

「実店舗」の重要性が謳われる中、アパレル販売員の業界離れが加速 販売員がよりイキイキとはたらく環境を目指し「販売員価値向上プロジェクト」発足 ～第1弾としてPwCコンサルティング社とともにOMOが加速する時代における 今の時代に即した評価軸の策定および育成を実施し、課題である販売員の待遇改善に寄与～

転職サービス「[doda \(デューダ\)](#)」などを提供するパーソルキャリア株式会社が運営する、[アパレル・ファッション業界専門の転職支援サービス「クリーデンス」](#)は、アパレルをはじめとするファッション業界で販売員としてはたらく人が、これまで以上にやりがいをもってイキイキとはたらくことができる状態をつくるために「販売員価値向上プロジェクト」を発足しましたので、お知らせします。

今回、第1弾としてPwCコンサルティング合同会社（以下、PwCコンサルティング社）と協業し、「OMO時代における店舗・販売員価値の再定義」をテーマに取り組みを実施。新型コロナウイルスを経て見直しが必要となった実店舗および販売員の価値や在り方を改めて定義し、販売員一人一人が持つスキルや強みが正しく評価される評価軸を策定。新しい評価軸にそって人材育成を実施することで、長年の課題である待遇の改善を目指します。

■「販売員価値向上プロジェクト」発足背景

～変革を迫られ「実店舗の価値」を見直す企業が増加する中、販売員の待遇はほぼ変わらず、業界離れが加速～

アパレル・ファッション業界は、コロナ禍で、行動制限による売上減少、消費者の「衣類」に対する興味・関心が薄れたことによる顧客離れの加速といった大きな打撃を受け、多くの企業は変革を行う必要に迫られました。

こうした状況下でEC化率は向上したものの、2021年時点の市場全体に占めるECの割合は21.15%※に留まり、未だ店舗での購入比率が全体の約8割を占めること。一方、ECの普及により海外発信のファストファッションアイテムが気軽に購入できるようになったことを受け、顧客体験やブランディングの役割を果たす「**実店舗の重要性**」を再認識し、**販売員の役割を見直す企業が増えて**います。※経済産業省 令和3年度「電子商取引に関する市場調査」より

それに伴い、販売員は、接客による**顧客体験価値の向上**や**ECへの送客による売上拡大**、ブランドの世界観を体現することによる**他ブランドとの差別化**、SNSなどを通じた**販売員自身のPRによるブランド認知向上**、またこれらを行うことでの**ブランドのファン創出**が求められるようになりました。

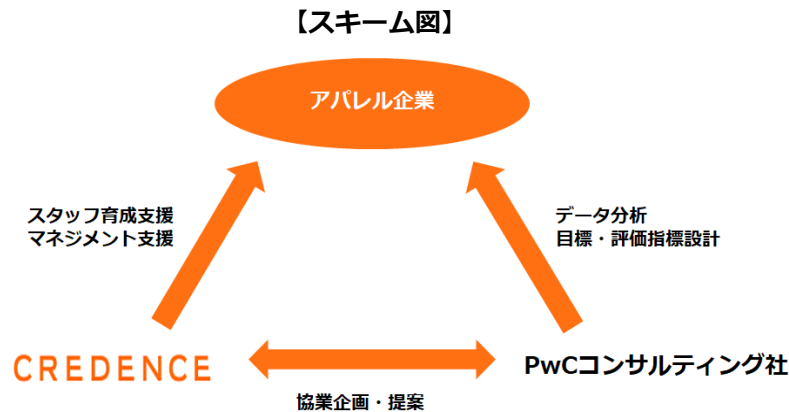
このように**販売員に求められるスキルや担う役割の重要性は高まる一方、販売員の待遇はほぼ変わらず、相対的に年収が低い状態が続いています**。結果、**待遇を理由に他業界へ転職するケースは年々増加**。「クリーデンス」がアパレル業界ではたらく人503人に実施した調査でも、「現在の仕事内容に対して、十分な報酬（給料）が得られていると感じているか？」という問いに対し、「どちらかというと得られていないと感じている」「十分な報酬は得られていないと感じている」と回答した人が、それぞれ33.4%、18.5%となり、**51.9%の人が「職務に対して給与水準が低い」と感じている**ことがわかっています。

