



三永株式会社 会社説明会

## 目次

### ① 会社について P2~6

- ・レディースアパレルの位置づけ
- ・三永(株)とは ・企業方針 ・経営理念
- ・沿革
- ・ファッションへのこだわり
- ・ブランドコンセプト
- ・ブランドの強み

### ② 仕事について P7~13

- ・会社の組織
- ・職種紹介
- ・社風
- ・求める人材

### ③ SDG s P14

### ④ コロナがもたらしたこと P15

・教えてくれたこと

### ⑤ 採用情報 P16



## 三永(株)とは

### 『ブランド「KarL Park Lane」を運営する会社』

【ファッション企画、製造、販売までを一貫して手掛ける**SPA企業**】

「商品を作るだけ」「販売するだけ」という枠の中で仕事をするのではなく  
デザイナー、パタンナー、営業、販売の連携によって  
お客様のニーズに合った商品やサービスを  
**リアルタイムに提供**し続けている企業です。

### 『アパレルとしての使命』

自社独自の企画を守り続ける。

デザイナーはカールパークレーンのコンセプトを守りつつ、トレンドの融合を常に  
考えてオリジナルの商品を意志を持って作り続ける。

ブランドはカールパークレーンを第一ブランドとし <ミズリナ> <アルファフェース>  
を時期をみながら立ち上げる。

### 『目的意義』

常に高品質・高完度に管理された、お客様に必要とされる商品を  
短期的にかつリーズナブル価格にて提供する。そのための斬新なアイデア、  
創意工夫からの知恵に追求に追求を重ねていく。

更にお客様への働く側の心構えとサービス、「価値の高い商品を最高の環境  
のもとで、丁寧な接客で提供すること」 規模の大小でなく存在感を大切にする。

## 企業方針

- お客様に**“よい品” “よい考え”**をもって、少しでも精度を高めたより良い商品を提供し、「顧客満足」を追求する。
- お客様に**最高のサービスを提供し、企業の価値を高め、社会の進歩発展に貢献する企業。**

## 経営理念

**全員で働きがいのある職場づくりに努め  
人々によりよい商品を或いはファッションライフを提供し  
創意工夫の努力により適正利潤を追求し  
豊かで楽しい社会作りに貢献する  
同時に全従業員の物心両面の幸せを追求する**

# 沿革

1978年12月 設立

1978年 ボトムアパレルとして設立

1989年 総合アパレルへ

(ライフスタイル導入ファッションの展開)

1997年 S P A 事業の開始

名鉄セブン ショップ1号店オープン

1998年 名古屋三越星ヶ丘店オープン

1999年 丸栄本店オープン

名古屋パルコ店オープン

2000年 大津パルコ店オープン

2001年 丸井川崎店オープン

プランタン銀座店オープン

名古屋三越栄店平場内ショップ開設

丸井渋谷店オープン

丸井横浜店オープン

浜松遠鉄百貨店オープン

2003年 銀座三越平場内ショップ開設

河原町阪急店オープン

丸井上野店オープン

東武百貨店オープン

2005年 岡崎西武店オープン

2006年 新宿小田急百貨店オープン

銀座三越平場内ショップ開設

銀座三越ミスリナコラボレーション

2008年 丸井錦糸町店オープン

2010年 近鉄阿倍野店オープン

WEBショップオープン<公式通販サイト>

2011年 越谷レイクタウン店オープン

博多阪急店オープン

2016年 金沢めいてつ・エムザ店オープン

2017年 大丸松坂屋名古屋店オープン

2019年 丸井有楽町店限定ショップオープン

ジェイアール名古屋高島屋SUIT CLOSET店オープン

2020年 ジェイアール名古屋高島屋店オープン

新宿マルイ本館店オープン

(2021年3月現在 店舗数 11店舗)

## 『店舗リスト』

<愛知県>  
ジェイアール名古屋高島屋店  
" SUIT CLOSET店  
名鉄百貨店  
松坂屋名古屋店  
星ヶ丘三越店

<静岡県>  
遠鉄百貨店(浜松)

