

報道関係者各位

＜企業情報： 社内表彰制度＞

# SANYO AWARD

人的資本×OMO推進に基づき新たに「特別賞」を創設

## 2025年度「SANYOアワード」表彰式を開催

～ 優れた販売サービス・商品開発を支えた「人」を表彰 ～



「SANYOアワード」受賞者と役員

株式会社三陽商会は、2025年度（2025年3月～2026年2月）に優秀な成績を収めた全国の売場、商品開発を担う企画部門、および販売員を対象とした表彰制度「SANYOアワード」の表彰式を6月5日（金）ホテルグランドヒル市ヶ谷（東京都新宿区）にて開催しました。

「リテール部門」では、727売場の中から年間予算を達成した業績への貢献度の高い33売場を選出。「プロダクト部門」では、各ブランドよりエントリーされた17商品から「建値消化率(※1)」等を選考基準として「優秀賞」4商品と「サステナブル賞」1商品を選出し表彰しました。表彰式には全国の各売場と企画部門の代表者など約90名が参加。選出された売場と商品の中から「グランプリ」と「準グランプリ」を発表し、その功績を称えました。

なお本年度は、人的資本経営の強化とOMO（Online Merges with Offline）推進の取り組みを評価・促進するため、「特別賞（OMO推進）」を新設しました。本賞は、店舗とデジタルを融合した顧客体験の創出に貢献した取り組みを評価するもので、「スタッフスナップ」「インフルエンサー」の 카테고리を設け、販売員一人ひとりの発信力や顧客接点の拡張といった新たな価値創出を称えています。

当社は本アワードを通じて、今後も従業員のエンゲージメント向上を図るとともに、人的資本の価値最大化とOMO推進による新たな顧客体験創出に取り組んでまいります。

(※1) 建値消化率：正価での消化率

## ■「SANYOアワード」について

当社は1986年より、自社のファッションアドバイザー（販売員）のスキル向上とモチベーション向上、社内コミュニケーションの活性化を目的に、「全国優秀販売員表彰式」を年1回開催していました。2017年度からは表彰制度の名称を「SANYOアワード」に改め、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」を追加。さらに2022年度には、環境配慮型の商品開発を促進することを目的として、「サステナブル賞」を設立(※2)しました。

2025年度は、リアル店舗とデジタルチャネルの融合による顧客体験価値の最大化を目指し、「特別賞（OMO推進）」を新設しました。同賞は、販売員による自社ECサイトやSNS（Instagram）などのデジタル活用や情報発信を通じた顧客接点の創出への貢献を評価するものです。

本アワードは、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士気向上を図り、更なる「商品力」と「販売力」の強化につなげることを目的としています。今後も人的資本の価値向上とOMOの推進を通じて、ブランドとお客さまとのコミュニケーション強化に取り組んでまいります。



「SANYOアワード」表彰式の様子

(※2) 環境配慮型素材を使用した製品づくり および 「サステナブル賞」について

<https://www.sanyo-shokai.co.jp/sustainability/environment/eco-friendly/>

## ■リテール部門の選考方法と表彰結果

### <リテール部門の選考方法>

2025年度に売場展開をしていた727売場を対象に、①予算達成率、②前年比、③パーヘッド(※3)、④経費率の4項目の実績をポイント化し、単なる売上規模だけでなく、生産性や効率性も含めた総合的な販売力を評価。年間予算を達成した貢献度の高い23売場を「優秀賞」として選出しました。優秀賞に選ばれなかったブランドおよびエリアの中で、「優秀賞」に準じてポイントの高い10売場を「敢闘賞」として選出。また、優秀賞の中から特に成績の良かった売場を「グランプリ」、「準グランプリ」として表彰しました。

