

DCを凌いだライセンスブランド隆盛の功罪

シューフィル たち 城 いっ せい 生

1980年代はファッションの高度化成熟化が進み、革靴の国内生産も5600万足（88年工業統計）とピークに達した時代。DCブランドを展開する新進企業群（企画問屋）がビジネスに変革をもたらし急成長する一方で、大手紳士靴メーカーが本格的に婦人靴の展開に踏み出し、有力婦人靴問屋もマーケティングや商品開発に力を入れていく。その具体的表現がライセンスブランドだった。

海外企業との提携は、54年の米・ジャーマンとチヨダシューズを皮切りに60年代のマレリー、リーガル、ハッシュパピー、マドラスなど紳士靴メーカーの技術提携、70年代のクリスチャン・ディオール、イヴ・サンローラン、ピエール・カルダンなどのブランド提携を大手企業では早くから手掛けていた。ただし、貿易制度や足型の問題もあり直輸入が難しいので名前を貸し借りしただけ的な、記号



ライセンスブランド最大のヒット商品、イヴ・サンローランのジュート巻きウエッジ。82年には100万足超を販売

としてのブランド展開の印象がぬぐえず大きな飛躍は果たせなかった。

それが70年代から80年代にかけて本格的なブ

ランドビジネス時代の到来と共に様変わりする。ファッション情報をいち早くキャッチした消費者が、業界人やバイヤー等より敏感にトレンドに反応、パリ、ミラノ、ニューヨーク発のブランドを求めるようになった。ライセンス物であっても、そこにブランド本来のコンセプト、デザインが反映されていれば、値ごろで買いやすい商品として好感された。

80年代半ばからライセンスブランドは毎年10以上増え続け、90年代始めには200を超えるブランドが展開されたと推測される。中には映画俳優の名前拝借といった便乗組もあったが、リーガルコーポレーションが展開したイヴ・サンローランのように年間販売額が100億円を突破（90年）した驚異的なブランドがあり、トム・マッキャン、クレージュ、ハッシュパピー、ベネトン、シャルル・ジョルダンなど年10億円以上販売するブランドも10前後あった。

90年代も、ライセンスブランドの躍進に沸く業界は新たな売れる“名前”探しに奔走する。しかし、本格的な国際競争が始まっているこの時期、本来グローバル化の中で戦うためのマーケティングやブランディングが必要だった。国際化の進展と共に、名ばかりのライセンス商品は急速に影を潜めてしまった。

主なブランドの契約・デビュー年

ライセンスブランド	年代	DCブランド
ジャーマン、マレリー、リーガル、ハッシュパピー、マドラス、シャルル・ジョルダン	1960年代	オベルカ
クリスチャン・ディオール、イヴ・サンローラン、ピエール・カルダン	70~74年	キサ、マイエ、ブランナーM
サシャ、ニナ・リッチ、マリ・クレール、ジャン＝ポール・ゴルチエ	75~79年	卑弥呼、マリールー、メダ、フィリップ・ボワイエ、モード・マフィア、コメックス、フィン、ザフティグ、ミス・ユー
エレガンス、クレージュ、トム・マッキャン、ランバン、レノマ、エコー、ダニエル・エシュテル、フリーランス、ミラ・ショーン、ランセル、クロエ、カサントレ、バーバリー、バレンシアガ、ギ・ラロッシュ、ヒロコ・コシノ	80~84年	トキオクマガイ、あしながおじさん、セ・パズル、デボラ、マダム・グレコ、モンピカソ、キャッチボール、エイゾー
ノーマ・カマリ、ルイ・フェロー、ジバンシイ、ケンゾー、フィオルッチ、ベネトン、ガンター、アンドレア・フェステル、ジャンニ・ベルサーチ、ジュンコ・シマダ、アダム&イブ、カンサイ、モード・フリゾン、アン・クライン	85~89年	ワノナノ、フープ・ディ・ドゥ
エル、ヴァレンチノ・ガラバーニ、桂由美、ドルチェ&ガッバーナ	90~	