

複写・転載厳禁

①

並行輸入ブランドの基礎知識

カバン・革小物の基礎

1章～2章

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

複写・転載厳禁

1章 はじめに 1節 学習目的

並行輸入ブランドの基礎知識（カバン・革小物の基礎）

では、インポートブランドのカバン・革小物製品を取り扱う上で必要な基礎知識として、ブランドの発祥地、ブランドグループ、ブランドの商品管理方法など商品知識だけではない背景部分を学びます。

ブランド品の背景を学ぶことで、これまで意識せずに、何となく取り扱ってきたブランド品を体系的に理解していただけたと思います。

それでは本編の学習内容を確認しましょう。



1章 はじめに 2節 学習内容一覧

複写・転載厳禁

◆本編の学習内容

1章 はじめに

- ・学習目的
- ・学習内容一覧

2章 ブランドの基礎知識

- ・ブランドとは何か
- ・ロゴ、ロゴマークとは何か
- ・主なブランドのグループ
- ・ブランドの発祥地
- ・ブランドの原産国
- ・自社工場商品とライセンス商品

3章 ブランド管理とセキュリティの基礎知識

- ・品番
- ・機番
- ・シリアルナンバー
- ・ホログラム
- ・ブラックライト反応
- ・セキュリティの併用

4章 付属品の基礎知識

- ・ギャランティカード
- ・管理カード
- ・コントロールカード

5章 並行輸入品の安さの秘密

- ・並行輸入品とは
- ・並行輸入品は本物？
- ・AACDとAACD会員の義務
- ・並行輸入品に対するよくある質問
- ・並行輸入品の安さの秘密

Confidential



2章 ブランドの基礎知識 1節 ブランドとは何か？

複写・転載厳禁

第2章 ブランドの基礎知識 1節 ブランドとは何か？

そもそも「ブランド」って何でしょう？

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 1節 ブランドとは何か?

複写・転載厳禁

ブランド

“ブランド”とは、ある商品・サービスを、別の商品・サービスから区別するための商品名称やシンボルマークのことです。

デザインされたシンボルマークだけでなく、消費者が商品・サービスを見た時に、思い描かせるような周辺イメージもブランドの役割です。

ブランドとして認められる条件

消費者がそれを見た時に、企業や商品の価値がイメージでき、それが評価され、認識されること。

そのブランドを介して、消費者とのコミュニケーションが取れることが、価値のあるブランドとして認められる条件となります。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

5

2章 ブランドの基礎知識 1節 ブランドとは何か?

複写・転載厳禁

“ブランド”の例



iPHONE

“i - P h o n e”と聞けば、アップル社の携帯電話だとすぐにわかります。発売前には数日前から並ぶほどの人気商品だと認知されています。



Louis Vuitton

“Louis Vuitton”と聞けば、L Vのマークやモノグラム、ダミエの柄を使った高価で、品質の良いバッグや財布を思い浮かべます。



TOYOTA

“TOYOTA”は日本の車メーカーですが、このブランド名は日本だけでなく世界中の人々に安全性の高い高品質な車として認知されています。

企業の大小や創業年数によるものではなく、機能や品質、デザインなど様々な部分で多くの人の支持を得たことで、ブランド品と認知されるようになります。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

6

2章 ブランドの基礎知識 1節 ブランドとは何か?

複写・転載厳禁

～ ブランドの語源 ～

ブランドの語源は、焼印を押す意味の「burned」(バーンド)で、自分の家畜と他人の家畜を間違えなくするために、焼印を押して区別していたことからブランドと言うようになったそうです。



焼きごて

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 2節 ロゴ、ロゴマークとは何か?

