

2013年秋冬ターゲットに4ブランド軸に刷新



ケープスマイル刷新

サンエー・インター 2ブランド加え

サンエー・インター・ナショナル

ルは昨年秋冬ターゲット刷新型
シヨップ・ケー
ーアスマイル
ル」を刷新す
る。従来は
「ピバコー」
「ケープスマ
イル」を核に
していたが、
来春新たに
「ピバ・バイ
・モロコバ
ー」(ピバ・
バイ)と「ボ
ニカ・ドッ
ト」を加え、
4ブランドを
軸に据える。

カルチナーやエコロジイをコア
ブランドに取り込みながらスト
アコンセプトを再構築し、201
3秋の女性誌「アピル」する。
商品構成はピバユエブランド、ケ
ーアスマイル、ピバ・バイ
ー、ボニカ・ドット、そ
の他国内外の仕入れ品とオリジナル
のピバ・バイのオリジナルメークア
ップブランドを、洋服、雑貨、
35%、ケープスマイルは着用シ
ーシやテキスト別に四つのライ
ンで構成。雑貨では、オーガニ
ック化粧品のほか、今後はCD
なども取扱う。

ピバ・バイはトレンスをほぼど
と取り入れたベーシックなエ
アやデニムが中心で高品質を追求
し、上質な素材を使用し、O.D
M(相手先ブランド)による生

産・ODM(相手先ブランド)による設計・生産)は使わず自社
で企画した、中心価格はピバ
ユエよりも1000〜2000
円高く、シヤケットで1万70
00円(本体)、デニムで1万
円前後など、ボニカドットは、
おもしろい「おもしろなプロ
デュースの通販」として活躍
する野崎隆敏社長が手がける
卸ブランドで、ケープスマイル
で以前から販売していた。一部
同店オリジナルの商品を揃え
る。

ピンテラーのブランド名は
「タイムレスメロディー」で、
消費者が持ち込んだTシャツや
スエットウエアをリメイクした
商品を販売する。「フアッシュ
シヤケット」の魅力を自然体から
めたい」として、エコバックを
シヨップ・バイとして販売するほ
か、買い物をするとき環境保護団
体に一部寄付し上げが寄付される
取り組みも行う。

店舗は新増設ミネエスト、マ
ルイシナム渋谷、名古屋パル

コト広島の路面店、来春以降
は既存4店を据え上げながら、
徐々に拠点を広げる。ピバユエ
の直営店は現在4店で、立地は松
江市、ピバ・バイを専らする。

ケープスマイルは、08年秋に
スタートした朝比呂・ファッショ
ンビル向け業態で、ピバユエ
と「シヤケット・ロンドン」
を軸に販売していた。今春同社
によるシヤケット・ロンドン
の展開が終了したことを機に、
展開していたブランドを立ち上
げて、今秋冬から販売してい
た。