

CAN

Company Profile & Recruit Information



I

経営理念

セカンドファミリー

仕事上の関係よりも親密で信頼し合える、
家族の次に大切な関係、それがセカンドファミリー。
その関係を社員同士、関係各社、お客様へも広げ続けます。

事業領域

ライフスタイル & テクノロジー

アパレルという事業領域から、ライフスタイル（衣食住）の事業領域へ。
未来を考えぬぎ、ITを中心とした投資を積極的に行います。

運営方針

ユーザードライブ

お客様の心に高揚感を生み出すアイデアを発想し、実行し続けます。

スタッフドライブ

社内、社外関係者の心に高揚感を生み出す運営を、実行し続けます。

ソーシャルドライブ

社会と未来に役立つ活動を創造し、実行し続けます。

Top Message



アパレルをベースに、
ライフスタイルそのものを
世界に提案する企業へ。

代表取締役社長

立花 隆央

「セカンドファミリー」が作り上げる絆とクオリティーで、新しい可能性に挑む。

経営理念である「セカンドファミリー」には、お客様・社員・取引先の方々など、CANと関わる全ての人たちと“家族の次に大切な関係”を築きたいという意味が込められています。この理念は職種やブランドに関わらず、CANに在籍する全ての社員に深く浸透しており、私たちは常に人とのつながりを大切にしながら事業を展開してきました。そしてそれは、接客スキルの高さやチームワークの良さ、長年ご愛用いただいているお客様の多さなど当事業のいたるところに表れ、CANの各ブランドが持つ強いアイデンティティと高いクオリティーにつながっています。

私たちが今最も力を入れているのは、新たな分野への進出です。積極的な国内新規出店を継続していくと同時に、通信販売の強化やアプリ開発などテクノロジー活用の推進や、「衣（=アパレル）」を軸に「食」「住」を含むライフスタイル全般に関わる商品展開、アジアを中心とした海外進出にも力を入れていきます。社員の「仲間やお客様を想う心」や「ブランドが持つ高いクオリティー」を武器に、CANは未来と可能性に挑み続けます。この大きなチャレンジを共に楽しみ、CANの「これから」を盛り上げてくれる方々と出会いたい。それが、私たちの願いです。

Brand Lineup

私たちCANでは、複数のブランド・ロイヤリティを創造することで、マーケット環境に合わせたライフスタイルのご提案をしています。常に、時代のニーズに応え続ける柔軟性を持ち、「ナチュラルスタイル」をベースに、オリジナリティ&クオリティの高いものづくり、ココロ温まる接客やサービス、居心地の良い時間が流れる空間づくりを目指し、さらなる価値観のご提案と、お客様との深いつながりを追求しています。



カジュアル事業部

Samansa Mos2

サマンサ モスモス

Samansa Mos2 home's

サマンサ モスモス ホームズ

Et grenier
by Samansa Mos2

エ グルニエ バイ サマンサ モスモス

Samansa Mos2 blue

サマンサモスモス ブルー

Samansa Mos2 Lagom

サマンサモスモス ラーゴム

ehkä söpö

エヘカソポ

Mélan Cleuge

メラン クルージュ

タウン事業部

Té chichi

テチチ

Té chichi TERRASSE

テチチテラス

Lugnoncure

ルノンキュール

Monique

Le Salon de Monique

モニック



Samansa Mos2

サマンサ モスモス



Samansa Mos2 home's

サマンサ モスモス ホームズ



自分にとって心地のよいモノたちに囲まれた暮らし... それはなんて幸せなコトなんだろう。そんな毎日の暮らしに寄り添う雑貨を取り揃えています。お家の中でも「心地の良い」を感じていただけるようなモノたちを提案していきます。

着るだけでなく、
ライフスタイルを楽しむこと

ココロの豊かさを求める女性たちに向けて、「遊び心」を大切に「楽しさ・やさしさ・心地よさ」を提案するブランド。

ナチュラル感やぬくもりを感じられるような着心地の良い商品づくりを目指しています。

TSUHARU

ツハル バイ サマンサ モスモス
by Samansa Mos2

本物のナチュラルを大切にしたい、よりコアなお客様に向けた大人のラインです。トレンドに流されない、長く大事に着てもらえるものを目指しています。

@sm2_press
@samansamos2
samansamos2
Samansa Mos2

ブランドサイト



Et grenier
by Samansa Mos2

エ グルニエ バイ サマンサ モスモス



Samansa Mos2をもとに、ナチュラルテイストを好む女性に向けたルームウェアブランドです。Samansa Mos2のナチュラルなテイストとレースや刺繍を施したガーリーなディテールをミックスし、お部屋の中でも好きなモノを身にまとい生活してほしいという思いから「Et grenier by Samansa Mos2」は生まれました。

Samansa Mos2 blue

サマンサモスモス ブルー



「暮らしの中で楽しむ daily wear」

blue = インディゴブルー。デニムやチノなどのワークアイテムに合う wear をキーワードに、大人の女性をターゲットにした長く着られる basic カジュアルにトレンドをプラスした展開。

自分になじむものがない...
肩肘張らないおしゃれがしたい...

そんなニーズに応えながら、様々なライフスタイルシーンを想像した「暮らしの中で楽しむ daily wear」を提案していくブランドです。

@BL4Rpress
samansamos2blue

ブランドサイト



04

Samansa Mos2 Lagom

サマンサモスモス ラーゴム



子どもたちのかわいい笑顔が
映える服

フレンチベーシックに遊び心とトレンド感をさりげなく取り入れた、心地よいキッズウェア。

子ども本来の可愛らしさを引き立てるシンプルでナチュラルなデザインをベースに、シーズンエッセンスをほどよく mix。

毎日の生活に溶け込み、happy な気持ちにさせてくれる「お気に入り」。

着心地の良さを大切に、子供たちの笑顔に似合うウェアを提案します。

@LAGOM_kids
sm2_lagom

ブランドサイト



ehkä söpö

エヘカソポ



ずっと変わらないわたしの好きなもの

どこかレトロでガーリーで
優しい感じが好き

新しいものにも惹かれるけれど
古いものも大切にしたい

ずっと変わらないわたしの好きなもの

ナチュラル、ガーリーをベースに
古いものも、新しいものも
自分らしくミックスさせて
常にフレッシュなおしゃれを楽しむ
女の子のためのブランドです。

@ehkasopo_press
ehkasopo_press

ブランドサイト



05

Mélan Cleuge

メラン クルージュ



ちょうどいい、大人服

着やすくてすぐ様になるちょうどよさ。

旬の気分をとり入れた大人の
"キレイ" "カワイイ" "カッコイイ" を提案し
いつも素敵なおあなたになるためのお手伝いをします。

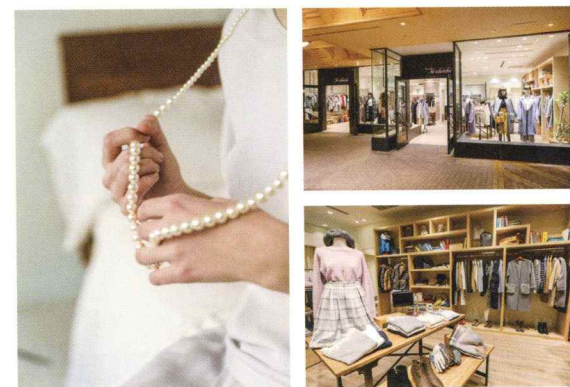
@melancleuge
melancleuge

ブランドサイト



Té chichi

テチチ



かわいい大人のための
スタイルを提案

上品でおしゃれを楽しみ、日々の生活にも楽しみをみつけられる、働く女性に向けて…ベーシックな中に、クラシックテイスト・トレンド感をさりげなく取り入れた、やさしさとかわいらしさを持つアイテムを提案するブランドです。

