



しまむらグループ

知れば知るほど、しまむらは面白い

しま

ジョブ

しまむらグループお仕事紹介 BOOK



2026年4月発行

しまジョブ

発行: 株式会社しまむら 人材開発部

企画編集・制作支援: 日本ビジネスアート株式会社 〒104-0061 東京都中央区銀座6-17-1 銀座6丁目-SQUARE 11階

※本書に掲載された文章・写真等の無断転載は禁じます

はじめに

しまむらで働くみなさんへ

しまむらで働く面白さを見つけよう

『しまジョブ』は、しまむらにどんな仕事があり、
どんな人たちがどんな想いでその役割を担っているのかを知ってもらうために作成しました。

「しまむらで働く」と聞いて、どんな仕事を思い浮かべますか？

実は、想像以上に多彩な仕事が広がっています。

商品を選ぶ仕事。

売れる仕組みを考える仕事。

物流を効率化する仕事。

新しい店舗を生み出す仕事。

会社の未来を描く仕事。

しまむらにはなぜこんなに幅広い仕事があるのでしょうか。

それは、創業以来「自分たちで考え、ゼロから仕組みをつくる」

ことを大切にしてきたからです。

地域に暮らす人たちが、無理のない価格でおしゃれを楽しめるように。

お店の場所選びから、商品の仕入れ、物流、販売まで、

すべて自分たちで仕組み化してきました。

ローコストで商品を提供できる体制を自分たちの手で築いてきたのです。

「どうすればもっと良くなるか」を自分で考え、

実際に試して、仕組みにしていって、“自前主義”が、しまむらで働く面白さの源です。

この冊子では、部署ごとに仕事の中身を紹介しています。

ページをめくってください。

各部署のつながりを知ること、

今よりもっと、あなたにとってのしまむらが面白くなるはずです。



しまむらで働く

多様な経験から、自分だけの強みを見つける

しまむらには、多くの専門部署が広がっています。



部署ごとの仕事の中身を見てみよう！

しまむら

しまむら独自のストーリーづくりによって
日々の暮らしに「ワクワク」を届ける

【ブランドコンセプト】

衣料品から寝具、インテリアまで揃う「総合衣料品店」として、最新のトレンドと実用性を両立した商品を展開しています。宝探しのよ
うな「ワクワクする買い物の楽しさ」を提供し続けています。

しまむらが生まれた理由

「おしゃれ」を楽しめる日常をつくる

1953年に「島村呉服店」として創業しました。当時はおしゃれな服を買うために都心まで出向く必要があり、郊外の主婦たちは家計を優先して自分の楽しみを後回しにしがちな環境にありました。そのような女性たちに「もっと気軽におしゃれの楽しさを提供したい」という想いが、**しまむら**の原点です。百貨店等に劣らない品質でトレンド商品を、独自のローコストオペレーションによって「安心価格」で提供。今では地域の生活を支える「衣料品の社会インフラ」となっています。

ターゲット層

20代～60代の女性を中心に、その家族全員へ価値を提供

日常におしゃれを取り入れたいと願う20代から60代の女性と、その家族がターゲットです。出店場所にかかわらず、どの年代のお客さまも「見て、触れて、楽しく選べる」体験を重視しており、家族全員の多様なライフスタイルに寄り添う高感度・高品質な商品を低価格で提供しています。

取り扱い商品

家族の生活を網羅する、1店舗あたり約40,000点の豊富な品揃え

婦人・紳士・子ども衣料、肌着、寝具、インテリア、雑貨など。自社開発のPBを含む約40,000点ものアイテムを少量多品種で取り揃えています。



【部門一覧】

地域に愛される
店舗づくりを目指す

しまむら店舗運営部

p8

お客様のニーズに向き合いながら
価値のある商品を提供する

しまむら商品部

p10

チラシや企画でしまむらの
魅力を多くのお客さまへ届ける

しまむら販売企画部

p14

販促物や広告を通じて
ブランドの認知と来店動機をつくる

しまむら広告宣伝部

p16

市場・顧客動向を把握し、
商品企画や売場作りに反映する

しまむら市場調査部

p18



しまむら販売企画部

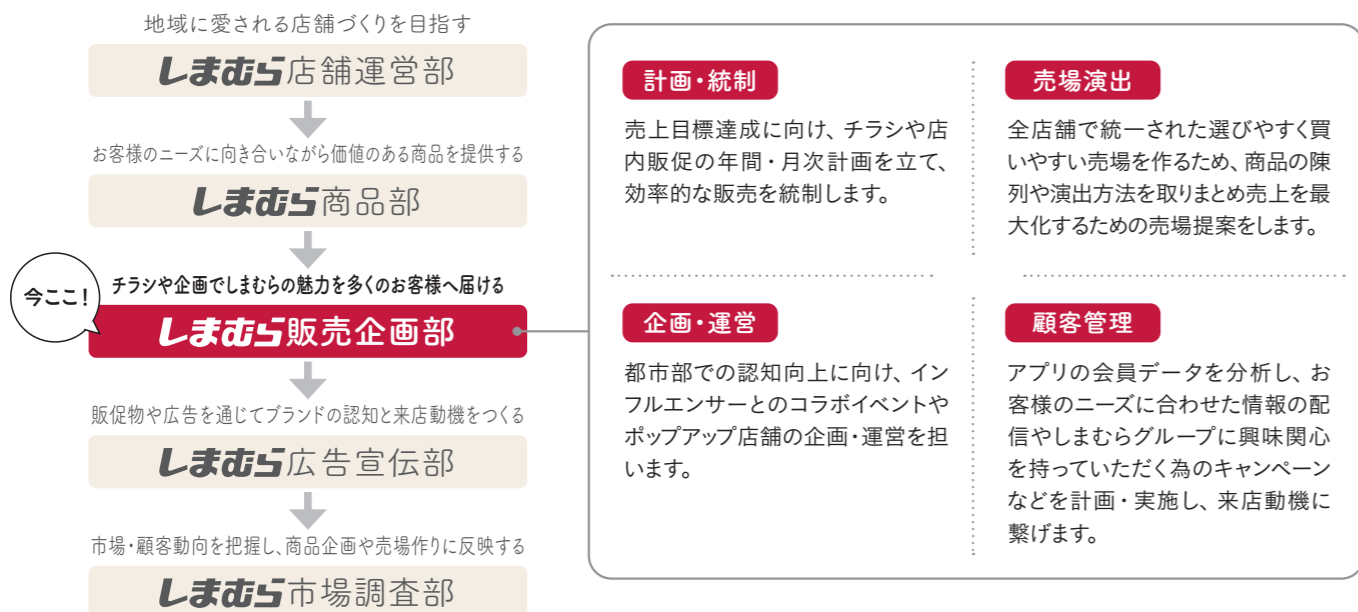
こんな人に向けています

- 高品質で低価格な商品の魅力を、誰よりも熱意をもって伝えたい人
- 紙販促からデジタル販促への転換期を、自ら動かしてみたい人
- 変化を繰り返す消費者行動を楽しみ、柔軟に対応できる人

身につくスキル

- 「ワクワク」を形にできる
売場演出の
提案力
- データをお客様の
「欲しい」に変える
分析力
- 全社を巻き込む
プロモーション推進力
- DXと内製化で
利益を生む
コストマネジメント力

〔しまむらにおける役割〕



どんな部署？

「お買い物のワクワクや商品の魅力」を届ける、販売の司令塔



しまむら事業の販売力を最大化させる「販売の司令塔」です。膨大な商品の中から、お気に入りを見つける「宝探しのワクワク感」や、高品質・高機能なPB商品の「魅力」を、チラシや店内販促物、アプリなどを通じてお客様へ届けています。さらに、全国約1,400店舗の社員が誰でも同じように魅力的な売場作りが出来るように、週ごとの陳列依頼や「店舗の顔」であるウィンドウディスプレイも管理しています。効率的な運営を支えながら、最新のデジタル技術を活用して、お客様が「買うきっかけ」づくりをしています。

しまむら販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 「お客様一人ひとりに「ワクワク」を届ける

店内販促だけでなく、アプリを活用したパーソナライズ販促にも挑戦できます。膨大な顧客データを分析し、お客様一人ひとりに「今欲しい情報」をピンポイントで届けることで、何度もしまむらに行きたくなる「ワクワク」を生み出します。

2 DXを推進し、売場の「ワクワク」をアップデートする

デジタルサイネージや内製化を拡大している動画コンテンツを活用し、天候や気温に合わせたリアルタイムなデジタル販促に挑戦していきます。しまむら1,400店舗の各店舗ごとに合わせて、最新技術でご来店いただいたお客様に常に「ワクワク」をお届けする面白さがあります。

顧客データを活用し、しまむらグループの「利用者」を「ファン」に変える

顧客データ分析でお客様の潜在的なニーズを探り、個別販促やサービス提供、商品政策に寄与します。個々に合わせたアプローチで、しまむらグループを長く愛用していただけるファンの醸成を目指します。お客様との相思相愛をデザインするクリエイティブな仕事がこのチームの魅力です。

主幹
S.Oさん



デジタル販促を活用し、来店されたお客様に「ワクワク」を届けるためにデジタル化を推進

デジタルを活用した販促手法は日々進化しており、26年度中に全店へデジタルサイネージを導入します。従来の発想にとらわれず、柔軟な発想で新しいアイデアを具体化し、デジタル販促を通して全国のしまむらに「ワクワク」を届けていくことがやりがいです!

主任
Y.Yさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メールチェックやスケジュールの確認を行います。
- 9:00 **コンテンツ配信準備**
デジタル販促の配信スケジュール立案、配信内容を確認します。
- 10:00 **店舗確認**
実際に店舗でお客様、売場、販促物の状況を確認します。問題点は即時改善するよう改善案を実行します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **コンテンツ制作打合せ**
制作担当者とデジタルサイネージやまんが動画のコンテンツ内容について、打合せをします。
- 15:00 **商談**
サプライヤーとデジタルサイネージの配信システムや、デジタルサイネージ設置工事のスケジュールについて打合せをします。
- 17:45 **退社**

【部長メッセージ】

しまむら事業の「当たり前を改める」ことが使命です。近年では「超サプライズセール」で、全部署と連携し過去最高となる1日売上約40億円を達成しました。また、デジタル販促や店舗DX化など常に新しいことにチャレンジしながら、しまむらならではの価値を届け続けていきます。

部長 K.Tさん



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

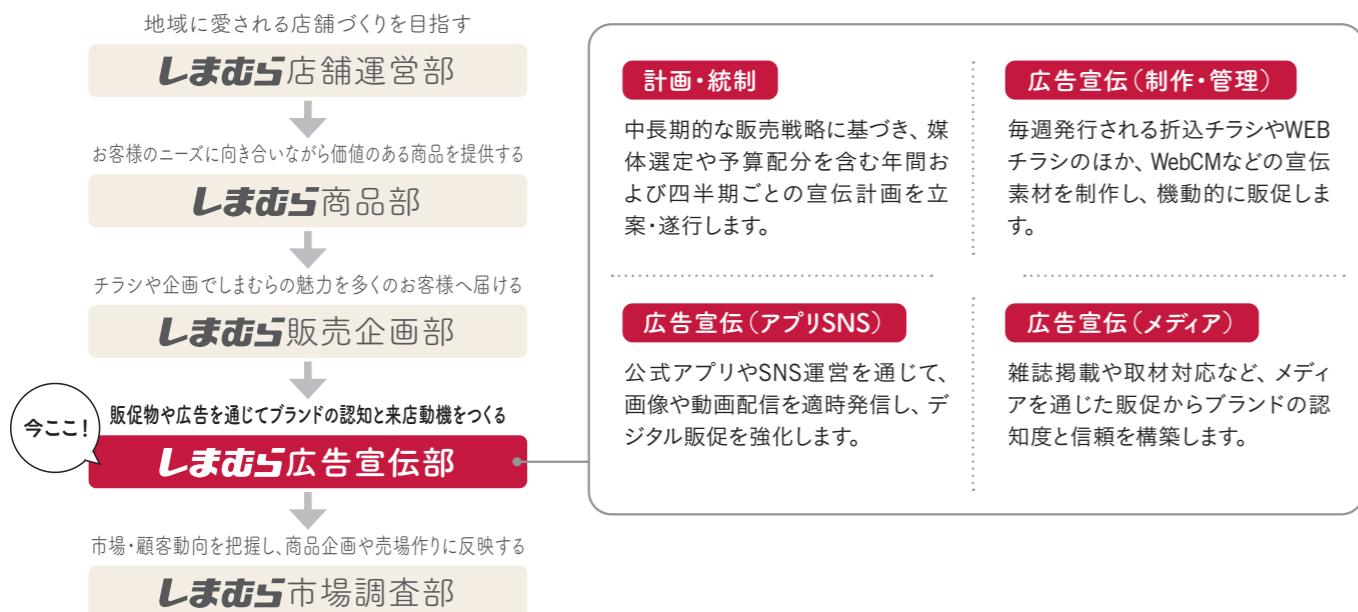
流行の芽をヒットに変える
分析力

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〕



計画・統制

中長期的な販売戦略に基づき、媒体選定や予算配分を含む年間および四半期ごとの宣伝計画を立案・遂行します。

広告宣伝(制作・管理)

毎週発行される折込チラシやWEBチラシのほか、WebCMなどの宣伝素材を制作し、機動的に販促します。

広告宣伝(アプリSNS)

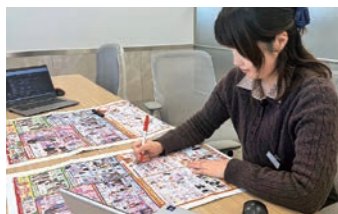
公式アプリやSNS運営を通じて、画像や動画配信を適時発信し、デジタル販促を強化します。

広告宣伝(メディア)

雑誌掲載や取材対応など、メディアを通じた販促からブランドの認知度と信頼を構築します。

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

アベイル

最新トレンドからベーシックまで、
幅広いファッションをリーズナブルに楽しむ

【ブランドコンセプト】

アベイルは、「今を着る。」をコンセプトに、最新のトレンドファッションからベーシックまで、幅広いテイストのアイテムをリーズナブルな価格で提供するヤングカジュアルの専門店です。衣料品だけでなく、シューズや服飾雑貨、インテリアまで、自分らしいトータルコーディネートを提供します。

アベイルが生まれた理由

若者の日常を彩り、ファッションの楽しさを広める

1997年に1号店を開設したアベイルは、しまむらグループの多様な事業展開の一翼を担うブランドとして誕生しました。変化の激しいヤング層の感性を敏感に捉え、ストリートやフェミニンなど多彩なスタイルをスピード感を持って提供。単なる流行の追求ではなく、お客様一人ひとりが自分らしい「今」を表現できる場を創造することを目指しています。

ターゲット層

10代～40代の女性・男性へ、トレンドのスタイルとワクワクを提供

主な顧客層は10代から40代の女性・男性。「最新のトレンドをいち早く取り入れたい」「トータルで揃えたい」といったニーズに応えます。人気キャラクターやインフルエンサーとも積極的にコラボし、常に鮮度の高い「自分だけの1着」を見つけられます。

取り扱い商品

衣料からシューズ、人気のキャラクターグッズまで揃う多彩な品揃え

レディース・メンズ衣料を中心に、シューズ、服飾雑貨、下着、特定のファン層に支持されるキャラクター商品やインテリア雑貨まで、約30,000点のアイテムを展開しています。



【部門一覧】

地域に愛される
店舗づくりを目指す

アベイル店舗運営部

p22

お客様のニーズに向き合いながら
価値のある商品を提供する

アベイル商品部

p24

アベイルの魅力をチラシや販促物・
広告を通じて多くのお客様へ届ける

アベイル販売企画部

p28



アベイル店舗運営部

こんな人に向けています

- トレンドやキャラクターに関心があり売場演出を楽しめる人
- 既成概念に捉われず売場作りを追求したい人
- 幅広い世代の社員と向き合い主体性を引き出せる人

身につくスキル

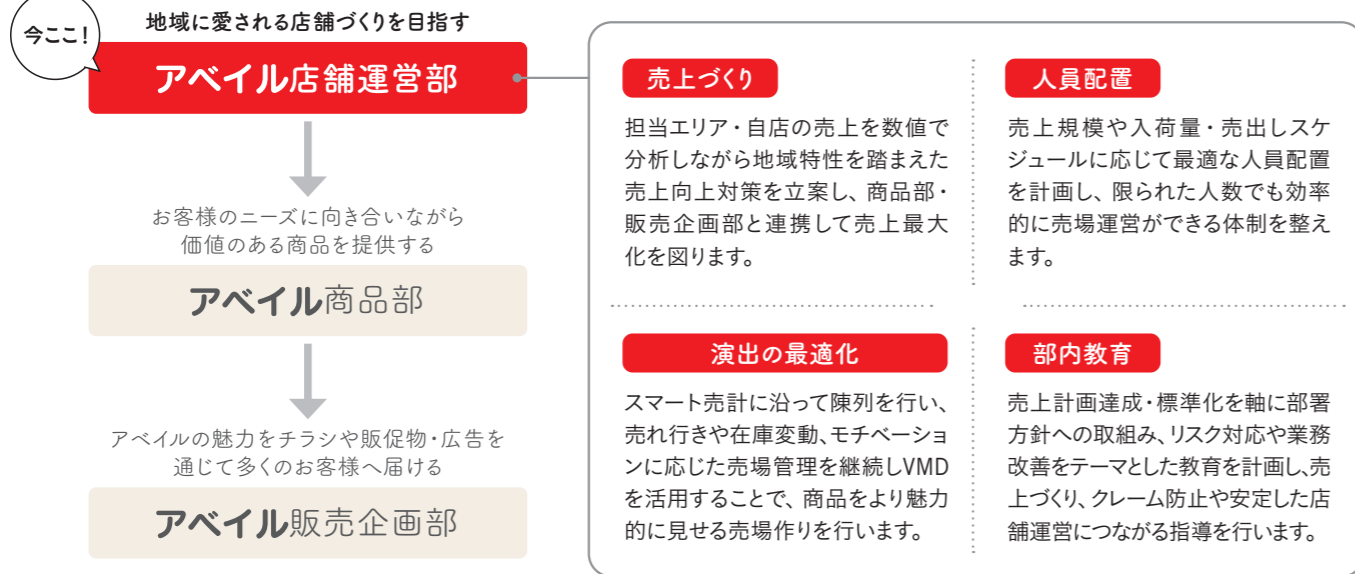
数値に基づき論理的に判断する
分析力

購買意欲を高める高度な
VMD技術力

多様な人材をまとめる
組織運営力

リスクを予測し未然に防ぐ
リスクマネジメント力

[アベイルにおける役割]



どんな部署?

ブランドを売場で表現する演出のプロ集団



アベイル店舗運営部は、アベイルの事業コンセプトである「今を着る。」を、店舗という空間で具現化する役割を担う部署です。トレンド商品のテイストや商品特性に応じた演出を重視し、高度なVMDを駆使してお客様が思わず商品に触れたいくなる「タッチ率」の高い売場作りを追求しています。独自ブランド(JB)やキャラクターを軸にした演出、SNSでの拡散を意識した仕掛けを店舗で工夫して実行できる点も特徴です。社員一人ひとりの創意工夫により、トレンドの空気感を体感できる場を生み出し、ブランド体験の最前線を担っています。

アベイル店舗運営部のお仕事

挑戦できること!

1 専門店の完成度を高める VMDと数値管理の融合

マネキンのコーディネートや小物使いなど着用感の演出にこだわり、商品を「見せて触ってもらう」売場を作ります。VMDの知識を生かしつつ、部門別売上等の数値分析から戦略的に売場の完成度を高める力が身につきます。

2 現場独自の判断による ライブ感あふれる集客施策

SNSで話題のキャラクター情報をもとに、来店増加を見据えた行列予測や整理券対応などの運営判断も行い、販促物の加工や店内の撮影OKスポットづくりなど、SNSで拡散される仕掛けを自ら考え、その反応をダイレクトに感じられる点が大きな魅力です。

「傾聴」と「数値」で、人と組織が動く瞬間をつくる

ブロックマネージャーの醍醐味は、人が変わり組織が動く瞬間に立ち会えることです。傾聴と信頼関係を基に数値を根拠に示すことで社員の自発的な行動を促し、人と数字の両面から店舗を前進させ、日々の成長を確かに支えられることに大きなやりがいがあります。

ブロックマネージャー Y.Mさん



自ら提案したコーディネートが完売する喜びと、部下の成長が最大のやりがい

自分が考えたコーディネートが売れていく瞬間は、大きな達成感があります。朝礼で役割を明確にし、売場の理想を共有することでチームが一体になる手ごたえを感じています。また、社員の成長を間近で感じられることが、店長として最大のやりがいです。

店長 Y.Tさん



ある1日の仕事

- 9:45 始業
- 10:00 端末確認・店出し
端末で依頼確認、検収や店出し、月曜日は売上数値分析を実施します。
- 13:15 昼食
- 14:30 売場確認
依頼書の実施状況等作業進捗状況を確認し、作業優先順位を指示します。
- 16:45 精算
当日売上金および金庫内金銭在高を確認します。
- 17:15 しまナビ作成
ブロック内で提案された「しまナビ」の確認と作成を行います。
- 18:15 改善提案申請
社員から提出された改善提案の確認と申請を行います。
- 18:55 閉店準備
店舗内外の最終確認を実施します。
- 19:15 退社

[部長メッセージ]

「今を着る。」を売場で体現し、お客様に“ワクワク”を届ける部署です。VMDやキャラクター演出など現場発の工夫を大切にし、社員一丸となって、ワクワクする売場作り挑戦し続けています。じっくり考え、自分のアイデアを形にしたい方に最適な環境です。

部長 Y.Hさん



アベイル商品部

こんな人に向けています

- 流行の変化に敏感な人
- 数字を見ながら、感覚も大切にできる人
- 現場目線で改善を実行できる人

身につくスキル

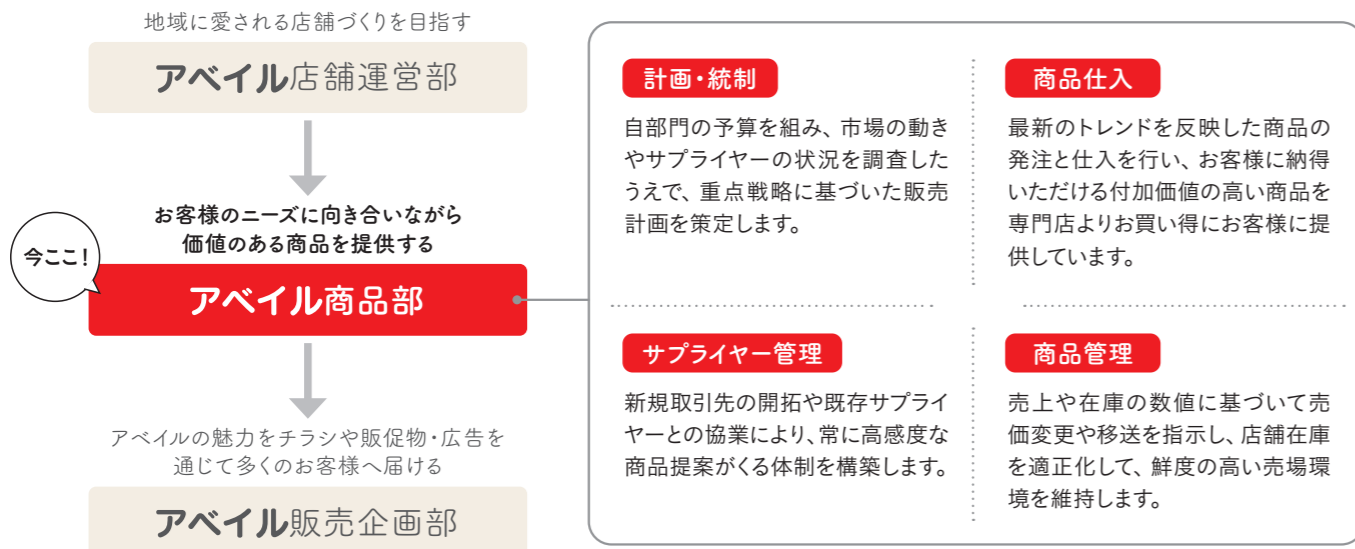
市場の潮流を先読みする
分析力

全国規模の在庫を緻密に操る
商品管理能力

取引先と独自の価値を共創する
高い交渉力

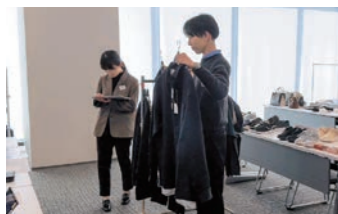
現場目線で非効率を徹底排除する
設計力

[アベイルにおける役割]



どんな部署?

