ファッション事業

“お客様視点”で「LIFE&WORK STYLEのAOKI」へ

市場の変化を捉えた商品・サービスの提供に向けて

2005年、環境省主導のキャンペーンであり流行語ともなったクールビズをきっかけに「スーツ離れ」の動きが始まり、近年ではコロナ禍における在宅勤務の広がりによって、さらにその動きが加速しました。現在は、ビジネスシーンでもノーネクタイはもちろん、ワイシャツではなくTシャツを着用するなどのカジュアルスタイルが浸透し、ビジネスウェアの多様化が進んでいると認識しています。このようなビジネスウェア市場の変化に対応した新たな商品やサービスを提供することが今一番の課題と考えています。

一方で、ビジネスウェアの多様化が一気に進んだことで、軽衣料やスラックスといったメンズカジュアルマーケットが拡大しています。また、女性の社会進出を後押しする法改正を背景としたレディースビジネス市場が活性化していることも、当事業にとって大きなビジネスチャンスと捉えています。

株式会社AOKI
代表取締役社長
森 裕隆

お客様の「欲しい」を実現するモノづくり

こうした状況のなか、当事業の基本方針として市場ニーズに応じた品種構成の変革を実施していきます。まず拡大するカジュアルとレディースの両分野に注力してこれらの売上比率を押し上げ、ビジネス・フォーマル分野は現状の売上規模を維持していくことでトータルでの売上アップを狙います。数値目標としては、現在、7:1:2となっているビジネス・フォーマル:カジュアル:レディースの売上構成比率を5:2:3へと移行させ、将来的には4:3:3を目指します。

これを実現するための中核戦略として、お客様の新たなニーズ・ウォンツを満たす商品企画とマーケティングミックスを推進していきます。商品やサービスはもちろん、商品の陳列や接客の内容、さらにはお直しした商品を受け取るための再来店など、ECも含め来店から退店までのあらゆる機会を見直します。また、一方的宣伝という側面が強かったプロモーション活動においても、SNSツールやWEBなどを活用した双方向的なコミュニケーションへと進化させるなど、バリューチェーン全体を対象にしてお客様視点でのモノづくりを強力に推進していきます。

新たな価値の提案に向けたアクションプラン

お客様視点でのモノづくりに向けて現在、新たに3つの具体的施策を推進しています。一つ目がカジュアルとレディースの両分野の成長促進です。特に商品力とマーケティング力を強化するためにファッション業界における有識者を中途採用しました。この成果は2023年の秋冬、遅くとも2024年の春夏シーズンには出せると考えています。また、会員制のモバイルアプリから得たお客様のお声を商品開発にスピーディーに活かすなどの取り組みも開始しています。

二つ目が主力商品であるビジネス・フォーマル分野での新たな挑戦です。ビジネス分野では、約200店舗(2023年7月時点)で展開しているクイックオーダースーツ(QOS)の取り扱い店舗を拡大していきます。お客様に最適な1着が最短4日で仕上がるサービスで、オーダーメイド需要の取り込みを図ります。また、市場でAOKIの認知度が非常に高いフォーマルの分野では、この強みを活かして結婚式用のモーニングコートやタキシードなどをレンタルでご利用いただけるAOKIレンタルサービス(A・R・S)の取り扱い店舗を全店に拡大しました。

三つ目の施策が、ECと実店舗を融合させたOMO※戦略の推進によるお客様の利便性向上です。当事業では、現在もECと実店舗をシームレスにつなぐことでお客様の多様なニーズにお応えしています。例えばORIHICAを中心に展開しているイージーウェブショップ(EWS)というサービスでは、店舗とEC双方の豊富な在庫から商品をお選びいただけるほか、お仕上がり品を受け取るための再来店も不要になるなど、お客様の働き方やライフスタイルに合わせたお買物体験をご提供しています。今後は、こうした仕組みを高度化するため、自社倉庫の拡張投資や、管理コスト削減および作業効率改善に資するシステム投資などを実施し、当事業の強みを活かした挑戦を続けていきます。

※OMO:Online Merges with Offline　オンラインとオフラインの統合

リスク・機会

- コロナ禍で加速したスーツ離れ
- 在宅勤務の定着に伴うビジネスウェアの多様化
- 法改正を背景としたレディースビジネス市場の活性化

施策・方針

- 新たなニーズ・ウォンツを満たす商品企画とマーケティングミックスの推進
- カジュアルおよびレディース分野の成長促進と、ビジネス・フォーマル分野での新たな挑戦
- ECと実店舗の融合推進によるお客様の利便性向上

満足度向上の好循環を創出し持続的成長を実現

今後の中長期的な事業成長を踏まえると、環境保護や人権への配慮はもちろん、人財の確保・育成、活用は最重要テーマになると認識しています。特に、成長戦略の要となるお客様満足度を高めていくためには、従業員エンゲージメントの向上は欠かせない視点です。そのために、従業員エンゲージメントの向上を専任とする部門の立ち上げ、給与や評価、働き方などに関する人事制度改革など、役割・責任・権限の明確化による従業員のモチベーションアップを図り、これを原動力としたお客様満足の向上へ、そしてファッション事業のさらなる成長へとつながるスパイラルアップを創出したいと考えています。「従業員満足とお客様満足は表裏一体である」ということを肝に銘じ、価値ある商品・サービスを提供する「LIFE&WORK STYLEのAOKI」を目指していきます。

TOPIC

ファッションロスを解決し、資源の有効活用にチャレンジ

OKAERI
エコプロジェクト

1996年、日本で初めてウール製品を回収しリサイクルする「AOKI ウール・エコ・サイクル®」プロジェクトをスタート。ファッションロスの削減・資源の有効活用に取り組む “OKAERI(おかえり) エコ プロジェクト”の展開により、ウール製品だけでなくポリエステル製品の回収にも着手するなど、対象や規模を拡大。お客様とともにサステナブル社会の実現に貢献しています。