

# 個人経営のセレクト店と協業 商品生産、専門店へ販売



ワールドアンバーが主催する「I-KITSUKE」の  
デニムワンピース(税抜き5万1000円)

ワールドアンバーの御事業会  
社、ワールドアンバーは24年春  
夏物から、レディスセレクト  
ショップのキック(東京都世田  
谷区)との協業、働く女性に  
向けた新ブランド「I-KITSUKE」  
を販売する。UKE(イキツケ)を販売す  
る。同社の個人経営の専門店と  
の協業は初めて、専門店、百貨  
店の自主生産の場を拡大する。  
ブランドコンセプトは、「リ  
ラッスエレンガンスなヒト・モ  
ノ・オセ(お店)を通じてラ  
イフタールを豊かにする」  
24年春夏物はカットソー製  
品生産、ワンピース、ブラ  
ンパ、パンツ、ワンピース、フ  
ロント、ワンピース、ワンピース  
品生産、全国専門  
店の販売、オリ  
ジナル商品開発、  
立地に合わせたバイ  
イング構成を次  
世代の専門店に向  
けた提案をする。  
山本幸正、親子

# 街の元気の起爆点に 異業種と連携し相乗効果

## 異業種と連携し相乗効果



●毎月の恒例イベントとなり集客が  
増加し続けている「ひなの夜市」  
●イベントやビル建設を通じて街  
づくりを進める安保社長

### 四日市の専門店たまや

同社は93年に四日市市でス  
ーパード用品を扱うスポーツ専  
門店として創業、以降、ス  
ーパードのアパレルやシューズ  
を主力として、現在日永エリアに  
計4棟のビルを持つ「アクシ  
ョンスポーツ専門店」「エポ  
ニ」が主力ビル(延べ床  
面積約3000平方メートル)を  
運営。高感度なディスプレイ、メ  
ンズアパレルをフロアで区切り  
集客する日ながビル(約6000  
平方メートル)のほか、フュー  
チャーの玩具専門店やメンズア  
パレル専門店が集まるベストビ  
ル(約3000平方メートル)、アウ  
トドア専門店「タイズビル」(約6

### コロナ下も成長

同社は93年に四日市市でス  
ーパード用品を扱うスポーツ専  
門店として創業、以降、ス  
ーパードのアパレルやシューズ  
を主力として、現在日永エリアに  
計4棟のビルを持つ「アクシ  
ョンスポーツ専門店」「エポ  
ニ」が主力ビル(延べ床  
面積約3000平方メートル)を  
運営。高感度なディスプレイ、メ  
ンズアパレルをフロアで区切り  
集客する日ながビル(約6000  
平方メートル)のほか、フュー  
チャーの玩具専門店やメンズア  
パレル専門店が集まるベストビ  
ル(約3000平方メートル)、アウ  
トドア専門店「タイズビル」(約6

### 風景をつくりたい

EC施策で売り上げを伸ばす  
一方で、安保副社長は「この日  
永エリアに、アパレルのビルを  
増やしたい」と考えてきた。  
「30年ほど前に商業を始め  
たこの地域の面影が、何となく  
懐かしい」と語り、次世代にも  
つなげたい。しかし大きなレ  
ンダも、ファーストフラッシュ  
オンが当たり前の時代に、三重

### 23年6月期

●パン・パシフィック・インターナシ  
ョナルホールディングス連結  
営業利益1000億円超え  
売上高は1兆9936億円(前期比5.8  
%増)、営業利益1053億円(18.7%  
増)となった。34期連続の増収増益  
となり営業利益は1000億円を超え  
た。ドン・キホーテなどのDS(デ  
ィスカウントストア)事業は既存店  
売り上げが免税売り上げの回復など  
で5.2%増となり、売上高は1兆1774  
億円(7.0%増)となった。オリジ  
ナルの拡大で粗利率が1.4%改善  
の26.4%となり、水道光熱費の上昇  
などを補い営業利益は556億円(53.  
1%増)となって全体を押し上げた。  
ユニーのGMS(総合小売業)  
事業は、既存店売り上げが物価高騰  
に伴う買い控えで2.2%減にとどま  
り、売上高は4619億円(2.3%減)  
となった。ただし営業利益は280億  
円(9.9%増)を確保した。過剰な  
値下げを回避するなど粗利率を  
1.1%改善の34.4%として、人員配  
置の見直しなどで既存店の販売・管  
理費を29億円削減した。衣料品売り  
上げは487億円(2.7%減)だった。  
海外事業はアジア、北米とも2ヶ  
増収ながら営業減益。

