

kitson

このたび、株式会社ブランディング（代表取締役：大浜史太郎、本社：東京都港区、2008年10月に株式会社ゼイヴェルから社名変更）は、伊藤忠商事株式会社との間で、米国ロサンゼルス発信の高感度セレクトショップ、「キットソン」の日本国内における「キットソン」ショップ名の独占使用権と店舗開設運営、および「キットソン」ブランド商品のライセンスに関する契約を締結いたしました。また2009年春には当社が運営のもと第1号店となるフラッグシップショップがオープンします。

「キットソン」は、オーナーであるフレイザー・ロスが2000年3月にロサンゼルス・ビバリーヒルズのロバートソン・ブルバードに第1号店を出店して以来、リンゼイ・ローハン、パリス・ヒルトン、ニコル・リッチー、レオナルド・ディカプリオなどを顧客に、セレブリティが集まる高感度なセレクトショップとして急成長。セレブリティとの巧みなコラボレーションによって一躍注目を集める存在となりました。

現在、ウィメンズを主に取り扱う旗艦店の「キットソンウィメンズ」（売場面積446㎡）をはじめ、「キットソンキッズ」「キットソンメンズ」、そしてレディスシューズやハンドバッグ、アクセサリなどを扱う「キットソンスタジオ」の合計4店舗を展開しています。

また今秋には、ビバリーヒルズロバートソン・ブルバードに279㎡のキットソン・キッズ・オン・ザ・プラザをオープンしたのを皮切りに、ロサンゼルスに売場面積725㎡のショップと、カリフォルニア州グレンデール郊外のショッピングセンター、アメリカーナ・アット・ブランドに1,339㎡の大型店を相次いで出店する予定です。

伊藤忠商事株式会社が契約元となり、株式会社ブランディングと「キットソン」ブランドの独占店舗運営及びサブライセンス契約を結びました。

流通マーケットが激しく変化する中で、新世代セレクトショップの今後の市場性に期待が集まっており、その流れに先鞭をつける市場戦略です。

例えば、トレンドを先取りしたインポートセレクト、セレブリティとのコラボレーションによる話題性あふれる小物雑貨、そして、ウィメンズからキッズラインまで「キットソン」ならではの幅広いライフスタイル提案を行うなど、多様な切り口で“LA発の高感度トレンドファッション”を仕掛けてまいります。

当社は国内最大級の女性向けファッションサイトを運営し、アパレルやビューティ関連商品のeコマース事業、さらにはブランドプロデュース事業を積極的に手掛け、また東京ガールズコレクションを活用してのクロスメディアプロモーションに実績を持っており、今年3月に開催された東京ガールズコレクションに「キットソン」を特別招聘して以来、「キットソン」によるリアルショップの可能性を感じ、更には、世界との架け橋になるであろう将来性から今回の導入に到りました。

新社名が表すように、「branding JAPAN, branding WORLD」という企業理念に基づき「キットソン」というショップから日本のブランド、日本のカルチャーを世界に発信していく考えです。

株式会社ブランディングでは、ショップ運営にあたり「株式会社キットソンジャパン」（土佐弘幸社長）を設立し、5年後には20店舗展開、売上高は50億円（小売上代ベース）を目指す計画です。

2008年11月17日

株式会社ブランディング

伊藤忠商事株式会社



「キットソン」プロジェクトの概要

役割分担

*伊藤忠商事株式会社

- 1.当プロジェクト全体の管理、海外との物流業務、及びキットソンブランドの価値向上とポジショニングの構築
- 2.ニューヨークやロサンゼルス及びヨーロッパをも視野に入れたファッション情報の提供やキットソンショップでの販売にふさわしい商品の開発
- 3.日本国内における旗艦店・路面店等の店舗開発

*株式会社ブランディング

- 1.キットソンジャパンを設立し、キットソンの店舗運営、商品MD、商品開発を担う
- 2.他社有名ブランドとのコラボレーション活動
- 3.広告宣伝媒体を活用して認知度を高める
東京ガールズコレクションやガールズウォーカー、ファッションウォーカー、女性誌、その他既存メディアを活用したクロスメディア戦略に乗せて認知度の向上はもとより、携帯電話、インターネットを活用した販促・実売戦略を構築

