

TSI グルーヴアンドスポーツ 「セント・アンドリュース」

20年、売上高20億円目指す

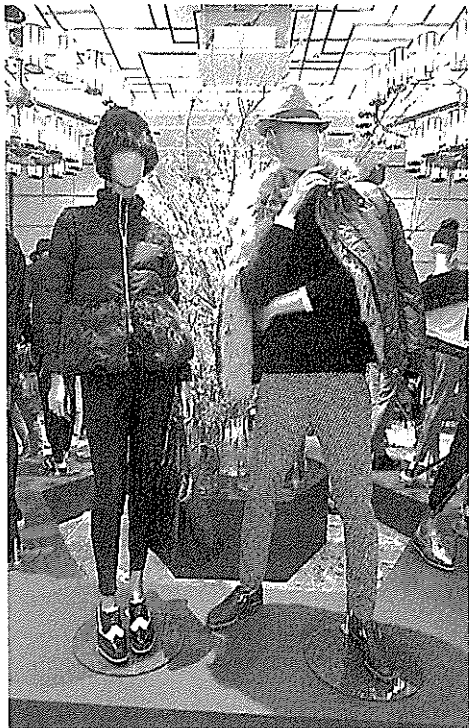
アパレル・アクセス サリーのライセンスで

TSI グルーヴアンドスポーツは、17、18年秋冬から始める「セント・アンドリュース」ブランドのアパレル・アクセスサリー製品のリセンスビジネスで、2020年までに売上高20億円を目指すと発表した。商品をラタグジュアリーなブラックレーベルとプレーゴルフを意識したホワイトレーベルに区分し、ブラックは直営店・EC店舗、ホワイトはゴルフ専門店中心に販売する。

パートナードリッパとライセンス契約を結んだ英国のセント・アンドリュースリンクスは、欧州最大のゴルフ複合施設を運営する。所有するゴルフコースの

一つ、「オールド・コース」は1552年に始まった世界で最も古いゴルフコースとして知られ、メジャー大会の全英オープン（相場新善セント

の商品はセント・アンドリュースでプレーしたり、観戦するラグジュアリーな人々のゴルフ・ライセンススタイルをイメージし、「セクシーでありながら品を保てる」（仙座学社長）ように仕上げた。各レーベルは「ブラックでブランドイメージを作り、ホワイトで売上げの基盤を作る」（相場新善セント



セクシーでありながら品の良い商品が揃う

アンドリュース事業部部長）役割で、ホワイトの価格帯はポロシャツで1万3000円中心と、既存ブランドの「パーリーゲイツ」より一格下に設定した。

スタート時の売上げ構成は、ブラックレーベル25%、ホワイトレーベル75%を見込む。初開催した展示会ではブラックレーベルのレイディスが注目された。ネックやショルダー部分に繊細な刺繍、裾部分にフアー

をあしらひ、フロントと袖部分に金色のフアスナーを使った中わたジャケット（12万円）や、ストレッチの効いたジャカード織地にもかかわらず、柄が崩れないパンツ（4万8000円）などがその好例となった。