2016年(平成28年)7月12日　火曜日　繊研新聞　昭和25年10月2日第3種郵便物認可　第19510号　土曜日曜祝日休刊　(日刊)

# 実店舗しかできない深い体験を

## 音楽CD制作のランブリング・レコーズが演出

## BGM、ライブなど複合的に

近いようで遠い音楽とファッション業界の橋渡し役に――音楽CD制作のランブリング・レコーズは4年前からBGMを提供する事業で、ファッション関連のショップやブランドの個性を表現する空間演出に力を入れている。取り組み方によっては、店頭ライブや公式グッズの販売など音をテーマにした複合的なブランディングが可能になる。ECに押され気味のファッション業界で、リアル店への集客、購買体験をサポートできる音楽へのニーズは高まりそうだ。

サントラをBGMで流すなど仏映画の世界を店頭で表現するメゾンイエナ

「昔から女性はパリへの憧れが強く、フランス映画とレディスのファッションは親和性が高い」（佐渡和広社長）と強調する。同社がサントラ盤を販売する仏映画「ポリー・マグーお前は誰だ」でベイクルーズグループのレディスセレクトショップ「イエナ」と協業した。同映画は60年代パリのファッションシーンを描きカルト的人気がある50年前の作品。今回、ワイドシルエットのTシャツ（9500円）、iPhoneケース（3300円）、リユースボトル（1500円）などロゴ入りのオリジナルグッズを企画、店頭で販売している。これらは6月25日の特別上映会でも販売し、予想の3倍以上売れたという。

森本陽介ベイクルーズクリエイティブ統括VMDディビジョンディレクター　ブランドとしてフレンチにこだわりを持ちながら、ファッションを表現するイエナにとってブランドが目指す「知性的な女性像」を体現すべく、カルチャー的側面も包括して店頭表現を強化していきます。単品で服を売るのではなく、お客様に対し商品の背景にあるブランドのスピリットや世界観を感じて頂きたいです。また、EC全盛である現在、リアルショップでしか味わえない、深みのある購買体験を提供していきたいと思います。

### カルチャーも包括

東京・自由が丘の旗艦店「メゾンイエナ」ではウインドーに同映画ポスターの巨大なグラフィックをディスプレーしたり、店内でサントラをBGMとして流したり、予告編を放映したり、CD販売したりと映画の世界を体感できる場を作った。

イエナとは1月にも25周年記念企画として、ジェーン・バーキンの娘としても知られる歌手・女優・モデルのルー・ドワイヨンの店頭ライブや公式グッズ販売などの協業もした。「アパレル企業1社で海外アーティストを呼ぼうと思ってもコストが高過ぎて合わない。当社だけでなく、来日公演を企画したブルーノートにも協力してもらって実現した。異業種3社が連携することで新たな客層を開拓するなど互いのメリットが大きい」（佐渡社長）としている。店頭で視聴する際のヘッドホンではパイオニアやオンキョーとも協業が広がった。

ランブリング・レコーズのBGM事業では、どこでも聞けるメジャーなヒット曲ではなく、欧州のインディーズバンドをはじめ、マニアックなアーティスト、映画サントラなど個性が強い音楽だからこそ、店と顧客をつなぐのに有効だという。iPad用のアプリで簡単にBGMを提供でき、約800店まで広がった。今春開業した都内の商業施設ではアパレルショップの約3割で採用してもらった。銀座のブランドでは会員限定のラウンジスペースのBGMを手掛け、定期的にCD化している。BGM事業は将来的には3000店まで拡大するのが目標だ。

# ジュエリーで独自企画

## 三越伊勢丹　甲府の工房などと協業

三越伊勢丹は8月、オリジナル企画のブライダルジュエリーとファッションアクセサリーを発売する。国内外の産地や工場と協業したオリジナル商品開発強化の一環。

ブライダルジュエリーのブランドは「ナンバートゥエンティワン」。甲府の熟練の職人が手作業で研磨する〝ラフカットの石〟を生かし、同じデザインでもクオーツ、ラピスラズリ、ターコイズなど石のバリエーションを楽しめる。主対象は30代後半から50代の働く女性。デザイン数は約30種類揃え、アイテム構成はピアス50%、ネックレス30%、リング20%。1万円台～5万円台。「複数買いできるような」価格に設定した。ゴールドのラインもある。今後、シルバーやパールなどへも商品ラインを広げていく。

