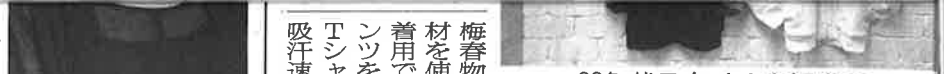

90年代スタイルを提案する

ス企画生産販売契約を結び、18年春夏物から販売する。「90年代のカジュアルスタイルが広がりを見せている動きに対応し、東京五輪に向けてスポーツ・健康市場を活性化したい」（ベビーフェイスの須藤誠人商品部企画室マネージャー補佐）として契約した。

12月店頭投入予定の梅春物でポリエステルの機能素材を使ってセットアップとして着用できるパーカ、ジョガーパンツを企画。18年2月から半袖Tシャツを店頭投入する計画。吸汗速乾のポリエステルと綿1

0～4900円、パンツ2900～3900円を予定。販路は

ドウシシャ、18年春夏物から米コンフォートサンダル「テリック」スポーツ系専門店などへ

ドウシシャ（大阪）は米コンフォートサンダルブランド「テリック」＝写真＝の日本国内商標権、独占輸入販売権を持つフェローズ（東京）との間で国内販売特約店契約を結び、18年春夏物から販売する。

同ブランドは12年、スポーツ後の疲れを解消するなどの「リカバリーサンダル」として米国でテリックインターナショナルが販売を始めた。13年には米紙「ニューヨークタイムス」が選ぶ「ベストコンフォートシューズ賞」を受賞した。サンダル本体は抗菌性があってリサイクル可能な開発素材「ノバロン」を使っている。

店頭投入は18年3月末を予定する。商品は3型。「フリップフロップ」と呼ぶ商品は4サイズ8色、レディスの「ゼットストラップ」のサイズは22㌢から24・5㌢で2色。メンズの「スライド」のサイズは26㌢から28・5㌢で1色。価格は4800円。販路はスポーツ系専門店中心。

輸入卸・ブランドマネジメントのフェローズは、米テリックインターナショナルと独占輸入販売契約を結び15年春から販売を始めた。その後、独占的マスターライセンシー契約も結びカイタックファミリーとアパレルとバッグのライセンス契約を結んで17年春夏物から販売している。

ほか、東京、パリ、ニューヨーク、ロンドンの4大都市をイメ

り上げた。

米アクティブ・コレクティブ展とスイム・コレクティブ展

来年1月展から同時開催

水着もアスレジャーを意識して

米国ロサンゼルス近郊で年2回開催されるアクティブウエアの展示会「アクティブ・コレクティブ」と水着の展示会「スイム・コレクティブ」が、来年1月展から合同開催される。会場はロサンゼルス近郊のアナハイムにある「アナハイム・コンベンションセンター」で1月11日から2日間。

昨夏、アウトドアリテーラー展やサーフエキスポ展なども運営するエメラルド・エキスポジションズがアクティブ・コレクティブとスイム・コレクティブを買収、バイヤーなどへのサービスの内容を工夫してきた。

アクティブ・コレクティブは拡大するアスレジャー市場を背景に盛況が続く。水着もブランド数と需要の増加の傾向が依然として続いている。二つの展示会が同時開催されれば、出展ブランドにとって新規客を獲得する機会が増え、バイヤーにとっての利便性も増す。

アクティブ・コレクティブにはノードストローム、バーグドルフグッドマン、フット・ロッカー、セルフリッジなど有名店のバイヤーの来場が目立つ。スイム・コレクティブにはニーマン・マーカス、サックス・フィフス・アベニュー、ノードストローム、アマゾン、リボルブ、ズーミーズから海辺の小さな水着ショップまで約400店のバイヤーが来場する。

