(Tokyo-Jepang) Uniqlo, perusahaan ritel pakaian kasual terbesar di Jepang, mulai Rabu (02/05) hingga Minggu (13/05), menggelar kampanye “Uniqlo Ginza Mother’s Week” khusus di gerai Uniqlo Ginza, untuk merayakan Hari Ibu yang jatuh pada tanggal 13 Mei mendatang.

Uniqlo mengangkat “Easy Cropped Legging” yang diluncurkan pada 23 April silam dalam kampanye ini, sebagai produk legging yang cocok digunakan oleh pasangan ibu dan anak perempuannya, serta menunjuk aktris Kiritani Mirei, yang dikenal memiliki hubungan sangat dekat dengan ibunya, sebagai duta produk ini.

Dalam kampanye “Uniqlo Ginza Mother’s Week”, 400 orang pembeli pertama “Easy Cropped Legging” akan mendapatkan karangan bunga untuk diberikan kepada ibu sebagai hadiah. Selain itu, akan ada potongan harga khusus bagi pembeli di tanggal 2, 12, dan 13 Mei.

“Saya sangat senang ditunjuk sebagai duta kampanye ini. Saya rasa kampanye ini dapat semakin mempererat hubungan antara ibu dan anak perempuannya. Apalagi dengan mengenakan pakaian yang serupa, akan terlihat kekompakannya,” ujar Kiritani dalam talk show yang diselenggarakan dalam pembukaan kampanye “Uniqlo Ginza Mother’s Week”. (AN/TN/ON)