

# WWD

ファッション週刊紙WWDジャパン

ウイメンズ・ウェア・デイリー・ジャパン WOMEN'S WEAR DAILY FOR JAPAN  
FASHION & BUSINESS NEWS vol.1759 昭和54年4月24日第三種郵便物認可  
週1回月曜日発行 2013年(平成25年)8月5日(月曜日)発行 2013年8月5日-8月18日

このブランドを  
知っていますか?

2013  
デニム特集

August 5 & 12, 2013  
vol.1759

## 注目の42ブランド

ACNE STUDIOS  
AG  
ANTGAUGE  
ARTICLES OF SOCIETY  
BIG STAR  
CARE LABEL  
DENHAM

# 売れてるデニム!

DIESEL  
DR.DENIM  
EDWIN  
FRAME DENIM  
GAP  
GENETIC  
G-STAR RAW  
JET  
KURO  
LEE  
LEVI'S  
NUDIE JEANS  
R13  
RON HERMAN DENIM  
SOMETHING  
UNIQLO  
YANUK  
3x1 ... and more

セレクト、百貨店の  
デニム売れ筋はこれだ!

p.10-12

ハドソンズ・ベイが  
29億ドルでサックス買収へ

p.4

BALMAIN



MEMO 中国市場における最も知名度のある国際的ブランドの第1位は「テンタッキーフライドチキン」だった。上位は「パンパース」や「コルゲート」といった一般消費財が占め、ファッションブランドでは「アディダス」が13位、「ナイキ」が17位、「ジョルジオアルマーニ」が20位だった。

ニュースの深層パート2改め

ファッションはニュースだ!!!

このコーナーでは、「ヴォーグ ジャパン」前編集長で弊紙アドバイザーの斎藤和弘氏と三浦彰「WWD ジャパン」編集委員の対談をお届けします。実はこの二人、1歳違いの乙女座男子。その二人がこれまでパーティでひそひそ話していた、最新ファッション・ニュースの裏側を語っちゃいます。

第92回 ファッション業界のアップル幻想

三浦：弊紙7月8日号で既報したけれども、サンローランのCEOを辞めたばかりのポール・ドヌーブは古巣のアップルにヴァイスプレジデントで戻ったんだね。

斎藤：アップルからラグジュアリー・ビジネス業界に入った後も「ニナ リッチ」「ランバン」と3年周期ぐらいで動いていたから、「サンローラン」を辞めた時もまたかっていう感じだったけどもね。

三浦：「フィナンシャル・タイムズ」によると、ティム・クック＝アップルCEOのもとで時計型端末のiWatchに関する新プロジェクトに関わるのではないかと見られているようだ。「サンローラン」辞めた原因はエディ・スリマンとの不協和音なんて言われていたけど、真相は古巣からのスカウトだったみたいだね。

斎藤：ドヌーブって、話してみるとそんなに切れる人物にも思えないんだけど。そのiWatchって、30万～50万円ぐらいのラグジュアリー・タイプの価格帯になるのかなあ。それなら今回のトラバユもわからないでもないけど。

三浦：アップルみたいな超付加価値ビジ

ネスをやっている企業でも、今のラグジュアリー・ブランドのノウハウっていうのには興味を持っているのかねえ。

斎藤：そりゃ、そうでしょ。ブランディングや付加価値の付け方では、一目置いているはずだよ。なにしろ営業利益率30%のビジネスだからね。

三浦：でも、ファッション業界ってアップル幻想があるみたいだね。アップルからJ.C.ペニーに鳴物入りで入ったロン・ジョンソンがいい例だよ。アップルストアを成功させた人物で、J.C.ペニーのアップルストア化プロジェクトを進めたんだけど大失敗。任期わずか17ヶ月で今年4月にクビになっちゃった。

斎藤：オムニチャネル化というかO2Oビジネスというのか、基本構想はJ.C.ペニーの店をショールーム化しちゃって、eコマース主力のビジネス形態を狙ったんだろうけど、さすがにファッションビジネスの壁は厚かったってことかな。

三浦：売上げが1年で25%も減少して1300億円も赤字出したら、そりゃクビになるでしょ。でも、肝を据えてあのまま

やってたら、ファッション流通の革命児になっていた可能性もわずかにあったとも思うけど。

斎藤：でもアップルストア化構想ってわからないでもないよね。銀座で1ブランドで最も売って、坪効率も一番なのはアップルストアなんですよ。でも、ファッションの在庫って、iPhoneやiPadなんかとは本質的に違うんだろうなあ。

