

2018年(平成30年)1月23日 火曜日



「ジャッツ」を手にする
矢島社長

フレックスジャパン

米で新ブランド 「加納屋」を販売

オーダーシャツと「ジャッツ」

フレックスジャパン(長野県千曲市、矢島隆生社長)はオーダーシャツと「ジャッツ」(シャツジャケット)の海外販路の拡大を目指して、今上半期に米国で新ブランド「加納屋」を発売する。ニューヨークのマンハッタン・ソーホー地区にある「和技WAZA」ショップで「加納屋」のオーダーシャツ(現地小売価格で1000ドルから)とジャッツ(500ドルから)を販売する。加納屋はフレックスジャパンの前身である加納屋商店(江戸時代から繊維商を営んでいた)の屋号。(亀井善史)

昨年オーダーシャツとジャッツの販売は好調だった。同社はオーダーシャツの拡大に向けて、今年は効率的な生産背景の構築と市場拡大に向けた活動の強化に取り組む。具体的には「オーダーシャツが初めての客は購買の心理的ハードルが高い」ことから、透明性の高い販売手法を提案する。

昨年11月から国内で「おまかせオーダー」か「お好みオーダー

か、二つのオーダーシステムから選べる「フレックスオーダー」の提案を始めた。二つのオーダーシステムは仕立て代と生地値を区別。おまかせオーダーは仕立て代が6000円前後から、生地代が1000円前後からで、総額は7000円前後から。お好みオーダーの総額は8000円前後からとなる。お好みオーダーは国産、おまかせオーダーは国産のほかミャンマー生産も昨年11月から開始した。納期は2週間から。フレックスオーダーの国内取扱店舗は約3000店。

海外では昨年「軽井沢シャツ」のオーダーシャツがインド

ビジネスとして 通用するか試す

矢島社長の話 欧州ではものが通用するか実験し、ニューヨークではビジネスとして通用するかに挑戦する。ピッティ・イマージネ・ウオモでもジャッツは徐々に認知されてきた。今、流通や商品にもオーダーレスの波が押し寄せており、うまくやれば発展の可能性がある。

ネシアやベトナムなどで伸び、

欧州ではジャッツが伊ピッティ・イマージネ・ウオモで受注が増えており、今年もさらに伸ばす。米国では将来的にネット販売も計画している。