複写・転載厳禁

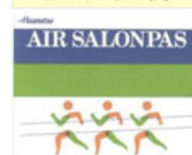
ロゴ

“ロゴ”とは、企業や商品などのイメージを印象付けるために、文字を組み合わせる個性的な書体に図案化したデザイン文字です。
つまり、企業名や商品名を一つの文字デザインとしたものを「ロゴ」と呼びます。

ロゴの例

Canon

ロゴマークの例



※出所：J-PlatPat（商標検索）

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 2節ロゴ、ロゴマークとは何か？

複写・転載厳禁

“ロゴ”や“ロゴマーク”の多くは、商標登録されています。

商 標

商標とは、事業者が自己の取り扱う商品・サービスを、他人の商品・サービスと識別するためにつけるマークのことです。

商品に付けるマークの例



※出所：J-PlatPat（商標検索）

サービスに付けるマークの例



Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

2章 ブランドの基礎知識 2節ロゴ、ロゴマークとは何か？

複写・転載厳禁

商標登録

- ・商品やサービスにつけるマークを特許庁に登録すると、登録商標として保護されます。保護された商標は、商標権として商標権者だけが独占的に使用することができるようになります。（「使用」とは、商標を商品に付ける行為や、商標がついた商品売る・輸入する行為などを指します。）
- ・つまり、商標権者以外が無断で登録されたロゴやロゴマークを使用することは、商標権侵害になる恐れがあります。ロゴやロゴマークをチラシやPOPに使う場合にも、注意が必要です。

【特許庁に登録された
ロゴ・ロゴマークの例】

商標権者：
ルイ・ヴィトン マルチエ



商標権者：ナイキ
インターナショナルリミテッド



※出所：J-PlatPat（商標検索）

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved



2章 ブランドの基礎知識 3節 主なブランドのグループ

複写・転載厳禁

第2章 ブランドの基礎知識 3節 主なブランドのグループ

ブランドの考え方の指針として、
ブランドグループというものがあります。

次は、3つのブランドグループについて確認
しましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

11



2章 ブランドの基礎知識 3節 主なブランドのグループ

複写・転載厳禁

3つのブランドグループ

- ・ブランドグループとは、ラグジュアリーブランドを複数傘下に収め、各ブランドの独自性を維持しながらも、全体として戦略的にブランドビジネスを展開している企業グループです。
- ・現在、以下の3つの大きなグループがあります。
 - ① **LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton S.A.**
(エルブイエムエイチ モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン)
 - ② **KERING** (ケリング)
 - ③ **Richemont** (リシュモン)
- ・この3つのグループでは、商品管理方法、接客基準、修理体制が共通していることも多く、理解しておくべき知識です。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

12



2章 ブランドの基礎知識 3節 主なブランドのグループ

複写・転載厳禁

各グループ傘下のブランドは以下の通りです

①LVMH (モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン)

- Louis Vuitton
- Christian Dior
- BVLGARI
- FENDI
- CELINE
- LOEWE
- GIVENCY
- EMILIO PUCCI
- MARC JACOBS …など

②KERING (ケリング)

- GUCCI
- BOTTEGA VENETA
- Yves Saint Laurent
- BALENCIAGA …など

③Richemont (リシュモン)

- Cartier
- Alfred Dunhill
- Chloe
- LANCEL …など

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD All Rights Reserved

13



2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

第2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

視点を発祥地に置いてブランドの傾向を見るというのは、一般にあまり語られるものではありません。

しかし、ラグジュアリーブランドの精神性は、地域の文化に根差しているものであり、その精神性を大切に考えることこそがラグジュアリーブランドの本質であることを考えると、現代においても、あなたがち間違った見方ではないと考えます。

ここからは、ブランドの発祥地を確認しましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD All Rights Reserved

14



2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

日本流通自主管理協会(AACD)では、会員企業が定番として多く取り扱っている6ブランドを〔基本6ブランド〕と定めています。

この基本6ブランドを中心に、ブランドの発祥地を学んでいただきます。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

15



2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

次に、皆さんの店舗で取扱いのあるブランドがどこの国で生まれ、どこの国で作られているのかを学びましょう。

AACDでは、以下の6ブランドを〔基本6ブランド〕と呼んでいます。

- LOUIS VUITTON (ルイ・ヴィトン)
- CHANEL (シャネル)
- HERMES (エルメス)
- GUCCI (グッチ)
- PRADA (プラダ)
- COACH (コーチ)

