

小泉アパレル「オーガニックライフ」

インドからの供給力生かす

フルアイテム展開を強調

小泉アパレルは、オーガニックコットン使用の新ブランド「オーガニックライフ」の21春夏で、トップス、ボトムス、手回りのフルアイテム展開、親子コーディネート性を強調した。

強化を進めているインドでのオーガニックコットンの調達力、これまでに築いてきた安定感ある生産力を生かした差別化を進める。

今季のブランドテーマとして、営業第31部の久

生活で気軽に着用できるイメージを打ち出す。

これまで単品ごとに確立してきた高い商品力をブランドでまとめてフルアイテム展開し売り場の獲得、拡大、消費者への訴求を進める。

田翔平課長は「オーガニックコットンや麻を効果的に使い、自然な色柄、柔らかくボリューム感のあるシルエツトなどで軽やかな印象に仕上げたい」と話す。汎用性も意識し、日常

フルアイテム展開による相乗効果を狙う



21春夏以降は、発注、生産の前倒し、自社リソースによる売れ筋商品の作

り込みなどで、納期短縮を図る。船便の経路の拡大など輸送力も増強すること、「顧客が安心してご利用いただけるデリバリー体制の確立(久田課長)を進める。