(C)WWD 2009/8/31 7面

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つの新会弁会社が設立された。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、ノンアパレルの販売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。ともに今秋新コンセプトの路面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

クリストファー・ベイリーによるコンセプトの新表参道旗艦店イメージ

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日に直営路面店第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年にわたる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ため、2010年春夏からの百貨店インショップや路面出展用に設立されたものだが、表参道店はそれに先駆け、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。

これまでも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チコート、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商品の旗艦店舗として生まれ変わるもの。9月のリーブン

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ウィメンズバッグ(21万円)とメンズのデータブラムのバッグ(17万3250円)のほか、ミンクやカシミヤのスヌード(18万3,750円)がある。また、フレグランス、時計、アイウエアも取り扱う。

2層・約550㎡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・ベイリーによる最新のデザインコンセプトが採用される。表参道ヒ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そうだ。

来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・アーレンフ=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 ブルーレーベル』、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上の鍵になるもので、韓国や中国のアジア市場でもノンアパレルが売り上げに占めるシェアは高い。日本でも今ま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い。これを3社によって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獲るのにいい時期だと思う」と語っている。今後も路面店、百貨店への出店を計画している。『バーバリー』のバッグもブレイクするか?

表参道店の限定商品。左メンズのボータブラムのバッグ17万3,250円。右クラシックチェックをあしらったウメンズのバッグ21万円

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、米国のケイト・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。青山店では今秋から日米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信一・常務は「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踏めるようになる」と語る。『ケイト・スペード ニューヨーク』は、本国では『マルチチャネル・ライフスタイルブランド』を指向し、この2、3年間来の百貨店販売に加え、北米の主要都市に路面店を出店してきた。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。昨年のホリデー・シーズンからはジュエリーを、そして、2009-10年秋冬からはレディス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なため、今秋冬は日本では青山店を含めた直営6店舗だけで展開されている。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・ロイド共同社長が務める。

ロイド共同社長は、『バーバリー』『バナナ・リパブリック』のチーフデザイナーを務めてきたが、創業者であるケイトとジャック・スペード夫妻が同社を去り、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ッグ・リーピ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、アートに溢れた部屋」をテーマにカラフルな店内となる予定だ。2階建てで、以前あったビルの建て替えにともない、休店していた。青山店では新作「ビッグ・アップル トート」(2万2050円)の限定色が発売される。ピンク、バジル、チェリーの3色が先行発売される。

サンエー・インターナショナルでは、創業(1963年)間もない96年から同ブランドを独占輸入販売してきた。今回の合弁設立で、日本でも「マルチチャネル・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睨んだ布石でもある。一方、ケイトとジャックからケイト・スペード社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。

青山店の完成イメージ図

限定色の淡色ピンク系新作「ビッグ・アップル・トート」2万2,050円

デボラ・ロイド共同社長兼クリエイティブ・ディレクターと2009-10年秋冬コレクション