

# SPORTS LIFE STYLE スポーツラ

## 好調持続する「パーリーゲイツ」 担当者に聞く

TSIの「パーリーゲイツ」が好調を維持している。上期(3~8月)のブランド売り上げ(派生含む)は、前年同期比34.3%増の71億3600万円だった。ブランドのかじ取りを担う同社第3ディビジョン第1事業部パーリーゲイツセクション長の岡田浩治氏と同パーリーゲイツセクションディレクターの酒井昭征氏に、好調要因と今後の戦略を聞いた。

### セールせずに大幅増収

——上期の状況と要因を。

岡田 パーリーゲイツ単体では27%の増収でした。プロパー店・卸売り・E.C・アウトレットの役

なシリーズ「パーリーゲイツエッセシャル」が始まった。

酒井 狙いはゴルフ以外で未永く着られる日常の服です。ネイビーと白の2色で、ポロシャツや台形スカート、5ポケットパンツのほか、10月からはカシ

ミヤニットや靴下なども加わりました。毎回、カタログの最後で紹介し、同じアイテムでも新しい着



酒井氏(左)と岡田氏

とコラボレーションで様々な愛を表現し、ゴルフブランドとして愛を叫びたいと思っています。

## 春夏物75%消化、来春は「愛」を叫ぶ

割を改めて明確化し、全4販路で目標・前年実績をクリアしたところが評価すべき点です。特にプロパー店では、セールをせずに新規商品をお客様と対話をしながら丁寧に販売することを徹底できました。その結果、21年春夏物の消化率は、これまでの水準を10%以上上回る75.8%に達しました。マークダウンせずにこの数字をだせたのは快挙だと思っています。

——今秋から、無地でシンプル

こなし方を見せていきます。今後は、同シリーズから家具や食器も扱います。

### 五つの異業種と協業

——22年春について。

酒井 テーマは「愛」。コロナ禍で人と会うことができず、より人とのつながりが意識されるようになってきたことが背景にあります。染み入るような赤をキーカラーに据え、3月には五つの異業種

——ゴルフブームに何を思う。

岡田 企業参加が増えて業界が盛り上がるのは良いことですが、過剰になってしまって、(ブームが去ったあとに)大量に製品が残るのは考えものです。

酒井 この状況にあぐらをかいていると、ブームが去った時に自分たちも消えてしまう恐れがあります。だからこそ、今まで以上にプレッシャーを本気でやらないと残れない気がしています。