

しまむら広告宣伝部

こんな人に向いています

- 流行やSNSなど話題性に敏感で、世の中のトレンドをキャッチできる人
- 商品知識を生かし、バイヤーの想いを宣伝に反映したい人
- 多くの関係者を巻き込み、主体的にプロジェクトを進めたい人

身につくスキル

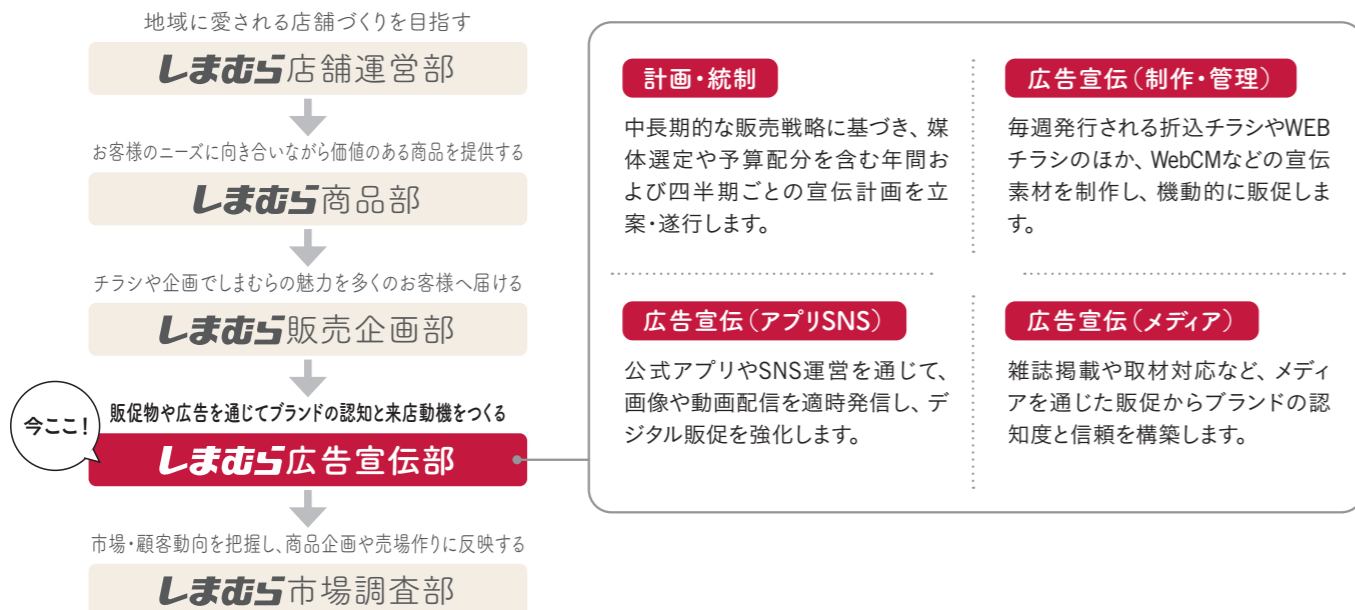
流行の芽をヒットに変える
分析力

ときめきを伝える
表現力

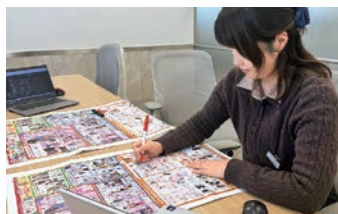
メディア横断で描く
企画力

周囲を巻き込む
調整力

〔しまむらにおける役割〕



どんな部署? 社外への情報発信を通じ、来店動機を高める



しまむらの商品やサービスを、さまざまなメディアを通じて発信し、集客から購入へとつなげることで売上・客数計画の達成を支える部署です。毎週発行するチラシやWebCM、SNSなどを活用し、商品の魅力を最大限に伝えます。商品部と密接に連携し、流行や気候の変化に合わせた最適なプロモーションを企画・実行します。お客様の認知を獲得し、店舗へ足を運んでいただくきっかけをつくり出します。ワクワクを届け、しまむらのファンを増やすことが私たちのミッションです。

しまむら広告宣伝部のお仕事

挑戦できること!