Té chichi
CLASSIC テチチクラシック

長く大切に着用していただけるアイテムを届けたい…
昨日の私から明日の私へ。
昨日より特別な気分になれる
明日のための贈り物。

@Te_chichi_press
@TechichiLugnoncure
techichi_official

ブランドサイト



Lugnoncure

-EST. TWENTY TWELVE-



ルノンキュール



自分らしくナチュラルに
生きる女性に向けて…

気取らないフレンチカジュアルをベースに、
ちょっとしたこだわりを感じる "Daily Wear"

さりげなくトレンド感を入れた
遊び心溢れるスタイルを提案します。

「Lugnoncure」とは、フランス語の「lumiere (ルミエール=光)」「mignonne (ミニョヌヌ=かわいらしい)」「cure (キュール=癒し)」の3つの言葉を組み合わせたオリジナルワードです。小さな花々が花びらを幾重にも開きながら、心地良い香りがひろがる様子。

@Te_chichi_press
@Lugnoncure
lugnoncure

ブランドサイト



Té chichi TERRASSE

テチチテラス



20代の女性に向けて、
トレンドアイテムを中心に
デイリープライスで提案

バリのアパートマンに暮らす
ちょっと自由でちょっとcuteなHappy girl。
そんな女の子の日常を切り取りながら
毎日を豊かに彩るワードローブを提案していきます。

ハッピーなカラーやデザインが溢れる
ラインナップが魅力です。

@Te_chichi_press
@TechichiTERRASSE
techichiterrasse

ブランドサイト



Monique

Le Salon de Monique

モニーク



ポジティブにおしゃれを楽しみ、
自分らしいライフスタイルを
大切にしている大人の女性へ

知的で洗練された
フレンチシネマの女優をミューズに
そのスタイルを現代に
ブラッシュアップしたブランドです。

トレンドを自分らしく取り入れて
"毎日を心から楽しんで過ごす"
大人の女性たちへ

@monique.japan
monique.jp

ブランドサイト



Staff Voice

職場のこと、仕事のこと、人のこと……
それぞれの目線で語る「CAN ってこんな会社」

CAN には、お客様はもちろん、一緒に働くすべての人を大切に想い合う風土があります。
職場や仕事のこと、一緒に働く仲間のこと、福利厚生のこと……
スタッフがリアルに感じている「CAN のいいところ」「仕事の魅力」を紹介します。

一人ひとりの性格や能力を見た上で、
異動先の店舗や部署を決めてくれる
“人を見る力” がすごい!

高上馬 正基
カジュアル事業部 サポーター

新人にも責任のある仕事を
任せてもらえるので、
毎日ワクワクしながら
働いています!

中田 いつみ
Té chichi TERRASSE デザイナー

クリエイティブディレクターになれた今、
次の目標は商品部長になること。
いろんな未来が目指せるから、
何年経っても夢を持って働けます。

大塚 正紀
Mélan Cleuge
クリエイティブディレクター

みんなほっこりした人柄で、
店舗も本社本部もやわらかい
空気です! 素晴らしい!
いい意味で「ゆるい」。

吉川 理紗 店舗支援

チームワークがいいよね。
誰かが声をあげれば、
みんなが協力してくれる!

小山 健作
Té chichi DB

残業、本当にありません!
限られた時間で仕事をこなすって、
自分の業務精度の向上にもなるし、
プライベートも充実できて最高!

池田 佳奈
Té chichi プレス

ホント、思いやりのある人ばかり。
完成した洋服や雑貨にも、
みんなの優しさや温かさが
表れています!

高井 菜央
Monique プレス

「近所に来ると、
つい寄っちゃうの」
お客様にそう言って
もらえるのが嬉しい!
もっといいお店にしようって
やる気もアップ!

木南 彩
Té chichi TERRASSE 店長

憧れの先輩がたくさんいる!
「あのみたいになりたい」
「この人を目標に頑張ろう」
って、毎日思ってるかも!

松野 祐依
Et grenier by Samansa Mos2
デザイナー

性別とか気にしたことないかも。
どちらかといえば女性が多いけど、
働きづらさとか感じたことないな~。

金子 悠生
Samansa Mos2 MD

情熱を持って仕事ができる!
ブランドに対する
愛がみんなすごくて、
いつも刺激をもらえる!

野原 望
Samansa Mos2 Lagom
クリエイティブディレクター

ブランドを飛び越えて交流が盛ん!
新しい情報を教え合ったり、
遊びに行ったり、
いろんな刺激を受けながら働けます。

板谷 麻里沙
Samansa Mos2 blue プレス

プレミアムフライデー最高!
早く帰れる日は仕事もはりきれちゃう!

菅原 聖美
SM2 ehkã söpö
ライフスタイルアドバイザー

自由に提案ができる。
自分の意見が上司から社長に
届くまでのスピードが
すごく早い!

西川 真介
Eコマース部 マネージャー



ライフスタイルアドバイザー

SM2 ehkä söpö 店

菅原 聖美 (2016年入社)

インタビュー
動画



Career up flow

入社 → ライフスタイルアドバイザー

Working



09:30
早番で出勤したときは、まず前日の売れ筋や客動向などの共有メモをチェック。その日の接客の参考にします。



11:00
お客様一人ひとりに合わせ商品だけではなく、ランチの情報なども接客に取り入れています。



14:00
商品のラッピング作業。時には、ご自身用ではなく、大切な人へのプレゼントと一緒に選ぶこともあります。



15:30
トルソーをきっかけにお店やブランドに興味を持ってくださることも多いので、スタイリングするときは気合いが入ります。

服をきっかけに「暮らしそのもの」をコーディネートしていく仕事。

ライフスタイルアドバイザーの仕事は、服をきっかけに「暮らし」までコーディネートすること。単に商品を紹介するのではなく、お客様の好みや身に付けているお洋服、前回購入されたアイテムとの相性などを考えるほか、服を通してお客様のライフスタイルまで提案していきます。お客様が笑顔になる瞬間やブランドのファンになっていただけた瞬間に巡り会えるのは、とても楽しいですね。

菅原さんに聞きました。

Q CANに入社した理由は?

