

ウエアの構成比高める

「ケイト・スペード ニューヨーク」 セット購買に効果

米「ケイト・スペード ニューヨーク」を輸入販売するケイト・スペード・ジャパンは12年春夏、ウエアの売上高構成比を現在の5%から10%に引き上げる。

これまでにバッグを中心に売り場を構成してきたが、11年春夏からウエアと小物の比率を高め、

扱い店舗を増やしてきた。その結果、セット購買などの効果が見られ、11年8月期の売り上げは前期比22%増と伸び、今期もほぼ同じ水準で推移している。

今秋冬は、ウエアをメインにした期間限定店を百貨店の婦人服フロアなどで開き、消費者への認知を広げている。来春夏に向けては日本人の体形に合わせてサイズも増やす予定だ。

12年は春夏、秋冬ともボーターや花柄など毎月違う柄のバッグを登場させ、ウエアも運動してデザインを提案するなど、売り場を演出する。

ボーターや花柄など毎月違う柄のバッグを登場させ、ウエアも運動してデザインを提案



現在、国内のショップはケイト・スペード・ニューヨーク49店とアウトレット1店、今期は「既存店の増床に力を入れながら、新店も数店出す」（御澤綾子社長）としている。