三浦：シーズンがあって絶え間なく流行があって売り逃しを避けるために在庫抱えるわけだからね。O2Oで、ちょっとした話題になっているのはゾゾタウンが始めようとしている「WEAR」というアプリ。店頭商品にゾゾの商品ページにリンクできるバーコードを付けるというシステムなんだけれども、店側が難色を示しているらしいのね。

斎藤：そりゃ、自分のところの売上げがゾゾ側の売上げになっちゃうんだから難色どころかバーコードの添付も拒否でしょ。

三浦：でもブランド側は消費者がその店で買おうがゾゾで買おうがどっちでもいいわけで、在庫さえ一元化できていけばバーコードタグをつけるのはOKだろうから、店側とゾゾの利害をめぐると決対になるんだろうね。ま、その店のゾゾサイトだけで買えるように誘導して決着するんだろうけど。

斎藤：でも、今後そういう小競り合いというのは多発してくるんじゃないのかな

あ。大げさに言うとeコマースサイトと店側の対決というか、覇権争いということもできるよね。でも、個人的な意見だけれども、私なんか3年前はeコマースで洋服買おうなんて一切考えたことないけど、最近は全く抵抗感なくなって、半分近くネットで買うようになったもんなあ。私でさえそうなんだから、ネットで商品を買うというのをなんとも思わない趨勢は簡単には止められないんじゃないの。

三浦：この20年間、卸売業者vsSPA、百貨店vsSCという対決図式があったわけだけれど、これはもう決着したんじゃないのかな。もちろん片方がなくなっちゃうんじゃないかって、生き残った企業は残存者利益というのをちゃんと享受できるわけだけれども。そして、現在はリアル店舗vsバーチャル店舗の対決が早くも浮かび上がって来ているというのは必然の流れかもね。

斎藤：しかし、これは決着まで20年もかからないな。常にコストが安くビジネスが回ってその分を消費者に還元できる業態が勝者になるわけだから。

三浦：弊紙eコマース特集(7月29日号)によると、ブランドでは総売上高の20%がとりあえずの目標というけれど、これは30%、40%と簡単に更新されて来るかもね。一部を除き進捗が見られない中国ビジネスなんかよりも投資効果は確実だよ。そうは言っても、発送スピードを上げるための物流基地づくりなんかには資金もかなり要るみたいだけれどね。

7/22 MON ティファニー本国CEO来日懇親会

百貨店トップとともに日本の第1四半期2ケタ増を祝う!

ティファニー・アンド・カンパニーのマイケル J.コワルスキー会長兼最高経営責任者(CEO)が約2年ぶりに来日。丸の内店で懇親会が行なわれた。「日本ではプライダが強いが、ダイヤモンドジュエリーをもっと伸ばしていけると思う」とコワルスキーCEO。日本の第1四半期売上高が対前年比120%という結果に乾杯!

1.左から、ティファニー・アンド・カンパニーのステファン・ラウェイ=アジア パシフィック&ジャパン リージョン グループ・ヴァイス プレジデント、同社のマイケル J.コワルスキー会長兼CEO、ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インクのダニエル・ペレル=マネージング・ディレクター 2.三越伊勢丹ホールディングスの大西洋・社長 3.東武百貨店の重田敦史・社長 4.小田急百貨店の小川三木夫・取締役会長 5.同社の楠本達夫・社長 6.J.フロント リテイリングの山本良一・社長 7.阪急阪神百貨店の武田隆・執行役員 8.水戸京成百貨店の西村寛・社長 9.遠鉄百貨店の若立文雄・常務取締役 10.高島屋の松本靖彦・専務取締役(代表取締役) 11.そごう・西武の松本隆・社長 12.近鉄百貨店の飯田圭児・社長



7/11 THU 「アート アーティスト アルチザン」オープニング

ドイツのクラフツマンシップ、ここにあり

「コンテス」と「ライカ」の共通点は?答えはドイツ。そして、職人仕事による品質の高さだ。両ブランドが加盟し、独のクラフツマンシップを支援する団体マイスタークライスが、クリスチャン・ロートマンによる写真を紹介するイベントを開いた。母娘で表わす「和」が日本人の心にすっと馴染む。