A ブランドのお洋服に一目惚れして! 店舗の世界観もオリジナルテイがあり、こんな空間で働きたいと思ったのがきっかけです。また、実際にお買い物をしたときに感じた接客の温かさ。私の顔をすぐに覚えてくれ、「前も来てくれましたよね」と話しかけてくれたことが本当に嬉しくて、入社を決めました。

Q お客様との印象的なエピソードは?

A 私の顔を見に来てくださったり、私の着ている商品を見て「それが欲しいわ」と気に入っていただいたり。お客様とセカンドファミリーな関係が築けた瞬間にやりがいを感じます。他にも、はじめての洋服選びをお手伝いした方、私の名前を覚えてくれた方とのやり取りなど、お客様との思い出はどれも宝物です。

Q 接客で大切にしていることは?

A 商品を紹介する以外に、「近くに美味しいランチのお店がありますよ」「雑貨屋さんならここがオススメです」など、お買い物をトータルで楽しんでいただけるような提案をすることです。ライフスタイルアドバイザーとして「あの人のおかげで今日1日が楽しかった」と感じてもらえる接客を心がけています。

Q あなたが思う「CANらしさ」とは?

A 異動やヘルプを含め、たくさんの店舗で働いてきましたが、どの店舗に行っても、スタッフのみんなが温かく迎えてくれるんです。「噂は聞いてるよ〜」「よろしくね!」と声をかけてくれたり、お土産をくれたり、困っていたら助けてくれたり、どんなときも、どんな場所でも楽しく働けるのが嬉しいですね。



店長

Té chichi TERRASSE 店

木南 彩 (2015年入社)

インタビュー
動画



Career up flow

入社 → ライフスタイルアドバイザー → 店長

Working



10:30
新商品が届いたら、スタッフと一緒に接客時の参考になるような「商品のアピールポイント」を探っていきます。



13:00
新人スタッフへの指導。ブランドの説明からスタートし、そこから徐々に接客や挨拶の仕方、商品のたたみ方を教えていきます。



15:00
比較的空いている時間帯はパソコンで事務作業。入荷数の確認や在庫商品の整理、本部への報告なども行います。



17:00
店舗全体のレイアウトは気候や客層に合わせて変えています。店頭のトルソーに何を着せるかで売上げが大きく変わることも。

「このブランドが好き!」を目指して、イメージづくりに商品管理、人材育成まで。お店づくりのすべてに関われる仕事。

店舗の責任者としてお店全体のレイアウト考案や予算・売上管理、人材育成を担当しています。新人スタッフに接客や商品の扱い方を教えたり、子育て中のパートスタッフが働きやすいようシフトを考えたり、商品の管理や確認、もちろん接客も。やることは多いですが、その分楽しさもたくさんありますね。お客様とスタッフ、どちらにも大好きになってもらえるお店を目指して頑張っています。

木南さんに聞きました。

Q お店づくりのコツは?

A ブランドそのものの良さを発信することはもちろん、店舗の立地や客層に合わせたアイデアを取り入れること。本社本部から定期的に配信される「Pノート」というコーディネート例やお店づくりのコツが記載されたものも参考にしたりスタッフとも相談しながら、店舗ならではの魅力を引き出していきます。

Q 店長のやりがいは?

A お店づくりすべてに関われるところですね。コーディネートだけではなく、店舗全体のレイアウトを考えたりもするのですが、それがきっかけで商品の売上げが伸びたり、お客様はもちろん、スタッフにも「このお店が好き!」と言ってもらえたりすると、自分の努力が実ったようで心から嬉しくなります。

Q 仕事で心がけていることは?

A どれだけ忙しくても、スタッフとの会話を大切にしています。もし、元気のないスタッフや落ち込んでいるスタッフがいいたら、仕事以外の他愛ない話やプライベートの話を振ってみるんです。その会話がいい感じの息抜きとなって、自然に笑えるきっかけになればいいなって思っています。

Q 店長としての「夢」は?

A 今のお店をもっと愛されるお店にすること。お客様に長く愛されて通っていただき、スタッフからも「ずっとここで働きたい」と思ってもらえるような、誰からも「離れたくない!」と思ってもらえるお店にしたいですね。みんなで楽しく働けるように、まずは私が常に笑顔でいることを大事にしています。



MD

Samansa Mos2
金子 悠生 (2006年入社)

インタビュー
動画



Career up flow

入社 → ライフスタイルアドバイザー → 店長
→ DB (ディストリビューター) → MD (マーチャンダイザー)

Working



10:30
サンプル品の仕上がりをチェック。ディテールやサイズ感など、細かいところまでしっかり確認し、微調整を行います。



13:00
取引先の方と電話で打ち合わせ。送ってもらったサンプル生地地の質感や色合いを見ながら生地を選んでいきます。



14:30
ブランドの売り上げや売れ筋の確認もMDの大事な仕事。在庫数や発注数の管理など、ブランド全体の数字を管理します。



17:00
プレスやデザイナーなど、同じブランド担当の仲間と打ち合わせ。それぞれの職種から話を聞き、全体の動向を確認します。

ブランドの旗振り役として、企画からお客様に購入していただくまで。すべての流れを見届ける仕事。

MD (マーチャンダイザー) とは、シンプルに言えばブランドの旗振り役。「来期はどんなテイストの商品をどう販売していくか」など、ブランド全体の販売計画を立て、その目標を達成するためにチームがどう動けばいいかを考えていきます。商品の企画、製造工程の把握、流通経路の計画、プロモーション方法など、商品がお客様のもとに届くまでの流れすべてに携われる仕事です。

金子さんに聞きました。

Q やりがいを感じるのはどんなところ？

A 「こんな商品をつくらう」という企画の段階から、デザインに起こして生地を選んで工場に発注して…無事に商品化して店頭並び、お客様の手に渡るまでの全工程に携われるところですね。デザイナー、DB、VMD、店舗スタッフ、取引先など、本当にたくさんの人と関わりながら一つひとつの商品をつくっていくのは最高に楽しいですよ。

Q この仕事の大変なところは？

A 売上げ目標が達成できるか、利益は出ているか、在庫の過不足はないかなど、あらゆる数値を管理するのは正直大変です。でも、みんなで協力して一生懸命つくった商品に「予想以上に売れた!」「大好評です!」などの反響があると、「次も頑張ろう」「もっといいものをつくりたい」というやる気が湧いてくるんです。

Q これからの「夢」を教えてください!

