

03

「利は川下にある」の真髓

(1) 「マーケットイン」の実践

繊維カンパニー



武内 秀人

上席執行役員
繊維カンパニープレジデント（2023年～）

-
- 1988年入社以来、一貫してブランドビジネスに携わる
 - アパレル小売企業の経営者としても豊富な経験を持つ
 - Paul Smith等を擁するジョイックスの社長等を歴任
 - 徹底した現場主義で、こまめな店舗回りや展示会視察を欠かさない

川上から川下まで繊維業界の全分野を網羅するバリューチェーン・幅広いネットワーク

消費者ニーズを素早く把握、
最適なサプライチェーンを構築し商品化

マーケッ
イン

川上・川中のモノづくり力

生産・調達

グローバル
供給網

商品企画

三景 

副資材製造・
販売

ロイネ 

インナー
製造・販売

伊藤忠モードパル 

アパレル
OEM/ODM
製造販売

ITOCHU Textile Prominent
(ASIA) [IPA]

繊維製品
生産管理・販売

伊藤忠繊維貿易(中国) [ITS]

繊維製品
生産管理・販売

川下のネットワーク

取引先

大手小売店、大手・中堅アパレル
国内外スポーツ用品大手、セレクトショップ

ブランド

200社超のサブライセンシー



直営店

グループで約300店舗の
直営店を展開



JOIX
CORPORATION

CONVERSE

CORONET CORPORATION

Leilian

HUNTING WORLD

マーケティングの発想を活かした川上・川中のモノづくり力

消費者ニーズとモノづくり力を掛け合わせ、ヒット商品を創出



OUTDOOR PRODUCTS



NICE WEATHER

取引先・サブライセンサー
を通じた消費者の声・
潜在ニーズの把握

01

ロイネ: 機能性インナー開発

特殊素材を使用した消臭機能のあるインナーを開発。消費者心理を捉えたマーケティングと合わせ、利益を拡大



02

ITS: スポーツアパレル

FILA等のANTAグループ傘下ブランドとのOEMビジネスも拡大



03

コンビニエンスウェア

全国のファミリーマート店舗のデータや消費者の声を活かし、当社の生産・供給体制やノウハウを掛け合わせた商品を企画



「小売運営能力」の強化を通じた「マーケットイン」の更なる磨き

川上・川中のモノづくり力

小売の現場で得た消費者の声を活かした
更なるモノづくりの強化

事例 デサント オリエリタフポロシャツ

- ・独自技術ORI-ERI
- ・ビジネスでも着用したいというお客様からの声に応えて改良を重ね、ジャケット下でも美しい襟先をキープできる商品を開発

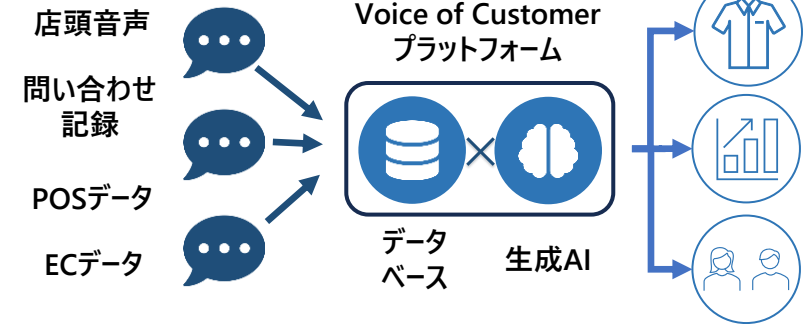


マーケットイン
の進化

直営店・小売運営能力強化

AI活用

AIを活用した消費者の「声」の徹底分析(JOI'X等)



優良 パートナー

小売運営を得意とする優良パートナー(ANTA)との取り組み

デサントチャイナからの学び

1. ブランドDNAを守る
2. 販路を組み換える
3. 顧客体験を作り込む
4. データを磨き込む
5. 営業効率を重視する



食料カンパニー



宮本 秀一

上席執行役員
食料カンパニープレジデント（2023年～）

-
- 1989年入社以来、一貫して食料分野に携わる
 - アジア・大洋州へ合計11年の駐在を経験、食糧原料をはじめ生鮮品・流通小売まで幅広く携わる
 - 座右の銘は「変化対応」、「TRUE GRIT」

「マーケットイン」の発想で、川下起点のバリューチェーン強化

①売場で掴んだ消費者ニーズを ②商品企画・原料調達・素材開発に繋げて価値ある商品を創り ③最適な方法で届ける

①川下

小売 約2,000社との接点

消費者の声・販売データを
タイムリーに把握

時短・利便性 環境配慮 話題性・体験価値

 FamilyMart



②川中・川上

商品企画～製造加工まで一貫対応

商品企画・設計

- ・コンセプト設計
- ・商品企画・開発

調達・素材開発

- ・調達多角化
- ・機能性素材開発

製造・加工

- ・高品質
- ・安定供給

 不二製油株式会社

ウェルネオシュガー



 UNEX



伊藤忠食糧株式会社



日本ニュートリション株式会社



HYLIFE

おいしさふれあい。

フジマール

③最適に届ける

強固な卸・物流機能

川下インフラ

取扱金額

4兆円

需給最適化

拠点数

600拠点

温度管理

車両

7千台/日

販促支援

 伊藤忠食品

ACCESS

日本アクセス

 KIFA
KI Fresh Access, Inc.

 CONFEX
GROUP

業界トップクラスのグループ会社群

「マーケティング」の実践 – 新たな商流・商品・商風

消費者接点を起点に、パートナーと協業し、新たな価値を創造

日世 × 海外小売・外食

新たな顧客接点・商流構築の基盤



- 総合ソフトクリームメーカー日世へ出資、資本業務提携
- 海外小売・外食市場で新たな顧客接点と商流基盤を構築

Dole × 環境・社会意識

食品ロス削減を商品価値に転換



- 規格外バナナを有効活用し「もったいないバナナ」としてブランド化
- おいしさと栄養はそのままに、消費者の環境・社会意識を踏まえ、商品化

ファミリーマート × Afternoon Tea

消費者の新たな生活体験を創出



- 紅茶ブランド「Afternoon Tea」と全28種のコラボ商品を開発。
- 紅茶だけでなくお菓子・お酒まで共同開発し、新たな商風を実現