

Nudie Jeans は、マリア・エリクソン・レビン氏によって2001年に設立されたスウェーデンのヨーテボリに本社を構えるデニムブランドです。Nudie Jeansは「nudiejeans.com」を通じて、世界50か国以上で販売されている他、ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、アジアでは小売店舗でも取り扱われており、年間売上高は4500万ユーロです。

Nudie Jeansは、環境および社会的持続可能性を重視し、世界で最も持続可能なデニムブランドになることを目指しています。また、生地が受け継ぐ伝統や職人技、そしてサブカルチャー美学に誇りを持ち、修理工房も32店舗展開しています。



Melker Lindström
デジタルテック部門テック
Nudie Jeans



CSCの担当部門は、画像の不正使用や模倣品を極めて巧みに特定してくれます。このような作業を繰り返しながら、CSCの担当部門は当社のブランドや問題、チームについて理解を深め、さらに自主判断で作業を進めてくれるようになりました。



Nudie Jeans co

CSCは、Nudie Jeansのデジタルテック部門トップとして、販売サイト「nudiejeans.com」の開発管理、オンラインブランド保護、ドメインポートフォリオ管理を担当するメルカー・リンドストローム氏に、拡大し続けるデジタル世界において直面しているブランド保護の課題についてお話を伺いました。

オンライン事業をどう位置づけていますか？

オンライン事業は当社にとって極めて重要です。Nudiejeans.comは販売手段であるだけでなく、ブランドとしても重要な存在です。またソーシャルメディアもお客様とのコミュニケーションに欠かせません。

現在、Nudie Jeansはブランドとしてどのような問題を抱えていますか？

アパレル産業の多くの他のブランドと同様、一部の国で模倣品が製造・販売されており、模倣品の主な流通経路は、マーケットプレイスやソーシャルメディアです。

2012年頃は、ソーシャルメディアやオークションサイトで模倣品が販売されていましたが、現在では大部分がマーケットプレイスに移行しています。模倣品の販売が目立ちますが、それだけではなく製品やブランドの画像を不正使用しているケースも目にします。

これまで知的財産侵害の管理はどのように行っていましたか？

当初は、業務連絡でコンプライアンス部門に伝え、社内でも管理していましたが、非常に手間がかかり、侵害や対応の把握も困難でした。

商標権が侵害されていることに加え、模倣品は品質が悪く、持続可能な材料から作られていない上、劣悪な労働環境の下で製造されているのです。

CSCのサービス導入後、ブランド侵害の管理方法はどのように変化しましたか？また、日常業務は全般的にどう改善されましたか？

当社はまず、CSCのeCommerce Monitoringサービスから利用を始めました。CSCの担当部門は、画像の不正使用や模倣品を極めて巧みに特定してくれます。確信を持っていないようなケースでは、CSCがポータルサイトを通じて連絡してくれるため、我々は概要を確認してコメントを送ることができます。これに基づきCSCが権利行使をすべきか判断します。

このような作業を繰り返しながら、CSCの担当部門は当社のブランドや問題、チームについて理解を深め、さらに自主判断で作業を進めてくれるようになりました。

他の企業にもCSCを勧めますか？

もちろんです。オンラインでの模倣品販売に頭を抱えている他のブランドへ、CSCのeCommerce Monitoringサービスをお勧めします。