

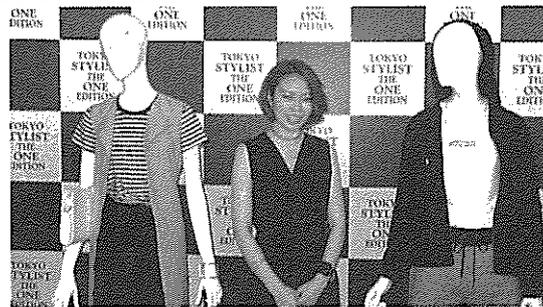
東京スタイル

スタイリストブランド発表

7億〜10億円規模に

東京スタイルは28日から、スタイリストの小山田眞織氏が提案する「ライフスタイルクロージング」(トウキョウ スタイル)「サ ワン エディ ション」を販売する。オンラインストアから展開し、期間限定店、ターミナル型店舗出店(3〜4店舗)に拡大し、中短期的に7億〜10億円の売り上げ目標を設定する。この新ブランドは、

イリスとの協業、電子商取引(EC)強化、SNSなどの利用といった点で新しい。小山田氏は「ライフスタイル」のイメージを「エマル」のイメージキャラクターを務めるなど幅広く活躍し、SNSでのフォロワー(5万5000人)も多い。小山田氏は「学生時代からデザインに携わり、



17春夏商品と小山田氏

いつか自分のブランドを立ち上げたいと思っていた。東京スタイルにはモノ作りの背景がある。サイン(約4割)で構成。

タイリストの経験を生かし、等身大のアラサーを表現したい」と、スタイリストだからできるブランドを目指す。ブランドコンセプトは「ありのままに」。ベーシックアイテムとトレンドアイテムを展開するレギュラーライン(約6割)と、スポーツウェアをテイラーに取り入れたアスレジャーライン(約4割)で構成。

久保田寛社長は「東京スタイルのEC化率は現在12%だが、来年2月には16%に引き上げたい。新ブランドはECを中心に展開し、小山田氏を通じて消費者にもつなげる。毎月25型ぐらいを提案していく」考えを表明する。

ブルゾンでレギュラーが1方3000〜2方1000円、アスレジャーが1方1000〜1方4000円、パンツがそれぞれ1方1000〜1方6000円、8900〜1万3000円という価格帯。