

07

プロ仕様の新ライン

サンエー・インターナショナル
ブランドビジネス事業本部 スポーツ事業部
パーリーゲイツディビジョン
MD/営業(外販) セクションチーフ

神谷 勝弘 氏

Katsuhiro Kamiya



昨年はレディースが2年前のブームからの反動もあって伸び悩む一方で、メンズがカバーし、トータルの売り上げは前年実績を上回っています。競合も激しさを増し、マーケット動向は楽観視できません。「パーリーゲイツ」のデザイン面での特性を訴求しながら、機能性など付加価値を追求していきます。

今春から新ライン「マスターパニーエディション」を立ち上げました。「パーリーゲイツ」のウエアは普段着でも着られるファッション性が強みですが、プロの目から見ると、本格的な機能性のあるウエアのニーズが強いのも確かです。新ラインはそうした要望を踏まえた“戦闘着”として、15店舗で販売を始めました。メンズ・レディースを揃えています。中でもメンズの反響が良く、卸売りにも販路を広げていきたいと考えています。

「パーリーゲイツ」ブランド全般では雑貨の構成比が高く、昨年25%に対し現状30%弱とさらに伸びています。クラブを除いた各アイテムを揃え、特に帽子が好調です。

課題のレディースは機能性も大事ですが、ファッション特化の方向をより追求し、需要を喚起していきます。全店展開していた「パービーゴルフバイパーリーゲイツ」は店舗を集約する一方で、卸売りへの展開を強化するなど販路別の政策を進めています。現在、百貨店、路面店、ファッションビルで直営48店舗、および卸を展開。昨年は百貨店を中心に6店新規出店しましたが、路面店での出店も強化していきます。ネット販売にも期待しています。自社サイトの「セレクトニック」では、平均の2倍の伸び率で推移し、反響があります。