売上の創出はもちろんのこと、ブランドファン獲得のために重要な役割を担う**販売員は、アパレル・ファッション業界にとってなくてはならない存在**です。しかし、このままでは**販売員の業界離れが加速する可能性が高く**、こうした状況を変えたいという思いから「販売員価値向上プロジェクト」を発足させる運びとなりました。本プロジェクトでは、販売員の価値を向上させるとともに、その価値を企業に再認識してもらうことで、**それに見合った報酬が受けられる状態をつくることで、販売員が今まで以上にイキイキと働ける環境づくりを目指しています**。

「販売員の価値向上」に向けて着手すべき課題が多い中、今後ますます加速していくであろうOMO戦略において、実店舗および販売員の価値を再定義し、その価値に基づき販売員が正しく評価される状態を作りたいと考え、今回、PwCコンサルティング社とともに「OMO時代における店舗・販売員価値の再定義」に取り組んでまいります。

■プロジェクト第一弾「OMO時代における店舗・販売員価値の再定義」の取り組み概要

第1弾となる「OMO時代における店舗・販売員価値の再定義」では、クリーデンスが持つアパレル企業とのつながりを生かし、アパレル企業に「OMO」や「評価」「販売員育成」などについての課題のヒアリングを実施。PwCコンサルティング社が、PwCコンサルティング社内で定義するOMO時代における店舗・販売員価値指標をもとに「店舗売上だけでなく目標/評価の構築」を行います。そして、新しい目標・評価軸にそった「人材育成」「マネジメント」支援をクリーデンスがサポートします。



今回は、本取り組みに賛同いただいた株式会社シティーヒル（以下、シティーヒル社）が、同社の店舗・ECの販売に紐づく様々なデータの提供、および販売員へのインタビューの場をセッティング。それをもとに、PwCコンサルティング社が定量・定性の両面の分析から店舗・販売員の目標や評価指標を定義。その後、クリーデンスが、新しい目標や評価指標に基づき、販売員の行動変革のために必要なマネジメント変革やスタッフ育成といった「人」に関わる部分のサポートを実施します。これにより、シティーヒル社の社員のモチベーションが最大化されることを目指します。

また、本取り組みの最終的なゴールとして、シティーヒル社との取り組み成果を本年度中に公開予定。さらに、取り組み成果をもとに、「実店舗での売上」を中心としていた評価指標から、「EC送客」「顧客体験」「ブランドファンの獲得」などを含む新たな価値を含む新たな評価指標を示します。

こうして新たな評価指標を提示することで、販売員の貢献価値に合った評価が正しく行われ、それに見合った報酬が支払われる状態に変えるきっかけとなることを目指します。これにより、販売員がやりがいや働きがいを持って業務を遂行でき、結果、アパレル・ファッション業界が活性化することを狙っています。

■本取り組みに関するコメント

PwCコンサルティング合同会社 ディレクター 中野 翔太氏

PwCコンサルティングでは、アパレル・化粧品業界に見受けられるEC部門と販売部門の確執、オンライン施策偏重のマーケティング、本来は手段であるデジタルが目的化してしまったデジタル店舗などに対して課題感を持っていました。ブランドのお客様は何を求めているのか、そのために店舗が提供すべきWow!は、その体験の原動力となる販売員の方々をどのように支援することができるのか、といった問いに「はたらく」ことに対して20年間の知見を持つPERSOL様と協業して、当該の取り組みによる人が中心となる価値創出スキームを発見してまいります。

株式会社シティーヒル 常務取締役 八木下 芳郎 氏

私たちシティーヒルは「CREATION&HAPINESS」を掲げ、「常に新たなファッションの価値を提供し、熱狂的に支持されるブランドを創造し続ける会社」を目指しています。そして「ブランド価値向上」と「一人一人が個性を活かし多様性を尊重しイキイキとやりがいを感じる会社の実現」に、現在全社を挙げて取り組んでいます。