(※3) パーヘッド：スタッフ1人あたりの売上額

### <リテール部門：グランプリ・準グランプリ>

#### ■グランプリ（2売場）

ブランド名	売場名
マッキントッシュ フィロソフィー（紳士）	伊勢丹新宿店
マッキントッシュ ロンドン（紳士・婦人）	三井アウトレットパーク 木更津



マッキントッシュ フィロソフィー（紳士）  
伊勢丹新宿店 浅田 美沙



マッキントッシュ ロンドン  
三井アウトレットパーク 木更津 岩崎 千尋 店長

## ■ 準グランプリ (3売場)

ブランド名	売場名
ポール・スチュアート (紳士)	東武百貨店池袋店
エポカ	エポカ ザ ショップ玉川
マッキントッシュ ロンドン、マッキントッシュ フィロソフィー	三井アウトレットパーク 滋賀竜王

## ■ プロダクト部門の選考方法と表彰結果

### <プロダクト部門の選考方法>

プロダクト部門は、2025年度に企画生産された商品の中から、①建値消化率、②商品粗利額の2項目を参考に、全ブランドからノミネートされた17の商品の中から企画開発に優れた商品を市場性と収益性に加え、当社ならではの技術力や独自性といった付加価値創出の観点から総合的に判断し、4商品を「優秀賞」として選出。リテール部門と同じく、最も優秀な商品を「グランプリ」として表彰しました。

また、サステナビリティの観点からの商品開発や取り組み、話題性、消化率等を総合的に判断し、1商品を「サステナブル賞」として選出しました。

### <プロダクト部門：グランプリ・優秀賞・サステナブル賞>

#### ■ グランプリ (1商品)

ブランド名	商品名	税込価格
マッキントッシュ ロンドン (婦人)	ROSLEY リアクティブデニムステンカラーショートコート	¥99,000

#### 受賞商品紹介

ブランドの定番モデル「ROSLEY (ロズリー)」に、素材と着丈の新たな提案を加えたステンカラーショートコートです。本物のデニムのような表情を持ちながら、反応染めにより色落ちしにくい機能性素材を採用。ドロップショルダーとAラインのシルエットが生む軽やかなフォルムと、スタイリングを選ばないショート丈により、日常からきれいめシーンまで幅広く対応します。

トレンド性の高いデニム素材を上品に取り入れられる点が支持され、既存顧客に加え新規層からも高い評価を獲得。雑誌掲載などの露出も後押しとなり、安定した人気モデルの新たなバリエーションとして販売を牽引した商品です。

#### 開発者のコメント

ブランドのアイコンである「ROSLEY」の価値を継承しながら、新たな提案として素材バリエーションに着目しました。デニムの持つ魅力を活かしつつ、きれいめに着用できるコートとして企画し、より多くのお客様さまにフィットする一着を目指しました。



マッキントッシュ ロンドン (婦人)  
ROSLEY リアクティブデニム  
ステンカラーショートコート

#### ■ 優秀賞 (3商品)

ブランド名	商品名	税込価格
アマカ	AMACA×SANYOCOAT コラボコート	¥132,000
ポール・スチュアート (婦人)	チェーンツイード ジャケット	¥149,600
マッキントッシュ フィロソフィー (婦人)	WELBURY ダブルクロスコート	¥59,400



**アマカ**  
AMACA×SANYOCOAT  
コラボコート



**ポール・スチュアート (婦人)**  
チェーンツイード ジャケット



**マッキントッシュ フィロソフィー (婦人)**  
WELBURY ダブルクロスコート

**受賞商品紹介：アマカ/AMACA×SANYOCOAT コラボコート**

AMACAのブランド設立20周年を記念し、「SANYOCOAT」との協業により開発されたコラボレーションコートです。テント型シルエットに軽量な交織素材と保温機能を融合し、着用シーンの幅広さと快適性を両立。取り外し可能なライナーにはブランドオリジナルのリバティ柄を採用し、内側にまでストーリー性を持たせました。青森ファクトリーでの高品質な縫製とともに、ものづくりの背景まで店頭・ECで丁寧に伝えたことで、価格以上の価値への共感を獲得し、プロパー完売を達成するなど高い評価を得た商品です。