アクティブ・コレクティブの主な出展ブランドは、アロ・ヨガ、ビヨンド・ヨガ、エレクトリック&ローズ、フリー・ピープル、ムーブメント、グライダー・アパレル、リクイド・アクティブ、オンジー、リーボック、ローヌ、スピリッツ59。スイム・コレクティブの主な出展ブランドは、フランキーズ・ビキニズ、ルリ・ファマ、エル・スペース、メリッサ・オーダバッシュ、MGS、ロビン・ピッコーネ、トリ・プレイバー、タビク、ヴィックス・スイムウェア。

（ライター・藤本庸子）

バングラデシュの生産キャップの一例

7日、東京・日本橋に「ステットソン」旗艦店

中央帽子

中央帽子（大阪市）は7日、東京・日本橋馬喰町に米帽子ブランド「ステットソン」の旗艦店を開く。同ブランドのショップは過去、ニューヨークに存在したが現在はなく、世界で唯一のオンリーショップとなる。中央帽子は同ブランドの輸入、ライセンス生産販売を手掛けてお

帽子製造卸のナカシマ（名古屋市、中島正義社長）は18年7月期からバングラデシュ生産を開始する。同社のチャイナプラスワンの軸であるベトナムの製造コストが上昇していることから、次の生産基盤を構築するのが目的。

バングラデシュの首都ダッカにある、300人規模の工場を活用する。生地は韓国から持ち込む。3カ月ほどの納期を要するため、アイテムはメンズのメッシュキャップ、ワークキャップなど定番に絞る。価格は1900円が中心。

「工場はキャップのつばがフラットタイプなど力チッとした

品に問題がなければ今期中に2回追加発注し、トータル3万個をバングラデシュで生産する計画だ。

ベトナム生産は減らすものの継続する。韓国生地を使っているが、現地ベトナムの生地に切り替え、コストを2、3割カットする計画だ。

ナイキジャパンは9月28日渋谷区と包括連携協定を結んだ。地域でのスポーツ活動などに共同で取り組み、多様性社会（ダイバーシティー）の実現や文化交流の促進などを目指す。協定名は「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー（S-SAP）協定」。今後両者は①スポーツ、フィットネス、身体活動、運動、身体活動・運動を伴う遊び及び健康増進②多様性社会の実現③若者文化の表現と活動の促進④地域コミュニティーの活性化、観光及び文化的な活動の促進⑤災害復興対策――に関し、連携して支援する。

また、同協定を促進・実現するための学び合いを目的とした人材交流も積極化する。

トートバッグコンテスト作品展

スーパープランニング

スーパープランニングは12月22日、自社で運営する「モンギャラリー」（東京）で第1回ルートート・トート・アズキャンバスデザインアワード作品展を開く。

ルートート・トート・アズキャンバスデザインアワードトートバッグをキャンバスとして使ってアートを表現するコンテスト。10月10日のトートバッグの日に受賞作品を発表する今回は、4歳から60歳までの人・92作品の応募があった。真家の浅井慎平さんら5人の部審査員が審査する。

●コムサ社長に就任した 麻生直美さん

ていく」と、強みをさらに磨いていく考えだ。

サービスの向上も重点に掲げる。ファイブフォックスでのスタイリストの経験も生かし、「アイコンタクトでお客様の要望を感じ取り、自然なアプローチでおもてなしのレベルを上げていく」。心地よい接客を強化し、「もの、空間、サービスの三つを確立していく」とする。

収益の改善もミッションとなる。現在34店を出しているが、中には収益性の低い店もある。「出店先はまずは百貨店の婦人服フロア。買い物の途中でカフェを楽しんでいただける最も出したい場所。さらにSCでも成功事例を作っていきたい」という。10月に出店する高崎オーパではそんな成功例を目指す。まだ弱いテイクアウトを強め、確かな売り上げの柱にすることも課題だ。

ファイブフォックスに入社してから今年8月まで一貫してメンズ、レディスのアパレル事業に携わってきた。いきなりの社長業で戸惑いもあったが、「アパレルと共通する点も多い」としたカフェをさらに進化させていく。

（武）