

BURBERRY

Merchandiser

Job Information

Hiring Company

Burberry Japan K.K.

Job ID

897436

Company Type

Large Company (more than 300 employees) - International Company

Non-Japanese Ratio

Majority Japanese

Job Type

Permanent Full-time

Location

Tokyo - 23 Wards, Chuo-ku

Salary

4 million yen ~ 6.5 million yen

Salary Bonuses

Bonuses paid on top of indicated salary.

Work Hours

平日9:30~18:00 (実働7.5時間、休憩60分、残業あり、フレックス制度あり)

Holidays

土日祝日

Refreshed

February 3rd, 2026 00:00

General Requirements

Minimum Experience Level

Over 3 years

Career Level

Mid Career

Minimum English Level

Business Level (Amount Used: English usage about 50%)

Minimum Japanese Level

Business Level

Minimum Education Level

Technical/Vocational College

Visa Status

Permission to work in Japan required

Job Description

- 出荷計画の管理
- プロダクトの海外買い付けサポート
- 店舗・商品カテゴリー毎の売上動向のモニター・分析
- 年間の買い付け及び商品予算管理
- 店舗ごとの商品振り分け
- 在庫・売上データの確認、及び商品フォロー

- 社内使用・トランクショー/顧客イベント用にコレクションのプレゼンテーションの準備
(他のMDチームメンバー、リテールオペレーション部と協力)
- 新店オープン・店舗リニューアルの際のディスプレイ組みのアシスト(VMDチームと協力)
- 店舗訪問：顧客ニーズの理解・スタッフとの関係構築、商品動向・トレンドの確認
- マーケットアンケート実施による競合情報の更新
- イギリス本社のカウントパートナーとの関係構築・連携

Required Skills

- MDとしての経験お持ちの方 (MDアドミンアシスタント、買い付け、アロケーター等)
- リテールファッショニエ界での経験歓迎
- 数字に強く、分析力があり、エクセルデータを取り扱うことに抵抗がない方
- 英語・日本語:ビジネスレベル
- 中～上級のPCスキル(特にエクセル)

Company Description

1856年創業のバーバリーは、今なおきわめて英国的なブランドとしてアウターウェアを中心に展開しています。デジタルを積極活用するラグジュアリーブランドとしての立ち位置、革新的なデザイン、品質、そしてトレンドコート、トレードマークのチェックと「馬上の騎士」からなるヘリテージアイコンへの徹底したフォーカスにより、ブランドの純度と、年齢・性別を問わない世界的な訴求力を保っています。

バーバリーでは、すべての従業員、チーム、そして機能がブランドに対する並外れた情熱を共有し、「ブランド第一」の心構えに導かれています。あらゆる意思決定は、バーバリーブランドの長期的な健康と活力というレンズを通して評価されます。

バーバリーは、偉大なブランドになるためには偉大な会社になる必要があると信じています。守る、探求する、インスピアするというブランドの伝統に根差した3つのコアバリューをインスピレーションとし、また常に基本理念に立ち返ることで、バーバリーは思いやりにあふれ創造的思考を重視する文化を活かしてブランドを革新し、前進させています。

Founded in 1856, Burberry today remains quintessentially British, with outerwear at its core. Digital luxury positioning and intensive focus on design innovation, quality and heritage icons of the trench coat, trademark check and Prorsum knight, ensure continued brand purity and relevance globally across genders and generations.

At Burberry, every individual, every team and every function, shares an incredible passion for the brand and is guided by a 'brand-first' mind-set. Decisions are evaluated through the lens of the long-term health and vitality of the Burberry brand.

Burberry believes that in order to be a great brand it must also be a great company. Inspired by three Core Values - Protect, Explore, Inspire - rooted in the brand's heritage and continually informing its guiding principles, Burberry leverages its compassionate and creative thinking culture to continually innovate and drive the brand forward.