A 僕は、「Samansa Mos2」が大好き。だから、もっともっとたくさんの人にこのブランドのお洋服を着てもらいたいですよね。MDは、ブランド全体の方向性を指し示す仕事。その責任感を持ちながらも、もっと自由な発想でブランドの世界観や良さを引き出せるアイデアを生み出していきたいですね。

Q あなたが思う「CANらしさ」とは？

A 本社本部・店舗に関わらず、みんなの熱量がすごい! 社歴や性別問わず意見を聞いてくれる風土があるせいか、みんなで意見を出し合いながらひとつの商品をつくっているという感覚が強いんですね。一人ひとりの情熱が相乗効果となって、「良い仕事」「良い商品」へとつながっていくんだと思います。



プレス

Té chichi
池田 佳奈 (2004年入社)

インタビュー
動画



Career up flow

入社 → ライフスタイルアドバイザー → プレス

Working



11:00
前日までのSNSやブランドサイトのアクセス状況を確認したり、メディアに掲載するリストの作成などを行います。



13:00
雑誌に掲載される写真やテキストのチェック。ブランドのイメージがきちんと伝えられているか、細かく見ていきます。



14:30
SNSにアップする写真の撮影。コーディネートやテキストも自分で考えます。「いいね!」がたくさん付くと嬉しいです。



16:00
スタッフと一緒に店頭イベントの企画を考案。見せ方ひとつでイメージが変わるため、季節やトレンドも意識して考えます。

つくり手が商品に込めた想いを、ビジュアルやイメージで表現していく。ブランドの「魅せ方」を考える仕事。

プレスの仕事は、ブランド広報活動です。ブランド全体や各ショップの情報をSNSや雑誌などのメディアを通じてお客様に発信し、ブランドの魅力を広めることが私たちの役割。カタログ制作のためのオーディションや撮影立ち会い、リリース対応に販促プランニング、社内外の方とのミーティングなど、さまざまな業務をこなしています。

池田さんに聞きました。

Q CANに入社したきっかけは？

A 入社前に、こっそり路面店の様子を見に行っただけです。そこで接客してくれたスタッフさんが、初めて来店する私にも常連の方と同じように接客をしてくれて…ブランドの世界観や可愛さはもちろん、そのとき感じた「温かさ」が入社を決め手でした。入社10年以上が経過した今も、当時感じた温かさは変わりません!

Q プレスのやりがいは？

A カatalog制作ではビジュアルイメージを考えるとところから、海外モデルのオーディション、ロケ撮影の立ち会いやデザインチェックまですべて担当します。カメラマンやスタイリストなど、さまざまなクリエイターと一緒にひとつのものをつくっていくのは楽しいですね。試行錯誤して出来上がった完成品を見ると、一気にテンションが上がります。

Q 他の職種との関わり方は？

A 販売数や利益率などの数字を管理するDBやMDから「SNSの反響がいいから売れてるよ!」と喜ばれたり、プレスの仕事がかきつけて来期の方向性が決まったりすると嬉しくなります。反対に、DBやMDの声からビジュアルが決まることもあり、常にみんなで連携しながら「ブランドをどう広めるか」を考えています。

Q あなたが思う「CANらしさ」とは？

A 同じブランドを担当しているデザイナーやMD、VMDといった他職種のメンバーはもちろん、他ブランドの人とも仲が良いことですね。プレス同士で集まって仕事に活かせるような情報交換をすることもあれば、休日に集まってよく遊びに行くことも! 最近の楽しみは、毎月恒例の「テチチ女子会」です。

スタッフ座談会

社員それぞれが感じる、CANの魅力、仕事の楽しさ。

「セカンドファミリー」を企業理念に、社員との絆を大切にしているCAN。店舗や本部など、普段は違う場所で働く社員と社長が集まった今夜、社風や制度、働き方について、実際にどう感じているかを語ってもらいます。



代表取締役社長
立花 隆央



Samans Mos2 VMD
山中 直美



ehkã söpö MD
相原 和人



タウン事業部 サポーター
村上 由香



SM2 olohuone 店長
小暮 咲



Samans Mos2 店長
谷田川 千春

全員：カンバイ！

社長：さあ、今夜はCANについてどんな話していこう。

小暮：緊張しますね。

社長：自然体でいいんだよ。みんなに聞きたいんだけど、ここ数年で会社が「変わった」と感じることはあった？

山中：本部が移転してワンフロアになってから、みんなで一緒に仕事することが増えて、よりアットホームになったなあと感じることはあります。

相原：より一体感が増したよね。ブランドとか職種に関係なく、誰とでも気軽に話せるようになったと思う。

村上：私はサポーターとして店舗と本部を行き来していますが、アットホームさは前から感じていましたよ。

社長：例えば、どんな？

村上：本部はCANで長く働いている人が多いから、いつもやわらかい空気がありますし、店舗は学生アルバイトや若手の店長が最近すごく増えて、みんな楽しそうに働いているんですよね。ここ



に行っても、それぞれに温かい空気を感じます。

小暮：私がいちばん変わったと思うのは休暇制度が増えたこと！ライフスタイル休暇やプレミアムフライデーの導入はかなり衝撃でした。アパレルの仕事をはじめ前は「休日が少なそう」という不安もあったんですが、CANは全然そんなことなく！お休みがあるから仕事も頑張れるというか、スタッフはみんなこの制度を喜んでいます。

谷田川：わかります！社員もアルバイトも同じように制度を利用できるものもありますよね。仕事とプライベートのバランスがちょうどいいから、どちらも充実しています。

山中：休日が増えて、結果的に仕事の効率アップにつながっただね。

小暮：制度ができたことで「ちゃんと休もう」「この時間までに終わらせよう」という意識が高まったと思います。

谷田川：ところで、本部の人は普段どんな風に過ごしているんですか？

社長：よくみんなで飲みに行くよな。山中の恋バナを聞いたり。(笑)

山中：はい、よく飲んでいましたよね。社長の恋の名言も覚えています。(笑) 飲みに行くメンバーの親密度も一気に上がるんですよ。

相原：ブランドを超えた仲間意識はかなり強いんですよね。どんなときも自然と助け合うし、ときには「絶対に負けないぞ！」というライバル心もくすぐられるし。

社長：飲み会や、社内でずれ違ったときはおだやかにしているけど、いざ仕事となるとみんな真剣な眼差しになる。相手の話を一生懸命聞いて、ひとつの課題に対して全員で解決しようとするチームワークがいいなと感じているよ。

山中：あ！せっかくなので今日は社長の夢を聞いてみたいです。

相原：CANをどう会社にしていきたいですか？

社長：アパレル業界で社員の年収トップクラスになること！だね。

山中：もう、ぜひ！(笑)

社長：それを実現するためにも、業績を上げていかないとね。実際にCANは2年連続で増収・増益額が過去最高を記録したんだよ。

村上：確かに、私の担当店舗も全体的に目標達成率が上がっている傾向があります。店舗ではそのあたりどう感じているの？

谷田川：私の店舗ではお客様に購入していただくためにいろいろ施策をやっているんです。効果のあった施策はアレンジしてまたやってみて……と繰り返すうちに、徐々に売り上げも伸びていっていますね。

