

## 20代女性に向けたライフスタイル型新ブランド 「フェアステ」2009年秋デビュー!

株式会社オンワード樫山 レディス事業本部第2ライフスタイル本部(本部長 室井 修)では、20歳代の女性に向けたライフスタイル型ブランド「フェアステ」を新たに開発し、2009年秋から全国の都市型百貨店で展開します。

近年、消費者の衣料品購買動向は、商業施設の多様化とライフスタイルの変化によって、目的に応じて購入チャネルを使い分ける“選択消費”が顕著となっています。本年3月に当社が独自に実施した「生活者意識調査」では、チャネルごとの衣料品購入理由として、百貨店は「気に入った商品がある」「信頼できる」、駅ビルは「利便性の良さ」、ショッピングセンターでは「低価格」が上位となっています。また、購入する際に優先する要素は、「デザイン・色(モード)」、「品質(クオリティ)」、「価格(ヴァリュープライス)」となっています。

このことを踏まえ、当社は主流通である百貨店に向けて、'92年「組曲」'93年「23区」'95年「iCB」'00「自由区」と、その時代の感性を先取りしたブランドを発売し、消費者や流通から支持されるトップブランドに成長させてきた経験をもとに、新たなブランド開発に着手。今、百貨店に望まれる事とは？本来あるべき百貨店ブランドとは？という、当社と百貨店の共通する課題に正面から取り組み、その1つの答えとして、「安心感」「信頼感」を開発の原点とするブランドを開発しました。

ブランド名の「フェアステ(første)」は、デンマーク語で“1番の”という意味です。デンマークは、「国民の幸福度調査」で世界178か国中、第一位にランキングされている国です。「安心感」「信頼感」を原点に開発された商品が、お客様それぞれの個性をさりげなく引き出し、そして何よりもお客様自身に、幸せな気分を感じていただけるようなブランドでありたいという願いを込めてネーミングしました。

ブランドターゲットは、自分のスタイルをしっかりと持ち、仕事もプライベートも大切にす20歳代の女性をイメージ。流行を追いかけるのではなく、時代の感性を程よく取り入れ、良識とクラス感に裏打ちされ、さりげなく個性を表現するブランドを提案します。

ブランドコンセプトは「プレッピー・シック(Preppy-Chic)。「さりげなく、おしゃれで、センスがいい」をキーワードに、プレッピーテイストをベースに上品でキュートな洗練されたスタイルを提案します。ベースカラーはオフホワイト・ネイビー・レッドとし、トレンドカラーは、アクセントカラーとして加えていきます。

商品開発では、「モード」「クオリティ」「ヴァリュープライス」をキーワードに、“ここにしかない、ここでしか買えない”物作りを行なうために以下の取り組みを実施。マーケット対応型から脱却し、新たなプロダクトアウト型の物作りで差別化を図ります。

- 【1】 「beautiful people」の熊切秀典氏(エンターテイメント社)と協業し、彼の持つ感性、センス、こだわりを商品企画に反映することで時代の気分を表現。
- 【2】 オンワードグローバルネットワークから得られる海外の最新トレンド情報の有効活用。
- 【3】 インポートセレクトショップを展開する関連会社「BUS STOP」のショップ運営ノウハウや高度なバイイングノウハウを活用。
- 【4】 自社生産の拡大により、品質の安定とコストダウンの両立を図る。
- 【5】 国内外の原材料メーカーとの取組みにより、オリジナル素材の開発に注力。
- 【6】 スタイリストとの協業により、スタイリングやコーディネート発信力を強化。

アイテム構成は、衣料品60%、雑貨40%のライフスタイル型MDを計画しています。雑貨に関しては、約7割を国内外の買い付け商品やコラボレーション商品で構成してセレクト性を持たせるなど内容の充実を図ります。

販売計画は、2009年8月下旬から都市型百貨店を中心に約30坪のショップを出店し、今秋冬で15~20店舗を想定。年間売上目標は約30億円(小売ベース)を目指します。



### 「フェアステ」2009年秋冬シーズン

#### 【アイテム別価格帯】

- 幅のある価格帯
- 割安感のあるエントリープライス

#### 価格帯

ジャケット	¥19,000 - ¥38,000
コート	¥28,000 - ¥57,000
ドレス	¥13,000 - ¥28,000
スカート	¥8,900 - ¥19,000
パンツ	¥9,500 - ¥19,000
ブラウス	¥9,500 - ¥19,000
カットソー	¥3,900 - ¥19,000
ニット	¥6,900 - ¥28,000
シューズ	¥9,500 - ¥47,000
バッグ	¥8,900 - ¥47,000
アクセサリ	¥1,900 - ¥19,000

## 【アイテム別構成比】

■ 衣料品60%・雑貨40%

■ 雑貨を中心に国内外の買い付け商品・コラボ企画商品の展開

アイテム	型数構成比	バイイング			
		オリジナル	コラボ	レイト	
トップス	ジャケット	6%			
	コート	8%	14%		
	ドレス	4%			
ボトムス	スカート	8%	20%	60%	100%
	パンツ	8%			
	ブラウス	4%			
インナー	カットソー	6%	26%		
	ニット	16%			
	シューズ	5%			
グッズ	バッグ	15%		40%	30%
	アクセサリ	20%			70%
	—				

## 【beautiful peopleについて】

2006年にデビューし、東京コレクションに参加。有名百貨店や数多くのセレクトショップ等で取り扱われている注目ブランドです。デザイナーの熊切秀典氏をはじめとする4人を中心に東京トレンドを生み出している。コンパクトなサイジングと遊び心のあるデザインで東京デザイナーズシーンに欠かせない存在となった。東京コレクションでは、大人と子供がそれぞれの服を交換する“着せ替え”の演出も話題になる。

## “beautiful people” デザイナー：熊切秀典氏からのメッセージ

普通という感覚を服に語らせる、そんなデザインが今、  
一番難しいんじゃないかと考えています。

それをbeautiful peopleデザインチームはf o r s t eで、  
表現していこうと思っています。

▲ ページTOPへ