

# 百貨店向け新ブランド

## 東京スタイル「ブラン・ルビエ」

### 高感度な40〜50代狙う

T&Tホールディングス傘下の東京スタイルは14年春夏、百貨店を主力販路とする新ブランド「ブラン・ルビエ」を立ち上げる。「モード」「エレガンス」「カジュアル」をキーワードに、40〜50代を中心とする新しい大人服市場を狙う。都市近郊に住み、働きながら

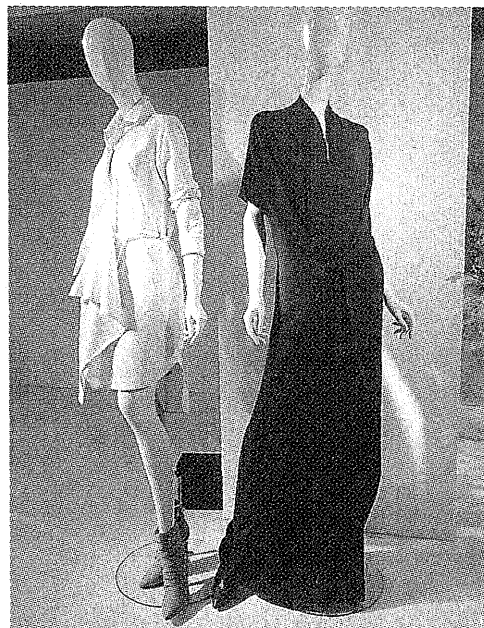
趣味や生活を楽しむ感度の高い女性を想定。さまざまなファッションを経験してきた同世代に向けて、「従来のエシ切りではなく、テイスト切りの新しいブランド開発が必要」と判断した。インポートブランドのようなコンテンポラリーなデザインで日本人女性に合わせたパター

ンでありながら、インポートよりも価格を抑え、特選衣料と国産ブレタのプリッツゾーンを組む。ブランドディレクターには、海外で経験を積み、東京コレクションに参加する男性デザイナーを起用。得意とするドレープの利いたパターンを生かし、美

しいシルエットで着心地のいい服を作る。対象とする世代はあくティブで旅行を楽しむ傾向が強いことにも着目し、豊んでもしわにならず、動きやすい伸縮性のある素材を多用。複雑なパターンが多いため、生産は国内を中心とする。

14年春夏物では、エレガントなオール・イン・ワンや羽織りとしても使えるシャツドレス、ジャーシーのロングドレスなどを作った。

中心価格はコート5万9000〜7万9000円、ドレス3万8000〜5万9000円、ブラウス2万9000〜4万2000円、ニット2万8000〜4万9000円、スカートとパンツ2万6000〜3万9000円。



ドレープの利いたきれいなシルエットが特徴

14年2月末から販売し、来年度は都心の百貨店5店程度で販売する。来秋をめどに、東京都内に路面店を出す計画だ。

同社はこの間、コスト構造改革で不採算ブランドの整理と成長が見込めるゾーンでの新規ブランド開発を進めており、ブラン・ルビエもその一環。