社長：この功績は間違いなくみんなが頑張ってくれているおかげだよ。だからこそ、その頑張りや成果をきちんと評価したいんだ。

谷田川：励みになります！

社長：みんな本当にいい接客するよね。店舗に行くたびに思うよ。

小暮：社長が店舗まで来てくださる会社って珍しいと思うので、いつもすごく嬉しいです。





社長：そう言われると照れるな。どの店舗に行ってもみんな元気がよく挨拶してくれるから、嬉しいよ。

村上：接客は、どの店舗のスタッフも上手ですよ。

社長：CANの接客はどこにも負けない魅力のひとつ。誰を見ても「お客様との距離が近いな」と感じるね。形式ばっていない会話や距離の近さからも、お客様との信頼関係がきちんと築けていると伝わってくるよ。

谷田川：私が新人だった頃の話ですが「長くご愛用いただいているお客様が来店したとき、誰が接客しても同じようなサービスがご提供できるように」と、先輩からその方についてとっても詳しく教えてもらったことがあるんです。店舗のみんなが共通してお客様想いなことに感動したのをよく覚えています。

小暮：お客様への愛を感じるエピソードですね。

社長：みんなは「この仕事に向いている人」ってどんな人だと思う？

村上：「人が好き」なら、絶対にこの仕事が好きになるはず！「お客様に喜んでほしい」「もっと仲良くなりたい」と、人に興味を持って接することができる人なら絶対に向いていると思います。

山中：私は「夢を持っている人」に来てもらいたいな。私自身が店舗を経験してVMDにキャリアアップした経緯があるから、「常に目標を持って進んでいけば、どんな夢も絶対に叶うよ！」って言ってあげたい。

谷田川：「思ったことをすぐに実行できる人」。先輩のいいところを真似したり、お客様が喜んでくれそうなことは即実践してみるような人ですかね。

相原：向いている人の傾向はいろいろあると思います。でも僕が言いたいのは、「とにかく素直な人」なら大丈夫！それさえあれば、どんな知識や経験も良い方向に吸収できると思うので。

社長：みんな、良いこと言ってくれるね。社長の立場から言うと「『NO』が言える人」かな。会社が提示したことを聞いてくれることも大事だけど、「こうした方がいいのでは？」と、自分の意見をハッキリ示してくれる人がいれば、もっとCANは成長できると思う。だからみんなも、仲間

の意見を受け入れる心を持ってもらいたい。意見が間違っていたとしても頭ごなしに否定せず、まずは受け止めた上で議論したりアドバイスをして欲しい。

相原：そういう人、大歓迎ですね。

山中：うんうん、むしろアイデア欲しいですもん。

社長：よし、そんな人が入りたくなるような会社をつくっていきましょう！

村上：はい！つくっていきましょう！

谷田川：私たちも頑張ります！

Online Shop

CANとお客様とを繋ぐ「架け橋」として

CANが展開するオンラインショップは、各ブランドとお客様とを繋ぐ架け橋のような存在です。出店していない地域や、ショップから遠い場所にお住まいのお客様に、いつでもどこでも、便利にお手軽にショッピングを楽しんでいただくだけでなく、実店舗にお越しいただいているお客様に対しても、ブランドやアイテムの詳しい情報や最新のトピックスをお伝えしたり、コーディネートをご提案。さらにはカスタマーメールやソーシャルメディアを通じて、全国のお客様とコミュニケーションを深め、商品・サービスの改善に反映させる大切な役割も担っています。

主な運営サイト

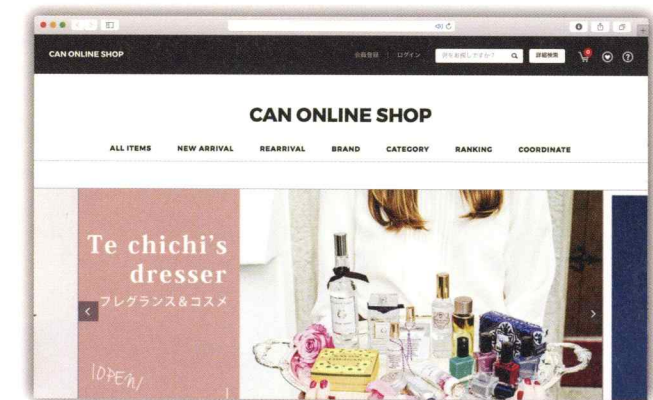
CAN ONLINE SHOP/ 自社サイト
<http://www.canshop.jp/>

ZOZOTOWN

i Lumine

楽天

MAGASEEK



CAN Chum Card

CAN Chum Cardはお買い物時に全ショップ・ONLINE SHOP 共通でご利用いただけるポイントカードです。会員ポイントは、店舗での次回のお買い物から1pt=1円(税抜)としてご利用いただけます。また、アプリをダウンロードし会員登録いただいたお客様には、一人ひとりに合わせたブランド・ショップの最新情報を配信しています。



