

中古品のバイセル、初の海外事業

着物 蒙古に

中古着物リユースのバイセルテクノロジーズ(東京・新宿)は11月、モンゴルに進出する。日本国内で買い取った中古着物を輸出。現地の衣料品メーカーがモンゴルの民俗衣装に新たに作り直し、衣料品店などで販売する計画。フリマアプリの普及で中古品市場が拡大するなか、バイセルは買い取り量を順調に伸ばす。一方で販路の確保も進めよう。伸びる成長を目指す。



買い取った着物をモンゴルの民俗衣装「デール」にリメイクして販売

民俗衣装に仕立て直し



中古品の国外輸出などを手がける日本リユースシステム(東京・港)と協業する。同社の海外進出は初めて。仕組みはまず、日本から中古着物をモンゴルに輸送する。その後、現地の衣料品メーカーに委託し、モンゴルの民俗衣装「デール」にリメイクする。今後はモンゴル各地

の衣料品店と交渉を進め、数年内にこのデールの取扱店を300店にすることを目指す。バイセルは自社で買い取った中古着物のうち、国内で再販が難しい商品を中心に月間数万枚を輸出する方針だ。既に3月から首都ウランバートルの高級ブランド店で試験販売しており、半年間の売れ行きは好調に推移する(バイセル)という。

バイセルは試験販売などの市場調査を進めた結果、モンゴルで日本の服や文化への関心が高まっているとみる。日本の伝統的な着物のデザインは「デールと共通するところが多い(バイセル)」といい、現地で開いた中

古着物のリメイク講座には数十人が受講した。このため、中古着物を活用して商品を生産・販売できると判断した。バイセルはモンゴルでの事業の進展次第では、他国への拡大も視野に入れている。

バイセルは中古着物リユース最大手。有名タレントを起用したテレビCMを投下する広告戦略をテコに、消費者の自宅に届く「出張買い取り」サービスに強みを持つ。少子化や結婚数の減少などで着物を着る機会が減り続けるなか、自宅に保管する着物を処分したいと考える高齢者は多く、バイセルはこうした層を取り込んだ。またフリマアプリの普及で中古品の売りに抵抗のない人が増えたことも追い風に、年間で100万枚以上の中古着物の買い取り実績がある。高齢化の進展で生前に所有品を処分したり、遺族が遺品の整理をしたりするケースはますます増える見通しだ。一方で、買い取った着物の販売網の拡大も欠かせない。バイセルは現在、買い取った着物を他の事業者や、自社のネット通販サイトで販売している。モンゴルへの進出で、買い取りだけでなく、新たな販路も確保すること、事業基盤をより強固にする考えだ。

ゲオの衣料新品も

コラボPBに祖業の知恵

1面から続く

急成長するセカンドス

トリートは新品市場でも

存在感を示す。11年に立

ち上げたプライベートブ

ランド(PB)「アンテ

ィクローズ」は、Tシャ

ツやキャップに加え、海

外ブランドや映画作品と協業したコラボも展開する。例えば映画「バック

トゥ・ザ・フューチャー

」とのコラボTシャツ

り、現在は千葉市に単独

店を設けている。

海外事業にも力を入れ

る。第1号は18年の米ロ

サンセルズで現在は3店

舗ある。20年3月期中に

10店舗、将来的は100

店舗に広げる方針だ。現

地の消費者から買い取り

販売するビジネスモデル

は国内と同様だ。

買い取った商品のうち

ち、米国限定品などは日

本に送って販売する取り

組みを進める。4月に原

宿店などで開いた「ナイ

キコレクション」では米

国産スニーカーがほぼ完

売。また、マレーシアで

の古着卸事業は現地の中

バイセルは年100万枚

を越す着物を買い取って

いる(千葉市内の倉庫)

古店から支持を集める。

新品の大量生産の衣料

では、おしゃれ欲求の強

い若者のニーズを満たし

きれない。一点モノを求

める流れを受けて、超高

級ブランドも古着を扱う

のが今のトレンド。もっ

たいないだけではない消

費者意識をくみとるセカ

ストは「セカンドハンド」

(中古品)だけでなく、

ファッションのメインス

トリートでも存在感は増

す一方だ。

カネボウ化粧品は高着

圧で足のむくみ軽減が期

待できるストッキング

「美庄の天使」を発売し

た。芯糸をナイロン糸で

2重に巻く構造を採用。

通常の1重巻きのストッ

キングと比べて、強度を

高くしたほか約2割高い

着圧を実現した。足首か

ら太ももにかけて段階的

に圧をかけて足をすっ

りみせられるという。

ストッキングブランド

として22年の歴史をもつ

「カネボウエクセレンス

から売り出す。弾力性の

高い糸で、圧迫感の少な

い

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

は、

消費増税後、高額品は不調...



松屋銀座「食事券も税率8%」

百貨店各社が29日、2020年の正月期間に売り出す福袋のメニューを打ち出した。消費増税に伴う軽減税率の対象となる食料品のほか、対象外の外食についても、飲食店やイートインでお得に食事ができる種類をそろえた。百貨店業界は主力の高額品で増税後の反動減が見込まれる。このため、年末年始に自宅で過ごす家族層をにらみ、食品の販促を強める。松屋銀座(東京・中央)

百貨店福袋食品プッシュ

ストッキング着圧十快適 カネボウ

は、税率を20年間で10%から8%に引き下げたことにより、食品の税率が8%となった。百貨店業界は主力の高額品で増税後の反動減が見込まれる。このため、年末年始に自宅で過ごす家族層をにらみ、食品の販促を強める。松屋銀座(東京・中央)