※会員が最も多く取り扱っているブランドのため、「基本」としています。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

16

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

基本6ブランドの発祥地

基本 6 ブランドの発祥地フランス、イタリア、アメリカは、沢山のブランドが生まれた場所です。



Confidential

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

基本 6 ブランドの発祥地は、ヨーロッパブランドとアメリカブランドに分けられます。

さらに、ヨーロッパブランドは、フランスブランドとイタリアブランドに分けられます。

ブランドを発祥地で分類すると、他の同じ発祥地のブランドで同じ傾向が見えてきます。

次に、基本 6 ブランド以外のフランス、イタリア、アメリカ発祥の人気ブランドも見てみましょう。

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

基本6ブランドの発祥地

基本6ブランド以外のフランス、イタリア、アメリカ発祥の人気ブランドです。

基本6ブランド		同じ発祥地の他の人気ブランド
ヨーロッパ ブランド	フランス Louis Vuitton CHANEL HERMES	CELINE、Christian Dior、 GOYARD、GIVENCHY、 Cartier、Chloe、 Yves Saint Laurent
	イタリア GUCCI PRADA	BOTTEGA VENETA、 BVLGARI、MIU MIU、 FENDI Salvatore Ferragamo
	アメリカ COACH	TORY BURCH、TUMI、 LESPORTSAC、 TOMMY HILFIGER、 MARC JACOBS

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

ヨーロッパブランドの特徴

ヨーロッパ ブランド	フランス Louis Vuitton CHANEL HERMES	CELINE、Christian Dior、 GOYARD、GIVENCHY、 Cartier、Chloe、 Yves Saint Laurent
	イタリア GUCCI PRADA	BOTTEGA VENETA、 BVLGARI、MIU MIU、 FENDI、 Salvatore Ferragamo

高価格帯のブランドが多い

- ヨーロッパブランドは、全般的に最高級の素材を使用した、質の良い高級品というイメージがあります。実際に皆さんの店頭で販売されているヨーロッパブランドは高価格帯のものが多いのではないのでしょうか。

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

フランス発祥ブランドの特徴



Louis Vuitton
CHANEL
HERMES

CELINE、Christian Dior、
GOYARD、GIVENCHY、
Cartier、Chloe、
Yves Saint Laurent

- フランスのブランドは貴族、皇族、富裕層向けの商品として、質の良い素材を使い、繰り返し長く使ってもらうことを基本コンセプトに作られるものが多いようです。
- エルメスのケリーやバーキン、シャネルのマトラッセバッグなど、例え20年前に購入した商品でも、少しも古臭さを感じさせません。
- 技術力のある職人が、品質の良い素材を使って丹精込めて作る作品、そんなこだわりが感じられるのがフランス発祥ブランドです。

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&C D. All Rights Reserved

21

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

イタリア発祥ブランドの特徴



GUCCI
PRADA

BOTTEGA VENETA、
BVLGARI、MIU MIU
FENDI、
Salvatore Ferragamo

- イタリアのブランドは、どちらかといえばファッション性を重視しており、質の良い素材を使い、しっかりとした作りではありますが、細かな点は割合ざっくりとしていると感ずることがあります。
- また、長期間にわたって販売する定番品もありますが、フランスブランドに比べると流行に合わせたラインナップ展開をする傾向にあります。

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&C D. All Rights Reserved

22

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

アメリカ発祥ブランドの特徴



- アメリカブランドはファッション性とカジュアル性を兼ね備え、ヨーロッパブランドと比べて、普及価格帯の製品を多く取り揃えているイメージがあります。
- デザイン性を重視したカラフルなナイロン素材を使用しているブランドもあり、一つの商品を何世代にわたって使うというより、新しい物に買い替えて、ファッションとして気軽に楽しむための商品が多く存在します。
- 高価格帯もあれば低価格帯も取りそろえ、「ひとりでも多くの消費者に使ってもらいたい」、そんな考え方が見えてきます。