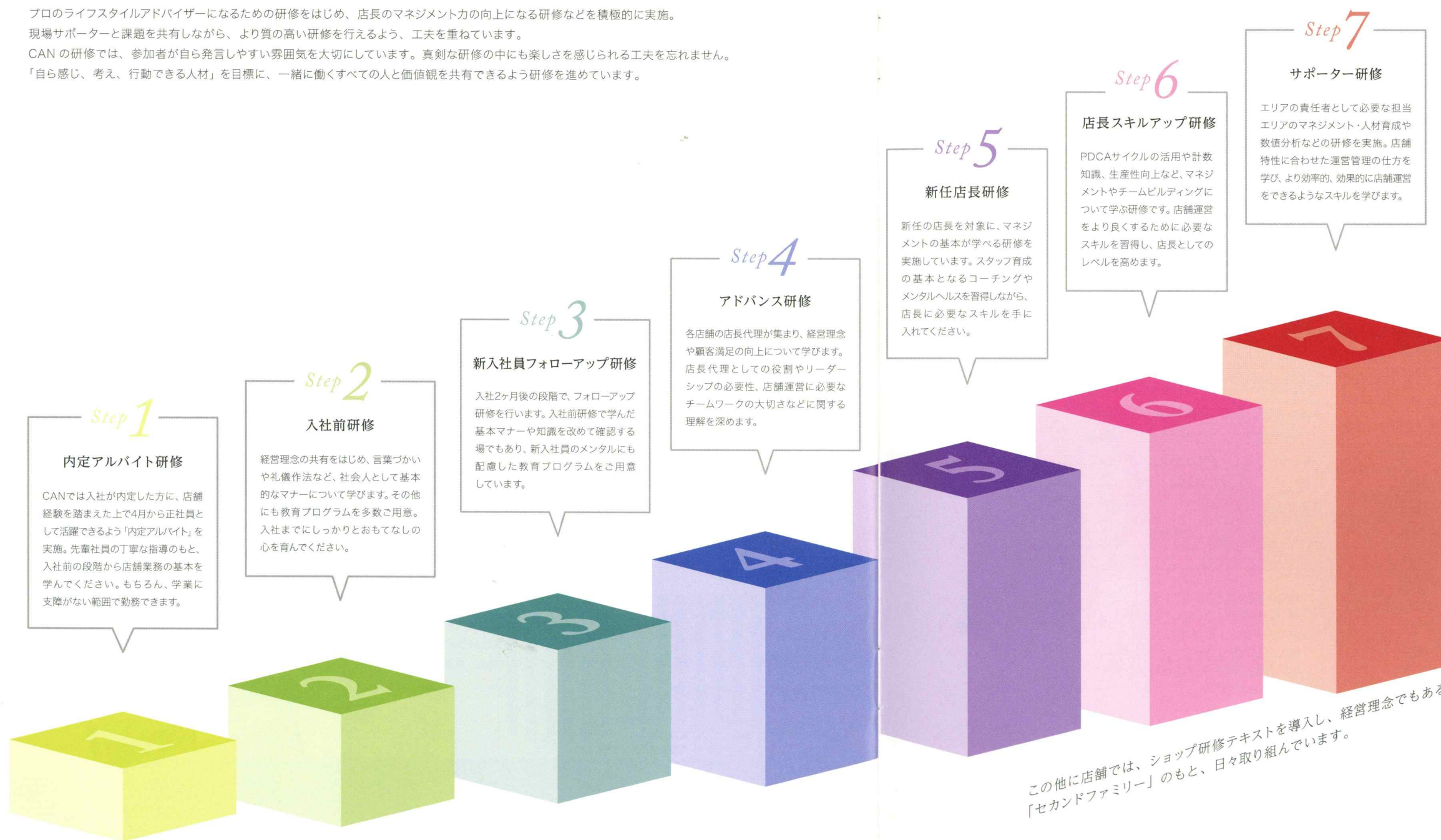
CAN Chum Card のアプリをダウンロード



研修制度

お客様に感動してもらうことを第一に考え、あらゆる研修内容に取り組んでいます。

プロのライフスタイルアドバイザーになるための研修をはじめ、店長のマネジメント力の向上になる研修などを積極的に実施。現場サポーターと課題を共有しながら、より質の高い研修を行えるよう、工夫を重ねています。CANの研修では、参加者が自ら発言しやすい雰囲気を大切にしています。真剣な研修の中にも楽しさを感じられる工夫を忘れません。「自ら感じ、考え、行動できる人材」を目標に、一緒に働くすべての人と価値観を共有できるよう研修を進めています。



本部参観日

本部スタッフの仕事が店舗のスタッフに体験してもらい「本部参観日」を年2〜3回のペースで開催しています。イベントを通じて本部のスタッフや仕事を身近に感じられ、キャリアアップ後の働くイメージを掴んでもらうことが目的。参加したスタッフからは、モチベーションアップにつながったという声が毎回多数届いています。



2017年度 本部参観日

店長会

年に1度、全国の店長と本社本部のスタッフが集合し、各ブランドの年間施策や戦略についての共有や、成績優秀店舗の表彰を行います。終了後は懇親会を開催し、店舗スタッフと本社本部スタッフの親睦を深め合います。



2017年度 店長会

福利厚生

CANにとって、いちばんの財産は社員。店舗や本社本部に限らず、社員全員が働きやすい環境にしたいと考えてきました。仕事に取り組む時間とプライベートの時間、その両方を大事にできるよう、たくさんの福利厚生を整えています。

報奨旅行

年間成績が優秀だった店舗の店長を対象に、年に1度、報奨旅行を実施しています。例年の行き先は海外リゾート地が多く、報奨旅行への参加を目指して頑張っている社員も多数。全国の店舗から参加者がいるため、普段は違う店舗で働いているスタッフと親睦を深めるきっかけにもなっています。



2017年度 報奨旅行

ライフスタイル休暇

仕事の充実はもちろん、プライベートも大切にもらうために生まれた「ライフスタイル休暇」。通常の公休日や夏季・冬季の休暇とは別に、希望のタイミングで1年間で最大7日間の連休を取得できる制度です。混雑時期を避けて海外旅行に行ったり、家族の休みと合わせたり、趣味を満喫するなどリフレッシュして、仕事へのモチベーションを高めてください。

産休育休、短時間勤務制度

CANで働く女性社員の割合は96%(*)と非常に高く、だからこそ女性の働きやすさを追求してきました。その代表例のひとつが、「産休育休制度」です。本社本部、店舗の社員共に希望者の産休育休の取得率は100%。厚生労働大臣より「子育てサポート企業」の認定も受けています。

育休復帰後、子供が小学校に就学するまでは「短時間勤務制度」を活用できるので、安心して仕事と子育ての両立が可能。CANでは、社員のライフステージに合わせ、長く働ける環境を提供していきます。

(※)2017年12月末時点

産休や育休は便利な制度ですが、長く職場を離れる分、復帰するときはやっぱり不安もありました。でも、CANのスタッフはみんなが温かく迎えてくれ、その空気がとても有り難かったですね。

丹羽 亜矢子 人事部



← 2017年6月に次世代認定マーク(愛称:くるみん)を取得



プレミアムフライデー

本社本部のスタッフは、月末の金曜日は15時に退社。店舗スタッフは金曜日に限らず、月に1度、好きな日に勤務時間を3時間短縮することができます。(※)早めに退社してショッピングに行ったり、出勤時間を遅らせてゆっくり朝をスタートするなど、月に1度の3時間勤務時間の短い「プレミアムフライデー」を自由に活用することができます。「プレミアムフライデー」は働き方改革の一貫として政府や経済界が提唱しているものであり、CANでもこの取り組みを積極的に導入しています。

(※)短時間勤務制度利用中の場合は2時間短縮。



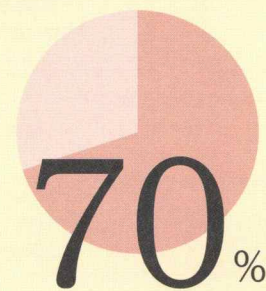
数字でみるCAN

実際の制度利用率や勤務スタイルの実態などを、リアルな数字と共に紹介します。

本社本部スタッフの中で店舗からキャリアアップした人の割合

店舗スタッフを経て本社・本部職へとキャリアアップした社員が多数活躍中です。会社としてもキャリアアップに対する意識調査や社内公募制度などを行い、社員が希望の職種で働けるよう努めています。

