

<企業情報 : SANYOアワード開催>

報道関係各位

2019年度「SANYOアワード」表彰式を開催

～ 生活者や社会のニーズに応える商品開発とサービスの提供を目指して ～

株式会社三陽商会は、店頭において販売業務に従事する当社の販売員の功績と、マーケットへインパクトを与えた商品開発を行った部門を称える「SANYOアワード」の表彰式を7月3日(金)に本社(所在地:東京都新宿区)にて開催いたしました。今回の表彰式は、新型コロナウイルスの影響から、例年実施していたホテルでの式典に代わり、規模を縮小し本社にて行いました。

【「SANYOアワード」について】

当社は、自社の販売員(以下、FA=ファッションアドバイザー)のスキルやモチベーションアップと社内コミュニケーションを目的として、FAの功績を称える「全国優秀販売員表彰式」を1986年より年1回開催してまいりました。2017年度よりこの表彰式の名称を「SANYOアワード」と改め、ものづくりに関わる企画部門を対象とした「プロダクト部門」も追加し、拡充を図っています。この取り組みにより、当社は商品開発から販売まで一貫したサービスを提供する当社の従業員のモチベーションアップと、より一層生活者や社会のニーズに応える商品開発・サービスの提供を目指しております。



2019年度「SANYOアワード」表彰式の様子 (2020年7月3日実施)

■リテール部門選考基準と選考結果

リテール部門の選考基準

売場展開をしている約1000売場とEC部門を対象とし、2019年度の①予算達成率、②前年比、③パーヘッド（※）、④経費率の4項目をポイント化し、上位10売場と4つのEC部門を優秀賞に選出。また、優秀賞の中から特に成績の良かった売場を社長賞（グランプリ）・準グランプリとして表彰しています。

（※パーヘッド：スタッフ1人あたりの売上額）

<リテール部門：社長賞（グランプリ）・準グランプリ>

■社長賞（1売場）

ブランド名	売場名
エポカ	ジェイアール名古屋タカシマヤ

受賞コメント/店長 熊崎 さおりさん (エポカ/ジェイアール名古屋タカシマヤ)

昨年の準グランプリに続き、今回は社長賞という栄誉をいただき、スタッフ全員で喜んでいます。常に前向きで全力のスタッフ5人で、力を出し切って獲った賞だと思っています。前年度と特に変わったことはしていませんが、「全てのお客さまに向けてお声がけを徹底」しています。駅と直結している自店には、非常に多くのお客さまがいらっしゃいます。他店に負けないくらいの活気あるお声がけで、一人でも多くのお客さまと繋がり、エポカの魅力を体感していただくことを心掛けてます。さらに、接客中にはお客さまの潜在ニーズをさぐりながらお店の中からなるべく多くの商品を紹介。これはスタッフ全員のチームワークでおこなっています。これからもスタッフ全員の長所を伸ばしながら、お互いを尊重し、同じ方向を向いて頑張っていきたいです。



■準グランプリ（3売場）

ブランド名	売場名
ブルーレーベル/ブラックレーベル・クレストブリッジ	三井アウトレットパーク 札幌北広島
エポカ ウォモ	阪急メンズ東京
マッキントッシュ フィロソフィー（メンズ）	阪急メンズ大阪

受賞コメント/店長 江戸 延央さん (ブルーレーベル/ブラックレーベル・クレストブリッジ/三井アウトレットパーク 札幌北広島)

2017年の優秀賞、エリア賞に続き、今回は準グランプリを受賞でき、喜びは勿論、それ以上に驚きの気持ちが大きいです。自店の強みは「自主性を尊重しストロングポイントを徹底的に伸ばせるチーム」。ブランドイメージを大切に守りながらも、スタッフの個性が売場のカラーとなるようにしています。売場内では上下関係を排除、あるのは役割、ポジションの違いだけ。スタッフと店長の関係も基本フラット。トップダウンの構図を極力減らしスタッフ同士がディスカッションし切磋琢磨しあう。店長はスタッフの意見、主張を尊重し調整、改善解決していくという役割に徹しています。あくまでもブランドに対する信頼感によりお客さまが安心してご購入頂いている。この事実を謙虚に受止め、お客さまファーストで一日一日真摯に営業していきたいです。



