

ディベロッパーは消費環境の変化にかかわらずマーケットニーズに合い、新マーケットを創造できるブランド(業態)やキラリと光るショップの登場を待っている。ここ1、2年に誕生したファッション関係ブランド(ショップ)のうち、売り上げや集客に貢献し将来を予感させる「新人賞」と、規模は小さくともファッション市場のアクセントになった「キラリ賞」を紹介する。

新人賞



旬のLAスタイルを **フリースト**

サンエー・インターナショナルの子会社フリースト・インターナショナルが09年秋から、S.C. 駅ビルを中心に店舗を開始した。20代女性に人気のセレクトショップ「フリーストショップ」から派生したファストファッション業態。フリーストショップと同様の「旬でミイハーミな米ロサンゼルステイストのカジュアル」をコンセプトにしたながら、企画や仕入れ、店舗運営の仕組みを従来とは変えて、価格を割安にした。レディスと一部キッズで構成し、フリーストショップよりも幅広い客の獲得を狙っている。

昨秋はラゾーナ川崎プラザを皮切りに6店をオープン。いずれも「当初予想を上回る売り上げ」で、出店依頼も相次ぎ、今春は4月末までに7店を出す。10年8月期売上高目標の15億円は超えそうだ。流行に合わせた値頃商品や雑誌やネット、イベントなどで積極的に仕掛けた成果が大きい。タレントやモデルとの協業限定企画を連打するなど話題が尽きない点も支持されている大きな理由だ。

品を雑誌やネット、イベントなどで積極的に仕掛けた成果が大きい。タレントやモデルとの協業限定企画を連打するなど話題が尽きない点も支持されている大きな理由だ。