今回の「販売員の価値向上プロジェクト」を通して、ショップやショップスタッフの価値を再定義し、人事制度や評

価値制度を再構築し、スタッフ一人一人の活躍を通して、ブランド価値がお客様に伝わり、ブランドの熱狂的なファンがより一層増えることを目指します。

パーソルキャリア株式会社 クリーデンス事業責任者 河崎 達哉

クリーデンスは「ファッションは、人が創る」というビジョンのもと、アパレル・ファッション業界ではたらく方々が、よりイキイキと輝く姿を創造できるよう事業を推進しています。しかしながら、コロナにより消費者のニーズ、業界の在り方、人々の価値観などが大きく変わり、その変化に適応しきれず苦しんでいる多くの企業や個人の方々の目にあたりにしてみました。

そこで、まず就業者の大多数を占める販売員の方々に向け「販売員の価値向上プロジェクト」を立ち上げました。同プロジェクトでは、価値指標の一つでもある年収水準を高めることをゴールとしていますが、まずは第1弾として、「販売員の目標評価の在り方」を再定義する取り組みから着手します。本取り組みにより、アフターコロナ時代を見据え、OMO店舗などに合わせた、売上だけでなく顧客体験指標や、ECやSNS接続などの指標も踏まえ、より販売員一人ひとりが、イキイキとはたらく姿の創造を目指します。

■ PwC コンサルティング合同会社について < www.pwc.com/jp/consulting >

PwC コンサルティング合同会社は、経営戦略の策定から実行まで総合的なコンサルティングサービスを提供しています。PwC グローバルネットワークと連携しながら、クライアントが直面する複雑で困難な経営課題の解決に取り組み、グローバル市場で競争力を高めることを支援します。

■ 株式会社シティーヒルについて < <https://www.cityhill.co.jp/> >

株式会社シティーヒルは「MAJESTIC LEGON (マジェスティックレゴン)」「le.coeur blanc (ルクールブラン) 」のレディース2ブランドを、全国の直営店、ECサイトを中心に展開しています。

私たちはクリエイティビティを大切に、ファッションを通じて心の潤いや幸せを感じる、自由で自分らしくイキイキとして感性に満ちた日々を提供します。

MAJESTIC LEGON : <https://www.majesticlegon.jp/>

le.coeur blanc : <https://lecoeurblanc.jp/>

■ パーソルキャリア株式会社について < <https://www.persol-career.co.jp/> >

パーソルキャリア株式会社は、- 人々に「はたらく」を自分のものにする力を - をミッションとし、転職サービス「doda」やハイクラス人材のキャリア戦略プラットフォーム「iX」を通じて人材紹介、求人広告、新卒採用支援などを提供しています。2022年5月にはプロフェッショナル人材の総合活用支援ブランド「HiPro」を立ち上げ、副業・フリーランス領域にも本格参入。グループの総力をあげて、これまで以上に個人の「はたらく」にフォーカスした社会価値の創出に努め、社会課題に正面から向き合い、すべての「はたらく」が笑顔につながる社会の実現を目指します。

当社のミッションについて : https://www.persol-career.co.jp/mission_value/detail/

■ アパレル・ファッション業界専門の転職支援サービス「クリーデンス」について

< <https://www.crede.co.jp/> >

「クリーデンス」は、パーソルキャリア株式会社が運営するアパレル・ファッション業界専門の転職支援サービスです。2001年のサービス開始より「ファッションは、人が創る。」を理念に掲げ、ファッションの世界に携わるすべての人たちが、それぞれの持つ能力を十分に活かせるような環境の実現を目指しています。また、2015年からは転職支援(採用)以外に、法人向けの教育・育成支援サービスも開始。近年はこの領域を強化しています。時代の感性をリアルタイムで捉えながら、ファッション業界を支える“人”に関する情報を独自の視点で収集・発信し、業界全体が常にいきいきとしたワークフィールドであり続けるために貢献します。