展開アイテムと小売販売価格（2009年春夏物）

【MDプラン】

| インポート | オリジナル | コラボレーション | 雑貨 |
|-------|-------|----------|-----|
| 30% | 30% | 15% | 25% |
| アパレル | | 雑貨 | |
| 65% | | 35% | |

【価格帯】

| | インポート | オリジナル | コラボレーション |
|------------|--------|--------|----------|
| コート | 49,000 | 29,000 | 39,000 |
| ジャケット&ブルゾン | 36,000 | 23,000 | 33,000 |
| ドレス | 33,000 | 19,000 | 26,000 |
| スカート | 21,000 | 13,000 | 18,000 |
| パンツ | 21,000 | 14,000 | 18,000 |
| ブラウス | 19,000 | 13,000 | 16,000 |
| ニット | 17,000 | 11,000 | 13,000 |
| カットソー | 11,000 | 7,900 | 9,900 |

※価格は中心上代（円）

展開販路と出店計画

販路は直営路面店（旗艦店）、全国主要都市ファッションビル、駅ビル、都市型百貨店。
出店計画は初年度が直営路面店1店舗を含む3～5店舗、5年後には20店舗展開に拡大する予定です。

売上計画

初年度が小売上代ベース10億円で、5年後には同50億年に拡大する計画です。



*** 株式会社ブランディング企業概要**

社 名 株式会社ブランディング

※2008年10月1日、㈱ゼイヴェルから社名変更致しました。

本 社 東京都港区西麻布 1-14-17

資 本 金 139,985,000円 (2008年10月1日現在)

代 表 者 大浜史太郎 (代表取締役)

設 立 1999年11月

従業員数 約300名 (グループ企業含)

売 上 高 非公開

事業概要 ・ブランディング事業

- ・ブランドアセット販売促進支援事業
- ・MC&ECプラットフォームの企画・開発・コンサルティング事業
- ・マーケティング事業
- ・モバイルコマース&モバイルディストリビューション事業
- ・コレクション&イベントプロデュース事業
- ・モバイル&ウェブ向け広告の制作販売事業
- ・エリアプロデュース事業

*** 株式会社キットソングジャパン企業概要**

社 名 株式会社キットソングジャパン

本 社 東京都港区西麻布 1-14-17

資 本 金 259,750,000円 (2008年10月末日現在)

代 表 者 土佐弘幸 (代表取締役)

設 立 2008年8月

従業員数 5名

事業概要 ・アパレル製品、化粧品、日用雑貨の企画・販売・輸出入

・インターネットによる通信販売業務

・各種イベントの企画・立案・管理・運営業務

kitson

Kitson ヒストリー&フィロソフィー

「キットソン」のオーナーであるフレイザー・ロス (Fraser Ross) は、もともとはカナダのトロントでトレンドイナ Ice プティック (小売店) を営業していましたが、2000年3月米国ロサンゼルス・ビバリーヒルズのロバートソン・ブルバードに 223 m²の「キットソン」ショップを出店したのが「キットソン」の始まりです。

2002年、女優のハル・ベリーがキットソンで「イニシャル」バッグを購入したことから、このバッグがトレンドイナな旬のアイテムとなり、ショップも一躍有名になりました。これが成功し、名前が売れたことでキットソンは、Team Jolie/Aniston シャツ、ヴォンダッチトラッカーハット、UGG ブーツ、True Religion デニムなど、流行の最先端をいくさまざまなセレブリティなコンテンポラリーファッションが買える店として注目を集めるようになりました。

キットソン第1号店をオープンしてのち、この店が熱狂的な支持を得てから2~3年以内に、同じロバートソン・ブルバードに新たなショップを3店出店しました。

2005年には子供服専用のキットソンキッズ (Kitson Kids) を、2006年にはメンズ衣料のキットソンメン (Kitson Men) を、そして2007年には婦人靴とアクセサリーのキットソンスタジオ (Kitson Studio) をそれぞれオープンしています。