### 23年6月期

●パン・パシフィック・インターナシ  
ョナルホールディングス連結  
営業利益1000億円超え  
売上高は1兆9936億円(前期比5.8  
%増)、営業利益1053億円(18.7%  
増)となった。34期連続の増収増益  
となり営業利益は1000億円を超え  
た。ドン・キホーテなどのDS(デ  
ィスカウントストア)事業は既存店  
売り上げが免税売り上げの回復など  
で5.2%増となり、売上高は1兆1774  
億円(7.0%増)となった。オリジ  
ナルの拡大で粗利率が1.4%改善  
の26.4%となり、水道光熱費の上昇  
などを補い営業利益は556億円(53.  
1%増)となって全体を押し上げた。  
ユニーのGMS(総合小売業)  
事業は、既存店売り上げが物価高騰  
に伴う買い控えで2.2%減にとどま  
り、売上高は4619億円(2.3%減)  
となった。ただし営業利益は280億  
円(9.9%増)を確保した。過剰な  
値下げを回避するなど粗利率を  
1.1%改善の34.4%として、人員配  
置の見直しなどで既存店の販売・管  
理費を29億円削減した。衣料品売り  
上げは487億円(2.7%減)だった。  
海外事業はアジア、北米とも2ヶ  
増収ながら営業減益。

### 23年6月期

●パン・パシフィック・インターナシ  
ョナルホールディングス連結  
営業利益1000億円超え  
売上高は1兆9936億円(前期比5.8  
%増)、営業利益1053億円(18.7%  
増)となった。34期連続の増収増益  
となり営業利益は1000億円を超え  
た。ドン・キホーテなどのDS(デ  
ィスカウントストア)事業は既存店  
売り上げが免税売り上げの回復など  
で5.2%増となり、売上高は1兆1774  
億円(7.0%増)となった。オリジ  
ナルの拡大で粗利率が1.4%改善  
の26.4%となり、水道光熱費の上昇  
などを補い営業利益は556億円(53.  
1%増)となって全体を押し上げた。  
ユニーのGMS(総合小売業)  
事業は、既存店売り上げが物価高騰  
に伴う買い控えで2.2%減にとどま  
り、売上高は4619億円(2.3%減)  
となった。ただし営業利益は280億  
円(9.9%増)を確保した。過剰な  
値下げを回避するなど粗利率を  
1.1%改善の34.4%として、人員配  
置の見直しなどで既存店の販売・管  
理費を29億円削減した。衣料品売り  
上げは487億円(2.7%減)だった。  
海外事業はアジア、北米とも2ヶ  
増収ながら営業減益。

### 23年6月期

●パン・パシフィック・インターナシ  
ョナルホールディングス連結  
営業利益1000億円超え  
売上高は1兆9936億円(前期比5.8  
%増)、営業利益1053億円(18.7%  
増)となった。34期連続の増収増益  
となり営業利益は1000億円を超え  
た。ドン・キホーテなどのDS(デ  
ィスカウントストア)事業は既存店  
売り上げが免税売り上げの回復など  
で5.2%増となり、売上高は1兆1774  
億円(7.0%増)となった。オリジ  
ナルの拡大で粗利率が1.4%改善  
の26.4%となり、水道光熱費の上昇  
などを補い営業利益は556億円(53.  
1%増)となって全体を押し上げた。  
ユニーのGMS(総合小売業)  
事業は、既存店売り上げが物価高騰  
に伴う買い控えで2.2%減にとどま  
り、売上高は4619億円(2.3%減)  
となった。ただし営業利益は280億  
円(9.9%増)を確保した。過剰な  
値下げを回避するなど粗利率を  
1.1%改善の34.4%として、人員配  
置の見直しなどで既存店の販売・管  
理費を29億円削減した。衣料品売り  
上げは487億円(2.7%減)だった。  
海外事業はアジア、北米とも2ヶ  
増収ながら営業減益。

# 業界団体 トップに聞く



日本ボディファッション協会(NBF)  
塚本能交会長

# 消費者接点、商品開発を強化

### 消費生活変化が好機

生活様式変化が好機  
商品開発は、コロナ後の生活  
様式の変化を大きなチャンスと捉  
え、顧客ニーズに応える各社の新  
製品開発に期待しています。  
NBFの取り組みは、  
製造現場の人材不足は深刻で  
す。一定の専門性・技能を有す  
る外国人を受け入れを目的とし  
る特定技能制度への積極的推進  
業を追加してもらうことは喫緊の  
課題です。他の繊維業界団体と力  
を合わせて働きかけていきます。

### 消費生活変化が好機

生活様式変化が好機  
商品開発は、コロナ後の生活  
様式の変化を大きなチャンスと捉  
え、顧客ニーズに応える各社の新  
製品開発に期待しています。  
NBFの取り組みは、  
製造現場の人材不足は深刻で  
す。一定の専門性・技能を有す  
る外国人を受け入れを目的とし  
る特定技能制度への積極的推進  
業を追加してもらうことは喫緊の  
課題です。他の繊維業界団体と力  
を合わせて働きかけていきます。