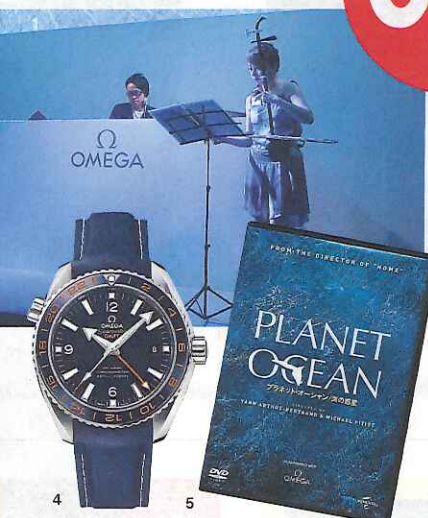


1.左から、アンドレアス・マン=コンテス社長、「コンテス」のバッグを手にした井野智恵子アクリスジャパン社長、フォルカー・シュタツェル駐日ドイツ連邦共和国大使、クレメンツ・フランツ=マイスタークライス会長、福家一哲ライカカメラジャパン社長 2.会場は南麻布の駐日ドイツ連邦共和国大使公邸 3.アーティストのクリスチャン・ロートマン 4.ロートマンの作品「マザー&ドーター」、ひとつのリングを母娘が持つ姿のスナップ 5.大使公邸の家具や調度品に作品が展示された

7/12 FRI オメガ「グッドプラネット」発表会

皆で地球環境保全を考える

地球環境保全を目的に設立された「グッドプラネット基金」のパートナーシップモデルを「オメガ」が発表。お台場のタブロイドでお披露目会が行なわれた。理論天文学者の小久保英一郎と写真家の石川直樹がそれぞれに見てきた辺境の地や環境に関するトークショーを行ない、来場者の問題意識を喚起した。



1.DJと二胡のコラボレーション演奏 2.小久保英一郎(左)と石川直樹 3.スウォッチ グループ ジャパンのクリストフ・サビオ社長 4.オメガ シーマスター プラネットオーシャン「グッドプラネット」73万5000円。売上げの一部が東南アジアのマングローブ林の保護を目的とするプロジェクトに寄付される 5.お台場「オメガ」がサポートしたヤン・アルテュス=ペルトラン監督による映画「グッドプラネットオーシャン」のDVD





7 / 11  
THU

# 「アート アーティスト アルチザン」オープニング ドイツのクラフツマンシップ、ここにあり

「コンテス」と「ライカ」の共通点は？答えはドイツ。そして、職人仕事による品質の高さだ。両ブランドが加盟し、独自のクラフツマンシップを支援する団体マイスタークライスが、クリスチャン・ロートマンによる写真を紹介するイベントを開いた。母娘で表わす「和」が日本人の心にすっと馴染む。

ツシヨンプランドでは「アディダス」が13位、「ナイキ」が17位、「ジョルジオアルマーニ」が20位だった。



1.左から、アンドレアス・マン=コンテス社長、「コンテス」のバッグを手にした井野智恵子アグリズジャパン社長、フォルカー・シュタンツェル駐日ドイツ連邦共和国大使、クレメンツ・フランツ=マイスタークライス会長、福家 一哲ライカカメラジャパン社長 2.会場は南麻布の駐日ドイツ連邦共和国大使公邸 3.アーティストのクリスチャン・ロートマン 4.ロートマンの作品「マザー&ドーター」は、ひとつのリングを母娘が持つ姿のスナップ 5.大使公邸の家具や調度品に作品が展示された

WWD Japan vol.1759  
August 5 & 12, 2013  
Party & Event eye

---

①

Thursday, July 11  
"Art- Artist - Artisan" Opening  
German Craftsmanship is here!

②

What is the commonality between COMTESSE and LEICA Camera? The answer is first, German brand and then, the high quality products created by craftsmanship they have. MEISTERKREIS, which is the association supporting German craftsmanship, took over the exhibition of the project "Mother & Daughter" by artist, Christian Rothmann in cooperation with COMTESSE and LEICA Camera at German Ambassador's residence. The 'harmony just like <ring>' expressed by mothers and daughters could fit the minds of Japanese people.

③

Photo No.1: Left to right. Mr. Andreas Mann, President of COMTESSE / Ms. Chieko Ino with a COMTESSE handbag, President of Akris Japan / Dr. Volker Stanzel, Ambassador of the Federal Republic of Germany / Mr. Clemens Pflanz, CEO of MEISTERKREIS / Mr. Kazunori Fuke, President of LEICA Camera Japan

Photo No.2: The venue was German Ambassador's residence at Minami-Azabu in Tokyo.

