

サンエー・ピーディー 「ジル バイ ジルスチュアート」が10周年

バッグとECが好調で前年比20%増

サンエー・ピーディーの「ジル バイ ジルスチュアート」が好調だ。2018年2月期の売上高は、現時点で前年比20～25%増で推移。新規出店を除く既存店でも5%増で堅調だ。

現在デジタルを強化しており、カタログはウェブに移行し、公式ホームページのオリジナルコンテンツとして、年間8つのテーマで撮影を行い公開している。17-18年秋冬には人気モデルの岸本セシルや堀田茜を起用。Instagramはプレスが商品情報やルックを掲載するアカウントと、店頭の販売員のコーディネート公開する着用画像をまとめたアカウントを使い分け、計約13万人以上のフォロワーを獲得している。現在EC化率は26%と既に高いが、これを18年度に28%、19年度までには30%に引き上げる目標だ。アイテムではバッグが好調だ。高花忠義「ジル バイ ジルスチュアート」事業部長は「ウエアでは中心顧客は20代前半だが、バッグは10代後半の学生から、20～30代以上の働く女性や主婦まで多くのお客さまの需要がある。インバウンド客も多い」と語る。17年2月からバッグの専門店を開き、現在渋谷の東急東



1.2018年春夏コレクション 2.売れ筋のトートバッグ 3.定番人気のバッグ「ナイロン バゲージ」 4.10周年を記念したビジュアールとリボンをあしらったバッグ

横店など3店舗を構える。来春には新たに福岡・

天神エリアに開く予定だ。

18年にブランド設立10周年を迎える。18年春夏にはアニバーサリーを記念してビジュアールやリボンの装飾を施したバッグコレクションをラインアップする。さらに「インスタ映え」を意識した顧客向けのリアルイベントを企画中だ。