2019/6/28　(C)繊研新聞 2面

アングローバルとの提携実る

アウトドアの「アンドワンダー」

″サステイナブル″重視

アウトドアブランド「アンドワンダー」が好調だ。今年1月にTSIホールディングス（HD）の子会社、アングローバルへの全株式譲渡を発表したアンドワンダーは「クリエイションに専念できる環境をつくり、アングローバルと共同することで、″自然″に近い服の物作りの基盤を整えた」としている。一方、アングローバルも「市場拡大を最優先にするのではなく、サステイナブル（持続可能）な関係を重視する」（中田浩史取締役）方針。大手アパレルメーカーとデザイナーブランドの新しい共同の在り方を示している。

（北川民夫）

スプラッターハンドペイントを施したジャケットが人気

アンドワンダーは19年春夏及び秋冬向けで、国内外の市場での売上高がそれぞれ前年比2ケタ伸長している。今春夏向けの商品では、20デニールのナイロンを使った生地に、7μの無孔膜ポリウレタンフィルムをラミネート加工した、スリーレイヤーの耐久撥水生地を生かしたライト・レイン・ジャケットを販売。バックパックはポリエチレン繊維を紫外線遮蔽樹脂でラミネートしたフィルム状の生地「キューベンファイバー」を使用するなど、本格的なアウトドア仕様の商品が人気となった。

19年秋冬向けでは再帰反射プリントを生かしたモードなデザインと機能性に優れた商品を提案してバイヤーから好評だった。京都の染め職人が1着ごとに再帰反射のスプラッターハンドペイントを施したジャケットは、ナイロンのリップストップと透湿防水ラミネーション「イーベント」を組み合わせた生地を使用。また、今秋冬からは仏アウトドアブランド「サロモン」とハイキングシューズの共同開発をスタートして注目された。

アンドワンダーの取引店舗数は国内約100店、海外は英国やイタリア、香港など約40店。また、ハイキングやキャンプの企画を行う「アンドワンダーハイキングクラブ」を運営しており、顧客とのコミュニティーづくりを進めている。

アンドワンダーの物作りはデザイン性に優れたアウトドアアパレルとして、海外市場における認知度が高い。商品特徴は、3000㍍級の登山に対応する機能性とともに、アンドワンダーハイキングクラブを通じて顧客とともに着用した際の着心地や実用性を検証して商品企画を行うところにある。別注の付属品や再帰反射素材を使用するなどデザインへのこだわりも強い。

アングローバルの中田取締役は「当社の生活者の価値観を広げる″補助線″を引くような提案をアンドワンダーとともに行う。並走しながらアンドワンダーが今やりたいことを丁寧に確認して進めていく。急激な拡大ではなく、じっくりとブランドが成長していければいい」とする。

両社の提携以前からの取引先のショップの中には、アングローバルとの提携によって「アンドワンダーの物作りの姿勢の変化や、市場拡大に向けた御し先の大胆な切り替えがあるのではないか」との懸念が一部あったが、アングローバルは「従来の売り先との関係を継続する」ことを重視。アングローバル及びその親会社のTSIHDがバックにあることで「数年先を見越した素材の発注が容易になり、素材選びの幅が広がることで、物作りを支援できる。これまでのブランドの良さを損なうような介入はしない」としている。

アンドワンダーの欧州をはじめとする海外市場での認知度の高さもあって、20年春夏向けからは、海外の有力素材メーカーからの生地供給や、海外のファクトリーブランドとの協業をスタートする予定だ。