

地域ごとの異なるニーズに、少ロット生産で対応 オリジナルを紡ぐ、エリアモード×nutte

そごう・西武は、「nutte (ヌッテ)」を運営する株式会社ステイト・オブ・マインド(東京都渋谷区)との共同開発商品を販売します。昨年3月、地方店強化に向けて、商品の企画・開発で地方ごとの独自性を打ち出すべく、「リミテッド エディション エリアモード」をスタート。本部供給7割、店舗発注3割の品揃えでスタートしましたが、今や売上の6割が店舗発注商品。お客さまには、地場産業と取り組んだ雑貨を中心に、ニーズや愛着のあることがわかりました。そこで本年は、売場の声を直接反映させた衣料品の生産まで踏み込みます。地域縫製職人の優れた技術も付加した、上質なモノづくりを通して、新しい開発の取り組みを軌道に乗せてまいります。

お客さまの声を反映した衣料品開発、リミテッド エディション エリアモード×nutte

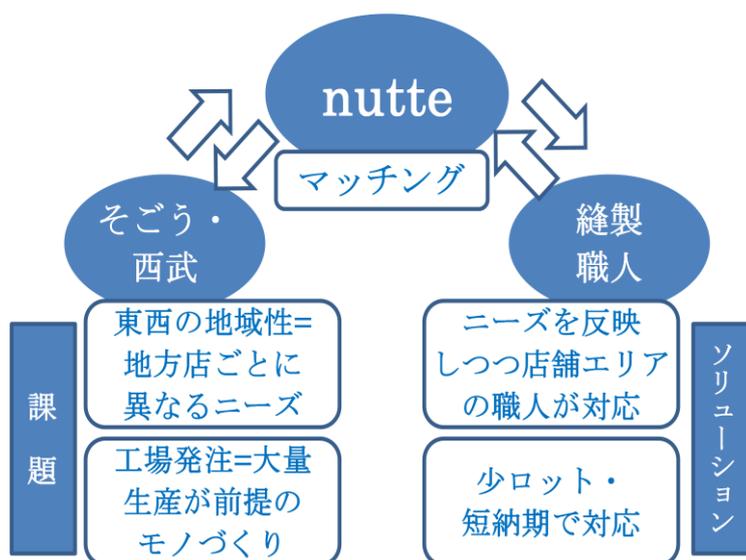
■展開期間:9月6日(火)～<予定> ■展開店舗:そごう・西武 14店舗(エリアモード展開店舗)

* 盛夏のテストトライアル:6月21日(火)～<予定> そごう広島店、徳島店/西武高槻店の3店舗

※「nutte」:日本初の縫製職人マッチングプラットフォーム。インターネットで全国各地の縫製職人をつなぎ、少ロット生産に対応。

※本リリースの掲載画像はイメージです。

衣料品に対応した、新しい開発の取り組みの構図



これまでの店舗発注は、地場産業と取り組んだアクセサリー、インテリア雑貨が主体のモノづくりでした。衣料品は、単一店舗だけのオリジナル商品の開発までには至らず、本部一括発注で対応するも、大きくは東西の地域性の違いから、全店版商品ではなかなかフィットしきれない、というのが実情でした。

そこで web サービスのベンチャー企業「nutte」と取り組むことで、店舗が「必要なタイミングで」「必要な商品を」「必要な数だけ」生産・販売することが可能になりました。お客さまの店舗への新たな来店動機に繋げるだけでなく、さらなる「お客さまの声」を店頭で吸い上げ、次の商品企画に繋げることを狙いとします。

今夏、猛暑が予測される関西3店舗でトライアル

夏のクリアランス直前の6月末から、セール期でも価格負けしない、プロパーとして併売できる盛夏商材(カットソー、Tシャツ)から開発に着手。地域の縫製職人が縫い上げるという、さりげない“地元愛”が、購買の背中を押すメッセージにもなり、独自性のあるファッションを際立たせます。地域に根差した顧客参加型の商品展開を構築することで、次の商品企画が気になるような、リアル店舗における新しいユーザー体験を作り出す、新たなビジネスモデルに挑戦いたします。

