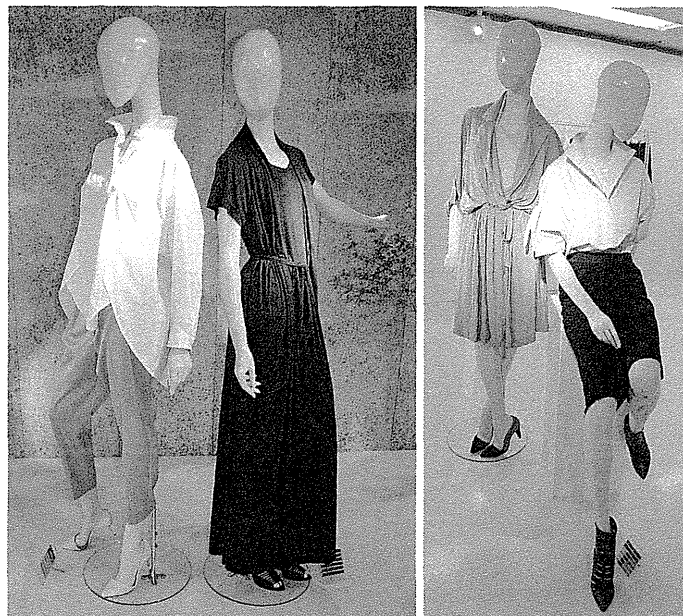


東スタが新しいコンテンポラリーブランド

東京スタイルは、新しいコンテンポラリーブランド「BLANC LE BILLET (ブラン ルビエ)」を来春から百貨店などで販売する。ファッションディレクターに、東京コレクションなどで活躍する気鋭のデザイナーを迎えて開発したブランド。山田康夫・取締役事業本部長は「百貨店の婦人服のカテゴリーが従来のキャリアやミッシー、ミセスでは括れなくなり、エイジレスの新しい売場に刷新する動きがある。そこにジャストフィットするブランドとして提案していく」

と話す。来春のデビュー時に百貨店に5店舗を開き、あわせて初年度中にファッションビル1～2店、東京・青山や銀座などに直営路面店1店を開く。1店あたりの売上高は1億円を想定。2年間で15～20店の出店を計画する。

昨年から進めていたブランド開発の方向性に確証を与えたのは、伊勢丹新宿店のリモデルだった。「婦人服フロアがエイジレスに再編された。他の都市型百貨店はこの動きに続くことになる」と山田取締役は見ると。ブランドコンセプトは「大人の女性が装うエレガンスモードカジュアル」。インポートブランドやラグジュアリーブランドを通じて上質な商品を知る女性をターゲットに、エレガントでありながらリラックス感のあるスタイルを提



ターゲットは上質を知る大人の女性。特徴である美しいドレープは多くのアイテムに見ることができる

案する。最大の特徴は美しいドレープ感だ。デザインコートドレス、ジャージーワンピース、シャツワンピース、ポンチョ風デザインアウターなど、上質な素材を使った柔らかいドレープを多くのアイテムに見ることができる。パターンやカットिंगも大人のエレガンスを計算した作り。一つのアイテムで数通りの着こなしが楽しめるなど、機能性も追求している。中心価格はドレス3万8000～5万9000円、シャツ及びブラウス2万9000～4万2000円、ニット2万8000～4万9000円、

ジャケット4万2000～6万9000円、スカート2万6000～3万9000円。「当社の既存の百貨店向けの婦人服に比べれば高いが、狙っているお客さまはインポートブランドを愛用されている方々。価値と価格のバランスは取れていると思う」と山田取締役は言う。

東京スタイルの親会社であるTSIホールディングスは「聖域なき構造改革」を掲げて、リストラに大ナタを振るってきた。特に百貨店を主販路にする東京スタイルは、この1年間で約10の不採算ブランドを廃止した。一方で、東京スタイルは今秋から福王寺彩野をクリエイティブディレクターに迎えた「ウィ、アヤノリュバン」、ショッピングセンター向けに「アリス ミュー」を発売。新しい販路、新しい顧客に向けた開発を強化している。