



「カワイイ」×ファッション

制服ファッションが目指す先は 世界共通の「カワイイ」

日本の女子中高生発信!「カワイイ文化」を世界へ

制服ファッションブランド『Lucy Pop (ルーシーポップ)』の企画・製造・販売を手掛ける株式会社響(以下響)。昨今女子中高生の私服として制服風のファッションが流行しており、このブランドではシュシュ・リボン・ネクタイ・スカートなどの各種スクールアイテムを揃えることができる。学校指定のものだと、そもそもスカートやリボンと同じ柄のシュシュなどない場合がほとんどだ。お揃いだったらもっと「カワイイ」のに。そんな女子中高生の願いを叶えるべく、響は様々なアイテムを提案している。また、このブランドの特性は、現役女子中高生を対象にした企画やモニター会で、彼女達が実際に欲しいものを一緒に作り上げる取り組みをしている点だ。そんな取り組みも手伝い立ち上げ当初から話題となり、雑誌やテレビなどメディアにも引っ張りだこに。そして瞬間に、日本のトップアイドルグループの衣装協力をするまで登り詰めた。

このブランドを立ち上げたのは2010年。品川区が運営する武蔵小山創業支援センターの「チャレンジショップ」にて、スクールアイテムの販売をスタートさせた。「可愛い制服やグッズで女の子に喜んでほしい」。最初こそそのような思いから始まったが、実は日本の女の子にとっての「カワイイ」という感覚は、世界で注目を集める日本の「カワイイ文化」にも繋がるものだった。より良いデザインを求めていた響代表取締役の神山氏は、後々この日本の女の子の「カワイイ」という感覚を、商品に取り入れることになるのである。



企業情報

カフキガイシャヒビキ 株式会社 響

- ・制服ファッションブランド『Lucy Pop』の企画・製造・販売
- ・企業ユニフォームの企画デザイン・プロデュース
- ・学生服の企画デザイン・プロデュース
- ・クライアント保有ブランドの企画デザイン
- ・ペットファッションの企画デザイン
- ・ゆかたの企画デザイン
- ・市場調査及びマーケティング
- ・「カワイイ」を東京から発信するデザイン会社。

代表取締役
神山 太氏

2010年より制服ファッションブランド『Lucy Pop』を立ち上げ、トップアイドルグループや雑誌・テレビ局などメディアへの衣装協力を積極的に行っている。2012年からは経済産業省、総務省が掲げるクールジャパン政策により、「カワイイ」の代表ブランドとして海外展覧を開始。インドネシア、フィリピン、フランス、香港、台湾、ベトナムへ展覧し、日本のポップカルチャーを通して制服文化を伝えている。

制服ファッションの確立で変わる、制服の価値観

響は、制服ファッションを確立させるため、様々なPRを実施してきた。その一例として挙げられるのが「カワイイ」とのコラボレーションだ。神山氏は、日本の制服とアニメ・ゲームなどの「カワイイ」との親和性の高さに注目。ゲーム内のアバターに自社製品を着せたり、アバターの着ている制服を三次元に起こし実際に販売するなどの取り組みを行ってきた。2013年には、株式会社ハンビットユビキタスエンターテインメントとの共同事業であるオンラインゲーム『マイオーディション』において、ゲーム内のアバター用衣装として『Lucy Pop』の制服アイテムを販売した。同じ衣装をリアルな店舗でも購入できる仕組みを取り入れたことで、ユーザーはバーチャルとリアルの双方で『Lucy Pop』のファッションを楽しむことができるようになった。

一方で、現役の有名アイドルグループに撮影用に衣装協力を提供する取り組みも行っている。「ステージ上で歌っている時は少し違う、より親近感が湧くイメージを読者に与えたい」と多くの雑誌編集部から依頼が来るという。これはアイドルに憧れる女子中高生達にも広がり、制服は「義務的に着るもの」ではなく「好んで着るもの」「楽しんで着るもの」に変化する契機にもなった。また、制服に似合うヘアアレンジやメイクを紹介する番組への衣装協力も行っている。これはただ制服を紹介するだけでなく、トータルで制服ファッションの価値を高めるために取っている戦略でもある。番組はYoutubeで配信しているため、日本のみならず海外の人も視聴している。

