

PRESS RELEASE

2014年4月9日  
株式会社AOKI  
AOKIカンパニー

## AOKIがこの春 山形県に初出店 「AOKI鶴岡店」が4月18日(金)朝9時オープン ～東北エリアへの出店加速でさらなる市場シェア拡大を図る～

株式会社AOKI(代表取締役社長:清水彰)/AOKIカンパニーは、山形県への初出店となる「AOKI鶴岡店(山形県鶴岡市)」を2014年4月18日(金)朝9時にオープンします。集客力の高い商業施設「ウエストモールパル」に出店することにより、認知度向上を目指します。

AOKIは、2012年の秋に青森県、2013年の秋には秋田県に初出店。今回の山形県への出店と合わせて、東北6県で26店舗体制となります。また、全国では34都道府県、528店舗の展開となります(2014年4月18日時点)。

今後も、未出店エリアへの出店を進めるとともに、ドミナント戦略により、さらなる国内シェアのアップを目指し、出店を加速してまいります。

### ■山形県への出店戦略

今回オープンする「AOKI鶴岡店」は、鶴岡市のオープンモール「ウエストモールパル」への出店です。「ウエストモールパル」は、鶴岡ICから近く、主要幹線道路近辺に位置しているため、平日から週末にかけて広域から集客しています。また、市内で唯一の商業施設であり、ニューファミリー層からシニア層まで幅広い年代に支持されていることから、急速に認知度が高まるものと見込んでいます。

「AOKI鶴岡店」では、ビジネスマンはもとより、産業構成などの地域特性により、アダルト・シニア層のご来店も多いと予測。スーツやビジネス洋品を幅広くラインアップし、“ファッション性”と“機能性”の両軸で訴求するとともに、アダルト・シニア層に向け、ジャケットやジャンパー、ブルゾンなどの普段着カジュアルや、フォーマルの品揃えも強化。また、レディス商品でも、キャリア女性向けのスーツや、レディスフォーマルなど、幅広いニーズに対応してまいります。

商業施設への出店メリットを活かし、急速に認知度を向上させ、地域で“あてにされる店”を目指します。そして、山形市内をはじめ、県内及び東北地方での店舗網を拡大してまいります。

店舗名	住所	TEL	店舗面積	駐車場	通常営業時間
鶴岡店 (4月18日オープン)	山形県鶴岡市美咲町3-15 ウエストモールパル内	0235-29-1538	120坪 (1フロア)	400台 (共同)	10:00~20:00 ※4/18(金)~20(日)は 9:00より開店。

## 「AOKI鶴岡店」の概要

AOKIは、メンズスーツ・礼服・ビジネス洋品やカジュアル、そしてレディススーツ・レディスフォーマルを取り揃える衣料品専門店で、2013年秋に創業55周年を迎えました。

信州大学繊維学部との産学協同研究をベースとした商品開発、販売員の接客の質を高めるために発足した、社内独自の「スタイリスト制度」を強みとし、全国で528店舗を展開しています。

「スタイリスト」は、コーディネートのポイントを押さえた接客、購買心理の読み解き方等の講義を受けた販売員に与えられる社内資格で、2004年に発足。現在、約3,000名が当資格を保有しています。

特に、コーディネートに不安をもつエルダー・シニア層の対応を強化することにより、リピーターを獲得し、ご来店頻度の向上につなげてまいります。

### ■「AOKI鶴岡店」のオープニングセール内容

#### ①メンズスーツ、メンズ礼服、メンズジャケット、レディスフォーマルが全品半額。

※値下げ前価格より半額。一部ブランド、パーソナルオーダーは対象外。

#### ②メンズビジネス洋品、シューズ、スラックス、カジュアルが半額。

※値下げ前価格より半額。一部ブランドは除く。

ワイシャツ・ネクタイは1点3,695円以上(本体価格。以降価格はすべて本体価格表記)、シューズは1点9,167円以上、スラックスは1点5,463円以上、カジュアルは1点2,769円以上が対象。

#### ③レディス商品が30%オフ。

※値下げ前価格より割引。一部ブランドは対象外。

1点2,686円以上が対象。パーソナルオーダーは10%オフ。

そのほか、朝のタイムバゲン、お買い得カジュアルなど、大特価商品を多数取り揃えています。



### ■報道関係からのお問い合わせ

株式会社AOKI 本社 広報担当:小林幸子

〒224-8688 神奈川県横浜市都筑区葛が谷6-56 TEL:045-942-5388/FAX:045-942-1608

### ■お客様(読者・視聴者)からのお問い合わせ

株式会社AOKI お客様相談室 フリーコール:0120-13-7888/HP:www.aoki-style.com

(受付時間 10:00~18:00)

## ■ニーズ・ウォンツを捉えた商品開発

### ①産学協同研究

AOKIでは、2003年に信州大学繊維学部との産学協同研究をスタート。日常的な動作とスーツの関係性を分析し、「スーツの快適さ」を数値化する技術を世界で初めて開発しました。

人間工学に基づき、アームホール・背中・胸・脇の着用感を改良した型紙をベースに、独自の立体縫製で仕立てた「ロイヤルコンフォートスーツ」は、2009年に日本繊維機械学会賞・技術賞を受賞。

また、特殊加工により太陽光を反射する「熱ブロックスーツ」、通気量をコントロールする特殊な生地を採用した「空冷肌着」など、機能性商品を多数開発しています。

### ②CAFÉ SOHOブランド

多様化するファッションスタイルへの対応のため、2008年に、団塊世代をターゲットにした「CAFÉ SOHO(カフェ・ソーホー)」ブランドを新設。主力アイテムであるスーツのシェアを伸ばすだけでなく、スーツ需要が低い地域でもシェアを拡大できるよう、今後強化していく柱の一つとして位置付けています。

当ブランドでは、紳士服専門店の強みを生かした、ビジネススタイルの流れを汲んだスマートなカジュアルアイテムを展開し、ビジネスからカジュアルまでの幅広い着こなしに対応した、「ジャケパン(ジャケット+パンツ)スタイル」も強化。

昨年春には、“着回し無限大”をキーコンセプトとした「ウルトラクロススーツ」を新発売。ジャケットとパンツを同色で揃えてカジュアルスーツに、上下を組み替えてジャケパンスタイルになる、着回し自在なアイテムです。

この春夏シーズンには、春夏らしい素材を採用するとともに、よりスマートですっきりとしたシルエットにリニューアルした新作(写真)をラインアップしています。



### ③レディス

AOKIでは、2004年度より、全店でレディススーツを発売。人気女性誌「CanCam」(小学館発行)とのタイアップが奏功し、年々売上を拡大しています。

2011年には、デザイナー・小川 彰子氏が監修した、「360度キレイに見える」をコンセプトとした「プレシャスライン」を発売。昨年の秋冬シーズンには、新たに「プレシャスライン」の「ブラックネーム」を立ち上げ、より幅広い年代への提案を強化しています。

ブラックフォーマルでは豊富なサイズで各種デザインをラインアップ。ヤング層からシニア層まで幅広く対応し、集客につなげます。