独自の価値で「今着たい」を形にするプロ集団



アベイル商品部は、10代~30代を中心とした若年層に向けた、トレンドを取り入れたウェア・服飾雑貨を中心に企画・仕入・管理します。特徴は、変化の激しいトレンドを敏感に察知し、スピーディーに商品化することで、「アベイルに行けば欲しいものが見つかる」という期待に応えています。バイヤーが市場調査やSNS分析に基づいて商品を形にし、コントローラーが全国約300店舗の在庫を最適化する。これにより、競合他社にはない「スピード感とトレンド反映力」を創り出しています。

アベイル商品部のお仕事

バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 アベイルならではの独自性を追求し、競合にない「価値」を具現化する

しまむらや他社にはない、若年層のトレンドや空気感を取り入れた「アベイルに行かなければ買えない」商品を形にする挑戦ができます。自分のイメージをサプライヤーに伝え、デザインから価格まで徹底的にこだわり抜くことで、市場にない一着を創り出し、お客様の支持を直接数値で実感できます。

2 膨大なデータと現場の感性を融合させ、ヒット商品を自ら生み出す

過去の販売データやSNS分析に基づいて、次に「何が売れるか」という仮説を立てて仕入に臨みます。分析通りに商品が売れた時の喜びは格別です。予測が外れた場合は原因分析を通じて、自身のトレンド予測力と商品選定能力を絶えず磨き続けることができます。

お客様のニーズを読み解き、ヒットを生み出す「分析」の醍醐味

分析に基づいて「これだ」と確信して仕入れた商品が売れた時の喜びは、何物にも代えられません。一方で売れなかった商品は、不良在庫や柄ごとの消化率を分析し、次回の仕入れや品揃え改善に生かします。試行錯誤を重ね、感性と数値の両方で判断の精度を高めていける環境です。

チーフバイヤー
A.Sさん



視野を広げて「アベイルらしさ」を追求し、想いを商品に込める

当初は未経験だったレディースカテゴリーも、先読みしてトレンドを考える面白さに気づき、視野が広がりました。仕入れではトレンドを噛み砕いたデザインと価格にこだわり、担当ブランドのSNS販促まで責任を持って取り組んでいます。想いが形になり、成果を実感できます。

バイヤー
R.Oさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
- 9:00 分析
週の売上状況や月度予測数値を確認・分析します。
- 11:00 宣伝会議
チラシに掲載する商品を検討・決定します。
- 12:30 昼食
- 15:00 プレスト会議
商品部・販売企画部と市場動向を共有し、先のチラシ内容を検討します。
- 16:00 商談
サプライヤーとチラシ掲載商品や定番商品の条件について打合せを行います。
- 17:00 部会
業績や連絡事項について部内で共有します。
- 17:45 退社

[部長メッセージ]

アベイル商品部は変化が激しく、トレンドへの即応力が求められる部署です。ファッションを仕事として楽しみ、変化を恐れず、自分の感性と分析力でブランドの成長を牽引したいという情熱を持つ、成長志向の高い若い方の挑戦を待っています。

部長 M.Yさん



バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 若年層向け小ロット商材を、全国規模の分析で動かす在庫最適化

若年層向けに小ロット・高回転で展開するアベイルの商品を、全国300店舗規模の数値分析でコントロールします。売価変更や集約移送を通じて在庫を動かし、都市部特性やトレンドに合わせた最適配置を実現。自らの判断が売上改善として表れる点が、この職種ならではの醍醐味です。

2 多頻度な商品投入を支える「標準化」を推進し、全店の実行力を高める

アベイルは商品投入の頻度が高く、店舗の作業負荷軽減が課題です。陳列順序の統一など「迷わない指示」を仕組み化する挑戦ができます。店舗の実行力を高める依頼を実施することで、売場鮮度向上と、ブランド力向上につなげます。

在庫を動かし、売上をつくる仕事の醍醐味

売価変更や集約移送の指示によって在庫が動き、売上につながった時に大きなやりがいを感じます。ブロックマネージャーや店舗の要望を踏まえ、バイヤーと連携して売場方針を決定。現場の状況を数値で捉え、改善につなげる役割を担っています。

チーフコントローラー T.Tさん



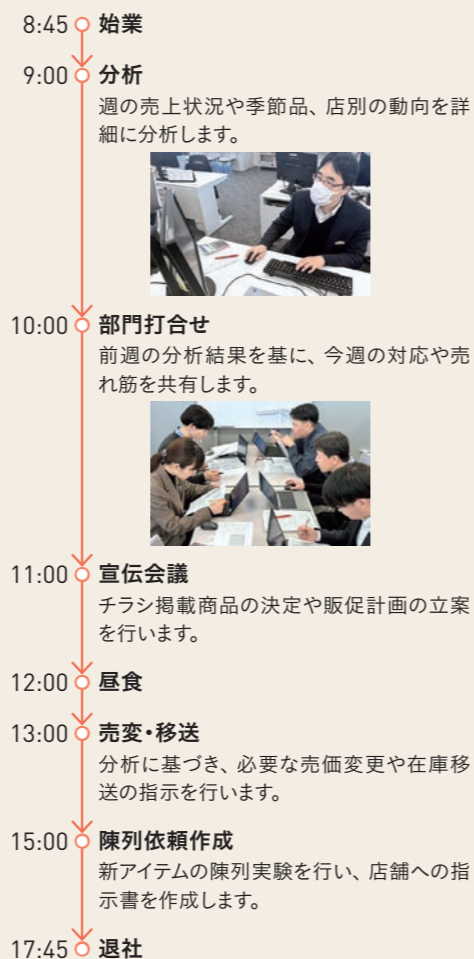
店舗での経験を武器に、作業の効率化を図る

店長時代の新店準備で、部門ごとに陳列順序の指示が異なり作業が滞る光景を目の当たりにしました。現在は、全部門で「主通路入口側から並べる」というルールで、陳列依頼書の書き方を統一しています。現場の大変さを仕組みで解決し、全店の販売スピードを支えることが私の誇りです。

コントローラー S.Yさん



ある1日の仕事



Q 全国300店舗への指示は、まさかの「ハサミでチョコチョコキ」

A DX時代に、あえて“手作業”をお願いしました。



販促物を「ハサミで切って、好きな場所に貼ってください」と全店に依頼。1,400店舗のしまむらでは難しい施策も、300店舗のアベイルだから実現できました。結果、「キャラクターがいっぱいで可愛い!」とSNSで話題に。現場のひと手間が大成功を生みました。

関連部署：アベイル店舗運営部・アベイル販売企画部

アベイルのこれ知ってる?

300店舗だからこそできる、思い切った挑戦。常識にとられない発想と、現場のひと手間がヒットを生み出しています。アベイルの“ちょっと意外な裏側”をのぞいてみませんか?



Q 商品開発を動かしたのは、1通のLINE

A 社員の“好き”が、商品を変えました。キャラクター商品の開発段階で、キャラクター好きの社員にLINEで意見を募集。「ここに尻尾がないと世界観が違う」といった熱量の高い長文のフィードバックが、商品部を動かしました。ファン目線のこだわりが、心に刺さるディテールを生んでいます。

関連部署：アベイル店舗運営部・アベイル商品部

Q マネキンに商品を着せるときに、一工夫しているって本当?

A よりリアルな着用感を演出する工夫をしています。

アベイルではVMDの強化に取り組んでおり、お客様により商品に触れていただけるよう、マネキンの腕をポケットに入れる、腕まくりをさせる等の細かな「着用感」の演出を行っています。こうした工夫は全店で共有し、お客様の購買意欲の向上に繋がっています。

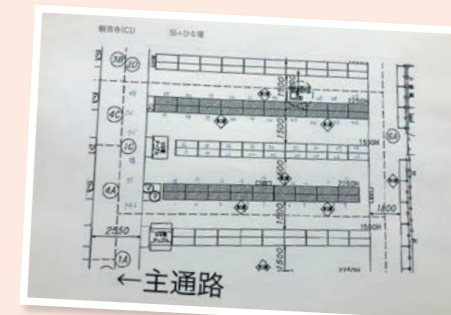


関連部署：アベイル店舗運営部

Q 新店準備の合言葉は「入口から〇番目」

A 左右ではなく“番号”で指示する独自フォーマットを取り入れています。

新店では約114枚もの棚割り指示書を掲示するため、「左から」などでは、入口の向きによって逆転するミスが発生してしまいます。そこで「通路の入口に近い順に番号を振る」方式を開発。誰が作業しても絶対に間違えない仕組みで、スムーズな開店準備を実現しています。



関連部署：アベイル商品部

アベイル販売企画部

こんな人に向けています

- トrendやSNSを日常的に追い続けられる人
- 最先端を走り、型にはまらず新しい挑戦を楽しめる人
- つくったものに満足せず、改善を考え続けられる人

身につくスキル

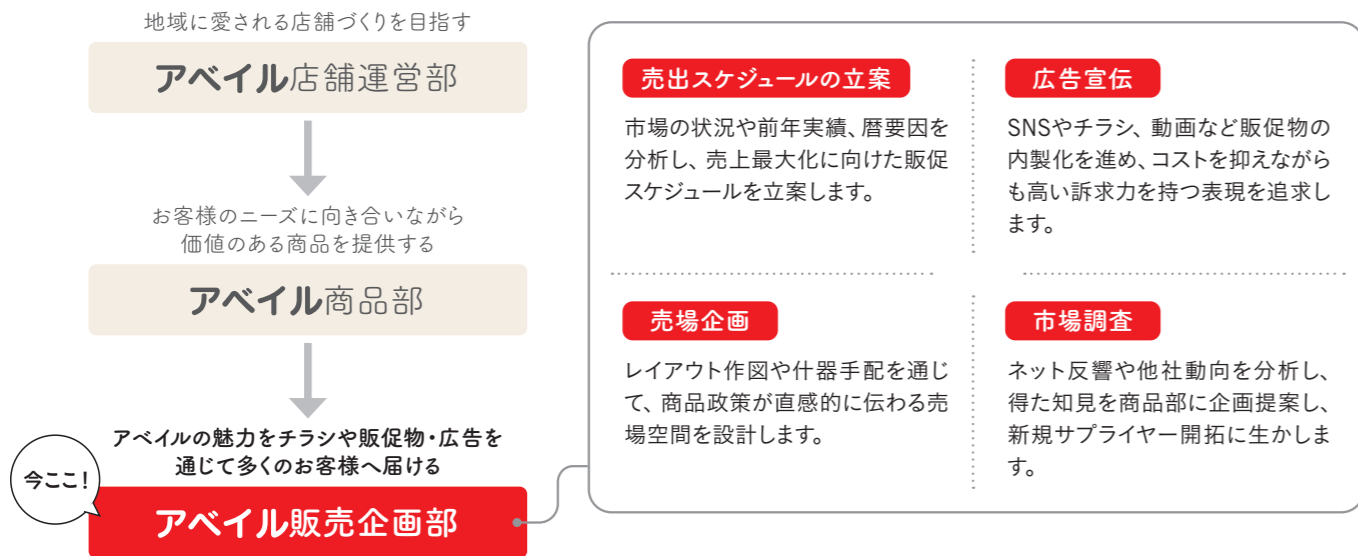
トレンドを先読みする
洞察力

部署を超えてまとめる
構成力

制約下で効果を最大化する
調整力

アイデアを具体的な形にする
実行力

[アベイルにおける役割]



どんな部署?

アベイルのトレンドを先導するエンジン



「今を着る。」をブランドコンセプトに掲げるアベイルにおいて、売場の見せ方や商品を選ぶ楽しさを通して今のトレンドを伝えるために、市場調査・販促・売場企画を一体で担っている部署です。役割は単なる宣伝に留まらず、商品開発の上流からかわり、トレンドや反響を店舗の売場や商品作りに反映し、お客様が商品を手取る瞬間の「ワクワク」を設計します。アベイルで生まれた販促の工夫が、しまむらグループ全体の販促手法として広がることもあります。流行をいち早く取り入れ、グループの先頭に立って挑戦しています。

アベイル販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 クリエイティブの完全内製化による自己表現

アベイルのSNSや広告は、主幹・主任自らがデザインソフトを操作して制作します。自分たちの手で形にするからこそ、細部までこだわりを反映でき、反響を見ながら即改善する経験を積めます。実制作を通じて、クリエイターとしての専門スキルを実践的に高めることができます。

2 「キャラクターブレスト」によるトレンドの主導

定期的に、商品部バイヤーへ市場調査の結果を共有し、次の仕掛けを提案します。自らの分析から生まれた企画がチラシの中心となり、売場やSNSで反響を生む瞬間を実感できます。売上や反応を次の企画に生かし、トレンドを循環させていく醍醐味があります。

正解のない「初めて」を、自らの手でスタンダードに変える

東京ガールズコレクションへの参加では、各自が未経験のなかでイベント参加のための様々な調整を担いました。アベイルは挑戦を後押しする文化があり、会社の代表として社外と向き合う経験を積めます。現状に満足せず、お客様がワクワクする企画を追求し続けられる点に、大きなやりがいを感じています。

主幹
M.Cさん



店舗の熱量をデジタルへ、ネットのワクワクをリアルな売場へ

店舗経験で培った対話力が、商品部や他部署との連携に生きています。半年先のトレンドを形にし、ネットと店舗を一つの流れとして設計。市場調査を通じてトレンドを捉え、自ら主導して仕事を進められる点もアベイル販売企画部の魅力です。

主任
K.Kさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
前日の売上を確認。チラシ実施時は消化率もあわせて確認します。
- 11:30 **昼食**
- 12:30 **チラシ確認**
初稿・急ぎ案件のチラシ掲載内容を確認し、部長確認を実施します。
- 13:00 **定例会**
事前確認事項をもとに印刷会社と打合せします。
- 14:30 **売スケジュール立案**
売スケジュールを立案し、進捗状況を確認します。
- 16:30 **チラシ確認(校了・下版)**
火・木は校了日のため、最終確認事項への対応を実施します。
- 17:45 **退社**

[部長メッセージ]

アベイルは取り扱い品種が限られているからこそ、新しい取り組みに挑戦しやすい環境があります。常に「企画」が求められ、職位や経験に関係なく、面白い「アイデア」をみんなで形にする文化が特徴です。つくったものを100点と思わず、挑戦を続けられる人と共に、販促のトレンドをつくっていききたいです。

部長 Y.Sさん



バースデイ

出産から育児、小学校まで。家族の「安心」と「ワクワク」を支える専門店へ

【ブランドコンセプト】

バースデイは、「毎日がバースデイ」をコンセプトに、お子様とご家族にとって「安心・安全」かつ「心地よい」商品をお手取りやすい価格で提供します。高感度・高品質・高機能なオリジナル商品を通じて、日々の暮らしに楽しさとワクワクを添える、ベビー・子ども用品の専門店です。

バースデイが生まれた理由

子育ての負担を減らし、喜びを増やす

バースデイは2000年、**しまむらグループ**が培ったノウハウを、育児市場へ届けるために誕生しました。当時、選択肢が少なかったベビー・子ども用品市場において、おしゃれで機能的な商品を、誰もが手取りやすい価格で提供すること。それにより、経済的・心理的な負担がかかる子育て世代を支え、家族みんなが笑顔で成長を喜べる環境をつくることを使命としています。

ターゲット層

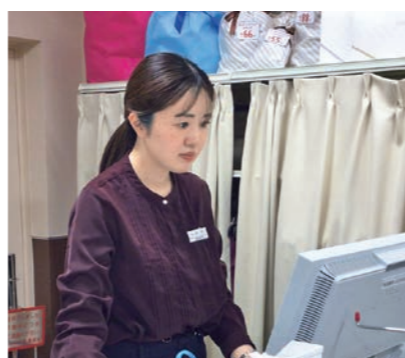
出産を控えたご家族から、小学生のご家族まで

子どもの成長は早く、必要な商品も短期間で次々と入れ替わります。その大変な時期だからこそ、常にその時々「今、欲しい」に合致した商品を提供し、限られた子育て期間を伴走するパートナーを目指しています。

取り扱い商品

マタニティから大型育児用品まで揃うラインナップ

ベビー・子ども服、マタニティ衣料、肌着に加え、ベビーカーやチャイルドシート等の大型育児用品、学童用品、玩具まで、子育てに必要な商品を幅広く展開しています。



【部門一覧】

地域に愛される
店舗づくりを目指す

バースデイ店舗運営部

p32

お客様のニーズに向き合いながら
価値のある商品を提供する

バースデイ商品部

p34

チラシや企画でバースデイの魅力をもっと
多くのお客様へ届ける

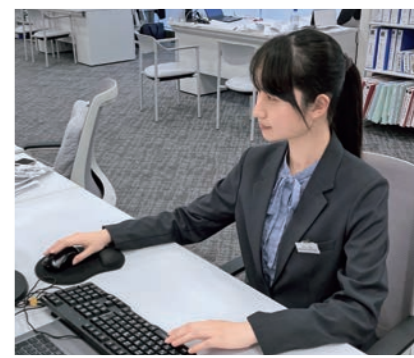
バースデイ販売企画部

p38

販促物や広告を通じて
ブランドの認知と来店動機をつくる

バースデイ広告宣伝部

p40



バースデイ店舗運営部

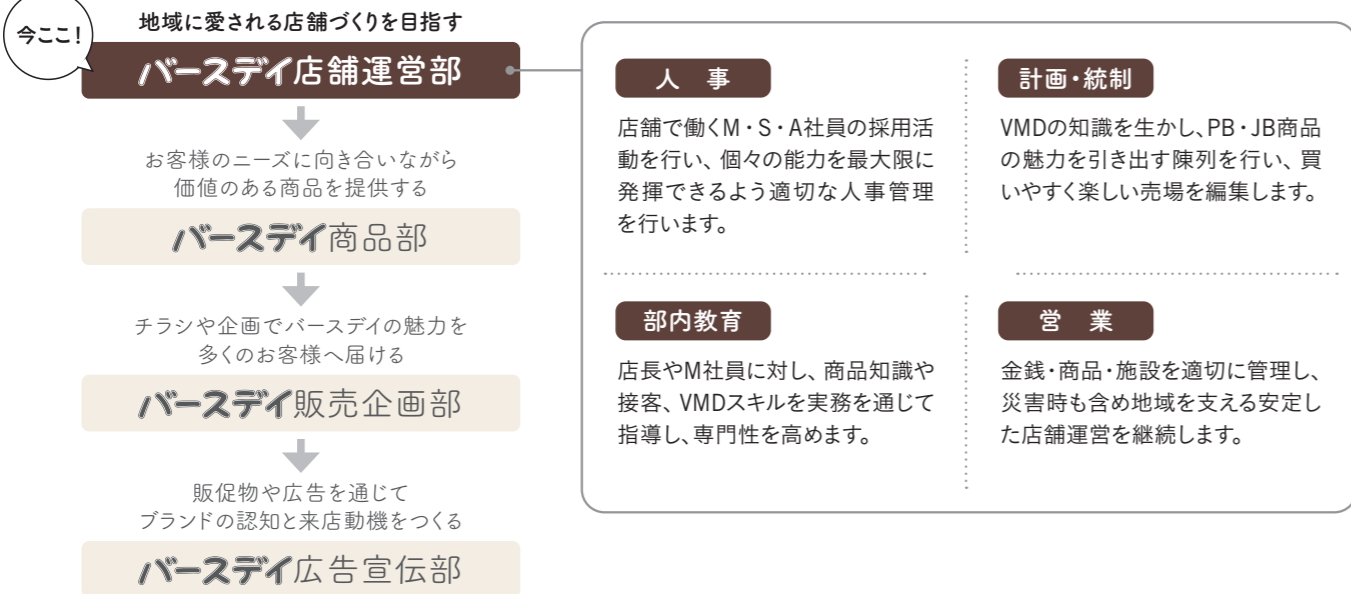
こんな人に向いています

- お子様やご家族の笑顔のために丁寧な接客を大切にできる人
- ワクワクする売場作りを楽しみながらVMDの工夫ができる人
- 地域を支える使命感を持ち、チームで協力して行動できる人

身につくスキル

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 信頼を築く
コミュニケーション力 | VMD原理原則に基づく
売場編集力 |
| 専門知識を生かした
コンサルティング力 | 数値から課題を捉え改善につなげる
実行力 |

[バースデイにおける役割]



どんな部署?

「毎日がバースデイ」の喜びを、専門性と売場で地域へ



出産準備から小学生までの商品を通じて、お子様とご家族の暮らしに「楽しさ」と「安心」を届ける部署です。商品を販売するだけでなく、VMDの工夫によってワクワクする売場を作り、ブランドコンセプトである「毎日がバースデイ」を体現。ベビーカーやチャイルドシートなどの専門知識を生かした接客や、地域の産院・学校行事に寄り添った売場作りを通じて、お客様に頼られる存在を目指しています。売場・人・数値を結びつけ、地域の衣料品インフラとしての役割を果たすことが、この部署の使命です。

バースデイ店舗運営部のお仕事

挑戦できること!

- 1 現場のアイデアで売上をつくる。自由度の高い「店舗編集」**
- 2 「答えられる」が信頼に。不安に寄り添う「専門的な接客」**

運動会やクリスマスなどのイベントに合わせ、店舗独自の工夫で売場を編集します。VMDの原理原則を守りつつ、自らのアイデアで「お客様がワクワクする売場」を表現。本社指示一辺倒ではない自由度の高さがあり、自分の仕掛けが売上という結果に直結する面白さを味わえます。

ベビーカーや抱っこ紐など、バースデイには専門知識が必要な商品が多数あります。初めての出産・育児で不安を抱えるお客様に対し、プロとしての確にアドバイスを行う。単なる販売員ではなく、お客様の悩みを解決し、子育てのパートナーとして信頼されるやりがいがあります。

VMDの理論×現場の行動力で 昨対比2桁増の成果を生み出す

配属後すぐ、VMDの経験を生かして売場のボリューム感を調整し、昨対比14.7%増を達成しました。数値分析を、自由度が高い売場作りへと落とし込む。自分の戦略がダイレクトに数字として返ってくる、店舗運営の醍醐味を実感しています。

ブロックマネージャー S.Oさん



「何歳ですか?」と聞かない配慮。 親心に寄り添い、信頼を築くプロの接客

親御様はお子様の成長速度に敏感です。年齢を直接聞くのではなく、会話の中から月齢や体格を察して提案する「汲み取る力」が身につきました。何気ない一言でお客様を傷つけず、心地よい買い物体験を提供する。細やかな配慮で、地域から信頼されるお店を目指しています。

店長 Y.Tさん



ある1日の仕事

- 9:45 **始業**
連絡事項を共有し、社員の表情や体調も確認します。
- 10:00 **スケジュール調整**
入荷量を踏まえ、1日の作業優先順位を決めます。
- 10:30 **売場確認・指示**
売場のボリュームを確認し、補充や整理を指示します。
- 11:00 **売上分析**
自店やブロックの数値を分析し改善点を整理します。
- 11:15 **店舗状況確認**
ブロック内店舗の進捗を確認し必要な指導を行います。
- 14:00 **昼食**
- 15:00 **業務進行確認**
検収や店出しの進行状況を確認し指示します。
- 18:00 **報告事項まとめ**
店舗報告や本社への依頼事項を整理します。
- 19:15 **退社**

[部長メッセージ]

目指すのは、単なる数値達成ではなく、地域のお客様から「あてにされる存在」になること。あなたの工夫が、親子の笑顔と「ありがとう」に変わる瞬間が最大のやりがいです。商品部などで培った知識や論理的な視点を現場に落とし込み、店舗の価値を共に高めてくれる仲間を待っています。

部長 N.Sさん



バースデイ商品部

こんな人に向いています

- 子どもが好きで、その成長を商品を通じて支えたいと考える人
- 膨大なデータから流行を読み解き、論理的に動ける人
- 関係者と協力し、より良い商品を追求できる人

身につくスキル

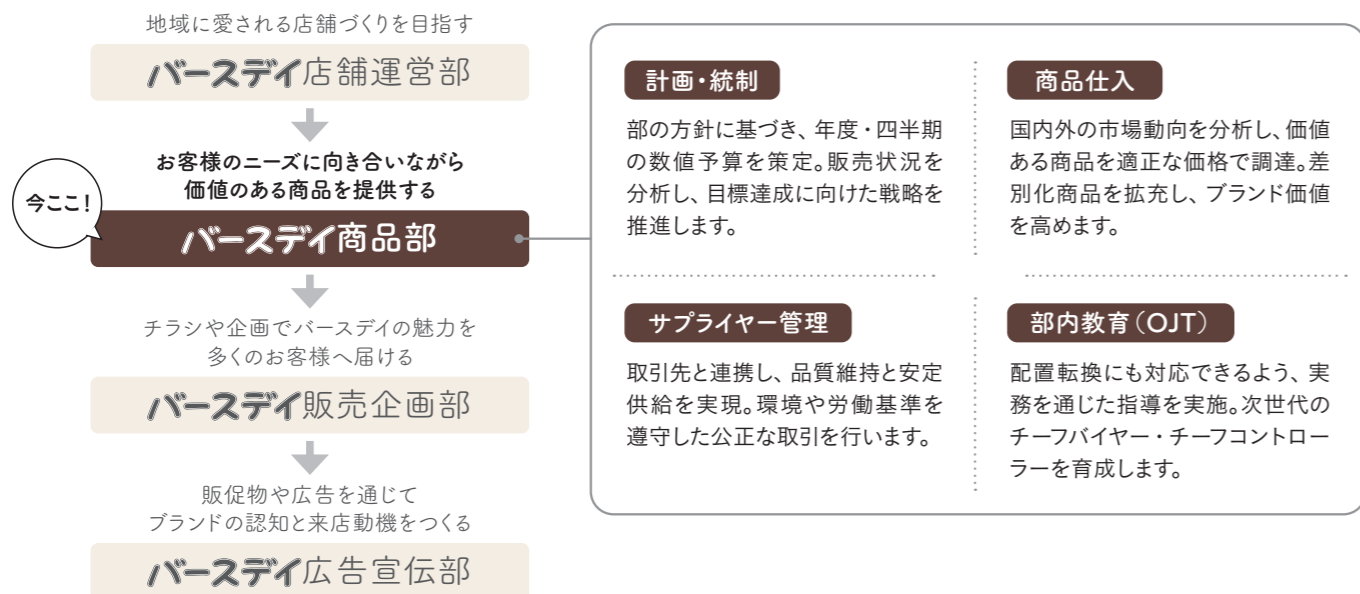
市場トレンドを捉える
情報収集力

数値を基に仮説検証を行う
論理的分析力

品質を守るための
交渉力

変化に対応する
柔軟な判断力

〔バースデイにおける役割〕



どんな部署?

