

STORY of TENKENSOU 2000-2009

進化と変化を求めて 枠を超える

Webでお客様の裾野を広げる

1990年代後半、アメリカでの広がりを受け日本でもネットショッピングが楽しめる環境が整い始めていました。時代の流れを察知したセルフ店研は、2000年にインターネット注文サイトを開設。2006年には、通販サイトから直接商品を購入できる「ストア・エクスプレス オンラインショップ」へと進化させました。続いて2009年には、チェーン店向けの「店研創意ビジネスネット」を開設。多店舗展開をするお客様にも対応できる、新しい仕組みをつくり上げていきました。

事業拡大に向けて組織を再構築

大西衣料と取引のある小売店だけではなく、新規顧客の開拓に力を入れようと、2003年には企画開発部を発足。企業型小売業へ向けて設計・施工のアプローチを開始しました。また2005年には社名を「セルフ店研株式会社」から「株式会社店研創意」へと改称。2007年には大阪と東京の2本社体制として、東京本社にも企画開発室を設け、首都圏の顧客開拓を開始しました。オリジナリティを追求する専門家集団として心機一転、新たなスタートを切ったのです。

海外進出の端緒を求めて

「ハイクオリティ(高水準の品質)・ローコスト(安く合理的)」を追求していく中で、次に着目したのは海外でした。まずは中国・上海市で日本から中国への出店企業のコンサルティング事業をスタート。その後、2003年に開発輸入基地として現地法人「店研創意商貿上海有限公司」を設立し、商品開発と製造、貿易を開始しました。また2008年には、世界最大規模の店舗設備・販売促進機材展「EuroShop」に初出展。海外市場の開拓に向けた新たなチャレンジが始まりました。

社名「店研創意」の由来

現地法人「店研創意商貿上海有限公司」の前身に当たるコンサルティング会社「店研創意咨询上海有限公司」に由来。「創意」には独創的・創造的という意味があり、お店づくりを探索し、創造する会社にふさわしい名称でした。



リスタシリーズ

現在のリスタプラスの先代シリーズ。当時としては珍しかった「魅せる」ことに重点を置いたシャッターパネル仕器



初代ベルベティシリーズ

丸みのあるデザインで、子ども服売場に多く使われたシリーズ

OTHER

什器以外もどんどん開発！



シングルハンガー5台組



折りたたみワゴン



ハンガー

2005年からは
名入れ
サービスも



PICK UP アンティークゴールドシリーズ

真ちゅうなどの古美色をメッキで表現
当時はメッキカラーが全盛期。ブランドの世界観を表現するため、意匠性を求めるアパレル店に人気でした。



RACK

今に続く定番商品や
ロングセラー商品が続々！

SR(スクエアラック) 90(上)/120(左) シリーズ

マイナーチェンジを繰り返しながら、20年以上第一線で活躍している、店研創意を代表するロングセラー什器の原型



アルデンシリーズ

アパレルなどで流行しつつあった無垢材(天然木)を使用し、試行錯誤の末に誕生。一時期は多くのチェーン店に採用された看板商品