<石川県>  
名鉄エムザ店(金沢)



<東京都>  
新宿小田急百貨店  
新宿マルイ店  
マルイ有楽町店  
東武池袋店

# ファッションへのこだわり

## 徹底的なマーケティングとコレクションの研究 パターン（着心地）の追及

- ・1人のデザイナーが店に商品が届くまで徹底管理

素材・デザイン・パターン⇒サンプル作成⇒工場指導⇒上がり商品の検品まで

※「トレンドの研究」 ブランドコンセプト × 品格 × 着心地 × シルエット

- ・デザイナーとして自分の商品とデザインに**プライド**を持ち、必ず**お客様に喜んでもらえる**という確信のもと商品を作る。



KarL  Park Lane

## ブランドコンセプト

カールパークレーン（Karl Park Lane）の「カール」は、花の呼び名から1文字ずついただいて命名しました。カサブランカという白い高貴な大輪の花と、ルレーブという淡いピンクの可愛らしい花です。

カールパークレーンのデザインには、背筋が伸びた清楚で気品のある、可愛らしさを兼ね備えた女性になって欲しいという思いが溢れています。

カールパークレーンのデザイナーはみなこの思いに共感し、ラフデザインから生地選び、パターン作成、縫製、そして納品後の最後の検品まで、一人ひとりが全ての工程に携わり、思いをカタチにしています。

## ブランドの強み No.1

「オリジナリティ」 KarL Park Laneとしての商品の品格とお客様にとって必要な部分は何か

- ・デザイン・パターンは全て自社で行っています。（オリジナルカラー、オリジナル商品、豊富なサイズ展開）
- ・約80%以上が国内の協力工場生産（made in Japan）⇒納期サイクルの短期化・中間マージンの削除
- ・創ることからお客様一人一人の手に届くまで、更にはお客様が着用してからのメンテナンスも含め一貫して考える。
- ・「お客様へKarL Park Lane だけのワクワク感や楽しさを与え、日々の生活を豊かにしたい」というのが我々の基本の考え方

