

セールを前提とした商品企画を行わず商品サイクルの長期化に取り組む事例

- 株式会社ミナは、ブランドminä perhonen(ミナ ペルホネン)にて過去コレクションを販売しセール販売を行わない

株式会社ミナにおける事例

取組み概要

適正量の生産および過去コレクションの販売

- ミナペルホネンでは既存のファッションサイクルに囚われず現在のシーズンより前に発売された商品を「アーカイブ」として値下げせず販売を行う
- 1995年ブランド設立以来、全ての商品は生地・絵柄からインハウスでデザインされており、また過去に発表した柄も定番として再活用されるケースがある
- 商品の約95%を国内で製造し、EC含む直営店では需要予測の8割掛け程度の生産を行い、期中に追加生産をしている
- 早期に品質が劣化しない服作りを行い販売後はリペアの対応を行う
- 流行にとらわれず、また過去コレクションを販売することで売残りを減らし、セールでの値引きを行う必要を無くす
- ブランド開始時から2020年の春夏までのコレクションをミックスコーディネートさせたファッションショーを2019年に美術館で開催し、シーズンを越えた服の組合せが可能となることを表現した



効果

- アーカイブの販売およびセールを行わないことにより、時代を超えて受容される良いデザイン・良い品質の物は長く愛用可能だという考え方を訴求
- 過剰生産を行わないことによる余剰在庫の最小化

企業名

minä perhonen
株式会社ミナ

設立年

1999年

売上高

非公開

企業概要

- 東京港区に本社を置き衣料品、雑貨、テキスタイル等のデザイン・生産・販売を行う企業
- デザイナーである皆川明氏により設立され、ブランドminä perhonenを展開