「コラボレーションしてみたい企業はたくさんあるけど、まずは自社ブランドに合った適切なPRを継続することが大切」と神山氏。後述する教育関連とのコラボレーションなど様々な試みをしている響だが、それらを行うためにも自社の商品を常に何らかの形で発信していくことが大事だという。

相手の心を動かす情熱・コンセプト・メリット

「カワイイ文化」というジャンルが認知され始めたことで、世の中の制服の価値観が変わった。そんな中神山氏は、新商品のデザインに行き詰まりを感じたという。そのタイミングで、テレビで品川女子学園の生徒が、「女子高生による女子高生のためのテレビ番組」を企画しているのを視聴。企画力のある彼女らとコラボレーションすることを決意した。そこで、当時本社のあった品川区の区役所に相談し、区役所から学校へ協力要請をしてもらうこととなった。すると学校側から、講師にならないかと言う予想外の提案をされたそうだ。神山氏はこれを快諾した。

講師をすることになった神山氏の頭に浮かんだのは、「品川から「カワイイ」を発信しよう」と生徒達と約束を交わすことだった。なぜなら情熱やコンセプトがない形骸化した授業では誰もついてこないだろうと判断したからだ。同時に、多くの女子高生が好きな「カワイイ」という感覚をフルに使うことを約束することで、生徒側にも「楽しい」というメリットが生まれた。女子高生に限らず、あらゆる企業とコラボレーションを考える際、「情熱・コンセプト・メリット」を明確に提案することは大事なことだと神山氏は考える。

授業は、自分たちが「カワイイ」と思う新商品の開発を行うというもの。有志のメンバーを集めて全5回を実施した。結果として、授業の成果物である女子高生とのコラボ制服リボンは、現在『Lucy Pop』のラインナップの中でも上位の売れ筋となり、海外の人気も非常に高いという。日本の女子高生が「カワイイ」と感じた商品が海外でも「カワイイ」と認められる。響が掲げる「カワイイ文化」を世界に「実践された事例」となった。

制服ファッションを日本のポップカルチャー代表へ

2012年からは海外マーケティングにも積極的に取り組んでいる。それは経済産業省のクールジャパン事業に参加したことから始まった。インドネシア・ジャカルタで開催された展示会では、楽天株式会社(以下楽天)のインドネシアプロモーションイベントに参加し、現役アイドルグループのメンバーに『Lucy Pop』のアクセサリをプレゼント。2014年7月には、パリで行われたJAPAN EXPOにも出展。楽天とのコラボレーションで、制服ファッションイベントを開催した。同年9月にはフィリピンで初めて行われた「カワイイイベント」に参加、ここでは『Lucy Pop』のファッションショーも開催している。これらのイベントで制服ファッションのコンセプトを聞かれた時に、コンセプトは「カワイイ」と答えると、多くの人が喜んでくれたそうだ。それ以外のことを言ってもきくと伝わらないと神山氏。ここでも絶えずPRすることで制服ファッションを盛り上げ、日本のみならず海外にもファンを作る下地作りをしているのである。



1 オンラインゲーム『マイオーディション』のプレイ画面。

2 品川女子学園での授業風景。各班に分かれて「カワイイ」を模索する。

日本のものづくりで制服ファッションを守り、育てる

こうして日本の女子中高生のみならず、海外の女性達も「カワイイ」の虜にしている神山氏。今後コラボレーションの視野に入れているのは日本の製造技術だという。特に注目しているのは100円ショップを展開する企業。生活水準の低い東南アジア諸国に出展した際、「100円ショップのものなら買えるのに」という声が多数上がった。実際にコラボレーションするとなれば、現地でもものを作り現地で売れば利益は上がる。しかし、神山氏は企画や商品の金型は日本で作ることが重要だという。収益モデルをしっかり作れば、日本の大切な技術を守ることができ、本当に良いものを消費者に届けることができる。それこそがクールジャパンの本質だと神山氏は語る。これを実現させるためにも、響は『Lucy Pop』ブランドのPRを継続していくことが重要と考える。その根底には、日本のものづくりで「カワイイ文化」を発信し続けたいという思いがあるのだ。