

T S I ホルディングスグループのレイズアパレル企業、アルページュ(東京)は、売れ筋商品の欠品防止、小さいサイズの充実などファンの期待に応える施策を行う。社員への教育や支援も強化する。
(石井久美子)

アルページュ

今後の課題の一つが欠品の防止だ。買い物をする気持ちで来店した客がっかりさせないよう、同じ商品でも特に売れそうな色を従来以上に積むべく、SKU(在庫取小管理単位)別の数量管理をより戦略的に行う。

夏・冬セールは縮小

同社は年々夏・冬のセールを縮小し、早期にプロバ商品を立て上げている。レイズ業界

ファンの期待に応える商品を



「アプワイザー・リッシュ」の18年秋物

では実需に引き付けて販売する動きもあるが、「天候は誰にも予測できない。後手に回って追加生産したときに実需期が終わるよりも、早めに提案した方がいい」と(野口麻衣子社長)と、以前から需要を感じていたこととして、4月に自社ECの

欠品防ぎSサイズ充実

「アルページュストーリー」内にS・SSサイズの商品を集めたページを作った。フリーアナウンサーの田中みな実さんの着用画像も掲載したところ開始日から反響があり、同じくアルページュストーリーという店名のブランド複合売店舗への集客にもつながっている。

社員の育成については、店舗で働く社員が本社で2カ月キャリアチャレンジする活動に昨年以上に力を入れる。プレス、EC、総務などの業務を体験し、将来プランなど自身の可能性を広げよう狙った。

女性社員が非常に多い会社のため、出産後も働き続けやすい環境も重要だ。春から、早期復帰手当として子供が1歳未満で復帰した社員に20万円を支給する制度も始めた。待機児童の関

係で早めに復帰をする傾向のなかで、書類手配など努力して復帰しようとする社員を応援する。「休むと職場に戻りづら」と感じたり不安になる人もいる。戻ると思うきっかけの一つになれば。

トレンドに乗り新規客

18年2月期業績は、売上高105億円(前期比4%増)、営業利益16億円(5%増)の増収増益だった。特に17年春夏商戦が良く、新規客も獲得できた。装飾的なトレンドが自社の強みに合い、刺繍物の服などが売れた。ブランド別では「アプワイザー・リッシュ」や「マイストラーダ」が好調。EC事業全体は20%増収でEC比率は32%となった。

今期は秋に向け既存店の増床や新規出店を計画する。ブランド立ち上げなど新市場開拓の検討や準備を進めたいという。