※2017年12月末時点

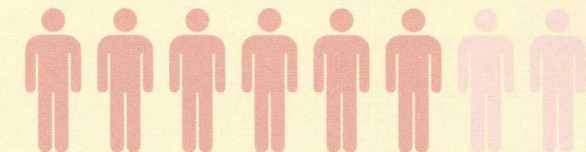


入社3年以内で店長になる人

4人中3人

CANの年間新規出店数は業界トップクラス。店長になれるチャンスも多く、早い段階でのキャリアアップが可能です。社歴に関わらず、やる気次第でリーダー店長やサポーターへの早期昇格も目指せます。

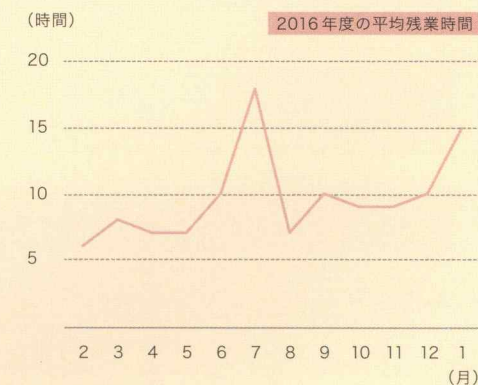
※2014年度新入社員データ



残業時間 月平均

10時間

会社として残業時間の削減に取り組んでいるので、平均残業時間は年々減少傾向にあります。繁忙期など、シーズンによっては残業が発生するときもありますが、年間を通じた残業時間の月平均は10時間。会社全体で「残業を減らそう」という空気があり、社員同士協力しながら残業時間の削減に取り組んでいます。



過去3年間で新規出店した店舗数

179店舗

過去3年間で大幅UP

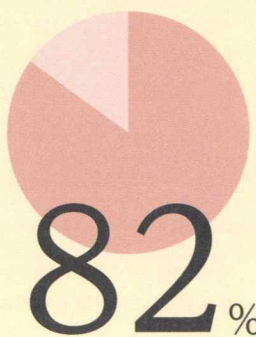
CANでは積極的に新店舗をオープンさせています。2015~2017年の3年間で179店舗を出店。大型商業施設や駅前モールを中心に、2017年12月末時点で404店舗を運営。今後も店舗数を拡大し、CANの魅力为全国のお客様へと広げていきます。



ライフスタイル休暇の取得率

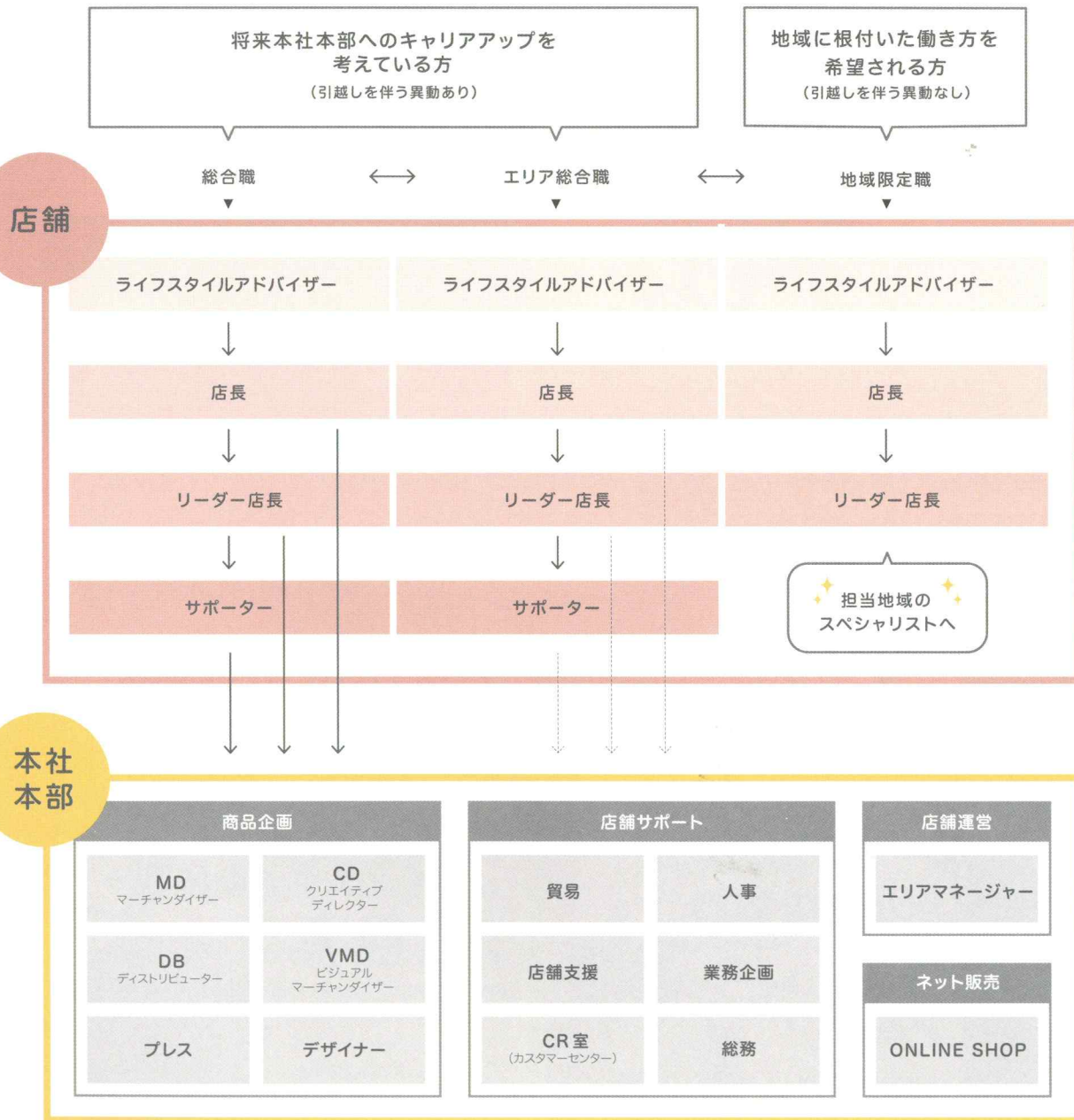
制度をただつくるだけでなく、きちんと社員が利用・取得していることもCANの特徴。本社や本部のスタッフはもちろん、店舗の店長やスタッフもしっかりと取得しています。

※2017年度の実績



キャリアアッププラン

CANの最大の魅力は、店舗からのキャリアアップチャンスがあること。
 ライフスタイルアドバイザーから店長へのキャリアアップはもちろん、店舗から専門職となるチャンスもあります。
 あらゆる職種でも長く働けるよう、自分が希望する働き方が出来るような制度を導入しています。



