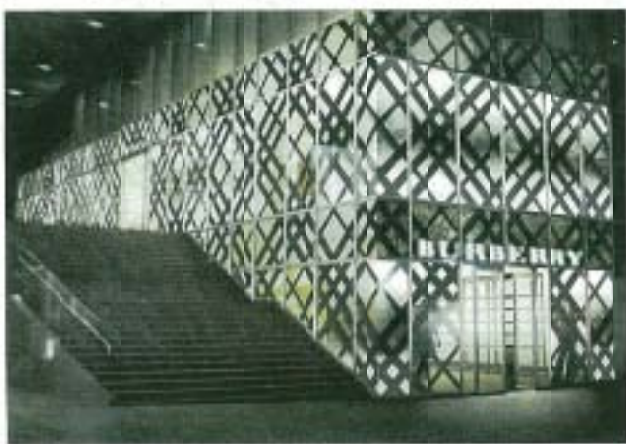


## MARKET NEWS

ORIGIN

NEWS  
06新会社設立「バーバリー」  
「ケイト・スペード」の新戦略とは？

今年、奇しくも2つの聯合会社が発立された。ともに目的は日本市場の強化だ。長年コートブランドとして親しまれてきた英国「バーバリー」は、ノンアパレルの裾野強化を目的にバーバリー・インターナショナルを、「ケイト・スペード」はサンエー・インターナショナルとのパートナーシップを発展させるため、ケイト・スペードジャパンをそれぞれ設立した。ともに今年秋新コンセプトの旗艦店を青山に出店する。

ノンアパレルの強化を  
バーバリー・インターナショナル

フロントファーストバーバリーによる新コンセプトの旗艦店イメージ

バーバリー・インターナショナル(BBI)は、これまで三陽商会が運営してきた「バーバリー」表参道の店舗を引き継ぎ、全面的な改装を経て、9月5日に直営旗艦店第1号として新たにオープンする。英国バーバリー社では日本市場で40年におよぶパートナーである三井物産、三陽商会とともに新会社BBIを今年設立した。新会社にはバーバリー社が51%、三井物産が20%、三陽商会が29%出資する。

BBIは、革小物やバッグなどのインポート雑貨のシェアを高めるとともに、2010年春夏からの百貨店インショップや銘店展開も図られる。表参道店はそれと先駆け、日本でのブランド強化を図るため、長期的戦略の第一歩として新装オープンするもの。

これまで表参道店はインポート100%で展開されてきたが、従来以上に「バーバリー プローサム」ラインを充実させるとともに、オーセンティックなトレンドコート、そしてレザーグッズを中心とするノンアパレルを幅広く販売。日本最大のインポート百貨店の旗艦店として生まれ変わるもの。9月のオープン

に際して発売される限定商品としては、「バーバリー」のクラシックチェックをあしらったライオンズバック(21万円)とメンズのデータブックのバッグ(17万3250円)のほか、ミンクカシミヤのスヌード(18万3700円)がある。また、フレグランス、時計、アイウェアも取り扱う。

2層・約500㎡の店舗は同ブランドのクリエイティブ・ディレクターであるクリストファー・ペイリーによる最新のデザインコンセプトが採用される。表参道ビルズの目の前という好立地だけに、新しい「バーバリー」の世界観を伝えてくれるだろう。

先日時にインタビューした英国バーバリー社のアンジェラ・アレンフォードCEOは新会社設立の目的について、「日本における三陽商会のアパレルビジネスは強く、「バーバリー ロンドン」「バーバリー ブラックレーベル」「バーバリー プォーレーベル」、それぞれが違った顧客層に展開できている。新会社のノンアパレルは世界戦略の鍵になるもので、韓国や中国のアジア市場でもノンアパレルの売り上げにおおむね高いため、日本でも今年で以上に高めていきたい。

三陽商会は百貨店、三井物産はロジスティックなどに強み。これを3社により飛躍的に高めていきたい。こういう時期だからこそ、マーケットシェアを握るのにいい時期だと思う」と語っている。今後も百貨店、百貨店への出店を計画している。「バーバリー」のバッグもプレイバックか？

出店、プロモーションにアクセル!  
ケイト・スペード ジャパン

サンエー・インターナショナルは、英国のケイト・スペード社と合弁でケイト・スペードジャパン(KSJ)を設立した。出資比率はサンエー・インターナショナル51%、ケイト・スペード社49%だ。この秋から事業展開を開始する。KSJでは10月中旬に新生KSJを象徴する青山店をオープンする。青山店では今年から日本同時で販売が開始されたウエア展開のための新ストアコンセプトが導入される。丸の内店でも青山店に先駆けてリニューアルされている。

合弁会社設立の理由について、サンエー・インターナショナルの松田晋一代表は「合弁の体制になることでリスクがなくなり、店舗投資、プロモーションのアクセルが効くようになる」と語る。「ケイト・スペード ニューヨーク」は、本国では「マルチヤネネ・ライフスタイルブランド」を指向し、この1、3年従来の百貨店販売に加え、北米の主要都市に旗艦店を出店してきた。また、バッグ、革小物、シューズのほかのカテゴリーを拡大している。昨今のホリデー・シーズンからはジュエリーを、そして、2009-10年秋冬からはレイズアパレルを開始している。アパレルはフィッティングルームが必要のため、今秋は日本では青山店を含めた直営6店舗だけで展開させている。今後、百貨店インショップなどでも拡大したい考え

だ。ウエアのデザインはクリエイティブ・ディレクターのデボラ・ロイド共同社長が管轄する。

ロイド共同社長は、「バーバリー」「パナナ・リバブティック」のチーフデザイナーを務めてきたが、起業家であるケイトとジャック・スペード夫妻が専任を委り、リズ・クレイボーン傘下になってから、マネジメントを担当するクレグ・リービット共同社長とともに、同ブランドの経営に参画している。

新コンセプトの青山店は「店舗ではなく、アートに溢れた滞在」をテーマにカラフルな店内となる予定だ。2階建てで、以前あったビルを建て替えることもない。休店していた。青山店では新作「ビッグ・アップル トート」(2万3000円)の限定色が発売される。ピンク、パズル、チェリーの3色が先行販売される。

サンエー・インターナショナルでは、創業(1903年)間もない96年から同ブランドを扱って輸入販売してきた。今回の合弁設立で、日本でも「マルチヤネネ・ライフスタイルブランド」戦略を加速化したい考えだ。また現在、別のパートナーが展開しているアジア市場を覗いたお石でもある。一時、ケイトとジャックからケイト・スペード株式の取得を検討したことがあるが、価格面で折り合いが付かなかった。



新コンセプトのイメージ



限定色の発売される新作「ビッグアップル トート」(2万3000円)



ケイト・スペードのファッションブランド「ケイト・スペード」による2009-10年秋冬コレクション



表参道店に併設される、ケイト・スペードのアパレルインショップ「ケイト・スペード」のイメージ