グループの「入り口」として、親子の最初の記憶を刻む



お客様が生まれて初めて出会う、しまむらグループの「入り口」を担う部署です。ここでの体験がその後のグループ全体への信頼を決定づけるため、乳幼児を守る絶対的な「安心・安全」が最優先事項。「毎日がバースデイ」をコンセプトに、お子様とご家族に「安心・安全」で「心地よい」商品を、年間約70,000点の商品を生み出します。近年は、デザイン性の高いJB(共同開発)や、育児負担を減らす機能特化型のPB開発に注力しています。企画から仕入、在庫配分までを一気通貫で担い、子育て世帯のインフラを「商品」という形でつくる責任ある仕事です。

バースデイ商品部のお仕事

バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 既成概念を超えて需要をつくる

「水着は夏」の常識を疑い、真冬の2月にEC先行受注へ挑戦。潜在需要を掘り起こし、月間予算達成という成果を生みました。受注生産でリスクを抑えつつ、自らの仮説で市場をつくる。前例のない商機をゼロから切り拓く、自由な挑戦の舞台で仕事ができます。

2 TikTokからポップアップまで。「売り方」もデザインする

「浴衣でTikTok」などのSNS企画やポップアップ運営も主導。仕入れだけでなく、商品の「届け方」までデザインします。部門の垣根を越えて協力し、ムーブメントをつくり出す。企画からお客様の手に届く「熱狂」までをトータルプロデュースできます。

ボリュームに頼らない「真の交渉力」と総合的なバランス感覚が磨かれる

店舗数がしまむらより少ない分、数に頼らない「対人交渉力」と「信頼構築」が成果の鍵です。情報収集から分析、数値管理まで、全てのスキルをバランスよく発揮することが求められます。専門店ならではの深い知識と人間力で、商売のプロへ成長できます。

チーフバイヤー
D.Kさん



「思い込み」を捨てて多角的に考える。自らの仮説で市場を切り拓く面白さ

自分の常識とお客様のニーズは違います。「真冬に水着は売れない」という思い込みを捨て、EC受注で成功させたように、多角的な視点が身につきました。否定せず応援してくれるチームと共に、自分の仮説を形にし、お客様に驚きを届ける毎日です。

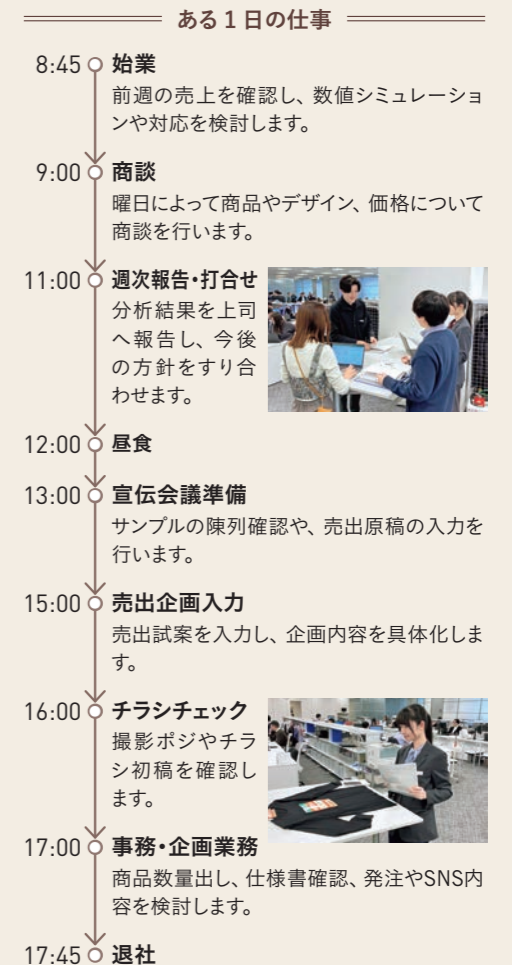
バイヤー
T.Nさん



【部長メッセージ】

可愛いだけの追求から、親御さんの負担を減らす「高機能・時短」な商品開発へ転換する過渡期です。同時に、アナログだった業務にECやシステムの仕組みをゼロから組み込む「産みの苦しみの最中(さなか)」でもあります。この変革を楽しみ、次代の商売の型と一緒にしてくれる方を求めています。

部長 T.Sさん



バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 全国の親子へ。いつ・どの店に・どれだけ並べるかを判断

「急に寒くなったけど、バースデーには商品があった」という安心を届ける仕事です。気象情報や地域性を細かく分析し、雪の予報に合わせてスノーブーツを送るなど、300店舗への配分を微調整します。数字の向こうにいる子どもたちの生活を想像し、必要な時に必要なものが揃う「育児のインフラ」を支えます。

2 「親子の心を動かす」売場の設計

忙しい育児の合間でも「選びやすく、楽しい」売場を設計します。店舗経験を生かした見やすい陳列指示や、着用イメージが湧く動画配信など、手法は自由。「この服で思い出を残したい」という親心に響く伝え方を模索し、全国の売場を通じて家族の幸せな瞬間を演出します。

定石を疑い、多様なニーズに応える「面白い売場」への挑戦

「売場の定石」通りに並べるだけでは、お客様には響きません。サイズごとのステージ化など、あえて定石を崩してでも「伝わる売場」を模索しています。マニュアルを超えた工夫で、多様なお客様に対応できる「バースデーらしい」専門店の形を追求し続けています。



チーフコントローラー T.Kさん

「動画で伝えたい」その思いが形に。自らの提案で全国の数字を変える

売上が伸び悩んだ時、「動画で商品の魅力を伝えたい」と自ら提案し、SNS配信を実現しました。前例がなくても、根拠を持って動けばチャンスを与える環境です。店長時代の感覚と今の数値を掛け合わせ、自分のアイデアで全国の動向が変わる手応えを感じています。



コントローラー C.Tさん

ある1日の仕事

- 8:45 始業
当日の予定と優先事項を確認します。
- 9:00 数値確認
前日の売上や予算進捗をチェックします。
- 10:00 週次分析
週次データを基に課題と施策を整理します。
- 13:00 昼食
- 14:00 SNS申請確認
外部販促内容の確認と承認があります。
- 15:00 依頼書確認
店舗・企画部への指示内容を最終確認します。
- 16:00 値下確認
翌日予定の値下内容と妥当性を確認します。
- 17:00 チラシ確認
宣伝会議内容のポジやチラシ初稿を確認します。
- 17:45 退社



Q SNSの月間閲覧数は、
広告なしでも
「1億2,000万回」?

A 投稿は巨大な“市場調査データ”です。
インスタグラムのフォロワーは100万人を突破し、月間閲覧数は1億2,000万回にのぼります。「絶対買いに行く!」といった熱量の高いコメントは、次の商品開発にも直結。SNSは宣伝ツールを超えた、リアルな声が集まる市場そのものです。



関連部署：バースデー広告宣伝部

バースデーのこれ知ってる?



「可愛さ」だけでは、次の成長はつれない。SNSの声を拾い、機能へ舵を切り、売場を磨き続ける。バースデーが進化を続ける理由をお見せします。

Q 売場のおもちゃとはまた違う?
30cmノベルティを自作?

A 既製品ではなく、「自分たちで作る」を選びました。
「既製品ではつまらない」と、担当者が設計したのは、子どもが頭から被って遊べる30cmのハロウィン仕様のカボチャ。売場のおもちゃに負けないクオリティを自前で実現しました。「自分たちで作った方が安くて面白い」その執念がヒットを生みました。



関連部署：バースデー販売企画部

Q スマホ動画で「いいね」1,000件? しかも外注なし?

A 若手社員の自発投稿が公式施策になりました。
「定型業務だけでは売上はつれない」と考えた若手コントローラーが、売場動画を自ら撮影・編集して投稿。外部業者を使わず、コストゼロで大きな反響を獲得しました。その成功がきっかけで、動画活用は会社公式の販促手法へ。現場発の挑戦が、新しい常識をつくりました。



関連部署：バースデー商品部

Q 「1店舗5億円」の壁を破るため、あえて“可愛さ”を減らす?

A 成長のカギは“機能”への転換です。
成長を支えた「可愛さ重視」のJB商品ですが、さらなる成長に向け、可愛さだけではなく、「泥汚れに強い」「冷感」など、親のタイパ・コスパに応える高機能PB商品を強化しています。あえて強みを見直し、次の成長曲線を描いています。

関連部署：バースデー商品部

バースデイ販売企画部

こんな人に向いています

- 多岐にわたる業務を同時に遂行できる人
- 他部署と連携し、円滑に物事を進められる人
- 数値に基づき論理的に提案や言語化ができる人

身につくスキル

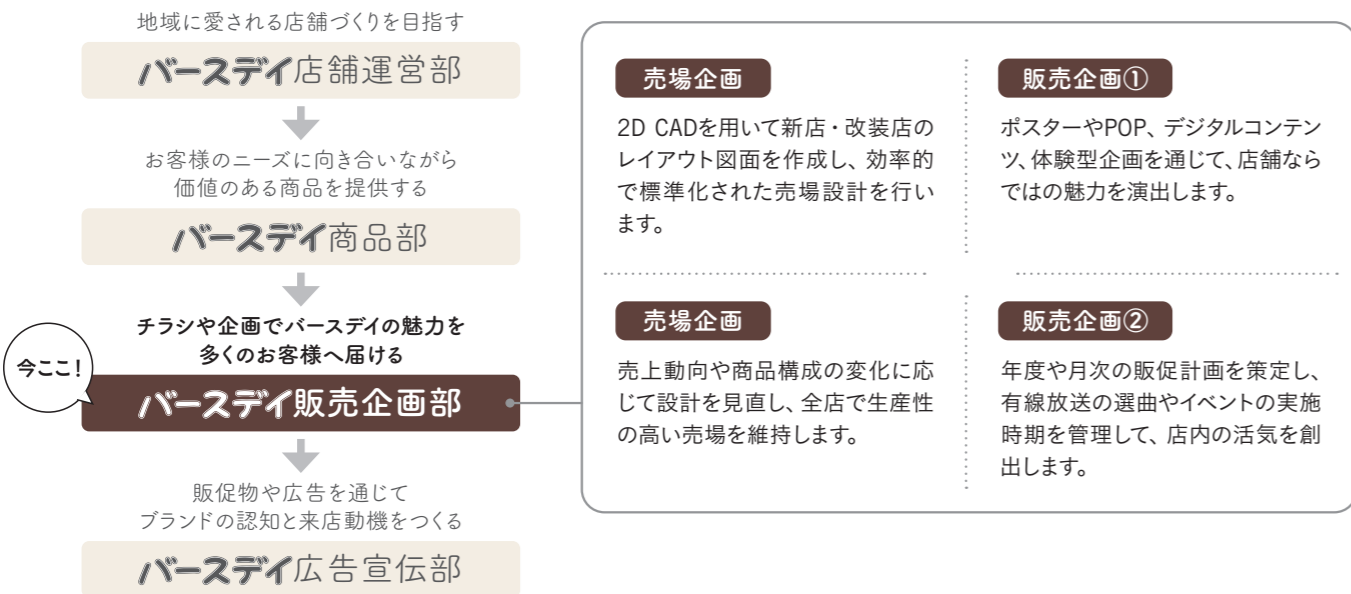
店舗設計を標準化する
CAD活用力

先回りして対応する
リスク管理能力

全体最適を判断する
俯瞰力

品質とコストを両立する
折衝力

〔バースデイにおける役割〕



どんな部署?

7万点の商品を「選ぶ幸せ」へ。親子の記憶を彩る売場作り



「出産・育児」という特別な日々寄り添い、7万点の商品を「選ぶ楽しさ」に変える仕事です。月齢やシーンに合わせた売場作りに加え、親子で楽しめるイベントやプレゼント企画などを自分たちで考え、形にします。2D CADを用いた使いやすい設計と、心が躍るような見せ方を組み合わせ、お買い物「家族の思い出」へと変えていく。商品部のこだわりをお店全体で表現し、全国約300店舗のお客様に「また来たい」と思ってもらえるワクワクする時間を届ける役割を担います。

バースデイ販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 全国約300店舗の「売場基準」を自ら定義する

2D CADで描くのは、単なる図面ではなく「親子が快適な空間」です。ベビーカーがすれ違える通路幅や、子どもが触れても安全な什器配置など、独自の基準を生み出し、設計。買物のしやすさと売上効率を両立させ、全国約300店舗の快適な空間を底支えます。

2 認知度拡大に挑む、攻めのプロモーション

ポップアップ出店や「マタニティ&ベビーフェスタ」など大規模イベントへの参加を企画し、リアルな体験を通じて認知を広げ、未来のファンを獲得する役割を担います。企画立案から実行、効果検証まで、従来の枠を超えた、攻めのプロモーションに挑戦できます。

目立たないけど店舗には絶対必要!!

店舗レイアウト図面の作成と什器管理を担当しています。新店では什器が先に納品されるため納期管理を徹底し、遅延を許さない緊張感と他部署に迷惑をかけられない責任感があります。什器があるからこそ商品は映えます。目立たないが重要な仕事です。

主幹
A.Kさん



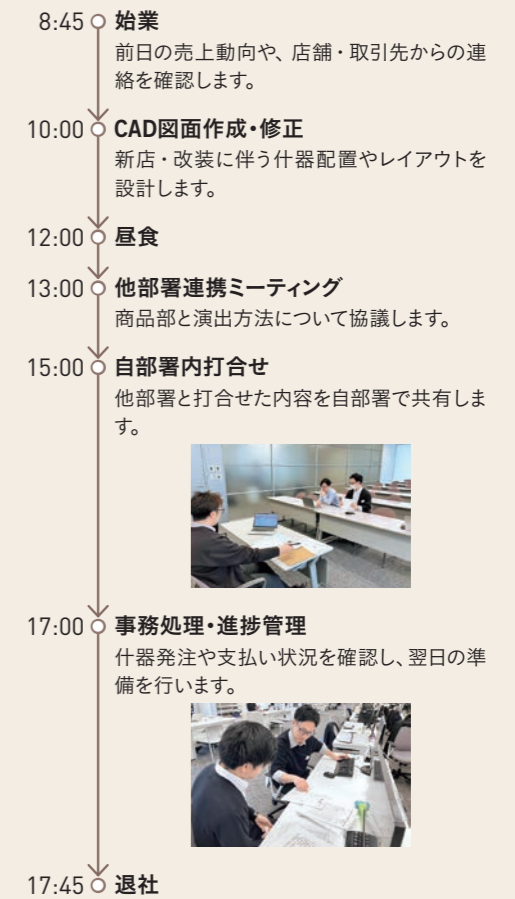
お客様にとって「楽しい」店舗づくり

お客様が楽しみながらお買い物ができるように販促物の作成、ノベルティ施策を行っています。商品部と協力し「商品の魅力」を伝えられる販促物作成、商品にはないお客様の笑顔をつくれるノベルティ作成を行い、バースデイの「楽しみ」をお客様に伝えます。

主任
H.Tさん



ある1日の仕事



〔部長メッセージ〕

出生数が減少する中、競合とのシェア争いは激化しています。今こそ10年間不変だった売場を一新し、認知度向上と業界シェアNo.1に挑む「勝負の時」。あなたの仕掛けが、親子の思い出とブランドの成長に直結します。変革期を恐れず、新しいバースデイを共につくり上げる仲間を求めます。

部長 T.S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

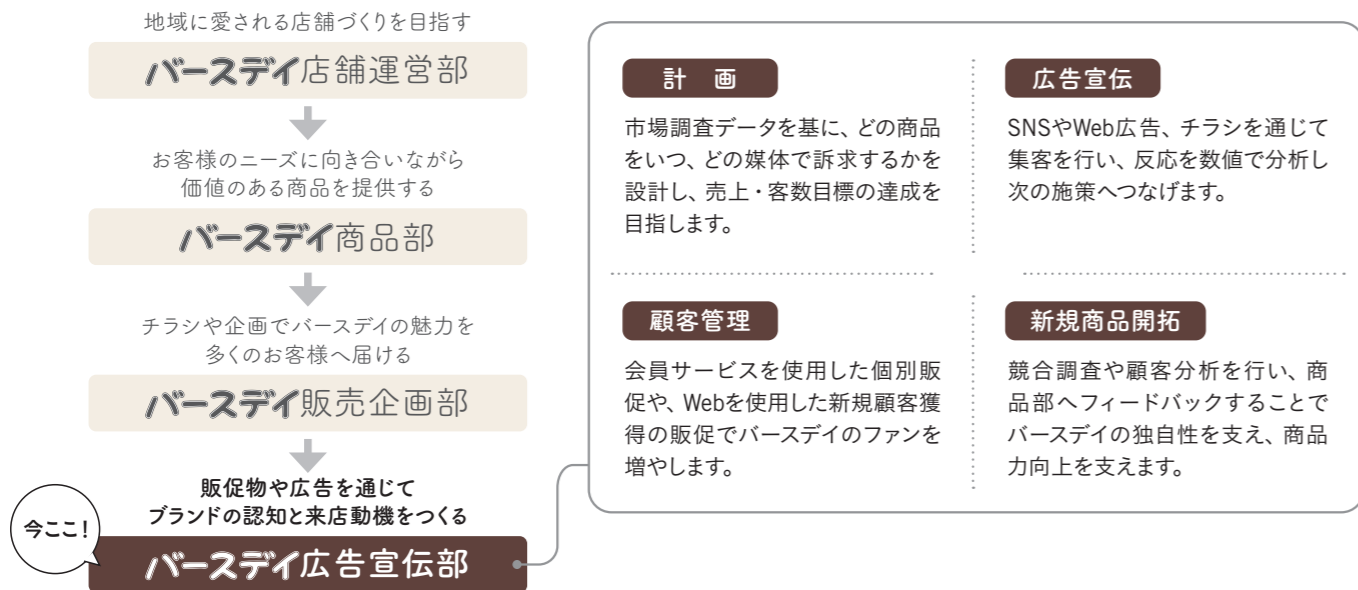
市場や顧客を捉える
分析力

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



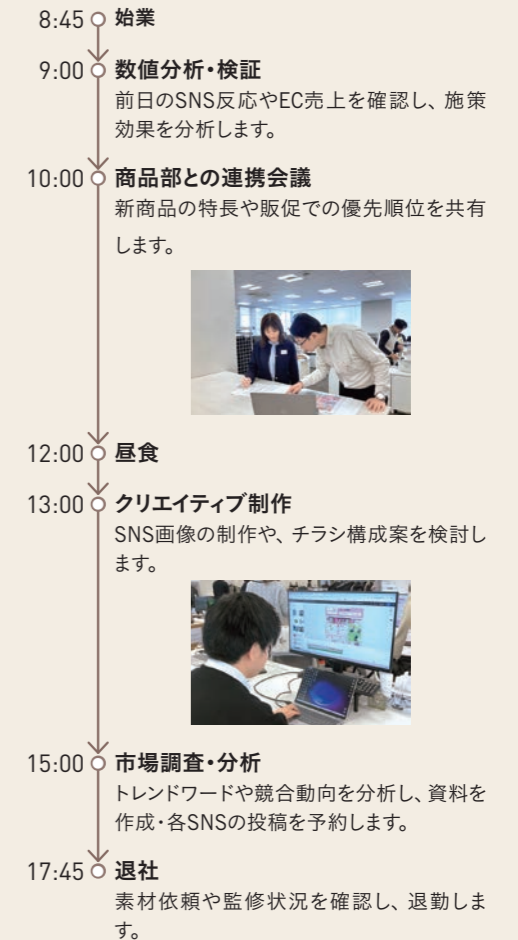
ママ目線の「翻訳」で、初めての育児に安心を

「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



シャンブル

日々の暮らしに「癒し」と「幸せ」を届ける

【ブランドコンセプト】

シャンブルは、フランス語で「部屋」という意味の「Chambre」にちなんでおり、単に商品を売る場所ではなく、お客様が自分の部屋を飾るようにワクワクしながら商品を選び、日々の生活に「癒し」と「幸せ」を見つけられる場所でありたい。そんな想いを込めた雑貨と婦人ファッションの専門店です。

シャンブルが生まれた理由

日々の暮らしに、「癒しと幸せ」という彩りを

シャンブルは2000年、**しまむらグループ**が大切にしている「買い物楽しさ」を基盤に、雑貨・インテリアの専門店として誕生しました。単に衣料品などの生活必需品を届けるだけでなく、雑貨やインテリアの品揃えと空間を通じて「心のゆとり」や「暮らしを楽しむ文化」を提供することが私たちの役割です。実用的な価値のその先にある、専門店ならではの心の満足を追求し続けています。

ターゲット層

10代～60代の女性へ、日常を彩る商品を提供

「自分の時間を丁寧に楽しみたい」「大切な人へ想いを込めたギフトを贈りたい」という想いに応えるブランドです。商品のこだわりや、使うことで感じる満足感を大切にする方々へ、日々の生活がより豊かになる提案をしています。

取り扱い商品

生活を彩り、季節を感じられる品揃え

インテリア雑貨、キッチン用品、コスメ、キャラクター雑貨、そしてそれらと調和するファッションまで幅広く展開されています。



【部門一覧】

地域に愛される
店舗づくりを目指す

シャンブル店舗運営部

p44

お客様のニーズに向き合いながら
価値のある商品を提供する

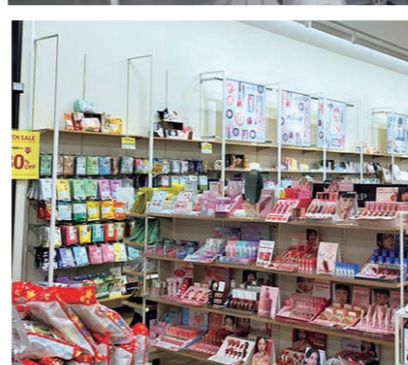
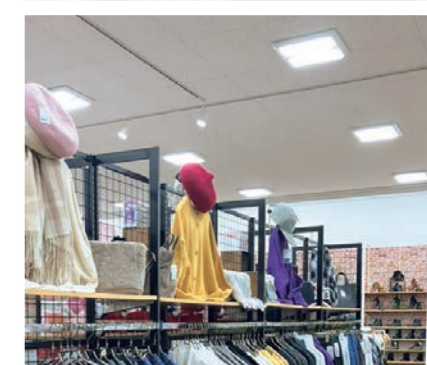
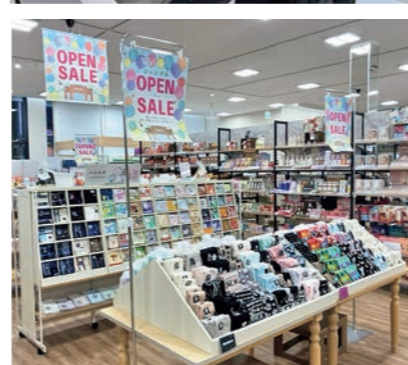
シャンブル商品部

p46

シャンブルの魅力をチラシや
販促物・広告を通じて
多くのお客様へ届ける

シャンブル販売企画部

p50



サンプル店舗運営部

こんな人に向いています

- 雑貨やナチュラルテイストの洋服に囲まれて働くことに喜びを感じる人
- お客様一人ひとりに丁寧に寄り添った接客がしたい人
- ギフト選びやラッピングでお客様の笑顔を生み出したい人

身につくスキル

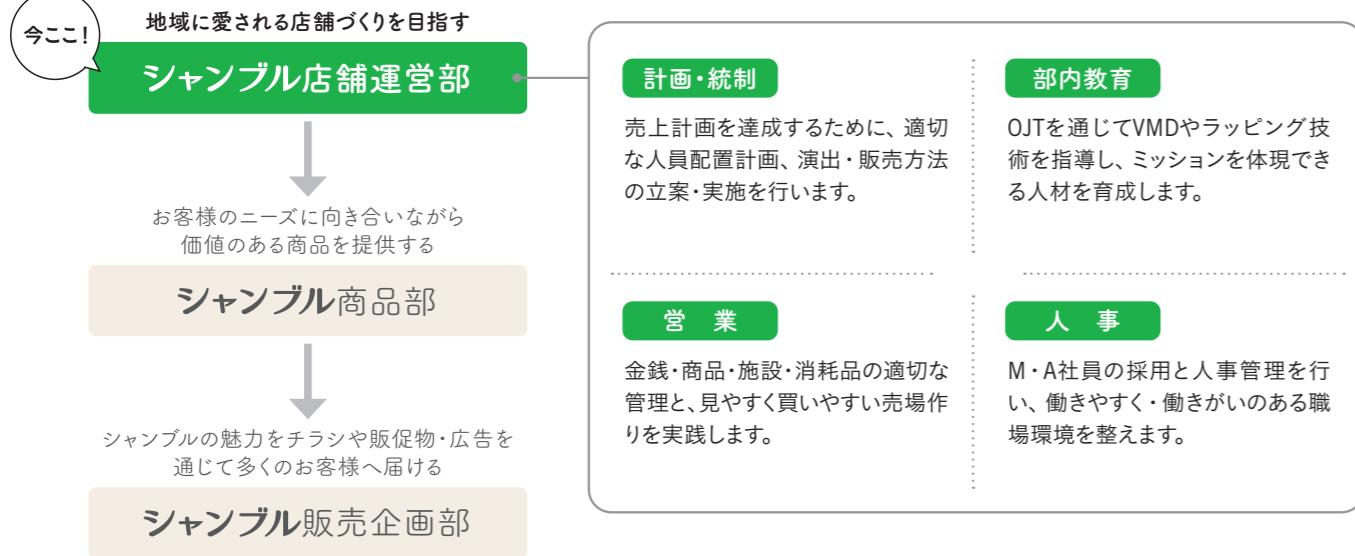
お客様の想いやニーズをくみ取る
接客力

ワクワクや癒しを演出する
VMD力

商品の魅力を伝える
言語化力

現場を動かす
マネジメント力

〔サンプルにおける役割〕



どんな部署?

五感を通じて「癒しと幸せ」を届ける店舗の最前線



「日々の暮らしに『癒し』と『幸せ』をお届けする」という事業ミッションを最前線である店舗で体現する部署です。商品を販売するだけでなく、居心地の良い売場空間やアロマの香り、そしてお客様一人ひとりの声に耳を傾ける丁寧な接客を通じて、安らぎの時間を提供しています。特にギフトは、お客様が選んだ商品を、様々なラッピング資材で丁寧にラッピングします。受け取る方の喜びまでをつくり出せる場面の一つです。お客様が「ここに来ると落ち着く」と感じ、笑顔で帰っていただける情緒的価値を届けることが、この部署の最大の使命です。

サンプル店舗運営部のお仕事

挑戦できること!

