

ワールド、安売り店に活路

「オフプライス」20店体制に

他社の在庫値引き販売

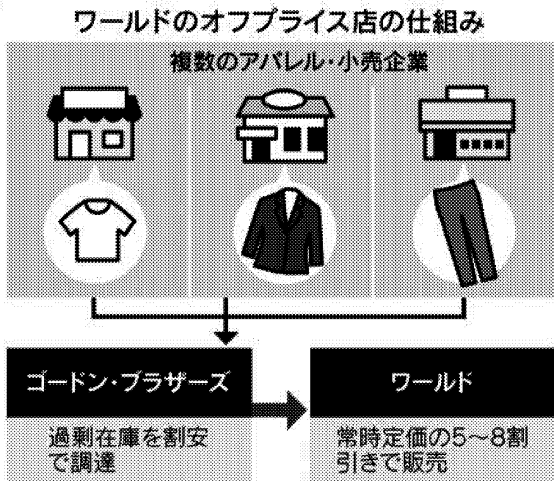
アパレル業界で「オフプライス」と呼ばれる業態が広がり始めた。様々な企業の売れ残りを調達して値引き販売する仕組みで、ワールドは今後2年間で現在の5倍の20店体制にする計画だ。アパレルは新商品の約半数が売れ残る過剰在庫を抱え、新型コロナウイルス禍で一段と苦境が深まっている。ブランド力の毀損覚悟で安売りに踏み込み、活路を探る。

東京・浅草の商業施設 主婦(33)は「百貨店にあるワールドのオフプライス店」&Bridge(アンドブリッジ)。「安いとほ」と驚く。e(アンドブリッジ)。

2月下旬のこの日は「最大90%オフ」の文字が店内に躍り、英高級紳士服「ハケットロンドン」の約10万円のジャケットは1万円だった。子連れの

500ブランド扱う

有名銘柄も含め約500ブランドを扱う。内装は鉄骨ポールなどで作られ簡素だが、商品は丁寧な並べられ「投げ売り」



「アンドブリッジ」には百貨店に出店する有名ブランドも多く並ぶ(東京・浅草)

多店舗舗化に踏み切る。まず2023年3月期末までに5倍の20店体制にし、将来的に年商を100億円に引き上げる。ワールドはコロナ禍を受けて22年3月期に7ブランドを廃止し、450店舗を閉める方針だ。苦境のなか、オフプライスを再成長の柱のひとつに据える。

3月13日には旗艦店として、茨城県の商業施設で約1500平方メートルの大規模を開く。自社ブラン

生命線は「鮮度」

ワールドの鈴木信輝社長は「生命線は商品の『鮮度』と強調する。各社の売れ残りの中からいかに消費トレンドに合い、値を下げれば売れるものを探し出すか。仕入れのパートナーに選んだのが、米国系企業のゴードン・ブラザーズ・ジャパ

ン(東京・千代田)だ。日本でも参入が相次ぐ。アパレル大手ではオ

フプライスは海外に成功モデルがある。「T J マックス」を運営する専門事業者の米T J Xは米欧に4500以上の店舗を構え19年度の売上高は4兆円超、営業利益率は1割台と高い。コロナ禍で20年度は前期比23%減収だが夏以降は復調。有力小売りの破綻が相次ぐ中で存在感は大きい。日本でも参入が相次ぐ。アパレル大手ではオ

「高額」離れで大量廃棄

衣料品の国内市場はバブル期の15兆円から9兆円規模に縮小した。消費者の高額ファッション離れと、「ユニクロ」など低価格品の浸透が要因だ。並行してアパレル各社の過剰在庫問題が深刻さを増してきた。

衣料品の国内市場はバブル期の15兆円から9兆円規模に縮小した。消費者の高額ファッション離れと、「ユニクロ」など低価格品の浸透が要因だ。並行してアパレル各社の過剰在庫問題が深刻さを増してきた。

コロナ禍に揺れた20年は各社が秋冬の仕入れ額を前年比で3~5割削減したが、客足の鈍りは想定以上だった。「20年の