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&CD All Rights Reserved

23

2章 ブランドの基礎知識 4節 ブランドの発祥地

複写・転載厳禁

フランス、イタリア、アメリカ以外の国の発祥ブランドを紹介します。

イギリス発祥のブランド

- BURBERRY
- Alfred Dunhill
- Paul Smith
- Vivienne Westwood
- JIMMY CHOO
- Cath Kidston
- MULBERRY …など

スペイン発祥のブランド

- LOEWE
- BALENCIAGA …など

スイス発祥のブランド

- BALLY …など

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&CD All Rights Reserved

24

2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

第2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

発祥地を軸にブランドを見てみると、少し違った側面が見えたと思います。

次は、ブランドの原産国を確認しましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

25

2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

ブランドの原産国による違いについて

- 最近は少なくなりましたが、よくあるお客様からの問い合わせに、「コーチはアメリカのブランドだから、MADE IN U.S.A.のはずでは？」があります。アメリカで発祥したコーチですが、現在アメリカでは製造しなくなり多くが中国等の新興国で製造されています。
- 原産国については、商品本体に刻印されていることも多く、お客様にも伝える情報です。中国製の有無など、原産国に関わるブランドごとの大まかな傾向については知っておきましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

26

2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

原産国とは・・・

原産国とは、「商品の内容について実質的な変更をもたらす行為が行われた国」と定義されています。

ブランド品の殆どは、MADE IN ○○と記載されたタグが縫い付けられ、原産国がどこであるかを示しています。



“MADE IN ●●”（原産国表示）

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

27

2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

原産国を発祥地別に見ていくと、フランス発祥のブランド商品は、多くをフランス、イタリア、スペインといった“ヨーロッパ（EU）”で製造されていることがわかります。

フランス発祥のブランド	主な原産国
• Louis Vuitton	フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、アメリカ
• CHANEL	フランス、イタリア、スペイン
• HERMES	フランス、（インド）
• Cartier	フランス、イタリア、スペイン
• CELINE	イタリア、（中国）
• Christian Dior	イタリア、フランス
• GOYARD	フランス
• GIVENCHY	イタリア、（中国）
• Chloe	イタリア、スペイン、モルダビア、ブルガリア
• Yves Saint Laurent	イタリア

※（ ）内は過去製造されていたが、現在製造が確認されていない国名

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

28



2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

イタリア発祥のブランドは、ほとんどがイタリアで製造されています。

イタリア発祥のブランド	主な原産国
• GUCCI	イタリア
• PRADA	イタリア、スペイン、トルコ、中国...
• MIU MIU	イタリア、スペイン、トルコ、中国...
• FENDI	イタリア
• Salvatore Ferragamo	イタリア
• BVLGARI	イタリア
• BOTTEGA VENETA	イタリア
• DOLCE&GABBANA	イタリア、ブルガリア、中国
• EMILIO PUCCI	イタリア

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD All Rights Reserved

20



2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

アメリカ発祥のブランドは、ほとんどが中国で製造されています。

アメリカ発祥のブランド	主な原産国
• COACH	中国、インド、トルコ、ベトナム、フィリピン、タイ...
• LESPORTSAC	中国、カンボジア
• TORY BURCH	中国、ベトナム、フィリピン
• MARC BY MARC JACOBS (2015年AWで廃止)	中国、インドネシア
• TOMMY HILFIGER	中国、インド
• CK CALVAN KLINE	中国
• COLE HAAN	中国、イタリア
• TUMI	中国、タイ
• MICHAEL KORS	中国、インドネシア、ベトナム、フィリピン、タイ...

