

グリップインターナショナル

豪コンプレッション「スキンス」販売

新カテゴリーで企業の幅

来春夏からライセンス生産も

ゴルフウェアメーカーのグリップインターナショナル(神戸市)はオーストラリアで誕生したコンプレッションウェア「スキンス」の日本独占販売権を取得した。21年秋冬からインポート商品を主体に直営店とECでの販売を開始する。22年春夏からはライセンス生産によるスポーツカジュアルウェアや服飾雑貨も開始し、スポーツ専門店などへ販路を広げる。(小田茂)



スキンスは1996年に創業者のブラッド・ダファイ氏が運動中に最適な正確な圧力を与える「動的段階的着圧」の手法を初めてコンプレッションウェアに応用したという。オーストラリア理学治療協会が唯一承認する「コンプレッションアンダーウェア」となっている。

グリップインターナショナルはオリジナルブランドをはじめインポートブランド、ライセンスブランドのゴルフウェアを手掛け、19年に発売した「ヘンリークラブ」などではゴルフプレー以外に着用されるウェアも高い伸びを見せている。そこで、ゴルフでも使用できて、近年の生涯スポーツへの関心や健康志向に対応したコンプレッションウェアという新たなカテゴリーへ挑戦する。「ゴルフを本籍地としながらゴルフに関連したブランドを導入し、企業の幅を広げる」

スポーツ専門店などへ販路を広げる

22年春夏からはゴルフウェア開発で培ったクリエイションカやMDノウハウを活用したアパレルや雑貨のライセンス事業も本格化する。スキンスではサイクリング専門店販路なども想定しており、初年度小売売上高10億円、3年後20億円を目指す。同社の21年3月期売上高は18%の減収となった。コロナ禍による店舗休業などの影響を受け、百貨店販路が27%減、専門店販路が15%減となった。専門店販路ではEC専業向け卸売りは健闘した。自社ECも33%増と急伸した。人員体制を強化し、「ピバハート」をはじめ値頃感のあるブランドの販売が増えている。女子プロ選手を中心にブランドの露出効果が目立っており、SNSなどの波及効果

も出ている。

今目標15〜28%の増収により売上高30億円規模に回復させる計画。しかし、緊急事態宣言の再発令が相次ぐなど「百貨店販路の見通しが不透明」な状況に

ある。専門店販路は比較的堅調な受注状況にある。百貨店販路は22年春夏に向けて「ヒールクリーク」「ムニタルブ」などでシューズを充実するなど服飾雑貨分野の拡大も図る。