

ワーク・ショップ専任 営業部署を新設

ボンマックス

総合ユニフォームメーカーのボンマックス（東京）は今春、営業部内にワーク・ショップ専任の部署を新設した。今後も成長を見込める分野として、サービスウェアとワークウェアを強化する方針の一環で新設したものの。カタログ「ロツキー」の商品を中心に、ワーク分野の売り上げ拡大を目指す。

ユニフォームの国内市場は、ワークとサービス分野が需要増加基調だがオフィスは減少傾向にある。ロツキーは女子オフィス向け主体の同社が、ワークウェア市場に再参入するため16年春に発売したワークウェアのP.B.2年間はワーク・ショップ限定で販売し、18年8月に1号力

タログ発刊後は法人を主対象とする全国のユニフォーム代理店にも販売を開始。今年2月にカタログ第3号を発刊したのを機に、全国のワーク・ショップへの販売を拡大するため、専任部署を設けた。マーケティング部署と連携し、卸し先の店舗でのVMDの支援を強め、フォロー体制も整備。東京と大阪を拠点に全国で販売を強化する計画だ。