12の高級ブランドが協力してイベントを開催（東京・銀座）

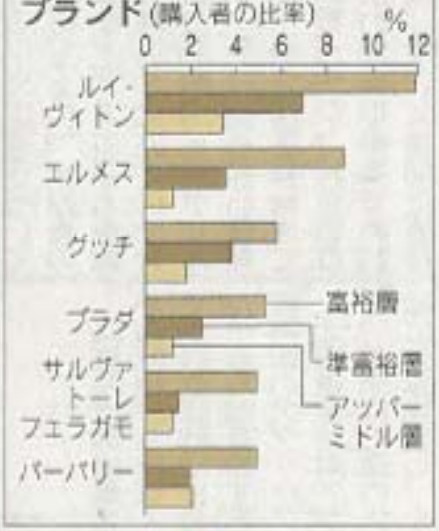
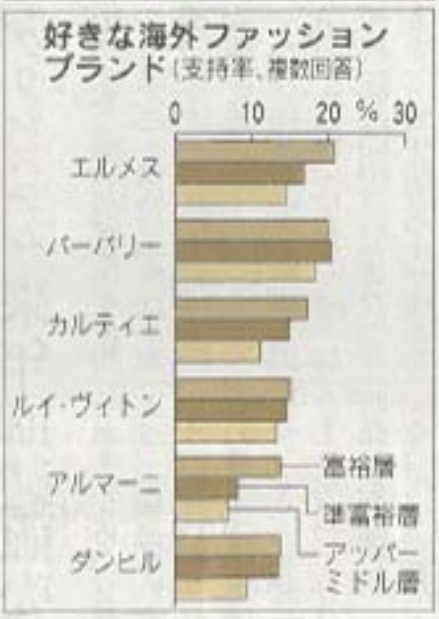
高級ブランド 変わらぬ価値を訴求

海外有力ファッションブランド18のうち、バッグ・財布を過去1年以内に購入した割合は富裕層を含むすべての層で仏「ルイ・ヴィトン」がトップ。2番手は富裕層のみ仏「エルメス」で「好きな海外ファッションブランド」でも富裕層だけエルメスが首位だった。

ヴィトンとエルメスはアウトレットに出店しないなど価値の安定に力を注ぐブランド。ヴィトンは好みのストライプやイニシャルを選んで入れられるなど富裕層好みのサービスを充実。エルメスは高級ブランドの中でも高額だが、ファッションコーディネーターの西山栄子氏は「流行に左右されず、20年たっても価値が変わらない点が支持を集める」と見る。

もっともヴィトンを傘下に持つLVMHモエヘネシー・ルイヴィトンの高級洋酒などを含む1～9月の日本の売上高は前年同期比19%減（円換算）。市場全体は苦戦しており、中堅ブランドでは販促連携の動きも。スイスの腕時計「ジャケ・ドロー」と仏紳士靴「ジェイエムウエストン」の呼びかけで10月9～10日の2日間、東京で輸入車など12の高級ブランドが集まり、食事をふるまいながら商品を紹介するイベントが開かれた。各ブランドの顧客や純金融資産1億円以上が入会条件の交流サイト「YUCASEE（ゆかし）」の会員など計363人を集めた。ジャケ・ドローでは後日、招待客3人が1個平均約250万円の腕時計を購入した。

過去1年以内にバッグ・財布を購入した海外ファッションブランド（購入者の比率）



好きな海外ファッションブランド（支持率、複数回答）