内 3位/37社

男性育休
100.0%

繊維製品内 9位/29社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース一言

参考: 日本の「良質な古着」をASEANへー ワールド、マレーシアに