1 SNSや動画を通じた「次世代のファンづくり」

公式SNSの運営やWebCM(動画)制作を行い、しまむらの魅力をダイレクトにお届けします。プライベートブランドやインフルエンサーとのコラボ、キャラクター企画といった「今のしまむら」を、SNSなどデジタル媒体を駆使して発信し、幅広い層の来店動機を創出する、最先端の販促に挑戦できます。

2 商品部と連携した「販促効果の最大化」

バイヤーと密に連携し、チラシ掲載商品の選定から見せ方までを設計します。年間の販促スケジュールを企画・立案し、「どの商品をいつ・どう届けるか」を最適化することで、集客と売上計画の達成に貢献します。商品知識を生かし、現場と宣伝を繋ぐ司令塔としての役割を担います。

デジタルとアナログを融合させ、さまざまな顧客接点を創出する

WebCM(動画)やホームページ・アプリなど、デジタル領域の販促を幅広く担当しています。チラシだけでは表現しきれない、商品の機能性や着用感を動画やホームページで補足することで、お客様の購買意欲を高めます。数字を分析し、自ら判断して実行できることが面白いです。



主幹
K.A.さん

バイヤー経験を生かし、「売れるチラシ」を機動的に作る

バイヤー経験を生かし、現在はチラシ制作を担当しています。掲載商品が売上に繋がるように演出やレイアウト調整を行います。サプライヤーやバイヤーと密にコミュニケーションを図り、意見交換することで、売れるチラシになるようにしています。



主任
Y.S.さん

ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メールチェックや当日のスケジュール確認を行います。
- 9:00 **分析**
週の売上状況やチラシ消化率、天気予報の確認をします。
- 11:00 **宣伝会議**
役員、商品部とチラシ掲載商品を決める会議を行います。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **出稿準備**
宣伝会議で役員承認を得た商品の撮影依頼をサプライヤーに行い、チラシの構成について打合せを行います。
- 15:00 **チラシ監修確認**
チラシ掲載における監修状況をバイヤーに確認します。
- 17:30 **チラシ校了**
翌週打出しのチラシ最終確認を行い、校了します。
- 17:45 **退社**

【部長メッセージ】

しまむら広告宣伝部は、商品の魅力やサービスなど“ワクワク”をお客様にお届けする部署です。チラシやSNS、WebCMなど様々な方法で企画を立て情報をお客様にお届けし、それが集客や売上に繋がり成果として表れます。多くの商品やトレンドに触れながら、自分たちもワクワクしながら企画作りを経験出来るやりがいのある部署です。



部長 T.T.さん

バースデイ広告宣伝部

こんな人に向いています

- 「日本一のベビー用品店」を発信でつくり上げたい熱意がある人
- SNSや情報に敏感でお客様の「今、ほしい」を形にしたい人
- 実験と検証を繰り返し、数値結果を楽しむ行動力がある人

身につくスキル

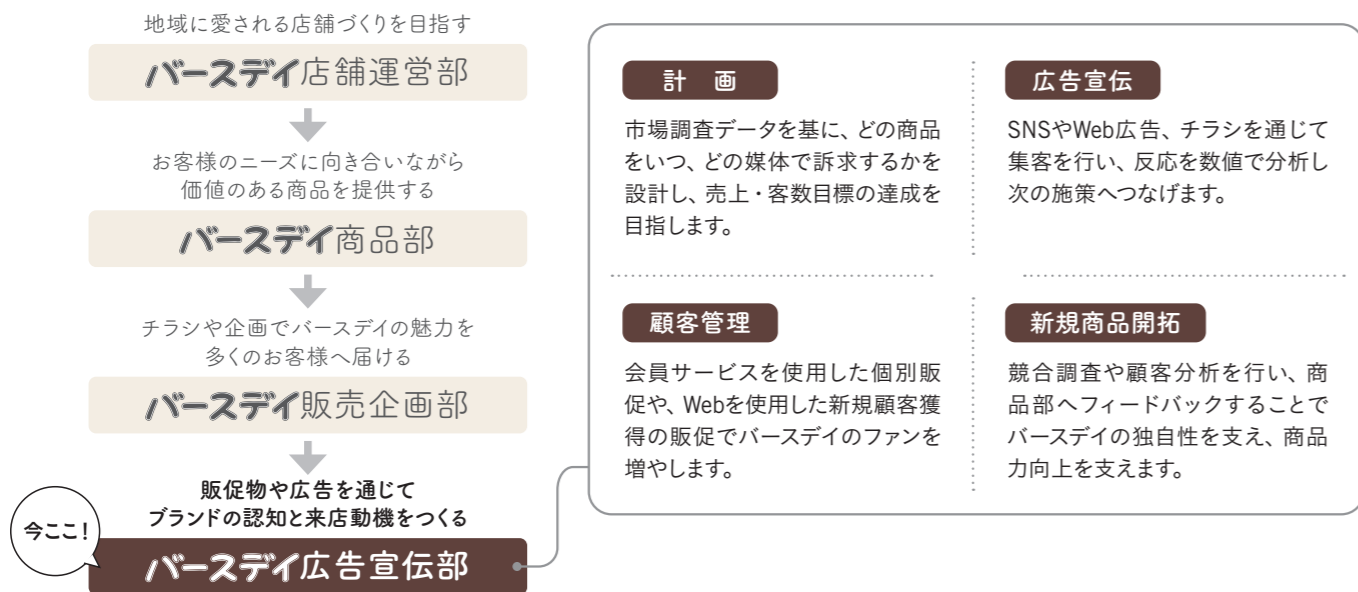
市場や顧客を捉える
分析力

広告の最適化に向けた
マーケティング力

心に刺さる制作を行う
クリエイティブ力

複雑な工程を逆算する
スケジューリング力

[バースデイにおける役割]



どんな部署?

