

# BURBERRY

## PRESS RELEASE

### Facebookのバーバリーファン、ラグジュアリーブランドとしては最多の300万人達成

バーバリーは、2010年11月の時点でFacebookのフォロワー数が300万人に達成しました。

バーバリーはこれまでも、ランウェイショーの3Dライブ配信やオンラインショッピングを組み合わせた「ランウェイ・トゥー・リアリティ (Runway to Reality)」、ショーアイテムをオンラインオーダーできるストアイベントなど、消費者とファッションショーを結び付けるデジタルプロジェクトを行ってきました。一方で、twitterやArt of the Trenchといったソーシャルメディアを活用したブランド体験を提案するなど、ラグジュアリーブランドの中でもデジタル分野においては常にパイオニアとして積極的に取り組んできました。

最近では、Facebook上でチーフ・クリエイティブ・オフィサーであるクリストファー・ベイリーに対し質問を募集し、クリストファー本人が回答するなど、ファンや顧客と相互にコミュニケーションを図っています。

「バーバリーは、フェイスブックの開設から100万人のファンを獲得するために1年、200万人まで6ヶ月、300万人までたったの1ヶ月しかかからなかった」

クリストファー・ベイリーによるファンに向けた感謝のメッセージ

[http://www.facebook.com/burberry?v=app\\_7146470109#!/burberry](http://www.facebook.com/burberry?v=app_7146470109#!/burberry)

バーバリーはもはやファッションブランドではなく、急成長するメディアとして独自のコンテンツを発信し続けています。バーバリーはファッションブランドの中では、最も多くのFacebookのフォロワーがいます。その成功は、ただ素晴らしい洋服を作っているからではなく、ソーシャルメディアを活用し消費者と対話することにより、彼らの興味を引くような話題をコミュニティ内で作り出すことがいかに重要かということを理解しているからです。バーバリーは、Facebookにてインディーズのバンドをプロモーションしたり、The Art of the Trenchで最もスタイリッシュな人々を紹介することにより、消費者に対して一方的に情報や広告を発信するのではなく、彼らに新しいメディア体験を提供することによりブランドを構築しています。

ジョアンナ・シールズ (FACEBOOK EMEA 副社長)

バーバリー公式サイト

[www.burberry.com](http://www.burberry.com)

[www.artofthetrench.com](http://www.artofthetrench.com)

[www.facebook.com/burberry](http://www.facebook.com/burberry)

[www.twitter.com/burberry\\_japan](http://www.twitter.com/burberry_japan)

[www.youtube.com/burberry](http://www.youtube.com/burberry)

本件に関するお問い合わせ

バーバリー・インターナショナル株式会社 マーケティング & PR

土田暁子 : [akiko.tsuchida@burberry.com](mailto:akiko.tsuchida@burberry.com)

中村仁美 : [hitomi.nakamura@burberry.com](mailto:hitomi.nakamura@burberry.com)

田村絵李 : [eri.tamura@burberry.com](mailto:eri.tamura@burberry.com)

新保武志 : [takeshi.shimbo@burberry.com](mailto:takeshi.shimbo@burberry.com)

TEL : 03-6741-1870 (直通)