



小泉アパレル  
22年秋冬

## 売り場提案企画広げる

量販店向け「ピューモツソ」など

小泉アパレルは22年秋冬の量販店向け「売り場提案企画」を広げている。量販店向けの

「ピューモツソ」ではベストを軸にしたコーディネート提案の「ピューモツソ・ウォーム」を

提案する。また、インフルエンサーを活用した商品企画、情報発信にも取り組む。

ピューモツソ・

ベストを軸にしたスタリング提案を打ち出す「ピューモツソ・ウォーム」

小泉アパレルは22年秋冬の量販店向け「売り場提案企画」を広げている。量販店向けの

「ピューモツソ」やUHV

ラウスやワンピースなど布帛中使用した婦人服などをトータルに提案する「オーガニックライ

フ」企画も好評なことから、ブ

ラ開始したオーガニック素材を心だったものに、22年秋冬からはカットソーやニット企画も投入する。同じく21年春夏から開

始した「ピューモツソ・ホーム」も、キルティングのエプロンや割烹着、はんてん、ラップスカートなど家ナ力需要の商品

の幅を広げている。このほか、パッグなどの雑貨では複数のインフルエンサーと協業したバッグや衣料品を提案することで、売り場での視認性を高める。

一方、ボトム単体企画では、需要が戻ると見ている通勤着対応などエレガントラインのパンツを強化する。また、年間3万本を販売する定番ストレッチパンツの「美形フィットパンツ」は、おなか回りをすっきりみせる「スッキリガード」やUHV（紫外線）カット加工など、便利機能を追加した「美形フィットプラスパンツ」を提案し、既存企画よりも高い小売価格での販売を予定している。