### 消費生活変化が好機

生活様式変化が好機  
商品開発は、コロナ後の生活  
様式の変化を大きなチャンスと捉  
え、顧客ニーズに応える各社の新  
製品開発に期待しています。  
NBFの取り組みは、  
製造現場の人材不足は深刻で  
す。一定の専門性・技能を有す  
る外国人を受け入れを目的とし  
る特定技能制度への積極的推進  
業を追加してもらうことは喫緊の  
課題です。他の繊維業界団体と力  
を合わせて働きかけていきます。

### 消費生活変化が好機

生活様式変化が好機  
商品開発は、コロナ後の生活  
様式の変化を大きなチャンスと捉  
え、顧客ニーズに応える各社の新  
製品開発に期待しています。  
NBFの取り組みは、  
製造現場の人材不足は深刻で  
す。一定の専門性・技能を有す  
る外国人を受け入れを目的とし  
る特定技能制度への積極的推進  
業を追加してもらうことは喫緊の  
課題です。他の繊維業界団体と力  
を合わせて働きかけていきます。

# アパレルグッズ小売り

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

百貨店・量販店、専門店をはじめ  
既存販路は順調に回復し、近年  
は各社が直営店舗やECを伸ばし  
ています。OEM(単発生産)

## 24年度 採用予定者新入社員教育のご案内

### -- 織研新聞自宅購読とセミナー活用 --

織研新聞社は、入社前からの人材育成を確実にフォロー致します。

#### 3つのメリット

- ①ファッションビジネス業界の基礎知識の習得
- ②リアルタイムでファッションビジネス業界の変化を捉える
- ③必要な情報を選択する能力が身につく

ファッションビジネス業界で働く人材の教育には、織研新聞紙及び織研電子版の個人購読が効果的です。本紙を自宅購読される方には無料で織研電子版が閲覧でき、検索や記事保存が簡単にできます。ファッションビジネスに特化したニュースを報道している織研新聞を毎日自宅でご覧いただくことにより、上記3つのメリットがあります。

変化のスピードが極めて早いファッションビジネスで働く人材には、市場の動向やトレンドの流れなどを見極め、必要な情報を収集・分析することのできるスキルが何より重要です。入社前から入社後の新入社員教育のための購読プログラムをお勧め致します。

#### 内定者向け本紙自宅購読プログラムフローチャート

貴社 → 企画提案・テキスト送達 → 織研新聞社 → 読者配達先名簿送付・購読料支払 → 織研新聞社 → 配送依頼 → ASA (朝日新聞販売所) → 織研新聞電子版 → 織研新聞自宅購読 (一定期間) → 貴社 → レポート提出 → 新入社員セミナー → 採用予定者・新入社員

## 紙面企画

### FBプロフェッショナルへの道

～ 明日のために ～

例年秋から翌年夏まで連続して定期掲載する内定者、新入社員向けの特別企画です。ファッションビジネス業界の構造を素材・製造業～アパレル～小売業など各流通段階の解説ページ、接客やMDの基本、押さえておくべきファッション業界のニュース解説まで、日々のニュースページの報道とは別に、分かりやすく業界の全体像を学べる企画を毎月2回のペースで掲載します。

## 2つの特典

### 自宅購読制度を採用いただいた企業の採用予定者/新入社員の戦力アップを強力にバックアップする

特典① 織研新聞を読みこなすために最適な副読本をプレゼント!!  
自宅購読制度を導入いただいた企業の採用予定者の方には業界の基礎知識を学べる「ファッションビジネスガイド」をプレゼントいたします。

特典② セミナー無料ご招待!!  
織研新聞の自宅購読採用企業で、購読期間が6か月以上の新入社員は、織研新聞主催のWebセミナーに無料ご招待します。

#### セミナー内容

- ◆ファッションビジネス業界の現状(予定)  
ファッションビジネスの現状を消費トレンドやライフスタイルの変化に基づき解説
- ◆自分を輝かせる仕事の仕方(予定)  
身につけた知識・マナー、仕事の進め方を学び、フロンタックの新入社員を目指す
- ◆ファッショントレンドの最前線(予定)  
パリ、ミラノ、NY、ロンドン、東京などの世界の最先端のトレンドを報告し、ファッショントレンドの基本を解説

2024年 Webセミナー日程 ◆ 2024年4月上旬(予定)

#### 織研新聞/購読料(税込)

本紙電子版セット	電子版単体
1ヵ月4,629円	1ヵ月2,992円

※購読料請求書については、毎月の購読料金額をその月の10日前後に発行致しますので、お支払いは貴社の支払い指定日に合わせてお振り込みください。詳しくは各事業所へお電話お問い合わせください。

【本紙電子版セットお一人】  
4,629円×6ヵ月=27,774円

【電子版単体お一人】  
2,992円×6ヵ月=17,952円

織研新聞社 / 本社:TEL.03(3639)8030 大阪支社:TEL.06(7639)0570 名古屋支社:TEL.052(231)2600  
<https://www.senken.co.jp>