

「ポール・スミス」 '05年ブランド戦略と秋冬商品企画について

株式会社オンワード樫山 ポール・スミス事業本部(事業本部長 野田 直弘)は、2004年から「ポール・スミス」の婦人服の商品構成を、コレクションラインの「ポール・スミス ブルー」、テーラリングラインの「ポール・スミス ブラック」、カジュアルラインの「ポール・スミス ピンク」の3つのレーベルに刷新。同時にショップ戦略も、ブルーのみを展開する「ファーストラインショップ」、ブルー、ブラック、ピンクを展開する「スーパーセカンドショップ」、ブラック、ピンクを展開する「セカンドショップ」の3タイプで構成し、新たなブランド戦略をスタートしました。

2005年は、引き続き3レーベル展開による商品ラインの明確化と、スーパーセカンドショップの出店を推進し、さらなるブランドエクイティーの向上と売上拡大をめざします。

2005年春物('04年12月～'05年3月)の販売状況は、前年比11%増と好調に推移しています。ショップ別では、スーパーセカンドショップのそごう横浜店が53%増、セカンドショップは伊勢丹新宿店が17%増、大丸神戸店が13%増となるなど主力店舗を中心に好調に推移しています。

2005年春夏の展開状況は、「ファーストラインショップ」が南青山店の1店舗、「スーパーセカンドショップ」が今春リニューアルした西武百貨店渋谷店(約130㎡、3月4日に新規出店した池内札幌店(路面店形式・約145㎡)を加え合計7店舗、「セカンドショップ」が百貨店インショップを中心に49店舗となっています。

また、ピンクレーベルを中心とした新しいタイプのショップとして、「ポール・スミス ピンク プラス(約130㎡)」を1月29日に東京・代官山にオープンしました。

2005年秋冬商品企画については、今春展開したコラボレーション企画(ドイツ出身のグラフィックアーティスト集団“EBOY”)に続いて、英国のバイクメーカー“トライアンフ社”とコラボレーションしたエクスクルーシブ・コレクションが登場します。

また、ベルト、バッグなど13アイテムを展開している雑貨を強化し、9%の売上構成比(2004年度実績)を2005年度に15%まで高めます。

今後の出店計画は、セカンドショップの主力店をフルライン展開のスーパーセカンドショップにリニューアルさせ、今年度中に8店舗、2006年度までに10店舗展開に拡大させます。

「セカンドショップ」は、既存のショップ環境の見直しを図り、より良い環境への移設と売場スペースの拡大を推進して、単店舗の売上拡大を目指します。



Paul Smith 展開店舗状況

ショップタイプ ファーストライン スーパーセカンド セカンドショップ ポール・スミス

	ショップ	ショップ		ピンク プラス
既存店舗		大丸心齋橋店		
	南青山店 (路面店)	福岡天神店(路面店) 阪急百貨店うめだ本店 そごう広島店 そごう横浜店	49店舗 (百貨店 インショップ中心)	
新規店舗		西武百貨店渋谷店 池内札幌店		代官山店
合計	1店舗	7店舗	49店舗	1店舗

Paul Smith 2005A/W プライスレンジ

ITEM	BLUE	BLACK	PINK
	価格帯	価格帯	価格帯
COAT	¥ 115,500 ~ ¥ 189,000	¥ 45,150 ~ ¥ 126,000	¥ 34,650 ~ ¥ 55,650
JACKET	¥ 105,000 ~ ¥ 136,500	¥ 40,950 ~ ¥ 61,950	¥ 24,150 ~ ¥ 37,800
SKIRT	¥ 45,150 ~ ¥ 93,450	¥ 16,800 ~ ¥ 40,950	¥ 12,600 ~ ¥ 19,950
TROUSERS	¥ 51,450 ~ ¥ 66,150	¥ 19,950 ~ ¥ 30,450	¥ 13,650 ~ ¥ 24,150
DRESS	¥ 58,800 ~ ¥ 136,500	¥ 30,450 ~ ¥ 37,800	¥ 19,950 ~ ¥ 24,150
SHIRT	¥ 19,950 ~ ¥ 82,950	¥ 13,650 ~ ¥ 24,150	¥ 12,600 ~ ¥ 19,950
KNITWEAR	¥ 40,950 ~ ¥ 89,250	¥ 12,600 ~ ¥ 40,950	¥ 12,600 ~ ¥ 34,650
JERSEY	—	¥ 8,295 ~ ¥ 14,700	¥ 8,295 ~ ¥ 24,150

(総額表示)

▲ページTOPへ