8月24日から1週間、伊勢丹新宿本店で期間限定販売するほか、9月以降にイセタンオンラインストアでも販売する。

三越伊勢丹は8月、オリジナル企画のブライダルジュエリーとファッションアクセサリーを発売する。国内外の産地や工場と協業したオリジナル商品開発強化の一環。

ブライダルジュエリーのブランドは「ナンバートゥエンティワン」。甲府の熟練の職人が手作業で研磨する〝ラフカットの石〟を生かし、同じデザインでもクオーツ、ラピスラズリ、ターコイズなど石のバリエーションを楽しめる。主対象は30代後半から50代の働く女性。デザイン数は約30種類揃え、アイテム構成はピアス50%、ネックレス30%、リング20%。1万円台～5万円台。「複数買いできるような」価格に設定した。ゴールドのラインもある。今後、シルバーやパールなどへも商品ラインを広げていく。

8月24日から1週間、伊勢丹新宿本店で期間限定販売するほか、9月以降にイセタンオンラインストアでも販売する。エンゲージリングは8型、6型、エンゲージ用のネックレスも揃える。マリッジはティー6型、エンゲージ用のネックレスも揃える。マリッジはダイヤモンドの個数、鏡面・マットの仕上げなどをカスタマイズできるものもあり、オーダーから約1カ月で仕上げる。8月3日から伊勢丹新宿本店1階の工房が開発した高強度のプラチナを使用した。使ったプラチナは傷やゆがみが発生しにくい特徴に加え、ダイヤを留める爪を細く、リングを薄く作れるなどデザイン面でのメリットもある。エンゲージリングは8型、

存在感のあるブライダルを揃える

# データで作る服は売れない

## 原点は若い販売員〝着たいものを〟

バロック
村井社長

「前年踏襲のデータ分析から離脱して、もっとクリエイティブに物事を考えるように、と社内で言っている。勘でモノを作っていた時の勘を取り戻す」と話すのは、バロックジャパンリミテッドの村井博之社長。

もともと、若い販売員が自分の着たい服を作ることでギャルファッションブームを作り出し、成長してきた。「あの頃、データを分析して服を作っていたら、はやりは、はやりで安易に乗っかり、消費者が消費者の（買いたいものが）大きくなっている」。

他で何が売れているかは誰も気にしない。

データ分析を

# 正しい

## エ

「M

スポーツ用品製造エバニュー（東京）機能シューズ「MRイ・ベアフット・ー）で、正しいフ優しい走りを促せシューズを販売するランナーに、ファンランナには膝を痛めずにのできるシューズる。スポーツ用品発売するのは、ングカテゴリーのラ

繊研新聞

SENKEN

2016年
(平成28年)
7月12日
火曜日

繊研新聞社

発行所
〒103-0015 東京都中央区
日本橋箱崎町31-4

編集局
03・3664・2341
業務局
03・3639・8030
事業局
03・3639・8025
大阪支社
06・6343・2015
名古屋支社
052・231・2600
京都支社
075・221・2640
九州支局
092・761・6131
上海支局
+86・(0)21・6249・8300

ご購読は 0120-559801

展示会ナビ は、
繊研新聞社が運営する
「ファッション展示会情報サービス」

展示会ナビ
tenjikainavi.jp

web ★毎月1日更新！
紙面 ★毎月1日付 掲載！

お問い合わせ先
繊研新聞社業務局 展示会ナビ担当
TEL 03-3639-8030
e-mail info@tenjikainavi.jp

きょうの紙面

子会社チチカカを譲渡
総合　ヴィレッジヴァンガード　2

ODM企業への転換で伸び
経営　サンエース　3

顧客を3分類して再編進む
流通　京急百貨店　5

京急百貨店は3階婦人雑を9月に全面改装する。顧戦略の重点をキャリア、アティブシニア、ニューファリーに3分類し、MD、サービスを順次再編している。

ゆかたで涼やか　ストライプブルー