**受賞商品紹介：ポール・スチュアート (婦人) /チェーンツイード**

尾州産地で開発したオリジナル素材を使用したツイードジャケットです。チェーン糸を織り込むことで華やかさと奥行きのある表情を実現し、素材の魅力を引き出すシンプルなデザインに仕上げました。ジャケットでありながらカーディガンのように軽やかに着用できる快適性も特長です。雑誌掲載や著名人着用などの販促施策と連動し、新規顧客の来店や休眠顧客の掘り起こしにつながるなど、販売面でも大きな反響を生み出した商品です。

**受賞商品紹介：マッキントッシュ フィロソフィー (婦人) /WELBURY ダブルクロスコート**

ケーブのような柔らかなフォルムとラグランスリーブによるリラックス感のあるシルエットが特徴の「WELBURY (ウェルベリー)」コートです。コンパクトなデザインバランスと着回しやすいリングスにより、幅広いスタイリングに対応。軽やかな着心地と発色の良い素材が支持され、雑誌掲載やカラーバリエーションの視覚的訴求も相まって購買につながりました。モデル名の認知も高まり、指名買いが増加するなど、ブランドの定番としての地位を確立した商品です。

**■サステナブル賞 (1商品)**

ブランド名	商品名	税込価格
マッキントッシュ フィロソフィー (紳士)	フレックスドライチノ スリムフィットパンツ	¥19,800

**受賞商品紹介**

英国調トラッドをベースにした、ブランド定番の高機能チノパンツです。綿のような風合いを持つポリエステル素材により、ストレッチ性、吸水速乾性、防シワ性などを備え、シーズンレスで快適に着用可能。リサイクルポリエステルを一部使用し、環境配慮と実用性を両立しています。

10年以上展開している定番商品でありながら、「MP STANDARD TROUSERS」としてシリーズ名称を明確化するとともに、フラッシュの取り付けにより店頭での視認性を向上。お客さまの接触機会の増加により、新規顧客の獲得やリピート購入の促進につながり、高い消化率を維持しました。



**マッキントッシュ フィロソフィー (紳士)**  
フレックスドライチノ スリムフィットパンツ

## ■特別賞（OMO推進）の選考方法と表彰結果

### <特別賞（OMO推進）の選考方法>

「スタッフスナップ」の 카테고리においては、売場の年間予算達成を前提に、三陽商会公式オンラインストア「SANYO ONLINE STORE（サンヨー オンラインストア）」および「CRESTBRIDGE ONLINE STORE（クレストブリッジ公式オンラインストア）」におけるスタッフスナップ投稿を通じた2025年度の経由売上実績をもとに上位3名を選出しました。

「インフルエンサー」の 카테고리においては、2024年11月に立ち上げ、2025年3月より本格始動したインフルエンサープロジェクトのメンバーを対象に、Instagramにおけるフォロワー数の実績を基準として最も多くのフォロワーを獲得した1名を選出しました。同プロジェクトは、販売員のインフルエンサー化を推進し、Instagramを活用した情報発信の強化を通じて店舗およびECの売上向上を図るとともに、人的資本方針に基づくプロフェッショナル人材の育成を目的としています。

### <特別賞（OMO推進）>

#### ■スタッフスナップ（3名）

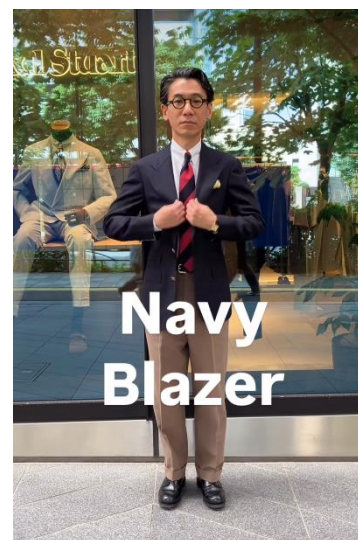
ブランド名	売場名	氏名
エポカ	大丸東京店	三木 麻貴
マッキントッシュ ロンドン（婦人）	京王百貨店新宿店	高橋 杏奈
マッキントッシュ フィロソフィー（紳士）	伊勢丹新宿店	加来 諄泰

