

## ● 欧州と日本で自社ブランド拡販

フランスで約90年続く老舗ネクタイ工場。世界的に規模が縮小するネクタイ市場でも、これからはむしろチャンスと強調する。欧州と日本で自社ブランドを拡販する。



した。「チエルツティ」や「ニナ・リッチ」「ドールメル」などもライセンズ生産している。02年からはオリジナル「アトリエ・エフ・アンド・ビー」を始めた。自社工場では約170人が働き、年間80万本

欧州でもこの10年ほどで市場が縮小し、多くのメーカーがなくなりました。これからは復調すると思っています。もともと軍隊のユニフォームであったように、ネクタイの着用はずっと男性の義務でした。ドレスダウンが広まったことで、逆にネクタイが楽しんで選択するアイテムに変わりました。制服であれば2、3本あればいい

— 今後の課題は。自社ブランドの拡大です。現在は世界25カ国で販売し、売上げ全体の25%を占めます。英、仏に加えて伸びている日本市場でより浸透させたい。

## フランソワ・ビナスさん

アンティム・ムーレー社長

# ネクタイ市場はチャンス

— 会社の経緯は。1919年に創業し、

ネクタイだけの生産で生き残ってきました。高級ブランドの商品を企画から携わって生産しています。「ランバン」は全ラ

インのネクタイを50年近く、企画・生産してきま

— 世界的に苦戦している市場だが。

— 今後の課題は。自社ブランドの拡大です。現在は世界25カ国で販売し、売上げ全体の25%を占めます。英、仏に加えて伸びている日本市場でより浸透させたい。

# インタビュー