1 マニュアルを超えた感性で挑む「花型」のVMD演出

指示書通りの陳列にとどまらず、「しまナビ提案」として、既存什器の使い方や季節感の演出など工夫した売場提案を店舗より発信しています。社員個々の感性でお客様の動機を捉え、視覚的に訴えかける売場作りは、店舗運営部ならではの醍醐味です。

2 お客様の想いを形にする、唯一無二のギフト提案

複数の商品を組み合わせ、可愛く魅せる量み方や配置、リボン結びなどの技術。感性が問われるギフト提案に深く関わることができます。お客様と一緒に悩みながら作り上げたギフトが喜ばれた瞬間の感動は、他事業では味わえない達成感につながります。

現場の工夫を組織力に変え、次世代の店長を育てる

ブロックマネージャーとして複数店舗を統括する中で、2024年型レイアウト変更先行実施時に手順書整備を補佐し、後続店舗の作業効率が大きく改善しました。現在は人材育成に最もやりがいを感じています。自身の成長経験を生かし、店長候補の育成を通じて店舗運営の標準化を進めています。



ブロックマネージャー
N.Sさん

丁寧に向き合う接客が、自分自身も磨いてくれる

過去の接客経験を生かし、ギフトに悩むお客様に寄り添った提案を大切にしています。特に身に付いたのは、ラッピング技術と商品の魅力を発見する力。商品の癒し効果や具体的な使用シーンを手書きPOPで伝える工夫は、店舗で働くからこそ味わえる楽しさです。



店長
N.Hさん

ある1日の仕事

- 9:45 **始業**
朝礼で重点事項や目標の共有、健康チェックと金庫点検を行います。
- 10:30 **売場確認**
挨拶状況や陳列、安全面をお客様視点で多角的に確認します。
- 12:00 **売場助言**
店出しや売場計画の進行を確認し、完成度を高める助言を行います。
- 13:00 **昼食**
- 15:15 **数値分析・提案**
売上状況を分析し、改善策を「しまナビ」で共有します。
- 19:15 **退社**
最終確認と引き継ぎを行い、業務を終了します。



〔部長メッセージ〕

サンプルの役割は、良い商品売るだけでなく、お客様に「癒し」と「幸せ」を届けることです。売場がかわいいと褒められたり、ギフトの出来上がりを喜んでもらえるのは、サンプルならではの喜びです。雑貨が好き、人が好きという想いを、ぜひここで価値に変えて発揮してください。

部長 G.Mさん



シャンプル商品部

こんな人に向いています

- 雑貨が好きで、その魅力を情熱を持って伝えられる人
- 創意工夫が好きで、組み合わせによる「世界観づくり」を楽しめる人
- 数字の裏にあるお客様心理を読み解くのが好きな人

身につくスキル

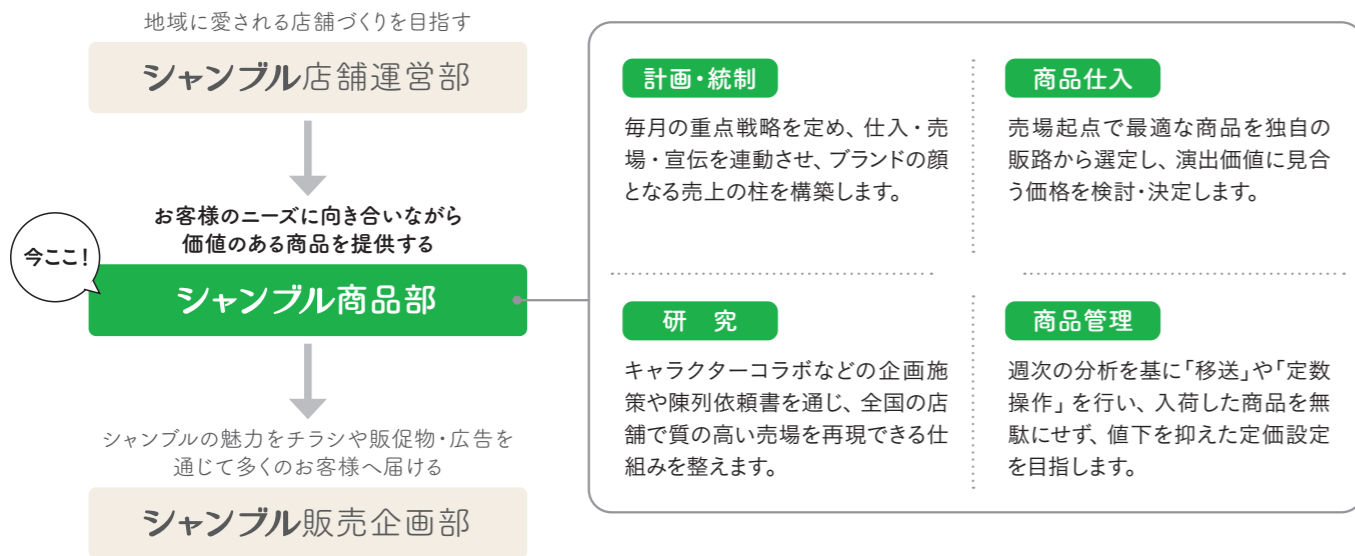
全国のデータから
トレンドを予測する
分析力

品揃えの実現に向け
仕入れ先を巻き込む
交渉力

売場の世界観を
店舗へ伝える
表現・提案力

仕入から
陳列まで担う
「商売」の管理力

〔シャンプルにおける役割〕



どんな部署?

暮らしの「幸せ」をカタチにする売場プロデューサー



シャンプル商品部は、日常に「癒し」と「幸せ」を届ける売場プロデューサー集団です。最大の特徴は、単なる商品の買い付けにとどまらず、お客様が喜ぶ「売場」を起点に、仕入れから商品の販売価格までを一貫して設計する点にあります。そのため、単品の安さで勝負するのではなく、「どんな空間なら心が動くか」を考え、入浴剤とタオルを組み合わせるなど、生活シーンを想像させる提案を大切にしています。商品の選定から売場表現までを自らコントロールし、お客様の「幸せな日常」をつくり出せることが、この仕事の大きな醍醐味です。

シャンプル商品部のお仕事

バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 自分の目利きで、新しい定番商品をつくる

新カテゴリーの開拓に積極的な環境で、韓国コスメやキャラクター雑貨など、既存の枠にとらわれない商品発掘に挑戦できます。過去の実績に縛られず、「これが売れる!」と確信した商品を、自らの判断で決定し、定番へと育て上げる醍醐味があります。

2 担当カテゴリーの「商売」を年間でプロデュースする

若手でも担当カテゴリーの年間計画から仕入までを一貫して任される環境です。単発のイベントに留まらず、1年を通じた売上構築を自らの手で設計・実行。自分の判断で担当カテゴリーの「商売」全体を動かす大きな裁量で、手応えを感じられます。

専門性を武器に、半年先のトレンドを自ら決める

コスメや文房具など専門性の高い雑貨を深く扱えるのは、シャンプル商品部ならではの強みです。少数精鋭で裁量が大きく、半年先のヒットを自らの分析で決断します。店長時代の肌感覚を武器に、全国へ「最先端」を届ける。この専門性の高さスピード感がバイヤーとしての誇りです。

チーフバイヤー
H.Uさん



若手から「商売の全行程」を任される手応え

年間計画から仕入まで、大きな権限を任される点が魅力です。店舗で学んだ売場構成や在庫管理の知識を生かし、選んだ商品でコーナーを育てていく。自分の力で商売を動かしている実感があり、理想を追求できる環境だと感じています。

バイヤー
C.Kさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
優先度の高いメール対応や、週の作業振り分けを行います。
- 9:00 売上分析・商談
売上分析や報告を行い、曜日によっては終日商談を行います。
- 11:00 宣伝会議
宣伝会議に向けたサンプル確認や、分析を深めます。
- 12:00 昼食
- 13:00 チラシ・作業依頼
- 14:00 サンプルチェック
宣伝会議に向けたサンプル確認や、分析を深めます。
- 15:00 HOST作業・分析
定数調整や区分変更など、システム入力を行います。
- 16:00 部会・打合せ
部会や主幹との打合せを行います。
- 17:00 発注・打合せ
- 17:45 退社



〔部長メッセージ〕

シャンプルは今、成長を牽引する変革期にあります。失敗も前進の一部と捉え、既存概念に縛られず、自らのアイデアで新しい「ワクワク」を形にするチャンスが広がっています。雑貨への情熱を持ち、失敗を恐れず、お客様のために挑戦し続けられる仲間をお待ちしています。

部長 A.Kさん



バイヤー (Byr)

コントローラー (Ctr)

挑戦できること!

1 「仮説」に基づき、
全国規模の数字を動かす

気候やトレンドを先読みし、全国規模の売上を動かす挑戦ができます。「2週間後に気温が下がるから冬物を前面にだす」といった仮説を立て、全国120店舗以上の売場を一齐に調整。読みが的中し、大きな数字として結果が表れる瞬間の手応えは格別です。

2 根拠あるVMDで「ワクワクする売場」を具現化する

VMD講習で学んだ「売れる根拠」を基に、商品の魅力を最大化する売場を設計します。単なる在庫管理に留まらず、陳列依頼を通じて全国の売場を演出。自分の描いた空間でお客様の購入率が高まる成果を、数値で直接実感できる面白さがあります。

部下の意見を信じ、共に全国ヒットをつくる
“やりがい”と“達成感”

若手の自主性を尊重しています。気温予測を基に「冬物スリッパを早期展開したい」という若手の提案を信じて任せた結果、売上は4倍に伸長しました。分析が全国規模の数字として証明され、その成果をチームで共有できる点に大きな喜びを感じています。



チーフコントローラー
I.Tさん

現場の実体験を、
全国の販売戦略に生かす

店長時代に培った「お客様の反応」が、今も判断の軸です。数値分析に現場の肌感覚を掛け合わせることで、確信を持って全店へ指示を出せます。自分の判断一つで全国100店舗以上の売上を大きく動かす。このスケール感こそが、この仕事の醍醐味です。



コントローラー
Y.Oさん

ある1日の仕事

- 8:45 始業
メールや通達を確認し、当日の連絡事項を把握します。
- 9:00 分析・対応準備
売上進行や在庫を確認し、地域別の差を把握します。
- 12:30 昼食
- 13:30 売出品対応
紙面確認や発注・在庫確認を行い、売出準備を整えます。
- 14:45 分析結果の対応
分析を基に、移送・値下・定数操作を実施します。
- 16:00 陳列関連業務
陳列実験を行い、再現性の高い依頼書を作成します。
- 17:15 部門打合せ
今後の実施事項を共有し、判断をそろえます。
- 17:30 内注書対応
定番品の操作や発注を行い、業務を締めます。
- 17:45 退社



Q 入口に“高さ2,250mm”の
巨大什器? あえて視界を遮る理由は?

A 奥まで見せないことで、
「宝探し体験」が生まれます。



しまむらの鉄則は、奥まで見渡せる“すり鉢状”レイアウト。しかしシャンプルは真逆。あえて高い棚で視線を遮り、「この先に何があるんだろう?」と迷い込ませます。直感に反する設計が、ワクワクする回遊体験を生み出しています。

関連部署: シャンプル商品部・シャンプル店舗運営部

Q 前年50本の商品を、翌年いきなり
「1万6,000本」発注?

A 昨年度の320倍の入荷に
挑戦し、社員全員で売りきる。

カー用品「傘型サンシェード」は前年実績50本。通常なら慎重に増やしても1,000本程度ですが、あえて1万6,000本を発注。「3本の矢(絶対に売る重点商品)」と位置づけ、全力で展開し売売させました。常識外れの決断が、ヒットを生み出します。

関連部署: シャンプル商品部

シャンプルの
これ知ってる?

常識の“逆”をいく発想や、思い切った決断が売場を変える。シャンプルの裏側には、「なぜ?」から生まれた工夫がたくさんあります。読めばきっと、店内の見え方が変わるかも…!



Q 人気だった“セルフ包装”を、
あえて廃止?

A お客様の「プロに任せたい」という本音を反映しました。

自分で資材を選べる「ギフトマルシェ」は人気コーナーでした。しかしお客様の声を深掘りすると、「任せたほうが早い」「きれいに包んでほしい」という本音が。思い切って撤廃し、その分を商品陳列へ。高スキルなスタッフによるラッピングに特化し、満足度を高めました。



関連部署: シャンプル店舗運営部

Q 目立ちにくい
「ブリキ風の雑貨」がヒット商品に?

A ヒットの決め手は、
“使い方の提案”でした。

ただ置いてあるだけでは目立たなかったブリキ風の雑貨。そこに「クリップでグリーンを留める」という提案ディスプレイにしたところ一変しました。使い方がわからない商品にストーリーを与えるのが、店舗の腕の見せ所。売れない理由は、モノではなく“伝え方”かもしれません。

関連部署: シャンプル店舗運営部



シャンブル販売企画部

こんな人に向いています

- 他部署と円滑に連携を図れる人
- テレンドに敏感で、新しい企画を形にしたい人
- 複数タスクを並行して計画的に進められる人

身につくスキル

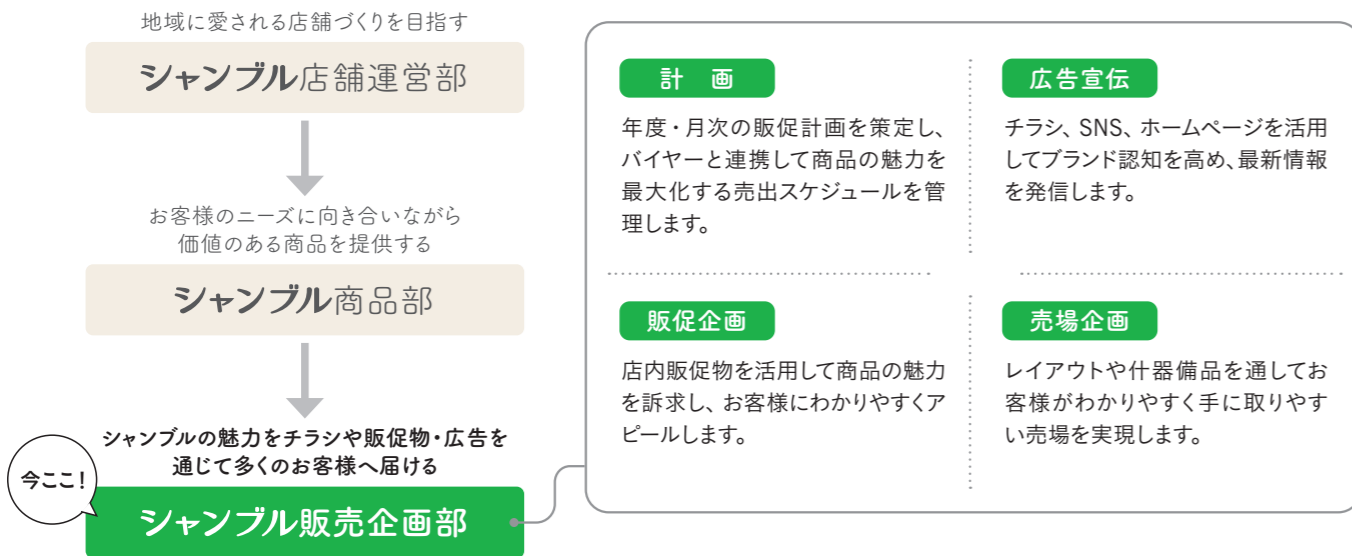
販促を最適化する
戦略的計画力

ブランド価値を伝える
視覚表現力

組織横断で進める
プロジェクト管理力

アイデアを具体化する
実行力

[シャンブルにおける役割]



どんな部署?

商品と店舗をつなぐブランドの司令塔



シャンブルが掲げる「日々の暮らしに癒しと幸せを届ける」というブランドコンセプトを、具体的な販促として形にする部署です。私たちの役割は、単なる広告制作ではなく、雑貨やギフトを通じてお客様の「気分が上がる瞬間」を戦略的に作り出すことにあります。具体的には、3カ月前の売出計画を起点に、眠活、温活、キャラクター雑貨、季節のファッションなどといった生活シーンをイメージした企画内容を設計、商品部へは世界観に合うアイテムを依頼します。店舗ではVMDと連動した売場構成を実現するためにレイアウトや什器備品を整備することで、全店で一貫した「癒しの空間」を実現するための重要な役割を担っています。

シャンブル販売企画部のお仕事

挑戦できること!

- 1 **ゼロから企画を立案・実行し、最先端の販促を創造する**
- 2 **内製化体制で、雑貨が持つ「情緒的価値」を表現する**

シャンブルは他部署に比べ規模がコンパクトな分、新規企画の立案から実行までスピード感を持って進めることができます。デジタル化の推進や内製デザインの強化など、時代の流れに合わせた新しい仕組みを自らの手で生み出し、世に送り出す達成感を得られる環境です。

販促物の内製化率が高いシャンブルでは、自らの感性でブランドの「世界観」を直接表現する挑戦が可能です。単なる価格訴求ではなく、ギフトシーンや季節の情景をどう切り取り、お客様の心に届けるか。SNSやチラシを通じ、雑貨の魅力最大化させる表現を追求できます。

シャンブルの「世界観」を具現化し、お客様の来店動機をつくり出す

私のメイン業務はチラシ制作です。雑貨が持つ「癒し」のテーマをどう伝えるか、バイヤーと3カ月前から協議します。自分がディレクションしたデザインが直接LINEチラシや店内ポスターとして形になり、ブランドの世界観を支える手応えは格別です。

主幹
K.Eさん



「ギフト」の喜びを最大化させる、クリエイティブな提案に挑む

前部署での知財知識を生かしつつ、今は「未来の企画」を考える時間にワクワクしています。例えば新しいギフトシーンの提案など、自分のアイデアを部長へ直接ぶつけ、形にできるのが魅力です。雑貨という生活を彩る商材だからこそ、やり遂げた時の達成感は他の部署では味わえません。

主任
C.Yさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メール確認や前日の売上チェックを行います。
- 10:00 **定例会**
チラシのラフ確認や撮影ポジ選定、校正を行います。
- 11:00 **LINEのテスト確認**
翌日配信分のレイアウトやリンク動作を実機で最終確認します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **打合せ**
商品部と次期売出スケジュールについて協議します。
- 15:00 **事務作業**
広告宣伝資料作成やWEB・SNS更新を進めます。
- 16:30 **スケジュール作成**
チラシ制作の進捗を確認し、管理表を更新します。
- 17:45 **退社**
翌日のタスクを整理し、業務を終了します。



[部長メッセージ]

シャンブルは今、ブランドの独自性を確立する変革期にあります。部署の垣根を越えた連携を通じて、お客様に「癒しと幸せ」を届けることが私たちの使命です。既成概念に捉われず、自らのアイデアで新しいワクワクを形にし、共に成長できる仲間をお待ちしています。

部長 N.Oさん



ディバロ

毎日の「歩み」を支える専門店。
確かな専門知識で健康な暮らしを。

【ブランドコンセプト】

ディバロは、「足元を含めた着こなし提案の店」をコンセプトとしたシューズ専門店です。専門的な知見に基づくフィッティングや健康維持をサポートする商品の提案を通じ、お客様の毎日を足元から生き生きと支える存在を目指しています。

ディバロが生まれた理由

しまむらグループの「靴専門店」として、
多様なニーズに応えるために

2002年、しまむらグループの専門店事業の一環として「ディバロ」は誕生しました。グループが培ってきた効率的な運営ノウハウを基盤にしつつ、衣料品以上に専門知識が求められる「靴」の分野において、より質の高い商品とサービスを提供しています。地域のお客様の生活に欠かせないインフラとして、足元から豊かな生活文化の向上に寄与することを使命としています。

ターゲット層

20代～50代の女性とその家族へ、最適な一足を提案

20代～50代の女性とその家族を主なターゲット層としています。足の悩みをお持ちの方や、歩きやすさ・健康への関心が高い層に対しても、計測器を用いた最適なフィッティングや専門スタッフのアドバイスを通じて、家族全員の足元を支える価値を提供しています。

取り扱い商品

専門的な一足から雑貨まで、靴と服飾雑貨の品揃え

婦人・紳士・子ども用の靴を主力に、機能性シューズやスポーツブランドシューズなど約8,000～20,000点のアイテムを展開しています。



【職種一覧】

p54

店舗運営の標準化を推進し、
各店の売上向上を支援する

ディバロスーパーバイザー

売場をつくり、
接客を通じて販売する

ディバロ店舗運営

チラシや企画でディバロの魅力をもつ
多くのお客様へ届ける

ディバロ販売企画

お客様のニーズに向き合いながら
価値のある商品を提供する

ディバロバイヤー



ディバロ事業部

こんな人に向いています

- 靴が好きで、専門店ならではの深い商品知識を身につけたい人
- 少人数組織で、自ら考え幅広い業務に挑戦するのが好きな人
- 現場の声を大切に、変化を恐れず柔軟に改善を続けられる人

身につくスキル

靴のプロとしての
提案力

市場の変化に
応じて動く
対応力

売場と販促を
設計する
トータル企画力

数値から顧客心理を
読み解く
分析力

[ディバロ事業部のお仕事]

店舗運営

靴のプロとして足型計測やフィッティングを行い、お客様一人ひとりに最適な提案を行います。専門店ならではの接客を通じ、心地よい買物体験を届けます。



SV (スーパーバイザー)

本社の方針を店舗運営へ落とし込む橋渡し役として、店舗巡回や教育を実施。エリア全体の販売力と接客・サービス力の向上を図ります。



バイヤー

トレンドを捉えた仕入から価格決定までを担当します。靴の目利きを生かし、専門店としての強みとなる品揃えを構築します。



販売企画

チラシやSNS販促、売場設計を通じて来店動機を創出します。足型計測機の導入など、新たな体験価値の提案までトータルでの推進を担います。



どんな部署?

靴の専門性で、グループに新たな価値をもたらす



ディバロ事業部は、しまむらグループで唯一の「靴専門店」として、商品・接客・サービスの専門性を追求する事業部です。セルフサービスが主体のグループにおいて、足型計測やフィッティングなどの丁寧な接客を通じ、お客様一人ひとりに最適な一足を提案する独自の役割を担っています。現在は、靴に特化した品揃えの磨き込みや、SNSと店舗を連動させた販促手法の確立に注力。店舗数が少ないからこそ可能な機動力を生かし、専門店としての知見をグループ全体へ広げ、新たな成長の柱となることを目指して事業の再構築を進めています。

ディバロ事業部のお仕事

スーパーバイザー (SV) & 店長

販売企画 & バイヤー (Byr)

挑戦できること!

スーパーバイザーは、
現場と本社をつなぎ、
実効性のある店舗運営を実現する

本社の方針を店舗の状況に合わせて翻訳し、現場で実行可能な形に落とし込みます。商品投入やSNS発信のタイミングを確認しながら、店舗が抱える課題や現場の声を施策に反映。エリア全体の販売力を最大化するための舵取りを一手に担う役割です。

店長は、
「考える売場」と専門接客で、
最適な一足を届ける

気温や行事の変化を先読みし、自らの判断で柔軟に売場を構成します。シューフィッターの知識を生かした足型計測やフィッティングを通じ、セルフ販売にはない専門店ならではの接客サービスを実践。お客様の悩みを解決し、納得感のある購買体験をつくり出します。

現場の声を施策に変え、 実行力のある運営をつくる

本社の方針をそのまま伝えるのではなく、現場で実行しやすい形に整えることが私の役割です。新商品の陳列や売場での見せ方を店舗と共に考え、店舗状況と本社視点の両立を意識しています。お店がスムーズに動く環境をつくることにやりがいを感じます。

スーパーバイザー
S.Wさん



靴の悩みに寄り添うシューフィッターとして、 お客様との信頼を築く

「お客様の悩みに寄り添いたい」という一心で、シューフィッターの資格を取得しました。計測に基づく根拠ある提案は信頼に繋がり、今では資格者がいる時間を狙って来店されるお客様もいるほど。専門店ならではの接客を通じ、感謝をいただけることが、店長としての誇りです。

店長
M.Sさん



スーパーバイザーのある1日の仕事

- 8:45 始業
各店の売上状況を確認します。
- 9:00 週報告・分析
エリア状況を整理し、改善策を共有します。
- 11:00 宣伝会議
チラシ商品の訴求方法について意見交換します。
- 12:00 昼食
- 13:00 バイヤー打合せ
入荷商品や売場変更点を共有します。
- 15:00 店舗指示
分析結果を基に売場作りを指示します。
- 16:30 店舗対応
問い合わせ対応と店廻り準備を行います。
- 17:45 退社



[部長メッセージ]

少数精鋭のディバロでは、一人が運営・商品・販促の枠を超えて多角的に携わります。商売の全工程を俯瞰できる環境は、プロとしての汎用的な能力を養う絶好の場です。靴への情熱を持ち、専門店としての新しい価値を自らの手でつくり出していく、熱意ある仲間をお待ちしています。

部長 R.Iさん



挑戦できること!

販売企画は、
販促から売場までを
プロデュースし、独自の価値をつくる

チラシやSNSの企画から売場レイアウト設計までを一括して担い、販促と売場をトータルで設計します。足型計測機の実験導入など新しい試みもスピーディーに実行でき、ディバロならではの専門性を発信しながら来店動機の最大化に挑戦しています。

バイヤーは、
トレンドをいち早く形にし、
仕入から販売までを動かす

専門店ならではの機動力を生かし、トレンドを捉えた商品を少量からスピーディーに投入します。在庫管理や価格決定、販売戦略までを一貫して担うため、自分の目利きで選んだ商品が売場に並び、お客様に届くまでの全工程を自ら動かせる点が大きな挑戦です。

販促と売場をつなぎ、
ディバロの世界観を形にする

チラシやSNSから店舗レイアウトまでを、一つのストーリーとして設計しています。足型計測機など新しいサービスも積極的に導入し、「なぜディバロで靴を買うのか」を伝える工夫を重ねています。あらゆる手法を使い、お店の魅力を最大化することに挑み続けています。



主幹
N.Mさん

仕入も管理も一人で担う経験が、
バイヤーとして成長できる

部員一人ひとりに大きな裁量が任されるため責任は重いですが、その分プロとしての実力が磨かれます。また、商品の投入から分析まで自ら一貫して行うことで、小回りを利かせた迅速な成果の創出が可能となり、バイヤーとしての判断力が飛躍的に高まりました。



チーフバイヤー
N.Mさん

販売企画の1日の仕事の流れ

- 8:45 始業
売上やECの動きを確認し情報共有します。
- 9:00 部内打合せ
今週の販促やイベント内容を確認します。
- 11:00 宣伝会議
チラシとSNS連動の広告計画を決定します。
- 12:00 スーパーバイザー打合せ
施策が現場で実行可能かを確認します。
- 13:00 昼食
- 14:00 SNS確認
投稿内容が方針に沿っているか確認します。
- 17:45 退社
戦略資料をまとめ、業務を終えます。

バイヤーの1日の仕事の流れ

- 8:45 始業
売上分析とメール確認を行い、優先順位を整理します。
- 11:00 宣伝会議
チラシ掲載商品を確認します。
- 11:30 昼食
- 12:30 数値分析
靴市場・他事業の動向分析、自部門との比較をします。
- 15:00 発注作業
納品の優先順位を在庫表より精査し、バイヤーへ発注依頼します。
- 17:00 進捗確認
バイヤーの作業進捗確認を実施し、必要に応じてフォローします。
- 17:45 退社
翌日の業務の優先順位を確認し、退勤します。

Q 靴ECの“サイズの壁”を、
クーポンで突破?