Photo No.3: Mr. Christian Rothmann, artist

Photo No.4: Mr.Rothmann's works - "Mother & Daughter", snaps of mother and daughter having a juggling ring

Photo No.5: Works displayed on furniture and household equipment at the residence

7/11  
THU

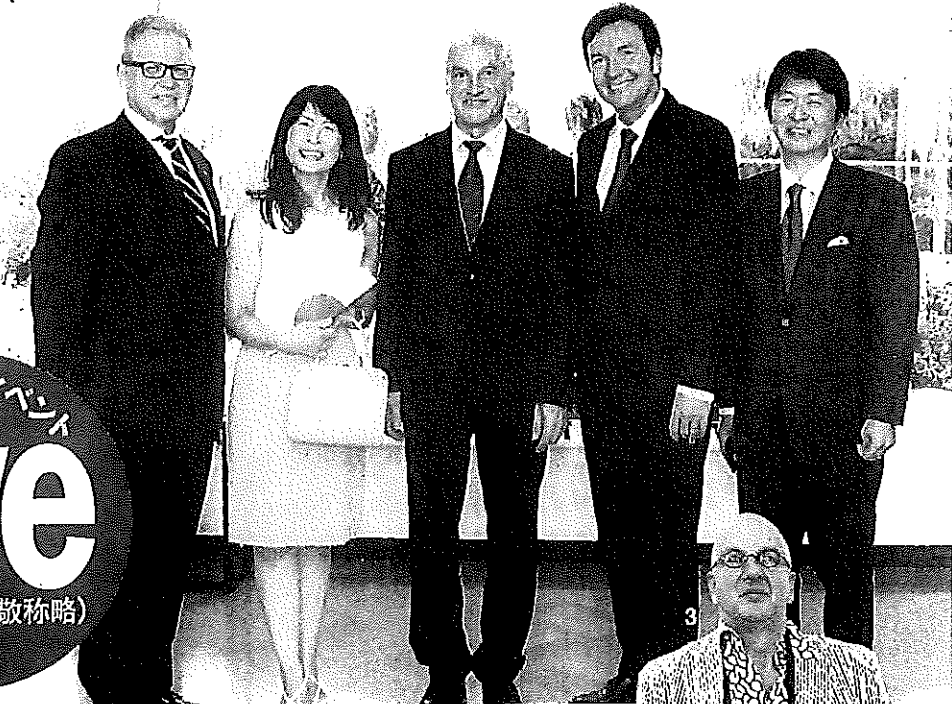
# 「アート アーティスト アルチザン」オープニング ドイツのクラフツマンシップ、ここにあり

①

②

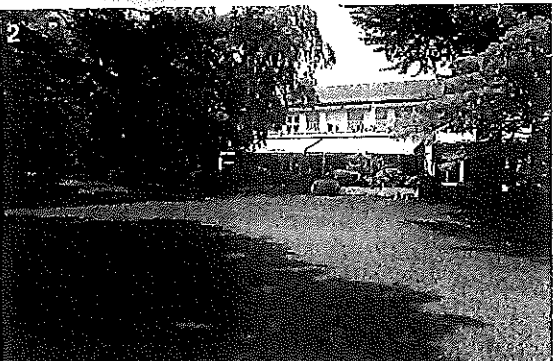
「コンテス」と「ライカ」の共通点は？答えはドイツ。そして、職人仕事による品質の高さだ。両ブランドが加盟し、独自のクラフツマンシップを支援する団体マイスタークライスが、クリスチャン・ロートマンによる写真を紹介するイベントを開いた。母娘で表わす「和」が日本人の心にずっと馴染む。

1



パーティ&イベント  
**eye**  
(敬称略)

ツシヨンプランドでは「アディダス」が13位、「ナイキ」が17位、「ジョルジオアルマーニ」が20位だった。



③

1.左から、アンドレアス・マン=コンテス社長、「コンテス」のバッグを手にした井野智恵子アグリスジャパン社長、フォルカー・シュタンツェル駐日ドイツ連邦共和国大使、クレメンツ・フランツ=マイスタークライス会長、福家一哲ライカカメラジャパン社長 2.会場は南麻布の駐日ドイツ連邦共和国大使公邸 3.アーティストのクリスチャン・ロートマン 4.ロートマンの作品「マザー&ドーター」は、ひとつのリングを母娘が持つ姿のスナップ 5.大使公邸の家具や調度品に作品が展示された