

伊勢丹新宿、婦人服イベント

クリエイターは「秘密」

素材の魅力を伝える

三越伊勢丹は7日から、デザイナー性の高い婦人向け衣料品を販売するイベントを伊勢丹新宿本店(東京・新宿)で開く。新進気鋭のクリエイターらと組み、商品のブランド名を意図的に分からなくようにした。デザイナー

や素材そのものの魅力を発信することで、ブランドの新たな魅力を引き出しファッション感度の高い女性の集客につなげる。期間は13日まで。

「ANTI EASY」を布で隠したり消したり「考える服」と銘打った企画を本館3階で初開

「YOHHEI OHNO」「CHRISTIAN DADA」「ELADA」など、7ブランドを取り扱う。ブランドのタグはあえて布で隠したり消したりした。販売員がそのコンセプトや製造背景を説明

し、商品そのものの価値を訴求して購入を促す。普段はセレクトショップに向かうファンを店舗に集め、新たなファンを増やす狙いがある。

前立て部分がカーブしているシャツや、背面に人の顔を描いたジャケット、ダメージ加工を施したデニムパンツなど独創性あふれる商品が中心。検討する。

価格はTシャツが2万円台、ジャケットが4万円台、シャツが6万円台など。今回の売り上げを踏まえ、紳士向けの展開もしている。

三越伊勢丹の神谷将太バイヤーは「スタイリストが商品の価値を消費者に直接伝えられるのは実店舗の強み」とコメントしている。

ため、過剰在庫に苦しむ心配がないという。共同で受注販売サイト「インチョイス」を立ち上げた。第1弾として、タレントのGENKINGさんらが選んだ商品を宣伝する。売り上げの一部はインフルエンサーにも還元されるという。

衣料品受注販売サイト

アイエント ツインプラネットと

有名人の活用 有拡散

ファッション関連スタートアップのアイエント(東京・渋谷)は、マーケティング会社のツインプラネット(同)と組み、ネット上で影響力のある

「インフルエンサー」を活用した衣料品の受注販売サイトを立ち上げた。

インフルエンサーに写真共有サイト「インスタグラム」などで衣料品を宣伝してもらい、サイトに誘導して予約注文を受け付ける仕組み。

好みのTシャツ作れる

米ナイキの日本法人、ナイキジャパン(東京・港)が2017年7月に開いた「ナイキ キックス ラウンジ 表参道」(東京・渋谷)が話題だ。Tシャツやパンツを

Hot Zone

自分好みにカットできる。例えば、30種類以上から選べるロゴなどのデザインの印字も可能だ。若者を中心にファッション感度の高い層を引きつけている。

ナイキ キックス ラウンジ 表参道



「ナイキ キックス ラウンジ 表参道」の2階ではテーラリングサービスが受けられる(東京都渋谷区)

ファッションアパレルの店舗が立ち並び裏通り。ぽつんと現れるのが「今」を発信したいという同店だ。訪れた20代の男性は「ナイキっぽくないおしゃれ雰囲気がある」オープンした。ガラス張

カットや印字アレンジ

りの2階建てで、延べ床面積は180平方メートル。体を製作でき、パーカーな育館に着想を得たというコンクリートがむき出しの空間に、日本のデザインナーとコラボした什器(じゆつき)を並べるなど凝った内装だ。

ナイキが展開するスポーツ衣料やランニング用品、マイケル・ジョーダンの名を冠したシリーズだけでなく、ファッション性の高い色鮮やかなスニーカーやアパレル商材を売りにする。

中でも独特なのは、Tシャツを斜めに切ったりパンツの裾の長さを自由に変えたりできる「テーラリングサービス」だ。日本ではここぞしか体験できないという。2階に設けたスペースでは、自

由にカットしたTシャツのデザインはTシャツの袖や背面など、自分が好きな部位に配置できる。Tシャツを染め、黄、白、黒など8色を用意。印字するシャツの色柄に合わせて、好みの組み合わせを選べる。ロゴはデザイン1つあたり20分ほどかかり、価格は540円となる。ロゴは1回3つまで依頼できる。

「モノとデジタルを融合させて、刺激的な体験と情報発信を消費者に提供したい」(浦山希さん)として、画像共有サービス「エネルギー」を反映させる「マーケット・インスタグラム」にアカウントを開設。デジタルに強い若者に向けて、テーラリングサービスのおしゃれな活用方法を提案している。

(沖永翔也)

イイネ!

高島屋がユニークな商品の品ぞろえを増やしている。一般的なスカパーが鮮やかな1枚の布だけ入り入れやすくした進化「アクセサリースカー」して提案。金具など付属あらかじめ縫い付けておど、巻き方に迷わなくてのが特徴だ。



大型小売り・ファッション