A 初回1,000円引きが、
新たな可能性を開きました。

靴はサイズ選びが難しく返品リスクも高いため、EC販売はハードルが高いとされてきました。そこで「3,900円以上で1,000円引き」の初回限定クーポンを配布。購入の心理的ハードルを下げた結果、計画を大きく上回る成果を達成。靴特化型ECの可能性を証明しました。

関連部署：販売企画・バイヤー

Q 全店舗の棚に
“キャスター”が付いている?

A 店長一人で、売場をすぐに
動かせる仕組みです。

通常は固定式で数人がかりの Gondola 棚。しかしディバロでは全店舗にキャスターを装備しています。急な雨の日にはレインブーツを入口へ、気温が下がれば冬物を前面へ。店長一人で即座に売場を動かせる体制が、機動力ある店舗運営を支えています。



関連部署：店舗運営・販売企画

ディバロの
これ知ってる?



靴は EC では売れにくい? 棚は動かせない?
その“当たり前”を次々に覆してきたのが
ディバロ事業部。19 店舗という小回りの利
く体制を武器に、挑戦と工夫を重ねる現場
の裏側をご紹介します。

Q 専門資格を持つ店長
が“講師”になる?

A シューフィッターが
社内の先生です。

専門店としての価値を高めるため、シューフィッター資格を持つ店長が主導し「計測会」を実施。足型計測機の使い方や足タイプ別の提案方法を、他店長や新人へ指導します。個人の専門知識を、組織全体のスキルへ。独自の育成サイクルが回っています。



関連部署：店舗運営

Q TikTok動画は、制作会社ではなく
“バイヤー本人”が撮影?

A 商品を知り尽くした社員が、
直接発信します。

販売企画が自らスマートフォンで動画を撮影。商品を熟知したバイヤー、現場を熟知したSVと情報を共有し販売企画が撮影・編集を担当。三位一体で動画を制作しコストを抑えながら、ファンの心に刺さるスピーディーな情報発信を実現しています。

関連部署：販売企画・バイヤー・店舗運営



思夢樂

台湾でも「きっと見つかる、みんなワクワク」

【ブランドコンセプト】

思夢樂は、日本のしまむら事業と同じコンセプトの総合衣料品店を台湾で展開しています。思夢樂でしか買えないしまむらグループのPBやJB、思夢樂のオリジナルPB商品を品揃えすることで台湾のお客様に「ワクワクする買い物の楽しさ」を提供しています。

思夢樂が生まれた理由

独自の仕組みで「衣料品の社会インフラ」を構築

思夢樂は1997年、グループ初の海外事業として設立されました。国内で培ったスケールメリットを生かした一括仕入やローコストオペレーションの仕組みを台湾で具現化し、地域に根差した店舗運営を行っています。私たちの役割は、生活必需品を安定供給する「社会インフラ」としての責任を果たすことです。今後は日本企画の商品の魅力を伝えつつ、現地のニーズを捉えたオリジナル商品の拡充やECの導入を進め、台湾のお客様の毎日がより楽しくワクワクするものになるよう挑戦を続けていきます。

ターゲット層

20代～60代の女性を中心に、そのご家族まで幅広くサポート

日本のしまむらと同様に、幅広い世代のお客様をターゲットとしています。地域の皆様の「欲しいものが見つかる」場所として、家族全員が手軽にお買い物を楽しめる環境を整え、毎日の暮らしに寄り添ったサービスを提供しています。

取り扱い商品

家族全員の日常を彩る、約30,000点の豊富な品揃え

衣料品から肌着、靴、インテリアまで幅広く展開しています。日本企画のPB「CLOSSHI」のほか、現地オリジナルPB「S.Basic」も取り扱っています。



【部門一覧】

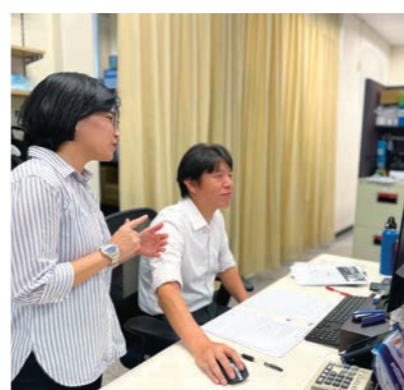
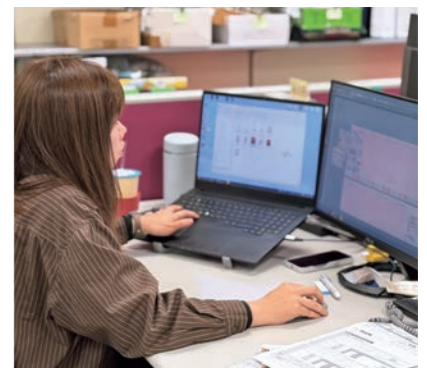
p60

現地のニーズに合った商品を調達する

商品部

経理・人事・総務・システムを一手に担う

業務部



思夢樂事業部

こんな人に向いています

- 困難に屈せず、実現方法を粘り強く考えられる人
- 異文化を楽しみ、現地ニーズや違いを前向きに捉えられる人
- 日本での経験を基に、しまむらの考え方を現地へ伝承できる人

身につくスキル

言語の壁を
超えて伝える
説明力

自ら考え動き、
物事を形にする
実行力

経営を
多角的に捉える
総合視点力

未開拓市場の
ニーズを読む
分析力

[思夢樂事業部のお仕事]

商品部

日本のトレンドを反映したJBやキャラクター企画を広げながら、現地ニーズに合った商品を調達しています。ライセンス交渉や現地バイヤーへの教育にも力を入れ、商品セレクトの精度を高めてきました。さらに「直航・直買」の拡大で物流を効率化。売場演出でも日本らしさを打ち出し、台湾思夢樂の“商品力”と“販売力”の強化につなげています。



業務部

経理・人事・総務・システムを一手に担い、独立子会社の安定経営を支える管理部門です。ガバナンスを重視した正確な資金管理に加え、自社ECの運用や店舗へのタブレット導入などデジタル化を推進し、業務効率を大きく改善してきました。さらに、しまむらの文化や考え方を組織に浸透させ、現地社員が誇りを持って働ける【いい会社】づくりを牽引しています。



どんな部署?

海外事業の先駆者として、しまむらの成功を世界へ



台湾思夢樂は、しまむらグループ唯一の海外事業として台湾全域に40店舗以上を展開しています。最大のミッションは、台湾での売上成長を持続させ、次なる海外進出への足がかりを築くことです。日本で培った「高感度・高品質・良値」のビジネスモデルを現地へ移植し、気候や文化の壁を乗り越えながらしまむらの価値を発信し続けています。独立した子会社として商品開発から物流網の構築、資金管理、DX推進まで経営の全機能を日本人部長と現地スタッフが丸手となって担っており、グループの持続的な成長を牽引するグローバル戦略の重要拠点です。



思夢樂事業部のお仕事

挑戦できること!

商品部は、日本の商品力を武器に、台湾市場で「売れる仕組み」をつくる

日本で培われたキャラクター企画やJB商品を台湾市場に展開し、気候や文化の違いを踏まえた売場作りまで一貫して担います。物流や契約条件といった制約を乗り越えながら、日本の強みを現地ですべてに“売上”に変えていく経験は、海外商品部ならではの挑戦です。

業務部は、異文化の中で、経営に近い立場から事業基盤を切り拓く挑戦

台湾という異なる環境で、前例のない課題に向き合いながら事業の土台づくりに挑戦できます。制度や仕組みをゼロから考え、現地に根づかせていく過程は簡単ではありませんが、その分、事業づくりの手触りを強く実感できる環境です。

複数領域の経験を生かし、サプライチェーン全体を動かす強み

日本でバイヤーや貿易、品質管理を経験したことで、台湾でも輸入方法の確立や品質教育に携われています。日本とは異なる環境の中で、簡単には実現できない課題を一つずつ解決する過程が、自身の成長とスキル向上に直結していると感じます。

商品部 部長
K.Kさん



異文化に触れる貴重な経験を通じ、会社経営を身近に感じる一体感

独立した子会社だからこそ、日々の判断が会社の方向性に直結する実感があります。台湾での生活を通じて異文化に触れる経験は、自身の視野を大きく広げてくれました。部署間の垣根が低く、一体感を持って【いい会社】をつくっていける点が、ここで働く最大の魅力だと感じています。

業務部 部長
N.Yさん



商品部のある1日の仕事

- 8:45 始業
週間の動向分析と総経理会（日本の部署長会）で状況を報告します。
- 10:00 宣伝会議
チラシに掲載する商品を董事長から承認をもらいます。
- 12:00 昼食
- 13:00 部門打合せ
各部門の動向分析と今後の対応の打合せを行います。
- 15:00 部会
今週の対応方法を部員に伝達します。
- 16:00 売場確認
本社に隣接する店舗で売場と商品の確認をします。
- 17:45 退社



業務部のある1日の仕事

- 8:45 始業
各部署から依頼があった経費の支払の内容を確認し、ネットバンキングで承認します。
- 10:00 押印処理
契約書、請求書、申請書等の書類を確認し、会社の代表印を押印します。
- 10:30 総経理会
董事長と部長で、先週の状況と今週の対応を打合せします。
- 12:00 昼食
- 13:00 資金処理
資金繰りの確認や計画予算の進捗を管理します。
- 14:00 業務改善・DX推進
各部署と打合せして、iPad運用確認や業務効率化を進めます。
- 16:00 部会
先週の状況と今週の対応を各担当者で打合せします。
- 17:45 退社



オンラインストア

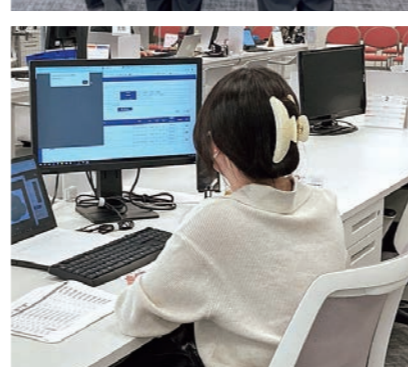
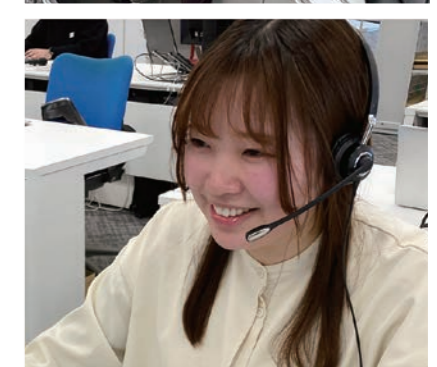
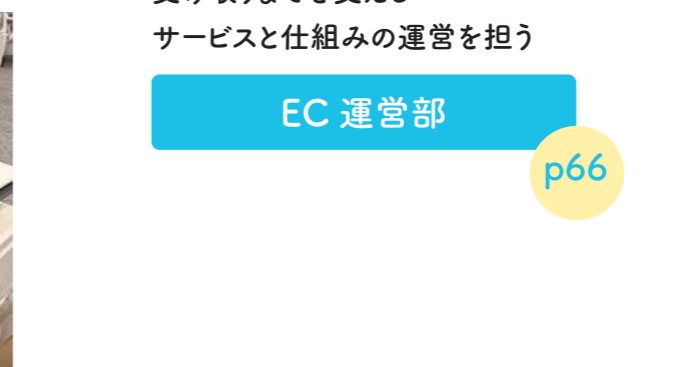
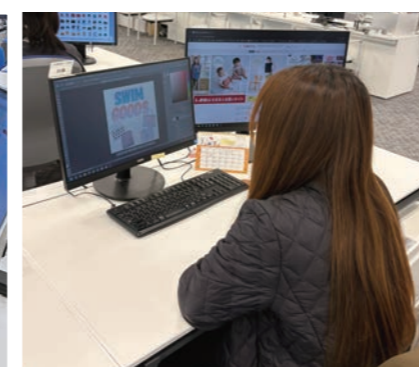
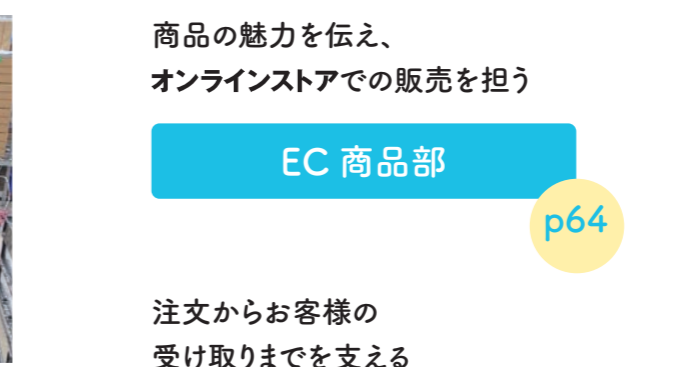
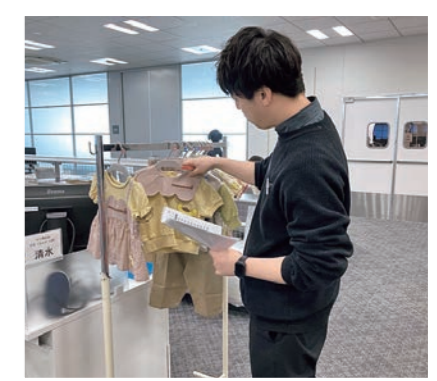
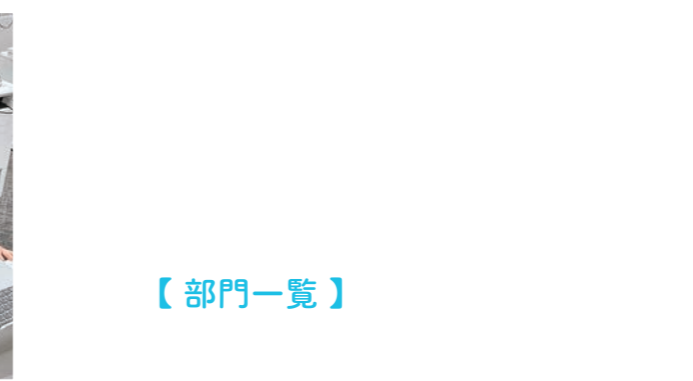


オンラインストアのキービジュアル

お客様が好きなとき、好きな場所でしまむらの商品に出会えること。
オンラインストアは、そうしたお買い物体験を支えています。

しまむらグループのオンラインストア「しまむらパーク」は、
各事業の商品をひとつのサイトで探して注文できるサービス。
店舗受け取りなどの仕組みを生かして、
便利なお買い物を提供しています。

オンラインストアを支えるEC事業の仕事(役割)は、
単に商品を掲載することに留まりません。
商品の魅力を伝えるページ作りや販促企画、
注文から受け取りまでの仕組み設計など、
多岐にわたる業務でお買い物を支えています。



【部門一覧】

商品の魅力を伝え、
オンラインストアでの販売を担う

EC 商品部

p64

注文からお客様の
受け取りまでを支える
サービスと仕組みの運営を担う

EC 運営部

p66

EC商品部

こんな人に向いています

- 新しいチャレンジを楽しみ、主体的に行動できる人
- 会社全体の利益を意識し、全体最適の視点で判断できる人
- 他部署や取引先と粘り強く調整・交渉できる人

身につくスキル

ECサイトへの掲載から運用までの
実務遂行力

多様な関係者を巻き込む
調整・交渉力

スケジュールを逆算して進める
計画力と実行力

データからお客様のニーズを読む
分析力

[EC 商品部のお仕事]

運営

各事業の商品を「しまむらパーク」に掲載するため、原稿管理から撮影依頼、内容確認、最終チェックまでを行い、お客様に魅力ある商品を届けます。



管理

掲載時期や納品数量、お届け時期を日次で管理し、安定した商品供給を実現します。注文動向に応じて商品の追加依頼や再販提案、移送判断を実施します。



研究

受注生産を活用し仕入れリスクを抑えながら、お客様の需要に合わせて商品生産を部署連携で行うスキームの構築により、商品部へ新たな売上機会を提案します。サイズロピングやラインロピングを通じてECならではの品揃えを幅広く実現します。

新規販路開拓

まとめ買いサイトの「しまサポ直トク便」の開設やグループオンラインストア「しまむらパーク」の統合を通じて利便性の向上と事業横断での売上拡大を推進しています。また、海外展開により、しまむらグループの商品を海外のお客様へ届ける新たな入口を開拓しています。新規EC施策にも積極的に取り組み、売上の拡大を図っています。*2026年2月より海外展開は「海外事業部」として独立

どんな部署?

商品の魅力を届け、注文前のすべてを担うECの最前線



EC商品部は、しまむらグループ国内5事業のECサイト掲載と運用、海外展開用の商品手配から販売までを担う部署です。ミッションは、ECを通じて新規顧客を獲得し、実店舗への来店動機を生み出すこと。最大の特徴は、「お客様が注文ボタンを押すまで」に必要な商品紹介ページをすべて整え、限定フェアなどの買いたくなるきっかけを企画・運営する点です。商品は約2週間を目安に入れ替え、常に鮮度あるサイト運営を実現。受注販売により、必要とするお客様に機会損失なく商品を届ける仕組みを構築しています。

EC 商品部のお仕事

挑戦できること!

1 店舗の枠を超えた、ダイナミックな「EC限定フェア」企画

店舗の売場発想にとらわれず、全国のお客様に向けて特定カテゴリーやトレンドを深掘りしたECフェアに携われます。受注生産を組み合わせることで、一度の企画で大きな注文数を生み出すなど、実店舗網を超えるスケールの販売実績を生み出せるのがEC商品部ならではの魅力です。

2 現場の気づきを形にする、ゼロからの仕組みづくり

「しまサポ」活動から得た現場ニーズを起点にわずか半年で立ち上げた「しまサポ直トク便」のように、現場の気づきを新規販売チャンネルとして具現化できます。RPAや生成AIの活用による業務自動化や、物流部と連携した配送合理化スキーム構築など、生産性を高める仕組みづくりに主体的に携われます。

EC立ち上げから関わり、全体最適を追求する面白さ

EC事業の立ち上げ期から関わり、売上を生む仕組みをゼロから考えてきました。商品掲載にとどまらず、納品時期の調整や商品の店舗移送を判断するなど、全体で効率のよい方法を追求しています。こうした判断が売上や業務効率の向上につながる点に、やりがいを感じています。

主幹
M.Kさん



段取り力で「販売」を確実にやり切るプロへ

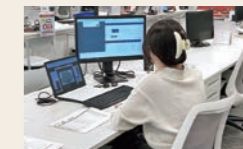
主な業務は、毎週の新商品販売を確実に間に合わせることで、バイヤー時代にサンプル商品の運用・管理の流れを把握していたため、撮影日に撮影サンプルが間に合わない場合は、画像データのやり取り等の代替案を提案して対応することもあります。納期から逆算する段取り力や、他部署との調整力も向上しました。

主任
D.Sさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
業務を開始し、当日の優先事項を確認します。
- 9:00 **分析**
前週の売上・注文状況を確認し、施策結果を分析します。
- 10:30 **打合せ**
今週・翌週の販売計画や販促内容を共有し、調整します。
- 12:30 **昼食**
- 13:30 **販売承認**
掲載画面や商品コメントを最終確認し、掲載承認します。
- 16:00 **手配依頼**
未入荷品や不良品について商品部へ対応を依頼します。
- 17:00 **商品部打合せ**
注文状況を共有し、今後の品揃えや戦略を協議します。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

EC商品部は社内では設立から日が浅い部署だからこそ、アイデアをスピーディーに形にできる環境があります。売り方や見せ方を自由に編集でき、その結果が売上としてすぐに返ってくる点が大きな魅力です。主体的に挑戦し、新しい「しまむら流EC」を共につくっていただける仲間をお待ちしています。

部長 K.Iさん



EC運営部

こんな人に向いています

- リスクとリターンを見極め、明るく前向きに行動できる人
- 現場の負担と利便性を両立する仕組みを粘り強く追求できる人
- 現場を理解し、他部署や取引先と信頼関係を築ける人

身につくスキル

課題を仕組みで解決する
業務設計力

相手の立場に寄り添い信頼を築く
対人調整力

情報を適切に守り運用する
セキュリティ力

先を見据え仕組みを進化させる
経営視点力

[EC 運営部のお仕事]

運営・管理

オンラインストアやECセンターを管理し、注文から配送までの流れを安定的に運用します。



顧客管理

顧客データの分析・活用と不正利用防止で、安全で信頼できる取引環境を構築します。さらに返品やキャンセル傾向を分析し店舗負荷を抑え、送料無料など利便性の高いサービスを継続提供できる環境を整えます。

渉外

配送業者や外部倉庫と交渉し、配送料やシステム導入に関わる契約を管理します。



研究

UI・UX改善やAIチャットボット導入など、最新技術を取り入れたEC基盤の進化を推進します。



どんな部署?

「欲しい」を確実に届け、成長を支えるECの司令塔



私たちの部署は、オンラインストアでのご注文からお客様の受け取りまで、流れを止めずに安心してご購入いただける環境を守ることを使命としています。サイトデザインや決済システムの整備、全国の店舗網を活用した物流の最適化、新センターの立ち上げなどを通じて、さらなるサービスレベルの向上と事業基盤の強化につなげています。安心・便利な環境で魅力ある商品をお届けすることで、しまむらのファン拡大とグループ全体の成長を支えています！

EC 運営部のお仕事

挑戦できること!

1 未完成の仕組みを進化させ、全国へ波及させる挑戦

当社ECはスタートから5年とまだ若く、改善の余地が多く残されています。部員の提案が採用されることで、グループ全体の運営や売上に影響を与える場面も少なくありません。5年、10年先を見据え、次世代のサイト設計や配送インフラを一からつくり上げる手応えを実感できると思います。

2 さまざまな課題を仕組みやシステム構築でクリア

ウェブ解析ツールや顧客データを活用し、サイト運営上の課題をシステムで解決します。2025年度では、他事業商品の店舗受取り実装や、AIを活用した自動応答ツール(チャットボット)の導入などを実施しました。お客様がもっと便利で快適にご利用いただける、新しい仕組みづくりにスピード感を持って取り組んでいくことが出来ると思います。

経営者視点で、次世代の配送網を描く面白さ

受注からお届けまでの配送ルートや店舗の動きを設計しています。都心店舗の狭い在庫スペースや、自社センターのキャパシティといった制約を、外部倉庫の活用や配送管理の工夫で解決します。5年後、10年後も売上が伸び続ける土台を考えるこの仕事には、経営の面白さがあります。

主幹
N.Iさん





お客様と店舗の「困った」をいっしょに解決

問い合わせ内容を整理し、最適な対応方法をご案内しています。作業計画を立案し、問題の早期解決を実現します。また、AIチャットボット導入で定型質問の回答を自動化、お客様の自己解決率向上と問い合わせ件数を削減し、丁寧な個別対応ができる環境を整備しました。

主任
T.Iさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
売上上位店の在庫や注文状況、センター稼働を分析します。

- 11:00 **資料作成**
不正利用の数値や取組内容を整理し、報告資料を作成します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **システム打合せ**
会員制度やシステム変更について他部署と協議します。
- 15:00 **顧客管理分科会**
顧客動向を共有し、対応施策を検討します。

- 16:00 **店舗運営部打合せ**
現場負担を考慮し、入荷やキャンセル対応を調整します。
- 17:45 **退社**

[部長メッセージ]

EC運営部は「もっと良くなる!」を合言葉に、お客様目線で利便性の向上やオペレーション改善に日々取り組んでいます。比較的新しい部署ということもあり、部員のアイデアや提案をすぐに実行出来る環境ですので、仕事の成果を実感したい方、やりがいを求めている方、是非お待ちしております!

部長 M.Sさん



会社全体を 支える部署

お客様が安心して買い物を楽しめること。
その当たり前は、見えない場所の仕事から生まれています。

新しい街に店舗をつくる。
商品を、速く正確に届ける。
全社を支える仕組みを整える。
社員が安心して働ける環境をつくる。
企業としての信頼を守る。

どれも、会社にとって欠かせない役割です。
その仕事の中身を、のぞいてみませんか？



【部門一覧】

出店

p70
~

- ・店装部
- ・店舗サポート部
- ・開発部
- ・開発管理部
- ・店舗建設部



商品供給

p80
~

- ・物流部
- ・貿易部
- ・商品管理部



バックオフィス

p86
~

- ・総務部
- ・経理部
- ・労務サポート部
- ・人材開発部
- ・システム1部
- ・システム2部



ガバナンス・IR

p98
~

- ・監査室
- ・法務室
- ・広報室
- ・経営企画室



店装部

こんな人に向いています

- ものづくりを楽しみ、什器や備品の全店展開を担う責任感のある人
- お客様と現場社員の視点を両立した売場作りを提案できる人
- 多くの部署とサプライヤーの間に立って柔軟に対応できる人

身につくスキル

売場の価値を高める
VMD思考力

CAD活用による
レイアウト設計力

関係者の意見を整理して
実装する調整力

トラブルが生じて、臨機応変に対応できる
柔軟性

[店装部のお仕事]

計画・統制

しまむらグループの什器・備品の予算を統括し、店舗レイアウトの方針を策定、標準化設計を通して一貫した店舗品質を維持します。

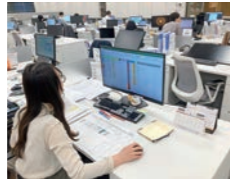


管理

Gondラや買い物カゴ等の老朽化に伴う更新や新規導入を、企画から導入まで一元管理します。現場での独自移動による図面の乖離も随時修正し、全店で「標準化」された運営基盤を確立・維持します。

発注

什器・備品や工事の見積、発注を担い、品質とコストを両立した調達・管理体制を確立し、安定した納品と事業価値の最大化を実現します。



研究

新規レイアウトや店舗デザイン、VMDの研究を通じて、陳列演出の改善につながる最適案を各部署に提案します。デジタルサイネージ導入や什器の高段化を検証し、売上を最大化する魅力的な売場作りを牽引します。

どんな部署?

