2022年4月1日(金)
繊研新聞 3面
https://senken.co.jp/

メガスポーツのPB「タラスブルバ」

組織体制拡充し強化

5年後、売上高80億円へ

スポーツ専門店「スポーツオーソリティ」（SA）を運営するメガスポーツは、アウトドアのPB「タラスブルバ」を強化する。3月1日付で専任の企画専門部署を新設し、担当人員を増強。4月1日にはEC機能を設けたブランドサイトをグランドオープンする。国内厳選立地への直営店の出店や海外販売ももくろむ。5年後となる2027年2月期には、現状の5倍となる売上高80億円を目指す。（杉江潤平）

市場で人気の高い2ルームテントは遮光性の高い仕様で、毎週10張以上が売れている

タラスブルバは1976年に誕生したアウトドアブランド。アシックスから商標権を譲り受け、メガスポーツはPBとして18～19年秋冬物からアパレルの販売を開始。現在は、キャンプ用品250、アパレル250の計500品番を企画開発し、SAなど、メガスポーツが運営する店舗で販売している。

国内NBと同水準の品質を維持しながら、それを下回る価格設定、既存品の欠点を補う仕様・デザインが特徴。生地裏側にブラックコーティングを施し、室内が暑くなりにくい2ルームテント（税込み15万円）や、野球のバットにも使用される強度と耐久性を持つ天然木を使い、年間1万本を販売する多機能型のペグハンマー（5900円）などが代表作。ブランドの売り上げは、年率1・7倍ペースで成長している。

同社は、「アウトドア・キャンプ市場が今後も拡大していく上、休日の楽しみ方の一つとしてキャンプが根付く可能性が強い」（原田秀幸アウトドア企画部部長）と予想。既存のPB内で最もコンセプトが練られ、担当メンバーの熱量が高いことなどを踏まえ、投資の強化を判断した。

事業強化にあたり、組織体制を拡充。製品開発については、これまで他のPBと兼務していたが、3月1日付で専任部署を新設。担当者数も倍以上に増やした。今後、商品数を単に増やすのではなく、語れるこだわりの商品を増やす。

EC機能を備えたブランド直営の公式サイトを4月1日に本格開設する。これまでブランドサイトはあったが、EC部分はSAのECサイトに遷移するようになっていたため、商品の掲載カット数などに制限があり、「ブランドの世界や魅力を伝えきれていなかった」という。新サイトでは、紹介する商品は単なる商品画像だけでなく、実際のフィールド上で撮影したものを採用。画像をふんだんに掲載し、使いかや使い心地を分かりやすく伝えるようにした。

実店舗はSAなど自社以外にも、東西の厳選したエリアに路面のコンセプトショップを1店ずつ開設する。また、国内にとどまらず、海外への卸売りも検討している。