受賞コメント/店長 綾部 雄治さん
(エポカ ウォモ/阪急メンズ東京)

百貨店のリニューアルにより、フロアや売場面積が大きく変わり、「社長賞」をとったことがある以前の売場から一新しお店をつくり直す意気込みで挑みました。チーム一丸となり予算達成を目指していくという意識が良かったと思います。接客だけでなくストック、備品の準備などもお客さまへの接客へ繋がるため、そこをしっかりと整えた上でスタッフが売場に立つことを徹底し、お客さまがブランドの魅力を体感し楽しんでお買い物していただけるよう環境を整えることを心掛けました。今年はコロナの影響による休業がありましたが営業再開後にご来店いただいたお客さまには感謝の気持ちで一杯です。今後もスタッフがイキイキと店頭に立ちモチベーション高くできるように日々努力していきたいと思っています。



受賞コメント/店長 廣林 肇さん
(マッキントッシュ フィロソフィー (メンズ) /阪急メンズ大阪)

今回で3年連続の優秀賞に選ばれましたが、準グランプリは初めてなので本当に嬉しいです。自店の強みはスタッフ全員がモチベーション高く、目標に向けて個々が責任感を持って取り組む事が出来る事です。お客さまが多い売場だからこそ一人一人のお客さまを大切にすることを徹底しています。今年はコロナの影響により休業し、営業再開から2週間は多くのお客さまにご来店いただき、これまで以上にお客さまの大切さを実感し、気持ちがより改まりました。今後も前向きに頑張りたいと思っています。



■プロダクト部門選考基準と選考結果

プロダクト部門選考基準

エントリーされた21品番から、①「販売点数」、②「総消化率」、③建値消化率(※)、④「プレス貸し出し件数」、⑤「カスタマーサポート部お問合わせ件数」の5項目をポイント化。点数の高い品番の内、話題性と商品開発における市場へのインパクトを総合的に判断し、表彰の品番を決定しています。

(※建値消化率：正価での消化率)

<プロダクト部門>

■特別賞(2品番)

ブランド名	商品名	価格(税込)
三陽山長	レインシューズ「防水 友二郎(ともじろう)」	¥19,800-
サンヨーコート	ヤンチェ_オンテンパール ウィメンズコート	¥154,000-

受賞商品紹介：三陽山長 レインシューズ「防水 友二郎」

ブランドを代表するストレートチップ「友二郎」をベースに、<雨の日にも気兼ねなく履ける「友二郎」を！>をコンセプトに開発。「PVC」(塩化ビニル樹脂)素材を使用して上質なインポートレザーの銀面を再現。水の侵入を防ぐようアッパーとソールを一体成型する「スラッシュセメント製法」を用いて継ぎ目をなくし、歩行時のストレスを軽減するよう素材を工夫したアウトソールや、靴内の蒸れを軽減する通気性・透湿性・消臭効果のあるカップインソールなど、「レインシューズ」特有の課題を解消しながら「ドレスシューズ」そのままに、見た目にも拘った商品で、まさに「雨の日にも履けるドレスシューズ」としてブランドのヒット商品となりました。



色展開 : ブラック

価格 : ¥19,800 (税込)

担当者より開発の際のポイントや開発理由など

かねてからお客様より「三陽山長」のレインシューズが欲しいというご要望をいただいております、日本発紳士靴ブランドとして拘りのレインシューズとは何かを追究しようやく企画・生産に至りました。レインシューズ特有の蒸れやすさや疲れやすさをなるべく軽減し、また、天気が急変しやすい日本の気候で雨が降っていない時でも違和感のない見た目を考えました。この受賞はレインシューズにおける「三陽山長らしさ」がお客様に受け入れられた結果だと感じています。

以上

<この件に関する消費者からのお問い合わせ先>

株式会社三陽商会 カスタマーサポート フリーダイヤル：0120-340-460 受付時間：10：00-17：30（平日のみ）