しまむらグループの売場作りを支える「縁の下の力持ち」



店装部は、しまむらグループ全店舗の「売場作り」を担う専門部署です。売場レイアウトの設計や什器、備品の開発・管理を通じて、お客様が商品に興味を持ち、見やすく・選びやすい売場作りと、社員が安全で働きやすい環境づくりの両立を支えています。又、現場の声をもとに、商品の陳列量を増やす「1900H Gondラ化」や社員の負担を軽減させる「軽量コンビテナー」の導入、「自動釣銭機入替」に伴うレジ廻りの改装などの改善を重ね、しまむらグループの売場作りを支える「縁の下の力持ち」の部署です。

店装部のお仕事

挑戦できること!

1 お客様満足度を最大化、ブランド価値を高める「ワクワク空間」への挑戦

「日々の暮らしに、ワクワクを」をサポートします。売場レイアウトの改善や什器開発を通じて、お客様に「買いやすい、選びやすい売場」を提供し続け、しまむらのブランド価値を高める店舗をつくることで貢献します。

2 ESG活動の最前線に立てる

使用済みハンガーやビニールを再資源化する完全循環型リサイクルといったしまむらグループの最先端の取り組みに関与できます。環境配慮と経済合理性を両立しながら、理想で終わらせることなく実現させる、先進的な挑戦ができる環境です。

現場を見て考え、全店舗で役立つ改善案を提案

オペレーションを整備する施策のひとつとして、現場の声をもとに女性社員でも扱いやすい軽量コンビテナーを開発・導入することで作業効率向上を実現しました。自分で考え、形にした提案が全店舗に広がる手応えを感じたい人をお待ちしています。

主幹
T.Sさん



商品部での経験を生かし、売上に直結するレイアウトを設計

商品部で学んだ売場の定石（ゴールデンゾーンや磁石売場）の考え方が、現在の作図業務や什器開発に直結しています。店舗建設部や開発部など他部署と連携し、急な変更にも優先順位を立てて柔軟に対応する力が身につきました。白紙のレイアウト図からオープンまでを見届けられる達成感を味わえる部署です。

主任
H.M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 **打合せ**
週のスケジュールと作業の進捗状況を打合せします。
- 10:00 **レイアウト作図**
店舗レイアウト図の新規作成、修正を行います。
- 11:30 **昼食**
- 13:00 **商談**
什器・備品の開発について、サプライヤーと商談を行います。
- 16:00 **新店の発注業務**
新店に必要な什器の積算、発注を行います。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

自ら考えたレイアウトや什器が導入された瞬間に、国内店舗の現場を変え、売上という結果で手応えを感じられる部署です。近年ではDX推進など、業務の幅が飛躍的に広がっています。ものづくりが好きで、現場の声を大切にできる方の挑戦をお待ちしています。

部長 K.Oさん



店舗サポート部

こんな人に向いています

- 情報を素早く整理し、優先順位をつけて即応できる人
- 現場・本社・外部の意図を汲んで、的確に伝えられる人
- 目に見える成果よりも、“日常”の維持に手応えを感じられる人

身につくスキル

経済指標を基に委託料金改定の合意を
導く交渉力

利害関係を把握して妥協点を
導き出す折衝力

全店舗へ誤解なく指示を届ける
的確な伝達力

突発事態に優先順位をつけて
対処する判断力

[店舗サポート部のお仕事]

計画・統制

マニュアルの作成・改訂や改善提案制度、開閉店スケジュールの管理を通じて、全店舗が標準化された効率的な運営を行える仕組みを整えます。



渉外

清掃、警備、電力会社等との契約や支払業務を担い、業者との粘り強い価格交渉を通じて店舗経費を抑制します。



設備管理

店舗設備に関する法定検査や各種届出を管理します。消防、電気、空調などのインフラを常に最適な状態に維持し、安全な売場環境を提供するとともに、不測の事態を未然に防ぐことで店舗の安定稼働を支えます。

店舗運営管理

店長会議や店舗運営部の教育訓練をサポートし、苦情及び労災の分析・対策立案を行います。又、大地震などの緊急時対応(安否確認、休業管理、報告)に関するマニュアルを整備します。

どんな部署?

緑の下の力持ちとして、全店舗の“当たり前”を守る



店舗サポート部は、警備・設備・法定点検・トラブル対応・マニュアル作成など、店舗運営の土台となる業務を一手に担い、全店舗が営業に集中できる環境を整えます。毎日発生する設備トラブルや事故に対しても、本社の専門部隊として迅速かつ的確な指示を出し、早期復旧へと導くほか、各部署との調整役としても機能しています。成果は売上として見えにくい一方、「店舗で何もトラブルが起きない状態」をつくり、お客様や現場社員が安心して店舗で過ごせる環境を整えることで全社を支える、緑の下の力持ちとしての役割を果たしています。

店舗サポート部のお仕事

挑戦できること!

1 全社的なコスト削減を主導し、ローコストオペレーションを追求

電気代や警備費など、全店舗規模の膨大な経費については、全国各地の電力会社や業者と直接管理・交渉しながら、億単位のコスト抑制を実現してきました。契約見直しや仕組み改善によって数字で成果が見えるため、会社の利益を支えている実感を持てるのが大きなやりがいです。

2 DXの推進により、販売に集中できる現場づくりを支える

店舗契約ファイルの電子化やiPadでの点検作業の自動化など、アナログな店舗作業をデジタルへ転換する旗振り役を務めます。システム部と連携し、属人化を排除した新たな仕組みを設計するほか、マニュアル化等を通じて、現場の負担を根本から変える面白さがあります。

全社の業務効率化を実現するGW改修への挑戦

これまで紙で運用していた開閉店スケジュールを、自社ツール「GW」で一括管理できるようシステム部と開発を進めています。自らの発案が形となり、店舗サポート部だけでなく全事業部の業務時間短縮につながることに、大きなやりがいと会社への貢献実感を感じています。

主幹
K.Yさん



店長時代の経験を生かして、現場を支えるやりがいを実感

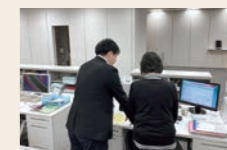
警備や自販機、防犯カメラなどの実務的な店舗サポートを担当しています。トラブルや災害時には優先順位を瞬時に判断し全店へ通達する力が求められる部署です。店長を経験したからこそ、現場の声に寄り添いながら、迅速かつ的確な対応ができています。

主任
M.Sさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
- 9:00 押印申請作成
契約書等の押印申請を作成します。
- 10:00 支払い明細作成
一般ゴミのPDF(電子データ)の取込みと確認/不動産取得税等の不定期支払の確認とHOST入力します。
- 12:00 昼食
- 13:00 各種案件打合せ
各種案件に対して部長と打合せを行い、方向性の確認や承認を受けます。
- 15:00 開閉店スケジュール作成
システムや他部署の打合せ内容をまとめたものを集計する作業を実施します。
- 17:00 主任、M社員提出物確認・承認
主任やM社員からの提出物を確認、承認や打合せを実施します。
- 17:45 退社



[部長メッセージ]

店舗サポート部では、警備や契約管理、改装対応、トラブル解決など、目立たない仕事を積み重ねることで全店を支えています。店舗運営部での長いキャリアを持つ社員に来ていただき、現場経験を生かして問題を未然に防ぐ仕組みの標準化やDXにご協力いただきたいです。

部長 T.Aさん



開発部

こんな人に向いています

- 調査訪問や交渉を粘り強く積み重ねられる人
- 前向きに行動し、様々なことにチャレンジできる人
- 自分の目標に対して責任を持ち、努力し続けられる人

身につくスキル

社内外を巻き込んで契約へ導く

推進力

相手の真意を汲み取り、合意形成する

交渉力

立地法や借地借家法などの

専門知識

多角的な視点で出店判断を見極める

分析力

[開発部のお仕事]

市場調査

担当する地域に直接足を運んで商圈を分析し、将来性を見据えて、出店に最適な立地を選定します。



契約

地主・企業と直接対話することで信頼関係を構築し、賃料条件の交渉から社内決裁、契約締結までを一貫して担います。



調整

契約後は開店までの調整役として、店舗建設部など関連部署と連携して、新規出店プロジェクトを推進します。建設部への引継ぎや工事区分調整を行い、開店までの工程を計画通り進めます。

立地法

行政との窓口として、大規模小売店舗立地法に基づく各種届出を担います。警察や自治体等への書類作成や協議を通じて法的要件を満たし、予定通りの店舗開店を確実に実現します。

どんな部署?

事業の起点として、全部署が活躍する“舞台”をつくる



開発部は、会社の成長を支える「新規出店の起点」となる部署です。新規出店は会社の成長に不可欠であり、私たちが出店可能な物件を確保しなければ、他部署も力を発揮することができません。商圈調査から用地確保、地主・企業との交渉、契約、法対応までを一貫して担当しています。開発部の強みは、不動産業者に頼らず自ら物件を探し、地主と直接交渉する「自前主義」にあります。地域に根ざした店舗網を構築することで、衣料品のインフラとしての役割を担い、永続的に地域社会を支え続ける礎を築きつつ、全社のバリューチェーンを動かす部署です。



開発部のお仕事

挑戦できること!

1 都市部への戦略的出店と地域店舗の再構築を推進

将来性の高い都市部出店を担い、今までにない売上規模を見込める優良物件の確保に挑めます。同時に、立地や環境の変化を見据えたりロケーションを通じて、将来にわたり地域から選ばれる店舗網を再構築します。自らの判断がグループ全体の収益基盤を左右する仕事です。

2 多様な店舗モデルを描き、事業の可能性を広げる

超都市部の小型出店など、新しい出店戦略に挑戦できます。まちづくりの視点から新たな価値を創出でき、既存のビジネスモデルにとらわれず、未来のしまむらを構想して形にする重要な存在です。

「しまむらを選びたい」という言葉を引き出す、地域の未来を預かる仕事

店長や商品部を経て開発部に戻り、通算で約14年この仕事に携わっています。私たちの役割は、単に土地を借りて店舗を建てることではありません。出店をめぐる競争の中で地主と向き合い、「このエリアをしまむらグループでどう盛り上げていくのか」という将来像を自分の言葉で伝えます。その結果、「しまむらグループと携わりたい」と選ばれた瞬間の喜びは格別です。法律などを学び、地主一人ひとりの想いに寄り添いながら、未来に続く地域インフラの礎を築く。会社の成長を支えているという誇りを持って仕事です。

主幹
M.Tさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
担当地域の現地で始業
社有車にて、出店可能な土地や商業施設などの物件を調査します。
- 11:00 **訪問**
物件を所有している地主を訪問、交渉します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **訪問**
商業施設のオーナーや不動産業者を訪問し、情報交換や契約交渉をします。
- 15:00 **作業**
契約書や物件案内(提案書)などを作成します。
- 17:00 **退社**
週報を作成し、部長へ報告します。
- 17:45 **退社**
担当地域で業務終了です。



[部長メッセージ]

開発部は、会社の未来を切り拓く「先駆者」です。開発部が契約した場所に新しい店舗が建ち、街の景色が変わります。数億円規模の決断で会社の成長を最前線でリードし、成功の舞台を自らつくり出します。自分の仕事になり、地図と歴史に深く刻まれる、最高に魅力的な部署です。

部長 H.Iさん



開発管理部

こんな人に向いています

- 法律や契約に関する知識習得に意欲的に取り組める人
- 社内外のステークホルダーと粘り強く交渉できる人
- 地域や商圈の変化を踏まえ、最適な店舗のあり方を考えられる人

身につくスキル

契約・法務知識を前提とした
交渉力

店舗収益を踏まえた
コスト最適化力

データに基づく
戦略的判断力

投資対効果を見極める
経営判断力

[開発管理部のお仕事]

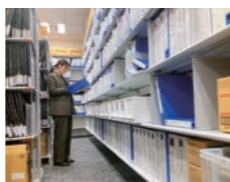
店舗継続・改装の交渉

既存店の賃貸借契約満了に伴う更新（再契約）の交渉を行います。店舗存続に向けた最適な条件をオーナー・地主と協議します。



更新・再契約締結

合意した条件に基づき、契約書や覚書を作成するほか、法的な不備がないか精査し、将来の経営リスクを未然に防ぎます。



条件変更交渉

市場動向や店舗の収益状況を分析し、適正な賃料への変更交渉を行い、長期的なコスト削減を推進します。



既存店価値の最大化

周辺商業環境の変化を見据え、既存店の契約更新（再契約）や改装を通じて店舗競争力を高める戦略を立案します。



どんな部署？

既存店の経営資産としての価値を高める戦略部門



開発管理部は、2025年度に新設された既存店全店の契約管理に特化した部署です。新規出店を担う開発部とは異なり、全国のお客様に実用衣料を安定的に提供し続けるため、既存店舗が長期にわたって営業を継続できる体制を支えています。オーナー・地主との長期的な信頼関係を基盤に、法的知識や市場データをもとに契約更新（再契約）や賃料交渉、建替・改装の提案を行い、店舗の収益性と継続性を高める施策を立案しています。既存店を経営資産として捉え、環境の変化を踏まえた最適な戦略的判断を重ねながら、しまむらグループの経営基盤を支える役割を果たしています。



開発管理部のお仕事

挑戦できること！

1 ダイナミックな投資を通して、会社の未来を守る

借地店舗の土地購入交渉等、1つの店舗の存続に数十億円が動く大規模投資に携わります。地主との粘り強い交渉の末に購入が成立し、店舗と従業員の雇用を守れた際の達成感は格別です。自らの判断が会社の利益や将来像に直結する、責任と手応えの大きい仕事です。

2 既存店の価値を最大化するリノベーションの実施

築年数が経過した店舗に対し、建替や改装の提案を行います。オーナー・地主の合意を得て店舗が新しく生まれ変わり、売上が向上する瞬間に、開発管理部の存在価値を強く実感できます。

専門知識を武器に オーナー・地主様と向き合う

借地借家法等の法的知識を学び、多種多様なオーナー・地主と対等に交渉するのは容易ではありませんが、自分の提案ひとつで店舗の存続が決まる責任感は大きなやりがいです。関係者を巻き込む調整力を磨きながら、全店舗の強固なネットワークを守り抜くプロを目指せます。

主幹
K.Yさん



店長経験を生かした提案で、 ゼロから店舗の未来をつくる

店長として売上管理や人員配置、競合状況への対応を経験してきたからこそ、「この店舗の立地が適正なのか」「現場に無理のない設計か」といった実態に即した視点で、オーナー・地主や他部署に説得力のある提案ができます。開発管理部は新設部署のため、前例に頼らず仕事の進め方そのものを考える場面も多く、利害関係の異なる関係者を調整しながら最適解を導く中で、問題解決能力が大きく鍛えられました。

主任
M.Kさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
業務開始。
- 9:00 打合せ
改装に伴う店舗建設部との打合せをします。
- 10:00 提出物確認・契約書作成
担当部長、法務室審査に備え、契約書等の提出物をまとめます。更新（再契約）・改装・閉店に関する契約書・覚書の作成と提出準備をします。
- 12:00 昼食
- 13:00 担当部長との打合せ
更新（再契約）・改装・閉店に関する契約交渉の進捗を確認します。
- 14:00 担当執行役員との打合せ
方針、賃料変更、支払い等の承認に関する打合せをします。
- 16:00 契約書作成
更新（再契約）・改装・閉店に関する契約書・覚書を作成します。
- 17:00 準備
オーナー・地主訪問の事前準備をします。
- 17:45 退社



[部長メッセージ]

開発管理部は、既存店の契約更新（再契約）や改装、時には撤退判断まで担い、数字と現場の両面から店舗の将来を決める部署です。若手にとっては、早い段階から数億円規模の投資判断に関わり、大きな金額を動かすダイナミックさを味わえることが魅力です。一方、ベテランにとっては、店舗運営で培った経験や現場感覚を、オーナー・地主との交渉、条件調整に生かせます。年代を問わず、それぞれの強みを発揮しながら、会社の土台をつくる仕事に挑戦できる部署です。

部長 Y.Hさん



店舗建設部

こんな人に向いています

- マニュアルや前例を鵜呑みにせず、「なぜ？」を深掘りできる人
- 建築の制約があっても、最善の提案を楽しんで考えられる人
- 自分の描いた図面が店舗の形と成果に直結する仕事に挑みたい人

身につくスキル

図面一つで経営を動かす
意思決定力

制約条件下で最適解を導く
問題解決力

専門業者・行政と合意形成する
交渉・調整力

コストを利益に変える、
論理的な思考力

[店舗建設部のお仕事]

設計企画・図面の作成

標準図面に基に、地域特性や土地条件を踏まえた配置を最適化します。動線・視認性・安全性を緻密に調整し、使い勝手と投資効率の最大化を図ります。用地を最大の収益資産へと進化させる設計を確立します。

店舗設備の修繕

設備更新や計画的改装を通じて、管理費を抑えつつ売場環境を刷新し、既存店の売上向上と資産価値の最大化を図ります。



工事管理

施工業者との交渉や工程管理を通じ、徹底した低コストと最短工期を実現し、投資回収を早めて、経営効率を高めます。



店舗意匠の更新

ブランドコンセプトを視覚化し、集客に繋がる外観を構築することで、建築面から「選ばれるブランド」を創出します。



どんな部署?

ローコストオペレーションを実現する建築を追究



店舗建設部は、出店用地決定後の新店建設から既存店の改装、日常的な修繕までを担い、店舗を「運営できる状態」に保つ部署です。図面チェックや行政・設計事務所との調整を通じて、地域条件に応じた最適な設計を行い、同時に徹底したコスト削減を追求します。建築費用の大半は、建材の種類、設備仕様、構造、工法などが決まる図面の段階で確定します。そのため、柱の配置や素材の選び方、設備の仕様を工夫するだけで、工事内容そのものが変わり、数百万単位のコスト削減が可能になります。こうした判断で工期短縮や開店前倒しも実現し、営業利益率の向上に直結します。建築を通じて投資を利益に変え、しまむらグループの成長を支える最前線です。

店舗建設部のお仕事

挑戦できること!

1 新しいブランドを “店舗づくり” から形にする

チャンプルのリニューアルでは外観・内装の色や素材、レイアウトを白紙から検討し、「どんなお店に見せたいか」「どんなお客様に来てほしいか」を空間で表現しました。店舗がブランド印象を決めるため、設計段階から事業部と仕様を決定します。自分の判断で店舗の印象が変わる、ブランド価値に直結する責任ある仕事です。

2 制約を突破して、最適解の図面をつくる

東京スカイツリー周辺などの都心部物件では、変形地や厳しい行政規制が立ちばかり、高い建築水準が求められます。限られた敷地で駐車場と売場を最大化するため、現場調査と設計者との徹底した議論を重ね、制約を突破して最適解の図面を導き出す醍醐味があります。

図面一つで、数億円の現場を動かす

図面で描いた配置、細かい工夫がそのまま完成した店舗に実装された瞬間に、この仕事の醍醐味を感じます。新店舗建設では、上司からの指摘を受けて図面を練り直し、最適解に至った時の達成感が大きいです。数億円規模のプロジェクトを動かす経験を通じた成長を実感できます。

主幹
A.Aさん



現場の不満を “仕組み” に変えて解消する

修繕担当として全国の店舗から寄せられる「雨漏りが直らない」「同じ不具合で何度も業者を呼んでいる」「修理のたびに営業に支障が出る」といった声と日々向き合ってきました。単に直すだけではなく、「なぜ繰り返起きるのか」「どうすれば店舗の負担を減らせるか」を考え、修繕方法や手配の流れそのものを見直しています。現場の困りごとを一つずつ解消していくことで、店舗が本来の仕事に集中できる環境をつくることに、大きなやりがいを感じています。

主任
Y.Sさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
業務開始。
- 9:00 **報告内容まとめ**
前週週報記載の報告事項について、図面等の報告内容を準備します。
- 10:00 **開発部打合せ**
担当店舗の許認可進捗や懸案事項について開発担当者と協議します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **役員打合せ**
前週週報の報告を行い、役員からの承認を得ます。
- 15:00 **部会**
経営会議の連絡事項確認や、コストダウン提案の情報を共有します。
- 16:00 **店装部打合せ**
新規店舗、着工済み店舗の許認可の進捗、懸案事項の打合せを行います。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

店舗建設部は、「早く、安く、売れる店舗」をどう実現するかという正解のない課題に挑む部署です。判断一つで数百万の利益を左右し、その積み重ねが経営を支えます。店舗づくりの前提条件そのものを見直すことで、しまむらグループのローコスト体質を土台からつくっています。設計や施工の慣習を変え、現場のやり方を更新し続けることで成長を生み出す、未来の経営人材を求めています。

部長 Y.Tさん



物流部

こんな人に向けています

- 自社の物流システムを深く理解し、効率よく確実に実行できる人
- データをもとに考え、仕組みを回すことが得意な人
- 現場発想で、DXや新しい技術を通して物流の変革に挑戦したい人

身につくスキル

全体最適を実現する

計画・管理能力

トラブル発生時に最適解を選ぶ

判断力

関係者の利害を調整し、合意へ導く

調整力

社会課題に挑み、施策を形にする

突破力

[物流部のお仕事]

配送・配車計画の立案と最適化

売上や仕入計画、入荷予定データに基づき、精度の高い配車計画を策定します。定期便比率を高めることで、配送の安定化と持続可能なローコスト運営の両立を図ります。

入荷・仕分・出荷の統括管理

センター内での物流（マテハン）設備を活用した効率的な入出荷管理を徹底し、店舗への遅滞のない商品供給を支えます。



物流システムの企画・開発

入荷予約システム「しまロジ」を運用、適時改修を行いながら最適化し、センター内待機時間の削減を推進します。



ESGへの取り組み

モーダルシフトによるCO₂削減や、リサイクル資材回収・衣料品回収の実証実験を推進します。これらの取り組みを通じて、サプライチェーン全体の環境負荷低減と社会への貢献を推進します。

どんな部署？



グループの強みである「ローコストオペレーション」を仕組みと技術で支える

物流部の基本は「スピード」です。国内10カ所の自社商品センターでは、徹底した機械化により、荷物を手で扱うことなく高速で仕分け・出荷する体制を確立しています。この「スピード」の追求が滞留をなくし、結果として配送費や人件費の抑制につながっています。また、海外からの直接物流や、約600社のサプライヤーによる共同配送など、サプライチェーン全体の最適化を推し進めています。物流部では、仕入計画をもとに物量を予測し、運送会社様や商品センター、店舗の受け入れ状況を事前に調整することで、トラックの空きや待ち時間、無駄な配送を減らしています。単に物を運ぶのではなく、スピードを武器にムダをなくして、しまむらの強みであるローコストオペレーションを仕組みと技術で支えています。

物流部のお仕事

挑戦できること！

1 物流変革の最前線として、DXで現場を変える

予約システムの内製化など、自ら業務の仕組みを設計し、現場の手間や待ち時間、入力作業を削減できます。システム導入で終わらず、「使われて、成果の出るDX」を自分の手で形にし、物流のあり方そのものを変えていく手応えを実感できます。

2 社会課題を解決する「持続可能な物流網」の模索

「2024年問題」に正面から向き合い、鉄道や船を活用するモーダルシフトの推進や、定期運行比率を高める配車手法の確立に挑戦できます。コスト削減と安定供給、環境配慮を両立させ、将来に続く物流の形をつくる仕事です。

最適な判断で安定配送を支える

配車業務は、仕入側・店舗側双方の事情を理解し、運送会社との信頼関係のもとで成り立つ仕事です。日々の巡回で物流機器の異変を察知し、故障からくる配達遅延を未然に防止しています。「最速で店舗に届ける」指針のもと、安定した配送の実現にやりがいを感じます。

主幹
R.Sさん





全体の流れを俯瞰し、最適解を導く仕事

店舗運営部と商品部での経験が、現在の全体と各店舗の在庫バランスの調整や、店舗の都合を踏まえた配送タイミングの判断に活かしています。配車業務では限られた予算内で積載効率を高め、週末に残貨ゼロで収まった時に大きな達成感をえます。

主任
M.Hさん



ある1日の仕事

- 9:00 始業
朝礼と入荷状況の確認をします。
- 9:15 配車
WEB-EDIで翌日の荷量予測と不足台数の配車を確認します。
- 9:45 直流予約状況の確認
直近5週間分の開放レーンを確認します。
- 10:00 センター内外巡回
建物や物流設備に異常がないか確認します。
- 12:00 配車調整
WEB-EDIで、予測値とのプレを微調整します。
- 12:30 昼食
- 14:00 配車状況の確認
未配の対策と今後の計画を立案します。
- 14:30 業務改善検討
配送最適化チームの課題整理、運送会社との商談をします。
- 18:15 退社

[部長メッセージ]

物流部は「スピードとローコスト」の両立を追求し、独自の仕組みでしまむらグループの土台を支える部署です。センター運営、DX、ESGなど挑戦の場は広く、データに基づき既存の仕組みを磨き上げ、最適化していく面白さがあります。多様な仲間と共に、物流の進化を通じて会社に貢献するやりがいを実感できます。

部長 H.Kさん



貿易部

こんな人に向いています

- 世界を舞台にもものづくりで価値を創造したい人
- 国際情勢を読み交渉に粘り強く向き合える人
- デジタルを活用し業務改革に挑戦したい人

身につくスキル

海外取引を円滑に進める
国際交渉力

素材や工程を理解する
専門的な知見力

為替や物流を見極める
リスク管理能力

DXをものづくりに生かす
推進力

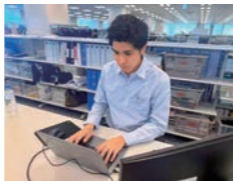
[貿易部のお仕事]

サプライヤー管理

世界各国の工場特性を把握した上で、商品ごとに最適な工場を選定し、価格・品質・納期を直接管理します。さらに素材メーカーとの協業を通じて、独自の機能や付加価値を持つ生地を安定的に開発する仕組みを構築します。

商品の発注、取引

市場動向や実績を分析し、素材や仕様を工場と検討し、根拠ある提案で商品部の商談を支援します。



商品輸入

海外工場からセンターまでの輸入工程を管理し、船積みや通関、納品調整を通じて安定供給を支えます。デジタル連携やペーパーレス化により、船積みから納品までの業務スピードを向上させます。

品質管理

検品や品質確認を通じて不良を未然に防止し、安定した商品品質を維持・向上させます。



どんな部署?