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD All Rights Reserved

20

2章 ブランドの基礎知識 5節 ブランドの原産国

複写・転載厳禁

アメリカの特徴



- ・アメリカのブランドは自国で作ることにこだわらず、人件費の安い中国で製造し、製造コストを抑え、お手頃価格で販売するという戦略をとっているブランドが多いようです。
- ・最近では、中国以外のトルコ、ベトナム、フィリピン、タイ、ルーマニアなどで製造されている商品も見られるようになりました。
- ・特にコーチは様々な国で製造されていますので、原産国についてしっかり理解しておきましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

24

2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

第2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

ブランド品には、ブランドとの契約に基づいて第三者に製造販売を許可した「ライセンス商品」があります。

次は、通常商品とライセンス商品について確認しましょう。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

25

2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

通常商品



ブランドが自社において製造した商品です。
一般的にインターナショナルライン（インターナショナルモデル）とも呼ばれます。

ライセンス商品



ブランドが契約に基づいて製造販売を許可した、つまり第三者に作らせた商品です。
これを「**ライセンス商品**」と呼びます。

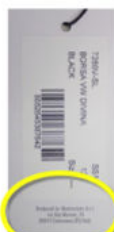
Confidential

2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

ライセンス商品と分かる事例

Vivienne Westwoodの財布



Produced by Montecristo S.r.l.
via San Morese, 76
50041 Calenzano (Fi) Italy

商品本体ではライセンス商品かを確認することはできませんが、
付属の紙タグに“Produced by Montecristo srl”と記載されており“Montecristo社”のライセンス商品であることが確認できます。

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

通常商品

ブランドが自社で製造販売している商品で、インターナショナルライン（モデル）とも呼ばれています。基本的に全世界共通した品名・品番の商品が、同一仕様・同一クオリティで流通し、世界全体をマーケットとしています。



Louis Vuitton

例えば、通常商品のルイ・ヴィトン（例：スピーディ）は、フランスでも、日本でも、アメリカでも、香港でも、世界中全てのルイ・ヴィトンの店舗で、同じ品名・品番で商品が販売されています。

※ただし過去、北米でライセンス商品があり、他国の仕様と異なるものがありました。

Confidential

2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

ライセンス商品

ブランドとの契約により、第三者に対して、決められた国と地域で製造・販売が許可された商品のこと。一部、品名・品番、仕様やクオリティが通常商品と異なる場合があります。

【ck Calvin Klein】右画像商品はアメリカ国内での製造販売が許可されたck Calvin Kleinの財布です。日本での製造販売は、(株)オンワード樫山に対して許可されているため、右の財布は日本の直営店で購入できません。並行輸入品市場でのみ流通する商品です。

ckカルバンクライン



アメリカ
ライセンス

【BURBERRY】右画像商品は(株)三陽商会が(英)バーバリー社とのライセンス契約に基づいて製造販売した商品です。日本だけでしか販売できない契約になっていたため、日本国内の三陽商会運営のバーバリー直営店でしか購入できませんでした。（※すでにライセンス契約は終了）

バーバリー



日本
ライセンス

Confidential



2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

バーバリーのブラックレーベル、ブルーレーベルも三陽商会のライセンス商品でした。

※バーバリー社と三陽商会のライセンス契約は2015年6月で切れました

。

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&PD All Rights Reserved

27



2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

通常商品とライセンス商品の違い（まとめ）

	通常商品	ライセンス商品
定義	ブランド本体がデザインから製造、販売を直接管理している商品	ブランドが第三者に対して、品質をチェックした上で、製品にブランド名を付ける事を許可した商品
商品展開	全世界的に展開される	特定された国や地域のみで展開されることが多い
日本の直営店	基本的に、直営店で手に入る	日本の直営店では入手できないことが多い (海外のライセンス商品の場合)
販売時の注意点		日本国内で販売されていないため、代理店希望小売価格がない。 二重価格表示に注意が必要。

Confidential

Copyright© 2013-2018 A&PD All Rights Reserved

38



2章 ブランドの基礎知識 6節 通常商品とライセンス商品

複写・転載厳禁

ここでのポイントは、海外のライセンス商品の場合、日本国内で販売されていないため、代理店希望小売価格がありません。従って、二重価格表示に注意が必要、ということです。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

29



並行輸入ブランドの基礎知識 ①カバン・革小物の基礎

複写・転載厳禁

以上で 1 章～ 2 章の学習項目が終わりました。

画面左下の「**レッスン一覧へ戻る**」で最初の画面に戻り、**テスト**に進んでください。

Confidential

Copyright© 2013-2018 AACD. All Rights Reserved

40