各位

2022 年 11 月 10 日
株式会社コックス

「繊研新聞」（繊研新聞社）より弊社社長の三宅が取材を受けました！
（2022 年 11 月 4 日(金)6 面掲載）

弊社代表取締役社長 三宅英木が、「繊研新聞」（繊研新聞社）の取材を受け、ファッション業界に対する想いや弊社の再生等について語った内容が、紙面内の「パーソン」で紹介されました。

掲載日時　　：2022 年 11 月 4 日(金)
記事タイトル：「パーソン/コックス社長 三宅英木さん 本質に絞り企業を再生」

▼『繊研新聞』（2022 年 11 月 4 日(金)付 6 面より抜粋）

繊研新聞 石井 繊庁 月曜 2022年(令和4年)11月4日 金曜日 企画 (6)

パーソン

コックス社長
三宅英木さん

本質に絞り企業を再生

再成長は既存ブランドの価値向上で

優秀な人材を業界へ呼び込む成功事例に

主力の「イッカ」で商材にも店装にもグリーンを加える改装が進んでいる

記者メモ

「コックスのことだけではなく、私が業界で何をしたいかを聞いてほしい」と、インタビューは始まった。

そこで聞いたのは、ファッション業界を変えたいという強い意志に基づく、「教世主になりたい」というものが私のスタンスです。いい店の売り上げが上がっている、売れる物、売れる人を、売れる物に変えるのは時間がかかり、長期的な課題といえます。そこで時間を稼ぐ必要があります。短期的に結果が出るのはプロモーションです。

プロモーションは、コックスの社員は比較的スマートなので、タレントを起用した雑誌とのタイアップなどを積極的に展開しました。ここで大事なのは、数字を短期間で動かすようなブランド例えば、店舗数を増やすことで、売り場面積を広くすることで、売り上げが上がるなど、何かしらの理由が変わり、売り上げが伴えば問題ないと思います。イトキンで当ブランド横展開を仕掛けて成果を出しました。再生に際して、これまでは変えるべきでない店頭の雰囲気を変えるなど、思い切った販売促進策を打ち出すことで、売れる物作りは、商品検討会の進捗は、――売れる物、売れる人作り

――業績は計画を上回る推移で、思ったより早く進んでおり、再生のステージは、今期で抜けるとお思いですか。

――業績は計画を上回る推移

今後は再成長を果たさないといけません。ここで新しいことをやるとか、ポートフォリオを入れ替えるとかは考えていません。既存の「イッカ」「LBC」が成長ドライバーです。売り上げを高めるために、既存店にいかに来ていただくかを考えることです。出店しているSCについても、売上効率の悪いところがあります。いろいろ検討しているところです。

――EコマースやEモールに出て売り上げを増やすことも考えるべきでは。

既存店の売り上げを増やすのが本筋です。コックスは10年間、既存店売り上げを落とし続けていましたが、今期でこの流れを変えるつもりです。この2年をかけて既存店の売り上げを高めるための土台作りをしてきました。

――ECについては、自社サイトは、当面のツールと考えています。ECモールは、売れる物と売れない物がはっきりしてしまうので、ブランド価値が上がらないと販売効率のところで苦労します。ブランド価値上がっていても、販売効率が悪いところもあります。いろいろ検討しているところです。

――業績は計画を上回る推移

――売れる物作りは、商品検討会の進捗は。

――売れる物、売れる人作り