「ものづくりのプロ」という志を形にし、原価・品質の優位性を生む



貿易部は、しまむらグループが掲げる「高感度・高品質・低価格」な商品づくりを、世界規模のサプライチェーンを通じて実現する中核部署です。海外工場と直接取引する体制で品質・原価・納期を自社管理し、世界各地の優良工場と連携して細部までこだわった「商品づくり」を支えています。また、輸入コストを徹底的に抑えることで「独自のローコストオペレーション」を牽引し、グループの売上高・粗利益高にダイレクトに貢献する、グローバル展開において重要な役割を担う部署です。

貿易部のお仕事

挑戦できること!

1 3Dモデリングソフトの活用による「商談のデジタル革命」

従来のアナログな商談手法を刷新し、3Dモデリングソフトを活用したサンプル製作と提案を試みようとしています。このサンプル製作のスピードを大幅に上げ、海外工場と常に連携することで、トレンドを最速で商品化する新たな取組み方を、貿易部主導で構築しています。

2 素材メーカーとの取組強化による「素材MD」の確立

完成した生地を選ぶだけでなく、素材メーカーと直接取組を行い、お客様のニーズに合わせて機能や素材を企画段階から選定しています。素材の源流から商品づくりに関わり、付加価値を仕組みとして生み出すMDに挑戦できる点が、貿易部ならではの大きな強みの一つです。

生産工程を熟知し企画・提案・納品に至るまで「ものづくり」を根幹から支える専門職

海外工場の選定から条件調整、品質確認、出荷まで全工程を把握し、各工程が品質や原価に与える影響を見極めて判断することで「いいものを安く」を実現します。生産現場を深く理解する専門性が貿易部の大きな強みとなり、安定したものづくりを継続的に支えています。

主幹
K.Sさん



海外工場出荷から店舗納品までの安定的な商流を推進する専門職

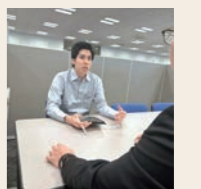
海外工場・デリバリー会社・フォワーダー・商品部とのやり取りや輸入実務を通じ、商品が確実に店舗へ届く流れを支えています。相手の立場を理解しながら調整する力や、細かな事務管理の積み重ねが信頼につながる仕事です。工場を訪れ現場に触れることで、責任感や視野の広さも身につけていきます。

主任
T.Aさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
- 9:00 分析・確認
売上状況や輸入商品の船の動静、発注状況を確認します。
- 11:30 昼食
- 12:30 打合せ
商品部と輸入する商品の打合せを行います。フォワーダー・デリバリー会社と納品スケジュールの打合せを行います。
- 13:30 仕様確認
輸入する商品の納品前サンプルを確認します。
- 14:30 部会
部内での情報共有や打合せを行います。
- 15:00 商談
商品部と商品仕様や納期の確認を行います。
- 17:45 退社



[部長メッセージ]

貿易部の魅力は、世界経済を肌で感じながら、自らの業務が「しまむらグループの商品」として形になり、お客様に届くまでの全工程に関われる点です。ファッションに関する知識を持ち、製品化に興味のある方、語学(特に中国語)が堪能な方、デジタル技術を使ってビジネス成果を追求してみたい方には是非来て欲しいと思っています。

部長 T.Aさん



商品管理部

こんな人に向いています

- 多角的な視点を持ち、品質向上実現へ公平・公正に答えを出せる人
- 海外の生産現場訪問など多様な体験に興味がある人
- 専門知識を積極的に学ぶこと自らの成長として楽しめる人

身につくスキル

組成や染色等の商品生産への深い知見を得る
専門的な知識力

科学的根拠に基づき不良原因を突き止める
論理的な状況分析力

検査機関や工場への確に意図を伝え品質向上につなげる
主体的な交渉力

国際的な人権・環境基準を実地で審査分析する
ESG知見力

[商品管理部のお仕事]

品質管理

独自の品質規程に基づき自らが商品検査を実施。安心・安全な商品を店舗へ提供します。



工場認定審査

海外のPB生産工場を直接訪問し、品質管理体制や人権・環境等ESG課題を「三現主義」に基づき公平・公正に審査します。



店舗検査統制

販売の「現場」である店舗と密接に連携、「現物」の品質確認を継続的に実施し「現実」の課題を解決します。



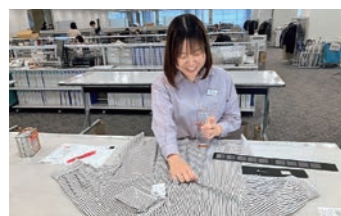
サプライヤーとの協業

毎週の商談等や工場訪問でサプライヤーとのコミュニケーションを深め、品質向上の実現に向け協業します。



どんな部署?

「高品質」実現へ。グループ品質向上への最前線部署



商品管理部は、グループで取り扱う商品を独自の品質規程に基づき自ら検査研究し、お客様へ安心・安全な商品をお届けする役割を担っています。その中で業務の大きな特徴は、現場・現物・現実の「三現主義」の徹底です。品質向上は机上の知識だけでなく、現場把握等多面的な視点が重要です。本社での検査研究に加え海外工場の実施審査を行い、高感度・高品質・低価格商品実現へ取り組んでいます。また近年は、人権や環境に配慮したサステナブルなサプライチェーン構築へも主体的に係っており、まさにグループ品質向上の最前線部署です。

商品管理部のお仕事

挑戦できること!

1 独自の品質基準を策定し商品の付加価値を最大化

既存の基準を守るだけでなく、「洗っても毛玉になりにくい」といった独自の「魅力的品質」の定義づくりに挑戦できます。商品部と連携してお客様の期待を上回る機能を数値化・言語化することで、各ブランドの信頼性と商品力を直接高める醍醐味があります。

2 世界各国の生産現場で「企業の社会的責任」を遂行

中国やASEAN諸国をはじめとする海外の製造拠点を自ら訪問し、品質管理や労働環境を直接審査します。言葉や文化の異なる現場で発生する問題を専門知識と胆力を持って解決する経験は、国際的な視野と真の解決力を養い、自己成長を大きく加速させてくれます。

全商品を横断的に見渡し品質の「お墨付き」を出す

洋服から雑貨まで納品前の商品を検査し、納品後の不良を未然に防ぐ「最後の砦」として機能しています。不良発生時には再現実験やPOSデータの分析により論理的に原因を究明するなど、バイヤーが自信を持って買い付けた商品に安心という価値を付加できる点を誇りに感じています。

主幹
Y.Tさん



店舗経験×専門知識でお客様の不安を安心に変える

店舗での経験を生かし、お客様からの問い合わせに専門用語を問わず分かりやすく回答するよう心がけています。海外工場審査では、国内外の生産現場を直接見て肌で感じられるのが魅力です。繊維製品品質管理士等、資格取得支援も充実しており、未経験からでも着実に専門性を高められます。

主任
Y.Sさん



ある1日の仕事

- 8:45 始業
- 9:00 社内打合せ
部内での連絡事項や不良品情報の共有を行います。
- 10:00 分析業務
不良品の分析や検査の進捗確認を行います。
- 11:30 昼食
- 12:30 商品検査 ※海外出張時は工場審査
PB商品や売出品を検査します。
- 15:00 サプライヤー打合せ
しまむら品質規程の周知と不良品の確認、改善策を打合せします。
- 17:00 検査機関打合せ
各社の品質に関する情報を収集し、品質規程の改訂を研究します。
- 17:45 退社



[部長メッセージ]

商品管理部は、グループ長期ビジョン「日々の暮らしにワクワクを」を品質の面で実現することを目指しています。そのためには、本社での検査から現場調査まで幅広い環境での取組みが重要で、多様な知識・経験が習得できる部署です。専門資格の取得支援も整っていて、自ら学びたい方にも最適です。ぜひ、一緒に「ワクワクする品質の商品」をつくりましょう。

部長 T.Kさん



総務部

こんな人に向いています

- 全部署と関わる中で広い視野を持ち、誠実に人と向き合える人
- どんな変化も前向きに捉え、明るく柔軟な発想で行動できる人
- 現状に満足せず、新しい仕組みづくりに意欲的に挑戦できる人

身につくスキル

圧倒的な購買力を背景に利益を生む
コスト管理力

サプライヤーと対等に渡り合い信頼を築く
折衝交渉力

全社の効率を最大化する仕組みを構築する
業務標準化力

会社の決定プロセスを読み解く専門的な
ガバナンス分析力

[総務部のお仕事]

用度管理

全社の備品調達を一括管理します。圧倒的な規模を生かしたコスト削減により、利益体質を現場から支えます。業務の自動化を推進し、現場負担を軽減することで、付加価値の高い仕事に注力できる環境を整えます。

株式業務

会社法等の専門知識を武器に、持株会運営や株式実務を担当します。経営の意思決定を支えるガバナンスの要です。



渉外事務

サプライヤーとの折衝や社内イベント計画の窓口を担います。社内外と粘り強く連携し、強固な信頼関係を築き上げます。



福利厚生

社員やそのご家族に法定外福利厚生をサービス提供します。サービス提供・改善を通して従業員満足度の向上を図ります。



どんな部署?

2,200店舗の満足度を高め、誇りを持って働ける土台をつくる



約2万人の社員が心身ともに健康で、「しまむらで働いて良かった」という誇りを持てる環境を構築する部署です。本社の施設管理から福利厚生、株主総会の運営まで役割は多岐にわたりますが、一貫しているのは「現場を楽にし、プラスの価値を届ける」視点です。具体的には、2,200店舗分の消耗品支払の自動化や、出張手配のシステム化などを自ら企画し、全社の生産性を高めます。また、大規模イベントの運営や限定ギフトの企画を通じ、社員のエンゲージメント向上に直接貢献できることが、この仕事の大きな特徴です。

総務部のお仕事

挑戦できること!

1 資源を無駄にしない「資源リサイクル」を推進

全店で排出される買物袋などの資源を回収し、再び自社備品として再生する仕組みを構築します。約2,200店舗のスケールを生かし、環境負荷を低減する物流・管理スキームを自ら主導することで、サステナブルな社会の実現に貢献する手応えがあります。

2 2万人の働きやすい職場をつくる福利厚生を新規提案

社員のエンゲージメント向上を目指し、福利厚生や社内イベントを企画・提案できます。全社イベント「オタムパーティー」におけるタレント選定や会場手配、あるいはオフィスコンビニの導入など、会社の決定機関に対して新規提案を行い、採用される達成感を味わえます。

会社の意思決定を支え揺るぎない基盤を築く

従来の慣習だった新年会を見直し、手土産の選定や会場手配まで自ら行う「オタムパーティー」へと刷新しました。また、新たな福利厚生の導入や社員ニーズを汲んだ社内販売の企画など、自らの手で会社の仕組みを変える経験が、大きな成長につながっています。

主幹
S.Yさん



俯瞰的な視点を養い、より生産性の高い仕事へシフトする

消耗品の支払処理における「無請求化システム」の構築に挑戦しました。立案から進捗管理までを担う中で、他部署との調整に苦労したこともありましたが、粘り強く連携しやり遂げました。全社の業務効率化という大きな変革を、自らの手で実現できたことが自信になっています。

主任
Y.Tさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
店舗やサプライヤーからの問合せを確認し回答します。
- 11:00 **消耗品管理**
全社から上がってきたデータを照合しコスト削減策を検討します。
- 12:30 **昼食**
- 14:00 **対外折衝・イベント準備**
パーティーに向けたスポンサー企業との打合せを行います。
- 15:30 **ガバナンス・株式実務**
株主総会事務局として想定問答の準備や事務処理を進めます。
- 17:00 **全社改善の立案**
デジタル化による業務効率化計画など、今後の議題をまとめます。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

総務部は、グループを支える「縁の下の力持ち」であり、変革をリードする司令塔。単なる管理業務を超え、全社の仕組みを変えるような業務改善に挑めます。法務や株式の専門性を高め、社員や取引先への誠実な対応を積み重ねながら、グループが歩むべき未来を切り拓いていきましょう。

部長 H.Tさん



経理部

こんな人に向いています

- 自ら学ぶ姿勢を持ち、粘り強く課題解決に取り組める人
- 論理的思考に基づき、的確に意思決定できる人
- 複数部署が関わるプロジェクトを推進できる人

身につくスキル

会計、税務の基礎を理解し、運用することができる
専門力

物事の仕組みや成り立ちに気づき本質を見抜くことができる
分析力

発生した問題に対して論理的に解決策を導き出す
問題解決力

未知の課題であっても、粘り強く挑戦できる
精神力

[経理部のお仕事]

資産業務①

全社の資金の収入・支出を統括します。豊富な資金力を生かし、指定金銭信託や債券などの適切なポートフォリオを組んで効率的に資金を運用し、利息収入による収益拡大を図ります。

経費業務

全社の経費や買掛金を統括します。取引先に対しての支払いや請求を、期日通りに正確に実施します。



資産業務②

約2,200店舗および本社の固定資産を統括します。取得から減価償却・減損・除売却まで一連の管理に加え、法改正への対応やデータの整備を行うことで、会社の財産を正しく守り続ける役割を担います。

決算業務

各部署や子会社から決算に必要なデータを集計して、単体・連結・子会社の決算を正確に実施します。



どんな部署?

数字で経営を支えるバックオフィス



当社で発生する全ての取引やお金の流れを記録し、財務状況を正確に可視化する部署です。本社および約2,200店舗のデータを取りまとめ、資金業務・資産業務・経費業務・決算業務などの業務を担っています。この中でも決算業務は、全社の取り組みの成果が数値として現れ、経営の意思決定を支える重要なプロセスです。また、ポイント制度や消費税免税店制度などの新しい取り組みについては、一から制度設計に関わり、会計の仕組みを構築しています。経理部はバックオフィスとして、当社の安定的・持続的な事業運営をサポートしています。

経理部のお仕事

挑戦できること!

1 新会計システム導入による効率化

現在のHOST中心の業務を脱却し、新会計システム(ERP)を導入します。これを機会に既存の業務を改め、効率的な経理業務を一から構築していきます。これまでは紙で行っていた支払業務をペーパレス化し、人が介在していた業務をデータで自動処理する仕組みをつくります。

2 資金運用による利息収入の獲得

当社の強みは豊富な資金力です。現在のインフレ下では、資金の価値は目減りするので豊富な資金を有効活用するために、資金運用に注力しています。約2,000億円の資金を運用するので責任は重大ですが、多額の利息収入を稼ぐことができるのでやりがいもあります。

正確な仕事が、会社の信頼と自身の成長につながる

私たちは、会社の信頼と経営を支える責任ある数字を扱います。そのため日々の業務では正確さが何より重要です。この積み重ねが会社の現状を正しく伝え、信頼を築きます。専門知識も必要ですが、会社の信頼と自身の成長に繋がる、大きな充実感のある仕事です。

主幹
R.Kさん




店舗の金銭業務の合理化を「経理」の視点から支える

キャッシュレスレジや自動釣銭機の導入など、全社に関わる新しい施策において、会計的な側面から支援するのが私の役割です。正確かつ効率的な運用ができるよう社内を調整します。自分の意見が、全国の店舗に反映される瞬間は、大きな達成感があります。

主任
T.Mさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
チーム内でタスクを共有します。
- 9:00 **仕訳入力、決算業務**
本社および約2,200店舗のデータを取りまとめ必要な仕訳を入力、決算の内訳書を作成します。

- 11:30 **昼食**
- 12:30 **社内打合せ**
新規プロジェクトの打合せ、他部署からの会計処理に関する相談を行います。
- 14:00 **業者と商談**
新規プロジェクトの打合せ、値段交渉をします。
- 15:00 **監査法人と打合せ**
監査法人と会計および決算の論点の打ち合せを行います。
- 17:45 **退社**
本日の業務と翌日以降の業務を整理して退社します。

[部長メッセージ]

経理部は会社の全容を把握することができるので、とても面白く勉強になる部署です。また、経理部が作成する決算書が経営の意思決定を支えるので、やりがいもあります。配属時に会計などの専門知識は必要ありません。自己成長やスキルアップを望む人には、最適な部署だと思います。

部長 D.Aさん



労務サポート部

こんな人に向いています

- 会社や社員を支える仕事にやりがいを感じる人
- 専門的な知識を積み上げ、自ら思考して解決策を導ける人
- 給与計算などの定型業務のほか業務改善にも挑戦したい人

身につくスキル

報酬体系や評価制度を構築・改善する
制度設計力

既存の仕組みを改善し、現場の負担を減らす
業務改善力

頻繁な法改正に柔軟に対応するための
情報収集力

相手が伝えたいことを正確に理解し、共感をもって聞くことができる
傾聴力

[労務サポート部のお仕事]

計画・統制

中長期の要員計画策定や部門予算の統制を担います。自律型人材の育成に向けた組織機構を設計し、最適化を図ります。評価制度の運用を通じて、働きがいと経営効率を両立させ、持続的成長を支える基盤を構築します。

福利厚生

慶弔対応や休暇手続きに加え、育児・介護等の就労支援制度を整備します。健康管理や多様な働き方の支援を通じて、社員が安心して長期的に活躍できる環境づくりを推進します。

労務

2万人を超える全社員の給与計算や社会保険手続きを正確に行います。社員の働きがいを支える重要な基盤業務です。

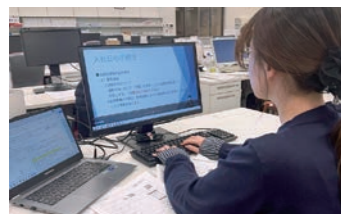
安全衛生

健診や社内イベントを通じ社員の心身を支えます。健康経営を推進し、誰もが輝ける職場環境をデザインします。



どんな部署?

社員の生活と成長を支えながら「いい会社」を体現



労務サポート部は、経営ミッションである【いい会社】づくりを社員の視点から実現する部署です。主な業務は全社員の給与計算や社会保険手続き、社員の安全衛生。単なる事務処理に留まらず、「働きやすさ」と「働きがい」の両立や、年末調整の電子化などDXによる改善も推進しています。「会社よし・社員よし・労務サポート部よし」の三方よしの精神を大切にし、納得感のある持続可能な制度を追求することで、全社員が長期的に成長し続けられる環境を制度面から支えています。

労務サポート部のお仕事

挑戦できること!

1 デジタルを積極的に活用してアナログ脱却の組織を目指す

年末調整の電子化など、全社規模の業務改善に挑戦できます。従来の紙運用を廃止しシステムを導入することで、店長や本部の事務負担を大幅に削減しました。間接部署として「なくす・減らす」視点で既存の仕組みを壊し、現場を楽にする仕組みをつくる醍醐味を実感できます。

2 法改正を先読みし、全社の基準をつくる挑戦

社会保険の適用範囲や労働法の改正など外部環境は常に変化します。そのため、それらを素早く学び取り入れて、全社のルールに反映させることが求められます。自主的に課題を解決し、法的根拠に基づく公平・公正な制度を維持する責任を担っています。

2万人超の生活基盤を支える「守り」のプロとしての誇り

商品や販売の前線に立つよりも誰かを支える側に喜びを感じる人に最適な仕事です。少数精鋭の体制で全社員の給与や労務を担当しており、評価に関わる情報を扱うため正確性と公平性が命です。社員の生活基盤を裏方として守る責任の重さに、確かなやりがいを感じています。

主幹
K.Iさん



法令に基づいた労務対応で店長を支える

システムリリースや手順書作成を通じ、法令に基づいた労務対応で店長を支えるのが私の役割です。現在は店長の負担軽減を目的に、採用手続きのガイダンス動画をAIを活用して制作しています。知識が増えるほど対応の幅が広がり、自分の仕事が現場の支えになっていると実感しています。

主任
R.Hさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
今週以降の取り組み事項や相談案件をまとめます。
- 10:00 **労務打合せ**
担当部長との間で取り組み事項を共有します。
- 11:00 **定型業務**
定期昇給・ベースアップの準備をします。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **担当者打合せ**
労務担当者と給与に関連する業務の進捗状況を確認・共有します。
- 14:00 **定型業務**
定期昇給・ベースアップの準備をします。
- 16:00 **業務改善**
ストレスチェックのWEB化など既存業務の効率化を推進します。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

人事は「ヒト」の「コト」を扱う仕事であり、単なる処理ではなく人に寄り添う姿勢が必要です。法律知識だけでなく想像力と論理性を駆使する仕事ですので、課題を自分事として捉え、自ら調べて解決する自立型の人材を求めています。誰かの役に立つ喜びを実感できる環境です。

部長 A.Oさん



人材開発部

こんな人に向いています

- 人と接することや人の成長を支えることが好きな人
- 現状に満足せず新しい仕組みを自ら発案・実行できる人
- 多角的な視点を持ち、常に自らも学び成長し続けたい人

身につくスキル

大勢の前で想いを論理的に分かりやすく伝える
プレゼン力

多様な立場の人に寄り添い信頼を築く
コミュニケーション力

教育の仕組みを体系化し分かりやすく伝える
論理的思考力

ゼロから講義資料や企画書を作り上げる
資料作成力

[人材開発部のお仕事]

採用

新卒・中途採用の戦略立案から選考の実施、内定者フォローまでを担い、しまむらグループの未来を担う人材を確保します。



階層別教育

店舗実務の教育(OJT)と知識・理論を学ぶOff-JTを組み合わせ、各職位に必要な能力開発を支援します。



タレントマネジメント

タレントバレットを活用し、個々の配属希望やスキルなどの人材情報を可視化。これらのデータの人事異動への活用も開始し、適材適所の配置を実現するとともに、一人ひとりの自律的なキャリア形成を支援します。

現場教育

新任店長やブロックマネージャーの業務習得を確認し、店舗運営の要となる現場リーダーの育成をサポートします。



どんな部署?

自社の仕組みと考え方を伝承し、組織の成長を牽引する



人材開発部は、しまむらの成長を「人の成長」で支える部署です。新卒採用が中心の当社において、社員が「自律した人材」として自ら考え、動けるよう後押しする役割を担っています。最大の特徴は、外部の研修をそのまま使うのではなく、今の経営にとって何が大切かを部員自らが情報収集し、ゼロから教育プログラムを作り上げている点にあります。各ステージに必要な知識や考え方を自分たちの言葉で伝えることで、社員が自信を持って主体的にキャリアを積み上げられる環境を整えています。しまむらの未来を担う人材を育てる、組織の土台となる部署です。

人材開発部のお仕事

挑戦できること!

1 「しまむらで働く社員」の魅力 を可視化し、新たな仲間を募る

学生がまだ知らない「しまむらグループのリアル」を届けるコンテンツ制作に注力しています。インターンやSNSでの発信など、自ら考案した施策により学生の心を動かし、将来の仲間を惹きつける採用を目指しています。

2 新入社員に寄り添い、 10年後の主役を育てる

新入社員の教育担当としてカリキュラムの立案、研修まで一貫して携わることができます。時には一人ひとりの悩みを聞いたり、習得状況に合わせてカリキュラムを修正することもあります。そのため店長昇進時や本社登用時など、彼らの成長を間近で感じられることが自分自身のやりがいにも繋がっています。

人材データの可視化で 組織の全体最適をサポート

現在は後継者育成とタレントマネジメントを担当しています。大切にしているのは、人材情報の可視化によって「全体最適」な配転を実現すること。自分の提案で会社の仕組みが変わり、社員が能力を発揮できるような場を広げられることにやりがいを感じています。

主幹
M.Iさん



講師として背中を見せ 若手の成長を支える

かつて私自身が受講して感銘を受けた研修を、今度は伝える立場として約90名の前で実施しています。各部署を丁寧に取材して構成した講義を通じて会社の魅力や仕事のリアルを新入社員に届けられることが、先輩社員としての大きなやりがいです。

主任
S.Gさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メールやスケジュールのチェックを行い、1日の業務を整理します。
- 9:00 **講義資料作成**
受講者に伝わりやすい表現を吟味して選びながら、講義資料を内製します。
- 11:30 **昼食**
- 12:30 **依頼業務の対応**
他部署からの教育相談など、流動的な案件に対応します。
- 14:30 **打合せ**
企画・立案した研修内容を部長へ提出し、丁寧に協議します。
- 16:00 **企画立案**
中長期的な部署方針に向けた企画立案に集中します。
- 17:30 **業務整理**
案件の進捗を確認し、翌日のタスクを整理します。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

人材開発部は、採用～教育～評価～配置までを一貫して担当する「人の成長」に関わる部署です。また社員の自律的なキャリア形成を支援することで働きがい向上にも努めています。自分たちが採用した新入社員の教育に携わり、その成長を間近で見ることができると、きっと皆さんのやりがいにも繋がるはず。人前で話すことが苦手でも大丈夫。「社員の成長に関わりたい」「自分自身も業務を通して成長したい」という方に、ぜひ来てほしいと思います。

部長 H.Sさん



システム1部

こんな人に向いています

- 現場の不満や不便を改善することに前向きな人
- 変革を楽しむチャレンジ精神旺盛な人
- システム作りを通して(いい会社)づくりを仲間と推進できる協働的な人

身につくスキル

- 全社横断する堅牢な **システム構築力**
- ベンダーと連携して全社のネットワークセキュリティを運用する **効果的なベンダー管理力**
- 仲間と連携し新しい仕組みを完遂する確実な **プロジェクト遂行力**
- 現場とITを繋ぐ実践的な **システム提案力**

[システム1部のお仕事]

計画・統制

基幹システムや店舗・ECシステムの設計・開発を担い、日次から年次までの定期更新処理を安定運用します。



購入・保守

店舗や本社の機器・ソフトの購入管理を行い、SaaSなどのクラウドシステム選定や保守を包括的に実施します。



操作教育

システム導入時に不可欠な操作マニュアルを整備し、全社員が正しく活用できるよう実務教育を推進します。未経験者への丁寧な指導やセキュリティ訓練を通じ、全社のITリテラシー向上を支えます。

研究

継続的に最新のIT技術を研究し、ネットワークやセキュリティの強化を図ることで、安全性の高いシステム環境を構築します。BCPの観点からクラウド化を推進し、緊急時においても事業継続可能な仕組みを追求します。

どんな部署?

