

スポーツ
ウェア

ロープレ大会で**表現力**部門賞受賞

新業態を支えるファッションリーダー

TSIグループアンドスポーツが2017年にスタートした「ザハウス」は、同社が展開する5つのゴルフブランドがそろったコンセプトストアだ。1号店のギンザ シックス店は昨年、オープン2年目にして同社全店舗のうち、売上高2位を記録。優秀店舗賞に輝いた。そんな同店にオープン当初から携わる堀之内未来さんは、実売につながる感性の高い着こなしと確かな接客スキルで店舗の成長を支える。

個性あふれる着こなしが印象的な堀之内さんだが、それには理由がある。「ザハウス」はポップでカラフルなデザインを強みとするブランドも扱っていて、着用難易度が高いと感じる商品もあります。それらを積極的に着用し、ラックにかかっているだけでは分からないアイテムのよさをお客さまにアピールすることを心掛けています」。堀之内さんが着用していることを決め手にアイテムを購入する客も多く、店頭で

はファッションリーダーのような存在となっている。業態ジャンルはスポーツウェアだが、土地柄からファッション感性の高い客も多く来店する。その客層に向けて、「トレンドを踏まえたアイテム提案を行い、ニーズに応えています」。

堀之内さんの接客スキルは実績が証明している。18年に出場したTSIグループ全体のロールプレイング大会本戦では、全11社20人の中から個人部門の表現力部門賞を勝ち取った。商品知識やコーディネート力、客目線の会話などが評価され、「自分のセンスや接客が認められたのはとても嬉しかったです。『ザハウス』の認知度が広まるきっかけにもなりました」。

堀之内さんは「ザハウス」の公式Instagramアカウントの運用にも携わっており、デジタル面からも同店を支える。SNSのフォロワーは、投稿に「いいね」といったリアクションだけで満足し、実店舗に足を運ばない人も多い。そこで、「ポップアップの様子や限定アイテムの画像など、実店舗でしか体験できないモノコトを積極的に発信して、客足増加につなげています。実際に、Instagramの画像を見ながら『これかわいい!』と来店される方もいて、効果を実感しています」。フォロワー数は約2000と決して多くはないが、現在、マーケティング事業部と連携して、最適な運用方法を検証中だという。

最近ではVMDに関心があり、自ら率先して売り場作りに励む。「自分が手掛けた売り



着こなしも
接客ツールのひとつ!

堀之内未来 / ザハウス ギンザ シックス店 販売員

PROFILE: 1994年4月12日、神奈川県横浜市出身。2014年にTSIグループアンドスポーツに入社(17年からエスグループ所属)。「パーリーゲイツ」そごう横浜店を経て、3年目から「ザハウス」ギンザ シックス店に携わる。入社前には「ジャックパニー」の店舗でアルバイト経験もあるほど、生粋のスポーツウェア好き。スポーツ経験はテニスとダンス

場を見て入店される方を見て、VMDにやりがいを感じました。ブランドで固定するのではなく、テイストやカラーを軸にした売り場作りを心掛けています。「ザハウス」は5ブランドを扱う業態で、ブランド単体店舗よりもVMDの難易度は高い。「店長や先輩スタッフのレイアウトを見て、毎日勉強しています。いつかは一人で店舗のレイアウトを組めるようになり、胸を張ってVMD担当と言えようになりたいです」。



上: 堀之内さんが手掛けた売り場
右: ロールプレイング大会で表現力部門賞を受賞した時の記念写真。ギンザ シックス店のスタッフと練習を重ね、本番に臨んだ



上級者向けアイテムをさらっと着こなす堀之内さん。Instagramを見た客が着用アイテムを指名買いすることも