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 なシリーズ「パ 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。

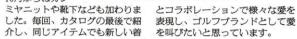
セールせずに大幅増収

--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・EC・アウトレットの役 介し、同じアイテムでも新しい着 を叫びたいと思っています。

ーリーゲイツエ ッセンシャル」 が始まった。

酒井 狙いは ゴルフ以外で末 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





酒井氏(左)と岡田氏

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工 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が以上 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 になってきたことが背景にありま のは快挙だと思っています。

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 す。染み入るような赤をキーカラ -今秋から、無地でシンプル 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 企業参入が増えて業界が 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 ブレずに本気でやらないと残れな い気がしています。