全社とシステムをつなぎ、「不便」を「快適」に変える部署



システム1部は、ホストコンピューターや店舗レジ、人事経理、物流検収機など、しまむらグループの根幹となる基幹システムの設計・開発を内製化で担う部署です。お客様が操作するWeb画面等の「表側」をつくる2部に対し、1部ではECの売上計上処理といった「裏側」のデータ連携や既存システムの維持・改善による「守り」のITを担当します。ベンダー任せにせず自らプログラミングを行うため、会社の仕組み全体を深く理解し、他部署と連携して現場の課題を技術で解決できる点が特徴です。

システム1部のお仕事

挑戦できること!

1 全部署と連携しながら 商売の基盤を築く

店舗や経理、人事といった全部署と連携して、売上管理やデータ整合性を支える仕組みを構築します。商品の販売から給与計算に至るまで、会社中の数字が正しく動く流れを設計し、全社を俯瞰しながら調整を重ねることで、商売の根幹を支える高い視座と課題解決力が養われます。

2 会社の仕組みを自らアップデートする

「作業が大変」といった店舗や本社の声を拾い、自らのプログラミングで解決策を形にします。自動釣銭機の導入やクラウド化など、守りのITだけでなく時代に合わせた刷新も主導。未経験から技術を習得し、会社の仕組みそのものをより良く変えていく手応えが得られます。

一歩引いた冷静な視点で しまむらの社員をサポート

現在は人事総務系のシステムを担当し、年末調整や給与計算など社員の働き方に関わる基盤を支えています。長年の経験で培ったのは、トラブル時こそ冷静に全体を俯瞰する力。ユーザーの要望を的確に捉え、最適なプログラムとして具現化することに誇りを持っています。

主幹 S.Uさん



強いメンタルで目標を完遂! ユーザーの声が喜びに

大規模なECモール化案件を少人数で乗り切る経験を通じてタイトな開発をやり遂げる遂行力が身につきました。店長時代の目標設定スキルを生かし、ゴールから逆算して開発を進めています。自分のつくった仕組みで「作業が楽になった」という声を聞けるのが一番の喜びです。

主任 H.Nさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
毎週月曜日は部会での週次報告やフロア清掃を実施します。
- 9:00 **設計・開発**
各部署からの依頼に応じてプログラムの設計・開発を行います。
- 11:30 **店舗対応**
2交代制で店舗や本社からの問い合わせに対応します。
- 13:00 **昼食**
- 14:30 **打合せ**
他部署と随時打合せを行い、要望をどう実現するか検討します。
- 17:45 **退社**
1日の作業進捗を確認し、翌日のタスクを整理します。



[部長メッセージ]

基幹システムの内製化により、会社の仕組みそのものを自らの手でつくり上げられる点が最大の魅力です。現部員はシステムづくり未経験者のみです。AIも進化したため、未経験者でも問題ありません。現場の不満解消にシステムを利用したら解決できるのにと少しでも思っている人がいましたら、システムづくりによって【いい会社】づくりを一緒に行いましょう。 部長 G.Kさん



システム2部

こんな人に向いています

- システムを通じて現場の不便を改善したいという意欲がある人
- ロジカルシンキングで合理的な仕組みを考えられる人
- ゴールイメージを共有し、周りとの協力して物事を推進できる人

身につくスキル

最新技術や
トレンドを理解する
IT潮流の把握力

多くの仲間と協力し
推進する
高いプロジェクト遂行力

全社業務を深く理解したのち
改善する
業務プロセス設計力

開発から運用までを
ワンストップで担う
システム開発力

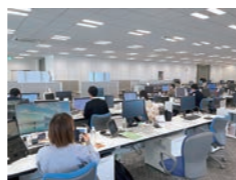
[システム2部のお仕事]

計画・統制

Webシステムの企画提案から設計・開発・管理までを一貫して担い、全社のDX推進とEX向上をリードします。ECや社内ツールの内製化を推進し、現場の声を迅速に反映した「会社の武器」となる仕組みを構築します。

購入・保守

店舗や商品・ECセンターで使用するソフトウェア、クラウドサービスの選定や購入、保守管理を担います。



現場教育

システム導入に伴う操作マニュアルの作成や教育を行い、現場の社員がシステムを使いこなせるようサポートします。

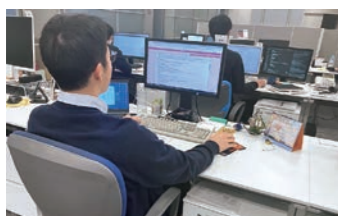


研究

最新IT技術の研究を通じ、会社の成長に貢献する新たな武器となる仕組みを模索します。クラウド活用や画像管理など、従来の枠を超えた機能を技術力で形にし、現場やお客様の利便性を飛躍的に向上させます。

どんな部署?

しまむらの成長を牽引する「新たな仕組み」をつくる場所



システム1部が基幹システムやハードウェア保守といった「守り」の開発を担うのに対し、システム2部はWebシステム、EC、アプリ開発など、会社の成長を牽引するための「攻め」の役割を担っています。店舗業務を改善するiPadアプリやECインフラの調整、サプライヤー連携システムなど、業務領域は多岐にわたります。外部ベンダーとの協業に加え、一部内製化も推進しており、約2,200の店舗や2万人超の社員、多くのお客様に影響を与える大規模な仕組みを0からつくり上げる「ものづくり」のやりがいと自己成長を感じられる部署です。

システム2部のお仕事

挑戦できること!

1 全社規模の業務課題を解決できる

EC運営部や人事部など、あらゆる部署の業務課題をシステムで解決します。現場の要望を深掘りし、既存の枠に縛られない新たな仕組みを提案・実装することで、全国に広がる従業員の作業時間を削減し、会社全体に膨大な利益をもたらす挑戦が可能です。

2 EC事業の基盤を自らの手で構築

急成長を遂げているオンラインストアなど、会社の最先端事業を支えるシステム構築に携われます。数百万人の顧客が利用するアプリや会員制度の設計、膨大なアクセスに耐えうるインフラの管理を通じて、大規模なプロジェクトを動かす醍醐味を実感できます。

「使いにくい」を原点に 会社の新たな柱を構築

店長時代、古い端末での事務作業に不満があり、自ら志願してシステム部へ。配属後は「しまむらオンラインストア」の立ち上げに参画し、今では売上200億円規模の一大マーケットの基盤をつくり上げました。現場の課題を解消し、会社の新しい柱を自らの手で築ける仕事です。

主幹
M.Hさん



数万人の働き方が激変する 「現場目線」の開発

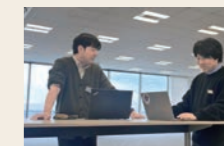
私は自らプログラミングを行う内製チームの一員として、店舗用グループウェアの開発をしています。最大のやりがいは、自分の仕事为数万人の社員に影響を与えるというスケール感です。店長時代の経験を生かし、独自のTo-Doリストでタスク管理も徹底しています。

主任
K.Kさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
出勤後、メールやコミュニケーションツールの内容を確認・対応。
- 9:00 **EC定例会議**
開発ベンダーと週次の定例打合せを実施します。
- 11:30 **昼食**
- 13:00 **外部ベンダー会議**
アプリのリリースに向けて進捗確認や課題の共有を行います。
- 15:00 **EC仕様検討**
既存機能への影響を考慮しながら次期改修内容を設計します。
- 17:00 **プログラムテスト**
メンバーが内製したプログラムの使い勝手を実機で確認します。
- 17:45 **退社**



[部長メッセージ]

会社の成長に必要な「新たな仕組み」を提供している私たち。社内や開発会社の協力体制は万全で、仲間と共に働く喜びも味わえます。「社員、サプライヤー、お客様など、多くの人が使うシステムを提供し、社業に貢献したい」と願う人にとって、これほど面白い部署はありません。

部長 S.Oさん



監査室

こんな人に向いています

- 問題の本質を見極め、解決策を粘り強く考え抜ける人
- 独立した客観的視点を持ち、公平に物事を判断できる人
- 相手の立場を尊重しつつ、会社を良くするために意見を言える人

身につくスキル

事実に基づき
原因を突き止める
論理的思考力

独立した立場で
評価する
客観的判断力

全社のリスクを
予見する
リスク管理能力

部署間を横断し
改善を促す
コミュニケーション力

[監査室のお仕事]

内部監査

年間の内部監査計画に基づき、全部署及び店舗の業務遂行状況を調査、評価し、内部統制の有効性を検証します。



内部統制業務

当社の財務報告の確実性、正確性、効率性が確保され適正に運用されているか、内部統制の基準に従いその有効性を評価し、報告書を作成し財務局へ提出します。



修正依頼業務

店舗業務監査でマニュアル遵守率の低い事項や、各部署で仕組みの改善が必要と思われる業務について、監査室が各執行役員を通じて該当部署に修正を依頼し、業務の改善に繋がります。

リスク管理

会社を取り巻くリスクを早期に発見・評価して経営層へ報告し、グループ全体の健全な組織運営を独立した立場で確認し支えます。

どんな部署?

【いい会社】であり続けるためにいち早くリスクに気づきます



監査室は、法令遵守や社内規程の運用状況を客観的に評価し、経営リスクを未然に防ぐ役割を担っています。全拠点を対象に年1回以上の定期監査を実施し、レジ・金庫管理や、人事・労務管理、商品管理などがマニュアルに基づいているか確認しています。特徴は単なる不備の指摘に留まらず、マニュアル自体が現場の実態に即しているかを踏み込んで検証し、課題解決に向けた具体的な改善提案を行う点にあります。会社の内側からリスクを察知し、ガバナンスを効かせることで、グループ全体の健全な成長と社会的な信頼を支える【いい会社】づくりの要となる部署です。

監査室のお仕事

挑戦できること!

1 現場の「ムリ」「ムダ」を監査を通じて発見、改善を促す

指摘事項を分析して現場の「ムリ」「ムダ」を見つけ出し、担当部署へ直接、業務の適正化のための提言を行います。形式的な監査だけではなく、業務効率を高めるための具体案を考えることも部署ならではの挑戦です。

2 経営者の「目」と「足」になって会社をより良くする

独立した立場だからこそ、さまざまな事象を客観的に評価できます。全店舗・部署を細かく見て回れない経営者の代わりに、各拠点の気になる実態を洗い出すのもミッションの一つ。あなたの気づきが、会社を守り、より良くするきっかけになるかもしれません。グループ全拠点(国内外)を見て回ることでできる唯一の部署です。



現場と本社の「架け橋」となり、常に効率的なマニュアルであることを守り続ける

毎月店舗を巡回し、今の現場で無理なくマニュアルが運用できているかを細かく確認しています。やりがいは、複数の部署が関わることで複雑になったマニュアルの矛盾を見つけ、担当部署へ改善を提案すること。不備を指摘するだけでなく、ルールの本来的な目的を丁寧に説明することで、現場の社員が納得して動けるようサポートします。店舗を回って集めた「もっとこうしてほしい」という声をもとに提案し、仕組みが変わった時は大きな手応えを感じます。社員が安心して長く働ける会社を支えていることに、強い誇りを持っています。

主幹
I.Aさん



ある1日の仕事

- 9:30 **始業**
店舗を訪問し、店長へ挨拶、チェックリストに沿って監査を開始します。
- 10:00 **店内監査実施**
店内の販促物やレイアウト、商品の管理状況などを確認します。

- 10:30 **帳票監査実施**
各種帳票(レジ金庫管理・人事労務管理等)にチェック漏れや誤りがないか確認します。
- 10:45 **店長へのヒアリング、指摘事項の取りまとめ、店長へ指摘事項の説明**
実施した監査の結果を店長へ説明、店長が指摘事項を理解して改善に繋がれるよう丁寧な説明を行います。(1日に4~5店舗同様のスケジュールで監査を実施)

- 12:00 **昼食**
- 13:00 **業務再開**
- 18:30 **退社**

*監査の内容を取りまとめた報告書は毎週1回の本社出社時に取りまとめ、監査室内でのミーティング後、会長へ直接報告します。

[室長メッセージ]

監査室は監査を通じて、会社にとって様々なリスクを社内でもいち早く察知し、改善を促します。内部統制体制が整ったガバナンスの効いた会社は社外からの信頼も厚く、社員もより安全に、安心して働くことが出来ます。店舗監査が年間スケジュールの主となりますので、ブロックマネージャーの経験者は即戦力として、現場視点を生かした活躍が期待できます。

室長 M.Tさん



法務室

こんな人に向いています

- 相手が誰であっても付度をせず、法令順守と倫理観を貫き通せる人
- 膨大な文章の細部からリスクを読み解く、国語力がある人
- 現場の状況を把握し、粘り強くスキームを築ける人

身につくスキル

契約の行間から
リスクを見抜く
論理的思考力

契約書を多角的に
検討する
リスク管理能力

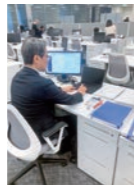
民法、刑法、
知的財産権などの
専門知識力

法令と倫理観に
基づき公正に
判断する力

[法務室のお仕事]

戦略法務

開発部の出店契約やシステム部の開発・保守契約、商品部の業務委託契約など、さまざまな契約の法的リスクを精査します。



商標登録

国内外で商標の登録や更新を行い、ブランド名やデザインを無断使用から守ります。特にキャラクターの権利関係を事前に調査し、販売停止などのトラブルを防ぐことで安心して商品を販売できる環境を支えます。

公益通報

社内の不正行為やハラスメントに関する相談窓口を運営します。労務サポート部とも連携しながら事実関係を調査し、問題の早期解決を図ることで、社員全員が安心して働ける健全な職場環境を維持します。

教育・研修

開発部、システム部、商品部などの社員に向けて、業務委託や知財管理など契約に関する研修を行います。



どんな部署?

徹底したリスク管理で企業の信頼を守る「最後の砦」



法務室は、民法や社内のマニュアルなどに基づき、仕事上のトラブルを未然に防ぐ部署です。例えば、キャラクター商品を売るための契約や、海外での店舗展開を行う際の権利関係の確認を行っています。もし契約書に不備があると、商品の販売中止や多額の賠償が必要になるリスクがあるためです。私たちは、どの部署に対しても付度なく客観的な基準でチェックを行い、問題があれば「どうすれば安全に実行できるか」という案を出します。社員全員が自信を持って新しい仕事に挑戦できる環境を整える、経営に欠かせない部署です。

法務室のお仕事

挑戦できること!

1 数十億円の投資を確実に 守る、契約の仕組みづくり

数十億円が動く不動産開発などで、トラブルが起きないように契約の仕組みを整えます。現場の出店するスピード感を保ちながら、リスクをゼロにするための工夫を重ねる経験は、どんな部署でも役立つ「一生モノの問題解決力」になります。

2 グローバル展開を支える リーガルスキームの構築

海外への出店や進出に伴い、現地の法律に即した契約書の整備やリスク管理が不可欠です。各国の法制度を調査し、しまむらグループの信頼を世界でも守り続けるための基盤づくりを担う経験が積めます。

知財の専門知識で、 自社ブランドを守る

私は、契約書審査、商標権登録や更新に関する実務を担当しています。契約書審査については、誤字脱字や分かりにくい表現、当社に不利な内容になっていないか確認します。又、商標登録については商品部の依頼を受け、今後生産、販売していく商品の商標権取得を行います。自社の権利を守り、支えることに誇りを持っています。

主幹
Y.Hさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メールチェックを行い、優先度の高い契約審査案件を確認します。
- 9:00 **契約審査**
各部署から提出された契約書案を精査。法的リスクを洗い出し、修正案を作成して担当部署へフィードバックします。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **商標管理**
特許事務所と連絡を取り、新規ブランドの商標出願状況や、既存商標の更新期限をチェックします。
- 15:00 **会議準備、契約書審査**
毎週月曜に実施する部内会議での資料を作成します。
- 17:45 **退社**
当日の審査案件をまとめ、進行中の案件の進捗を整理して退社します。



[室長メッセージ]

法令の知識も重要ですが、複雑で厳密な契約書を理解する国語力、そしてどんな立場の人・部署にも付度をせず、法令と倫理観を主張することが重要です。開発部や商品部の現場を知る人こそ、実情に即して会社を守る人材になると思います。

室長 T.Sさん



広報室

こんな人に向いています

- 会社の強みを知ってもらうための発信ができる人
- 経営視点を持ち会社の持続的な成長に貢献したい人
- 状況の変化や新たな情報に対してその都度自分で調べ考え提案できる人

身につくスキル

社会動向を把握し経営へ提言する高度な
情報分析力

企業の信頼性を担保する論理的な
コミュニケーション力

経営的な視点で考えられる
思考力

ESG課題を企業の成長に繋げる
実行力

[広報室のお仕事]

広報

メディアやSNSを通じた迅速な発信により、グループの信頼を強くします。取材窓口としてメディアと良好な関係を築き、適正な情報開示を行うことで、当社の社会的価値を向上させます。

ESG推進

社会課題への対応などを通じて、しまむらを持続的に成長できる【いい会社】にして、その価値を投資家などに伝えます。



会議事務

取締役会、経営会議等の資料準備・議事録作成などの運営を担い、経営における意思決定のプロセスを記録・管理します。



秘書業務

取締役、執行役員など役員の業務支援を行います。経営に関わる業務が進めやすいように、環境を整えます。



どんな部署?

多くの人々・地域社会としまむらグループを繋ぎ、信頼を高める窓口



経営陣と共にしまむらグループの信頼を築く部署です。情報発信やメディア取材の窓口対応はもちろん、取締役会議の運営、統合報告書の作成や、官庁、東証など関係機関への対応を通して、投資家やメディア、顧客といったすべてのステークホルダーに対し、企業の透明性と信頼を担保する窓口としての重責を担います。経営層の意思決定を深く理解し、全社を巻き込みながらしまむらグループのブランドを社会に周知し、企業価値を高めています。「より多くの人に、しまむらファンになってもらう」ことが最大のミッションです。

広報室のお仕事

挑戦できること!

1 効果的な情報発信で、ブランドイメージを高める

商品やサービスだけでなく、理念や想い、取り組みそのものが評価される時代。しまむらグループには「商品廃棄ゼロ」「障がい者雇用5%」など誇れる強みがありますが、まだ十分に伝えきれていません。埋もれた価値を整理し、正しく発信することで、新たなしまむらファンを増やす挑戦ができます。

2 自分たちの発信が、投資判断や株価に影響を与える

統合報告書の作成や投資家との対話を通じて、しまむらの持続的な成長性を伝えます。自分たちが発信した情報が、投資家の判断材料となり、ダイレクトに市場の評価(株価)として返ってくる。責任は大きいですが、経営の最前線にいる実感を得られます。

会社の運営と信頼を足元から支える

ESGの中でもガバナンス担当として、取締役会の運営支援や開示書類の作成、マニュアル整備等を行っています。単なる事務作業に留まらず、取締役会の実効性が向上するよう働きかけること、適切な情報開示を全うすることを心掛けています。実務を通じて組織の根幹を支え、改善に繋げるこの仕事に責任と誇りを持っています。

主幹
M.Kさん



会社の「いま」を正しく伝え、未来のファンをつくる

広報の仕事は、単にメディア対応をすることではありません。社会がしまむらグループに何を求めているかをキャッチし、それに答える会社の姿勢を届ける事が重要です。メディアからの鋭い質問に冷や汗をかく事もありますが、放送や記事を通じて「しまむらグループっていい会社だね」という声を聞いた時は、この仕事をしていて良かったと心から思います。

主任
M.Hさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
主要ニュースのクリッピング(新聞・ネット記事の確認)と、当日の発信スケジュールの共有をします。
- 10:00 **リリース作成**
新商品やサステナビリティに関するプレスリリースの原稿作成と、社内各部署への内容を確認します。
- 11:30 **昼食**
- 12:30 **メディア対応**
新聞記者や雑誌編集者からの取材依頼への対応、または取材当日の立ち会い・案内をします。
- 15:00 **資料作成**
次回の取締役会に向けた資料の準備や、統合報告書に掲載するデータの集計・分析を行います。
- 17:45 **退社**
発信した情報の反応を確認し、翌日のスケジュールを整理して退社します。



[室長メッセージ]

店舗業務や商品部などを経験した上で、より広い視点で会社に貢献したい人にぜひ来てほしいです。現在、もっとしまむらグループの良さを知らう「発信力の強化」を目指しています。経営に深く関わりながら、しまむらの良さをたくさんの人に伝えるワクワクする仕事ができますよ。

室長 M.Yさん



経営企画室

こんな人に向いています

- 全社の数値を客観的に捉え、目標達成に向けた議論や提案ができる人
- 現場での経験を生かし、全社的な視点から戦略の構築に携わりたい人
- 国内外を問わず、未知の市場へ自ら飛び込み、調査・分析する行動力がある人

身につくスキル

予算配分を設計し、経営をダイナミックに動かす
俯瞰的な視点力

売上、粗利、経費のバランスを最適化する高度な
数値管理能力

新規事業の推進を支える
進行管理能力

投資家に対しロジカルに伝えられる
コミュニケーション能力

[経営企画室のお仕事]

経営計画

全社の成長性やリスクを考慮し、年度計画および中長期経営計画を策定します。各事業の売上・経費を精査し、役員との協議を経て、全社最適の観点から利益最大化を図る数値配分を設計します。

海外市場調査

海外進出に向けてASEAN諸国を中心に物価、法制、経済状況の調査を行います。現地パートナー企業候補とも面談し、その国に最適な進出形態を経営陣へ提案します。



新規事業

新規事業提案の社内公募制度「しまチャレ!」を運営し、資料作成のフォローや契約関連の支援など、事業化に向けて伴走します。



経営分析

全社経営分析と各事業の業績の分析を行います。経営陣に対して経営計画達成に向けた経営上の問題提起、改善への提言を行うと共に、分析したデータをIR業務や決算業務等に生かします。

どんな部署?

全社の先頭に立って、成長の枠組みをつくり出す



各部署の戦略を統合し、グループ全体のシナジーを最大化させる「ハブ」となる部署です。社長とともに売上・利益・投資配分を設計し、その背景や根拠を各事業責任者と議論しながら、会社の成長を支えます。さらに、国内市場の拡大に向けた新事業の企画や、台湾に次ぐ新規海外展開のプランづくりにも挑戦。会社のビジョンと現場の双方を理解した上で経営視点を身につけ、適切な経営判断をサポートする仕事です。

経営企画室のお仕事

挑戦できること!

1 経営トップと同じ目線で、会社の未来を描く

経営計画策定委員会等の重要会議資料を自ら作成します。自身の分析や提案が全社の成長戦略や事業計画の確かな根拠となります。組織の未来を支える手応えとともに、経営の意思決定がなされるダイナミズムを間近で実感できる、極めてやりがいの大きな仕事です。

2 しまむらの看板を背負い、未踏の海外市場を切り拓く

海外展開の第一歩となる市場調査を担います。候補国の商習慣や法規制、競合状況を自らの足で調査し、出店戦略をゼロから構築。単なる情報収集に留まらず、しまむらの次なる成長の柱を構想する出発点を担います。自分のリサーチが経営判断の指針となる仕事です。

数字の裏にある「現場の体温」を戦略に変える

経営企画の仕事は、単に机上で数字をいじることではありません。現場がどう動き、何に困っているかを理解した上で、全社の数値を設計することが不可欠です。私自身、他部署での経験を通じて培った「現場感覚」があることで、自分の描いた戦略が店舗の活気に響き、結果が数字として返ってきた時の喜びは格別です。

主幹
Y.Sさん



未知の市場で、しまむらの「新しい形」を模索する

海外市場調査では、毎日が新しい発見の連続です。現地の物価や生活習慣を肌で感じ、しまむらのビジネスモデルがどう適応できるかを考える仕事は、知的好奇心が刺激されます。現地の有力なパートナー候補と信頼を築けた時は、自分の視座が一段向上したことを実感します。

主幹
Y.Uさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
国内外の経済ニュースや株価動向のチェック、チーム内での進捗共有をします。
- 9:30 **計画策定・分析**
各事業部から提出された実績データの分析を行い、次期経営計画のシミュレーションを作成します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **会議(新規事業)**
「しまチャレ!」応募者との事業化に向けた打合せをします。
- 15:00 **海外市場リサーチ**
海外の提携候補企業とのオンライン会議や、現地の法規制・市場動向に関する調査レポートの作成をします。
- 17:45 **退社**
経営層への報告資料を整理し、翌日のタスクを確認して退社します。



[室長メッセージ]

店舗や商品部、経理部など、各部署で培った経験と情熱が、グループの未来をつくる強力な武器になります。既存の枠組みや「当たり前」を問い直し、しまむらしさを大切にしながら、新しい成長の形を共に描きませんか。経営という広い視点から会社を支え、自分をアップデートしたい方の挑戦を待っています。

室長 T.Yさん