---

## ブランドの強み No.2

「ショップ&デザイナーがコラボ」

お客様の声を商品に反映できる。お客様は何を求めているのか

弊社では直接お客様とコミュニケーションを取るファッションアドバイザーがそのニーズや声をデザイナーに届ける。



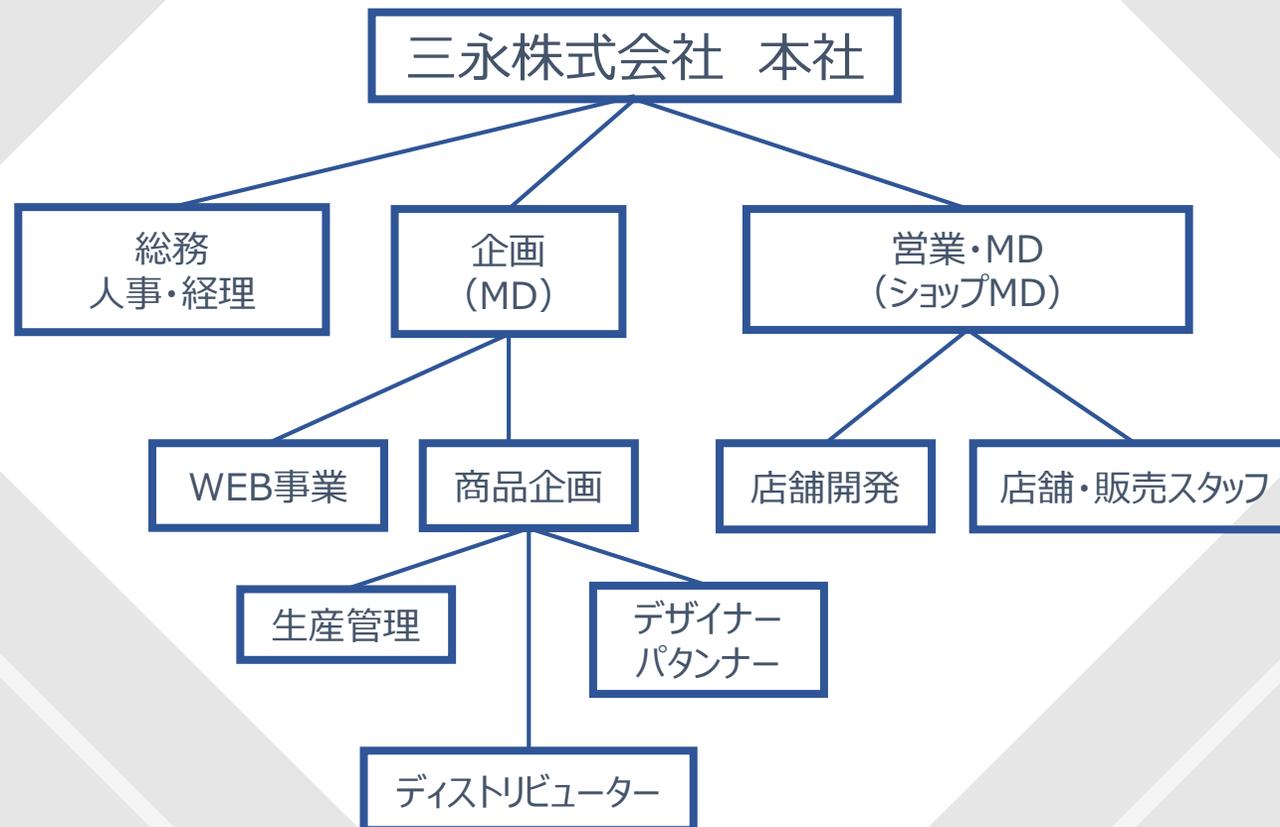
スピード感を持って、商品に反映できる仕組みだからこそ、**ショップのファッションアドバイザー・MDの仕事が事業の根幹を担っている。**

※店舗限定商品の企画      ※商品リメイクも2020年からスタート



## ②仕事について

### 会社の組織



# 職種紹介

## ファッションアドバイザー

商品の販売および**スタイリスト業務**。

販売するだけでなく、コーディネートやライフスタイルをお客様に提供しています。

また、お客様と直接触れ合うことで、お客様が求める商品を店舗オリジナル商品として**企画、製作**することもしています。

将来的には、**店長、ショップMD**など、**キャリアアップ**していけるやりがいのある仕事です。

**顧客管理**から**SNS**発信など、幅広い仕事をお任せします。

入社後研修 →



## MD (ショップMD)

お客様に『**買いたい!**』と思わせる売り場レイアウトを作る。お店ごとの**マーチャンダイジング**の仕事。

本部で決める事はアバウトなので各々の手腕を發揮できます。コーディネートや色の組み合わせ、気温や天気でもボディを変えたり。

お客様の事・ファッションを熟知しているからできる仕事です。

他にも、お客様の求める商品をデザイナーへアプローチして商品化したり、フェアの企画を考え、**売場を盛り上げる**のも仕事の1つです。



# 職種紹介

## デザイナー・パタンナー

トータルアイテムのデザイナー・パタンナー業務全般を行います。カールパーククレーンではデザインだけ、あるいはパターンだけしかこなせない人はいません。

各アイテム毎にデザイナーが別れており、その担当デザイナーが最初から最後まで自分で**商品を創り上げて**いきます。

(※サンプル作成や縫製は工場で行っています。)