「分析」を武器に市場を奪う。客数増を牽引する成長のエンジン



検索ワードやSNSのトレンドから「今、親御さんが求めていること」を分析し、チラシやSNSで最適な情報を届ける部署です。最大の特徴は、広告宣伝部内に「市場調査機能」を持ち、分析結果をスピーディーに施策へ反映できること。例えば、「水着は夏」という常識にとらわれず、気温の変化や検索上昇に合わせて冬場にリゾート需要を喚起するなど、データに基づいた攻めの販促を展開します。宣伝投資をダイレクトに来店(客数)へ繋げ、競合から市場シェアを奪い取る、事業成長のエンジンとなる役割です。

バースデイ広告宣伝部のお仕事

挑戦できること!

1 内製だから「雨の日」も商機に。即断即決のスピード感

外注任せにせず、SNS画像などを自ら制作・配信します。「明日、雨ならレイングッズを」「寒波が来るならアウターを」と、天候に合わせて数日で販促を打つことも。優先順位は「何が売上に繋がるか」。自分の判断と制作スキルで、リアルタイムに来店動機をつくれるダイナミックな仕事です。

2 「選ぶ基準」を言葉にする。ママの迷いを消す翻訳者

専門用語を並べるのではなく、初めてのママにも伝わる言葉へ「翻訳」します。チャイルドシートなら「付け替えが多い人はこれ」など、スペックではなく利用シーンで提案。バイヤー経験や顧客視点を生かし、お客様の迷いを「これなら安心」という確信に変える情報を発信します。

フォロワー100万人の熱量に比べて、全部署を繋ぐ「ハブ」

原動力は、SNSに届く「絶対買います!」という親御さんの熱い声です。急な寒さなど、家族の「今」に必要な情報を即座に届けるため、他部署経験を生かして全部署を調整します。社内をスピーディーに巻き込み、ブランドと親子の生活をシクロさせる役割です。

主幹
C.Aさん



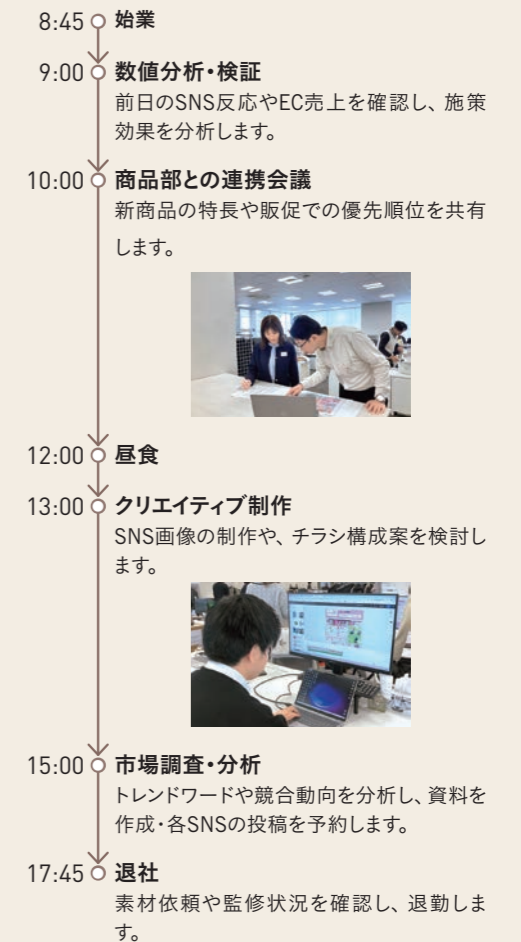
ママ目線の「翻訳」で、初めての育児に安心を

「親子の毎日を彩りたい」という熱意を知る元バイヤーだからこそ、商品のどこが一番の売りかを捉え、お客様目線で伝えることを大切にしています。自分の工夫が反響として返ってきた時、数字の向こう側で、多くの家族の幸せな瞬間に立ち会えたような喜びを感じています。

主任
M.Kさん



ある1日の仕事



[部長メッセージ]

広告宣伝部は、事業成長の鍵である「客数」を自らの仕掛けで増やす司令塔です。SNSの反応や来店数という結果がすぐに返ってくるため、スピード感を持ってPDCAを回せます。データと感性を武器に市場シェアを拡大して、「日本一のベビー子ども用品店」への道を共に切り拓く仲間を求めています。

部長 Y.Tさん