#### ■インフルエンサー（1名）

ブランド名	売場名	氏名
ポール・スチュアート（紳士）	ポール・スチュアート 青山本店	森田 匠



スタッフスナップ受賞者によるコーディネート投稿  
ECサイト上で顧客の購買行動につながる重要な接点となっている



インフルエンサー受賞者によるInstagram投稿  
継続的な情報発信を通じて7万人を超えるフォロワー数を獲得している

#### 【参考URL】

- SANYO ONLINE STORE「STAFF SNAP」掲載ページ：<https://store.sanyo-shokai.co.jp/pages/coordinate>
- CRESTBRIDGE ONLINE STORE（ブルーレーベル・クレストブリッジ）「スタッフコーディネート」掲載ページ：  
<https://www.crestbridge.jp/pages/coordinate-bluelabel>
- 「インフルエンサー」受賞者（@takumi\_morita\_）Instagram：[https://www.instagram.com/takumi\\_morita\\_/](https://www.instagram.com/takumi_morita_/)

## ■ 代表取締役会長 大江伸治 の言葉

本年も「SANYOアワード」を通じて、販売現場、商品開発において優れた成果を挙げられた皆さんにお会いできる機会を持てたことを嬉しく思っている。

今回のアワードの対象期間は前期2026年2月期であるが、前期の全社業績については非常に厳しい結果であったと総括している。そのような中で、皆さんの頑張りが業績の下支えとなったということであり、改めてその尽力に感謝申し上げる次第である。

前期は中期経営計画の初年度であった訳であるが、売上不振の要因については外的及び内的要因に分けて分析し、課題の整理と打開策の策定を行い、今期計画に織り込んでいる。



代表取締役会長 大江伸治

昨年のこの会では、皆さんに重点的に取り組んでいただきたい課題として、特定顧客へのアクセス強化による顧客売上の抜本拡大ということを挙げさせていただいた。この方針に則り各店舗において様々な施策を実行していただいた結果、前年度のメンバーシップ会員売上は2024年度を上回り、特にロイヤル顧客売上は大きく伸長するなど成果を挙げることができた。しかしながらその一方で、フリー客売上は2024年度を下回り、今期は非会員売上の拡大についても重点課題として取り組みを進めている。その為の有効施策を皆さんからも積極的に提案いただきたいと思います。

次に、プロダクト部門優秀賞に選ばれた4つの商品であるが、それぞれが売れた要因に共通して言えることは、いずれもお客さまの潜在需要、隠れたニーズに応える提案となっていた点にあると考えている。仕様、価格、カラー、着用モデル等、お客さまの心に刺さる要素を備えていたことがヒットにつながったものであり、これらの差別化要素はヒット商品を生み出す要件でもあると考えているので、是非今後の商品開発の指針にさせていただきたい。

最後になるが、当社が今後成長を目指す上で、その原動力になるのは商品力と販売力である。この二つが成長の為の車の両輪になるということである。本日まで出席の皆さんには、各々の分野の最前線でその根幹業務に従事していただいている。既に大きな成果を挙げていただいているが、今後も引き続き努力と研鑽を重ね、現在の成果を更に増幅させていただきたいと思っている。皆さんには今後とも強い使命感とプライドを持って職務に当たっていただき、当社の成長を牽引していただくことを期待している。

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：11：00-17：00（平日のみ）

株式会社三陽商会 〒160-0003 東京都新宿区四谷本塩町6-14 <https://www.sanyo-shokai.co.jp>