

来 往



「シーズン素材が不振だった今春夏。通したパワー商とりわけ基幹ブランドの材を開発できなかった。そのたーティベリック」にそめ前年踏襲型Mの影響が直撃した。そのDから店頭重視型MDへため今期は「店頭・消費のシフトが急務」とサン者重視の企画MD強化をエーイ重要課題」として、そのンターナ一環でスーパーバイザーシヨナル職などを導入。より消費の三宅孝者に密着した情報収集お彦社長（写真）。海外フよびその分析によって、アストファッション台頭ビジネスモデルの活性化の影響で、ベリック商を凶っていく考えた。