年に2回の展示会は自分のデザインが出せる**チャレンジ**の時。各百貨店のバイヤーの目にはかなえば、新人でも商品が製品化し**自分の商品**が店頭で並びます。

作った商品の意思（着方・コーディネート）を販売スタッフへ伝えます。時代に沿った企画開発もやりがい。



# 職種紹介

## WEBデザイナー

WEBショップの商品構成、レイアウト、イベント企画等、売上UPの為の試行錯誤が主な業務です。

モデル撮影の構成を考えたりと幅広い仕事。

ブランドコンセプトに合うデザイン、魅力的な商品ページを作成することで、売上に大きく貢献できます。

店舗のDMデザイン等もお願いします。

公式YOUTUBEチャンネルの企画・構成も手がけたりと新しい分野にもチャレンジしています。



レディスブランド「カールパークレーン」のユーチューブチャンネルを2月から開始した（三永）

百貨店を中心にレディスブランド「カールパークレーン」を展開する三永はEC販売に力を入れる。旬のアイテムを販売するECショップと価格戦略商品を揃えるECショップの二つに分類。売り上げは「コロナ前の5倍にアップしている」という。

加えて、今年2月には新規顧客開拓、既存顧客の店頭誘導を目的にユーチューブチャンネルも開設した。新商品解説、コーディネート提案やエンターテインメント性の高い動画を隔週でアップし、1年後に1万人まで登録者を拡大する。

【織研新聞 2021年3月17日付 掲載】

# 職種紹介

## 営業

①三永(株)の営業は物を売る営業ではありません。主な仕事は折衝です。百貨店との出店交渉、場所交渉、常に当社に利益をもたらすための交渉です。

②担当店舗の人員と売上管理の仕事です。(ECサイトを含む)

三永(株)の営業は会社の中核の仕事です。

約5年間はデリバリー兼務で企画(商品のこと)・売り場のこと・百貨店とのつながり等の勉強期間になります。



# 職種紹介

## 一般職

三永(株)の一般職は普通の一般職ではありません。

一般的に言われている事務処理やパソコン業務は当たり前の仕事です。

将来的には三永(株)を支える、総務・経理・人事の専門職を目指してもらいます。

そういった意志・向上心のある人を一般職として求めます。

全体の部署との連絡、ショップ・デザイナー・営業とのコミュニケーション、社長との仕事の連結、パート人員の管理や指導、コラボも重要な仕事です。

一般職であっても、ファッションが好きで、コミュニケーション力の高い方が活躍しています。





## 社風

### 「大家族主義」

チーム作りが最大の方向性

人の心をベースとした経営

### 「ファッションが好き」

そんな気持ちを持った大家族がお客様に寄り添った商品を提供することを使命としています。

## 求める人材

- ☆ファッションが好きな方
- ☆コミュニケーションが好きな方
- ☆明るく、協調性のある方

技術 <

- ①心・情熱
- ②行動力
- ③コミュニケーション力

### ③SDGs (持続可能な社会)

## Sustainability (サステナビリティ)

17の目標項目の中で三永がまず取り組んでいること

12. つくる責任 つかう責任

14. 海の豊かさを守ろう

### 大量生産・大量在庫の解消

⇒自然素材化への挑戦！ 作ったものを廃棄しない！

- ・少量生産でお客様に満足していただける企画の徹底
  - ムダを作らない
- ・作ったものを最後までお客様に喜んでもらえるよう販売していく
- ・それでも残ったものは生まれ変わらせ、新しい商品へ
  - リメイク
- ・ショッパーをビニールから紙へ

### さらなる視点を追求



デザイナー ● 細井恵さん

## サステイナブルなリメイク商品に挑戦

三永はレディースブランド「カールパークレーン」の廃棄焼却をしたことが一度もない。物を大切に経営方針によるもので、サステイナビリティ（持続可能性）がファッション業界でもはやされる以前から貫いてきた取り組みだ。

そこから、一歩踏み込み、部分使いも含めて、在庫をリメイクして新たな商品に生まれ変わらせ販売する。そういった取り組みを昨年秋から試験的にスタートした。そのデザイナーの1人が細井さんだ。入社13年の目のペテランデザイナーだ。「ワンピースの企画に関しては彼女に任せている」と上司でMDデザイナーの住田梅代さんは信頼を置く。

