

東京スタイル

0200の新ブランドディレクター

福王寺彩野を起用

TSIホールディングス傘下の東京スタイルは今秋、30代を主力対象とする婦人の新ブランド「ウイ・アヤノ・リュバン」を立ち上げる。クリエイティブディレクター兼PRディレクターに、シユエリーブランド「ディングピンク」デザイナーでありカー取締役の福王寺彩野氏を起用。ウェブサイトを開設してネット販売からスタートし、11月には直営路面店を開く。



コンセプトは「大人になったお嬢様」

ヨッピングポイントの共通化を図り、0200（オンライン・ツィ・オフライン）のビジネスモデルの確立を目指す。商品は服6割、雑貨4割で構成する。「大人になったお嬢様」というコンセプトを凝縮したブランドディレクションと、買いやすい価格を意識したセールスラインの2ラインに分けた。

国内に自社工場を持つ同社のネットワークを活用して生産し、高級素材を使ったコートやビジューをふんだんに使ったワンピースなどを揃える。「31歳の自分が感じる等身大のお嬢さま感やラグジュアリー感を表現した。服を着ることで、手の届

くげいたくを感じて欲しい」（福王寺氏）という。13、14年秋冬物では、細身のシルエットのピンク色のムートンコート（37万円）やボンボンや大きめのフードを付けたフォックスのコート（47万円）などを作った。セールスラインはモヘアのニット（1万7000円）やフリルワンピース（1万6000円）など。「ハローキティ」や「アーカー」などの協業アイテムも出す。

ネット販売は9月から本格的に始める。映像を取り込んだりアイテムごとの紹介ページなど「店に行かなくても買い物体験が楽しめる環境」を重視。フェイスブックやツイッターなどSNS（交流サイト）も活用し、単なる商品紹介だけでなく、かわい物を集めたライブスタイル提案も行う。9月に開くカーブズイベント「東京ランウェイ

」に参加するほか、「おしゃれして出掛ける場所も提供したい」として、カラパーティーなども計画している。

路面店は11月1日、東京・表参道に開く。売り場面積は約135平方メートルで「お城の中の女の子のお部屋をイメージした内装」になる予定だ。当面はネットと直営1店での販売に力を入れ、「コアとなるイメージをつかり伝えて、ブランドの価値を高めていく」（高野茂東京スタイル取締役）。12月中旬には東京都内の百貨店に期間限定で店を開き、来年度までは期間限定店で認知を広げて拡販する。来年度は4店の期間限定ショップを計画し、3年目以降からファッションビルなどへの出店も計画する。

立ち上げ後の半期の売り上げ目標は2億円（小売価格）。3年で10億円を目指す。