ロサンゼルスでの成功を機に、eコマースの小売ポータルサイト shopkitson.com を介して全世界からの需要に対応するための事業を立ち上げました。

ロバートソン・ブルバードに面したキットソンショップには、トレンドセッターであるセレブリティやハリウッドの有名俳優たちが訪れ、今や、キットソンは世界有数のアパレルブティックに数えられるようになりました。

顧客名簿には、リンゼイ・ローハン、パリス・ヒルトン、ニコル・リッチー、レオナルド・ディカプリオ、アシャー、エヴァ・ロンゴリア・バーカー、ブルース・ウィリス、デビッド・ベッカム、ショーン・「P.ディディ」・コムズ、アシュレー・ティスデル、サイモン・コーウェル、アンジェリーナ・ジョリーなどが名を連ねています。

ハリウッドの人気スターたちの中でのキットソン熱は、彼らを偶像化し、そのファッションセンスを模倣しようとする何百万人ものファンたちの心をつかんでいます。事実、キットソンの売上げの大部分が、こういった夢を追いかける一般の消費者、ファッションビープル、セレブリティ好きのお客様による購買です。

キットソンの魅力は、何といても、その独特の品揃えにあります。

誰もが知る一流ブランドのプレミアムラインの展開はもちろんですが、特に魅力的なのは、フレイザー・ロスと彼の専門バイヤーチームには、未だ余り世間には知られていない個性的なブランドを発掘し、マーケティング展開する優れた技量があることです。バイヤーたちは世界中を駆け巡り、個性的なデザイン、優れた品質、そして何よりも「かっこよさ」を感じさせる新進気鋭のブランドを探し出します。

またキットソンは、独占販売権を取得し、それらの商品の初の取扱店になるなど取扱商品について優位性を持つことを重要視します。既成ブランドの高級ラインと、常に入れ替わる新進デザイナーブランドとの組み合わせによって、売上げは安定的に成長を続けています。

キットソンは、年齢や男女の別、国籍に関係なく、ファッション意識の高い顧客と共鳴し、成長路線を展開しています。

Kitson Stores

Kitson Women

キットソン第一号店（223 m²）は、2000年3月に 115 South Robertson Boulevard にオープンしました。

当初はメンズ、ウィメンズ、チルドレンの全てを取り扱う店でしたが、3度にわたる拡張を経て、現在は売場面積が 446 m²になり、直近の拡張と改装によって主にウィメンズを取り扱う旗艦店となりました。

Kitson Kids

2005年7月にキットソンキッズをオープンしました。

旗艦店から道路を隔てた 108 South Robertson Boulevard にあるこの店（129 m²）は衣料品を中心に子供と幼児の需要に応じています。

旗艦店と同様、子供にも最新のファッションを着せたいと願う多くのセレブリティが訪れます。キットソンのターゲットである夢多き顧客には子供を持っている人が多く、キットソンキッズはカリフォルニアのクールな生活様式と歩調を合わせながら、子供たちのニーズにも対応しています。

Kitson Men

上記の2店舗の成功に続き、2006年9月にメンズの需要に応えるため 146 North Robertson Boulevard に 307 m²の店を開店しました。

ブランドと価格帯を巧みに組み合わせて世界有数のメンズ衣料店に成長し、ファッション通のロサンゼルスのお客様のみならず、旅行者や世界中のトレンドセッターを惹きつけています。2007年にはメンズウエア業界誌 DNR の「最も影響力のあるメンズストア 30店」に選ばれました。

Kitson Studio

2007年6月には 142 North Robertson Boulevard に婦人靴とアクセサリを扱う店、キットソンスタジオ（233 m²）をオープンしました。

ももとはメンズやキッズと同様、キットソンスタジオの製品も旗艦店で販売していましたが、セレブリティよりも更に贅沢好みの地元顧客を取り込もうと考え、レディース向けファッション製品（ハンドバッグ、アクセサリ、靴、高級デニムなど）に特化しています。