元の服の良さを残しながら、素材や色、形状などで今年

らしいトレンドをミックスして、調和させる必要があるからだ。

例えばノースリーブドレスには、袖を付けて今年らしいボリューム袖にした。シャツワンピスはウエストにシャーリングを入れて、ヒップにボリュームを出して、カジュアルに仕上げた。ワンピースの丈を短くするだけのものもあれば、シルエツトから変化させることもある。去年の秋から商品は一部店頭投入し、反応は上々。出店している商業施設の、サステイナブル関連のイベントでも引き合いがある。リメイクに感動して、「ウルツとくるバイヤーもいる」という、やりがいを感じる瞬間だ。

「ゼロから作るだけでなく、仕事という感覚だったが、世の中の流れによって自分たちの仕事内容も変わってくる。共感してもらえる商品を開発していきたい」と細井さんは語る。

## ④ コロナが三永にもたらしたこと 教えてくれたこと

コロナはアパレルに最悪の事態を与えた

ブランドの閉鎖・リストラ等、後ろ向きな事態が業界全体を襲った

### 三永(株)がコロナ休業期間に積極的に行った事

① **全社員（アルバイト含む）の雇用の継続**

② **2019年11月に計画した新ECサイト『KarL Park Lane. style』を3月、コロナによる百貨店休業に対応しNEW OPEN**

ショップスタッフも参加し、全社員で『カールパークレーン・スタイル』の立ち上げ運営に関わり、店舗売上の補填運営を計画

WEB売上をコロナ前の5倍にし、予想以上の開店となった

同時に各WEBサイトからのオファーにより新出店（マガシーク・&モール。今現在はAmazonのオファーを検討中）

将来的（3年後）には、**実店舗：WEBサイト = 50：50** の売上にもっていく

③ **休業期間はスタッフ全員の勉強の時間に**

・フィロソフィーの構築 ・各々の分野での普段出来ない徹底的な深掘り

販売スタッフは顧客作りの討論会。 デザイナーはコレクションの徹底分析。 営業は新規店舗の開拓計画

総務は書類の整理。 全員で大掃除！

### 三永(株)がコロナで大きな打撃を受けなかった理由

・定借の店舗がなかったこと（百貨店を拠点にしていたこと）

・海外生産比率が少なく、2月には仕掛りがほぼなかったこと その後生産を縮小

・補助金に頼らなくても預金の確保がスムーズに行われたこと

・5月以降は仕入れを4割にして営業したこと

## ④採用情報

基本給	<ul style="list-style-type: none"> <li>■総合職（ファッションアドバイザー・MD / 営業 / <del>デザイナー</del> / パターン / WEBデザイナー） 月給 175,000 円以上（2020 年実績） ※大卒・短卒・専門卒</li> <li>■一般職 月給 165,000 円 ※大卒・短卒・専門卒</li> </ul>
勤務地	<ul style="list-style-type: none"> <li>■愛知県 【愛知・名古屋エリア】 名鉄百貨店本館・星ヶ丘三越店・大丸松坂屋名古屋店・JR 名古屋高島屋店</li> <li>■静岡県 【静岡・西部エリア】遠鉄百貨店</li> <li>■東京都 新宿小田急百貨店・東武百貨店池袋店・新宿マルイ店・マルイ有楽町店</li> </ul>
勤務時間	<p>10:00 ～ 19:00 ※ただし、店舗はテナント時間に準ず。</p>
昇給・賞与	昇給：年 1 回（8 月） 賞与：年 2 回（7 月・12 月）
諸手当	住居手当（10,000 円）、東京手当（10,000 円）、通勤手当（1 ヶ月の定期代）、時間外手当、役職手当等
各種制度	各種社会保険完備、財形貯金、社員持株制度、住宅資金貸付制度、研修制度、海外旅行、退職金制度、毎月の個人報奨金制度、産休育休制度
休日・休暇	<p>ショップ：シフト制（完全週休 2 日制） 冬期夏期連続 6 日間有、年間休日 105 日、年次有給、慶弔休暇</p>

※留学生採用不可/1年制採用可