採用情報

自然な笑顔、丁寧な接客、よりよい職場環境を目指して。
 働く皆さんと一緒に価値観を共有し、楽しい仕事をつくって
 いきたいと考えています。

採用までの流れ

- セミナー申込み 当社ホームページの採用情報をご確認ください
※セミナー予約画面からお申込みください
- セミナー参加 担当者が真心をこめてCANの魅力をお伝えします
- エントリー エントリーシートを期限までにご提出ください
- 書類選考 ご提出いただいたエントリーシートを慎重に選考いたします
- 面接 2回の面接を予定しています
- 交流会 内定前の学生同士で交流し当社への理解を深めていただきます
- 内定 内定通知のご送付をもって内定が決定します

また当社では、交流会と同時に個人面談を行い、学業に差し支えない様、十分に配慮した上で、内定アルバイトにて店舗での経験を積んでいただいています。入社前に店舗で実際に勤務することにより、良い面だけでなく、経験しないと感じられない大変な場面を見てもらい、十分に理解した上で正式に正社員として入社してほしいと考えております。

Q&A

- Q. 配属先のブランドは希望できますか?
 A. 希望ブランドは内定前に確認しています。内定後、話し合いにて希望ブランドに沿った配属を努力しています。ただし、場合によっては第2希望のブランド配属の可能性もあります。
- Q. 選考期間はどれくらいですか?
 A. 地域や時期によっては多少前後することもあります。説明会参加から内定まで1か月半から2か月を予定しています。
- Q. 販売ノルマはありますか?
 A. ノルマはありません。ただし、各店舗には売上予算があります。チームワークを第一に店舗予算達成を目指していただきます。
- Q. キャリアアップの自己申告制度はありますか?
 A. あります。当社では、年2回の従業員意識調査を実施しています。成果を上げた人材が希望の職種に就けるよう、最大限の努力をしています。また従業員意識調査とは別に、社内公募という形で全店舗一斉にメールを配信し、自らの職に挑戦してもらうことも可能です。
- Q. 選考で見ている基準はどこですか?
 A. 選考で見ているのは、その方の「人柄」です。最終学歴や学部などは関係なく、その方の人柄を最も重要と考えています。お客様と直接接するお仕事ですので、出来る限り多くの方とお会いしてお話をしたいと考えております。
- Q. ファッションの専門知識は必要ですか?
 A. 入社前から必須というわけではありませんが、1日も早くプロのライフスタイルアドバイザーに近づいていただき、働く社員にやりがいを感じてもらいたいと考えています。もちろん、入社後の研修に必要な専門知識は十分に身につきます。
- Q. 総合職、エリア総合職、地域限定職の途中変更は可能でしょうか?
 A. 変更可能です。入社段階で各職種を選んでいただきますが、年に一度、転換時期を設け変更を受け付けております。ライフスタイルの変化に合わせて、希望の職種をお選びいただけます。

※総合職、エリア総合職、地域限定職の各職種は途中変更可能です。
 ※総合職、エリア総合職の各手当は引越しを伴う異動後、発生致します。

会社概要

社名	株式会社キャン
本社	〒700-0903 岡山県岡山市北区幸町 2-8 TEL: 086-235-3400 FAX: 086-235-8771
東京本部	〒104-0061 東京都中央区銀座 4-12-15 歌舞伎座タワー 18F TEL: 03-3524-1601 FAX: 03-3524-8333
設立	1964年(昭和39年)4月
資本金	5,000万円
事業内容	衣料品及び雑貨類の企画・製造・卸・小売・ショップ運営
従業員数	2937名(2017年12月末現在) ※契約社員、アルバイト、パートタイマーを含む
役員	代表取締役会長 石川 康晴 代表取締役社長 立花 隆央 取締役 張替 勉 取締役 阿部 和則 執行役員 三宅 泰三
決算期	1月
取引銀行	みずほ銀行 岡山支店 中国銀行 本店営業部
株主	株式会社ストライプインターナショナル
主要取引先	株式会社アトレ / イオンモール株式会社 / イオンリアル株式会社 / 東神開発株式会社 / 株式会社バルコ / 三井不動産株式会社 / 株式会社ルミネ / 豊島株式会社 / 田村駒株式会社 / 日鉄住金物産株式会社 / 三菱商事ファッション株式会社 / 株式会社エフリード

会社沿革

1964年	「株式会社パリーナ」を設立
1968年	「株式会社キャン」に商号変更
1973年	「株式会社レモン」を設立
1986年	新 MD ショップ samansa mos2 店の営業開始
1996年	samansa mos2 店 改め SM2 店として展開開始
2001年	「株式会社キャン」と「株式会社レモン」合併 新生「株式会社キャン」となる。 Té chichi ブランド展開及び店舗営業開始 B.L.U.E. ブランド展開及び店舗営業開始
2006年	LAGOM ブランド展開開始 ehkä söpö ブランド展開開始 SM2 otan tämän 店舗営業開始
2007年	SM2 keittiö 店舗営業開始 SM2 ehkä söpö 店舗営業開始 SM2 olohuone 店舗営業開始 SM2 OUTLET 店舗営業開始
2009年	CAN ONLINE SHOP 展開開始
2010年	LAGOM 店舗営業開始
2012年	株式会社クロスカンパニー(現ストライプインターナショナル) が当社全株式を取得 Lugnoncure ブランド展開 及び Té chichi/Lugnoncure 店舗営業開始
2013年	ブランドロゴ「SM2」改め、「Samana Mos2」に変更
2014年	アプリ型ポイントカード CAN Chum Card を導入 Samansa Mos2 店舗営業開始 Monique ブランド展開及び店舗営業開始
2015年	「地方活力向上地域特定業務施設整備計画」全国第一号の認定 Samansa Mos2 home's ブランド展開 及び店舗営業開始 Té chichi TERRASSE ブランド展開及び店舗営業開始 B.L.U.E. を Samansa Mos2 blue に、 LAGOM を Samansa Mos2 Lagom にブランド名を変更
2016年	本社を岡山市に移転 「えるぼし」認定 Et grenier by Samansa Mos2 ブランド展開開始
2017年	「くるみん」取得 Mélan Cleuge ブランド展開及び店舗営業開始

ストアタイプ別店舗数

SM2	41 店舗
Samansa Mos2	16 店舗
Samansa Mos2 home's	4 店舗
SM2 keittiö	148 店舗
SM2 otan tämän	8 店舗
SM2 olohuone	12 店舗
ehkä söpö	1 店舗
SM2 ehkä söpö	16 店舗
B.L.U.E.	19 店舗
LAGOM	1 店舗
Mélan Cleuge	2 店舗
Té chichi	65 店舗
Té chichi TERRASSE	26 店舗
Téchichi/Lugnoncure	29 店舗
Monique	5 店舗
OUTLET (SM2/Té chichi)	11 店舗
	計 404 店舗
	2017年12月末現在

株式会社 キャン

〒700-0903 岡山県岡山市北区幸町 2-8

TEL : 086-235-3400 FAX : 086-235-8771

<http://www.can-jp.com>