

ニッポンが世界に誇れる“ジャパン・ファッション”をASEAN に。
PARCO クール・ジャパンプロジェクト

「HELLO,SHIBUYA TOKYO WITH SINGAPORE」

PARCO のブランド編集力と売り場作りのノウハウを活用と積極的な現地協業により
多くの方より高い支持を頂き、プロジェクトを無事終了いたしました！

株式会社パルコ（以下パルコ）は、日本の次世代を担うファッションブランドにASEAN での事業成長機会を提供するプロジェクトとして、国内外の幅広い協業先と共に、2013年2月22日～3月10日（17日間）「HELLO, SHIBUYA TOKYO WITH SINGAPORE（以下、本プロジェクト）」をシンガポールにて開催いたしました。

本プロジェクトはパルコが持つノウハウを活用し「インキュベート」「インバウンド視点での渋谷の街への貢献」「現地協業による市場創造」の3つをテーマに掲げ、日本の次世代デザイナー、クリエイターによる

- ① ファッション、雑貨、食などの編集売場（ポップアップショップ）
- ② ファッションショー
- ③ 商談会

を実施し、幅広い支持を得ることが出来ました。

本プロジェクト概要とその結果についてご報告いたします。

開催概要

企画趣旨：

本プロジェクトは、次世代を担うファッション関連事業者の潜在ニーズである「ASEAN 進出」を阻む

“マーケティング” “店舗運営” “バックオフィスのノウハウ” といった「3つのボトルネック」を克服する基盤づくりに向けたテストマーケティング。

経済産業省の2012年度クール・ジャパン戦略推進事業の受託事業として、国内外の組織と幅広く連携して実施。

① ポップアップショップ

—日本の次世代クリエイターのファッション、雑貨、食などの編集売場—

会期：2013年2月22日～3月10日（17日間）

場所：シンガポール中心部、オーチャードエリアの商業施設
「プラザシンガプーラ 1F メインアトリウム」

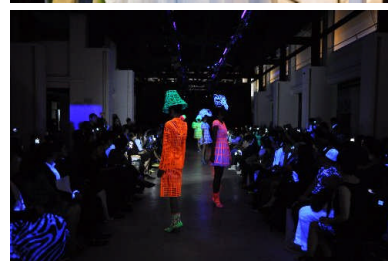
② ファッションショー

会期：2月22日

場所：レッド・ドット・デザインミュージアム

③ 商談会—雑貨を中心としたトレードショー

会期：3月8日～3月9日



「今の渋谷」を体現する旬なデザイナーと、現地で活躍するクリエイターなど計30ブランド26ショップが参加ポップアップショップ会場。期間中に約5万人が来場。

取材に関するお問い合わせ
株式会社 パルコ
広報室 03-3477-5710

PARCO

全体概況：

ポップアップショップ売上

売上：約1,200万円（想定比150%）/動員：50,000人/レジ客数：1,600人/客単価7,700円

1) 「インキュベート」～PARCOのノウハウを活かしたジャパンブランド編集売場。会場演出にもこだわった次世代デザイナーのファッションショーなどでのPRが高い評価に結実～

PARCOグループのノウハウを活かしたマーケティングや売場編集により、ケイタマルヤマ、シアタープロダクツなどの東京コレクションブランドやムルーア、スナイデルなど新進モード、ストリート、カジュアルと国内約20ブランドを品揃え、販売。日本のファッションブランドのデザイン、素材、技術、ブランドイメージに対する現地マーケットの評価や期待、ニーズは想定以上に大きく、ポップアップショップでは高単価なモード系ブランドが好調に動く。

ファッションショーでは注目の次世代デザイナーとパルコがシンガポールで現地ファッション協会09年より行っている、インキュベートプログラムを卒業したデザイナーが参加、非常に高い評価を得る。

2) 「インバウンド視点での渋谷の街への貢献」～売場立地を厳選し、幅広い客層へのアプローチ。売場スタッフへの商品レクチャーを通してジャパンカルチャーの理解を深める～

高感度ファッションに関心のある方以外にも幅広い現地の方が商品に触れていただくことが出来るように、会場立地も厳選し、トラフィックの良い人気商業施設で開催。店舗デザインは日本を代表する建築家・谷尻誠氏を起用。

2-a) 地下鉄3線が乗り入れるターミナル駅に直結、1日約7万人来場する人気商業施設の共用部分に売場を設置。1日約3,000人が来場。次世代ないしハイエンドなジャパンブランドに触れる機会がなかった方がたにもアプローチが実現。

2-b) 販売スタッフを全員現地スタッフにして、国立大学で日本文化を学んでいる学生、日本に留学を予定している学生、ファッションやアート系学校の学生など、現地の日本文化やファッションに関心が高い層を中心に構成。パルコの接客指導/商品展示なども取り入れ、商品の背景を丁寧に伝える接客が実現でき、高単価商品の購買に繋がる。

3) 「現地協業による市場創造」～PARCOのマーケティング力を活用や現地との協業により、現地マーケットニーズにマッチさせた商品提供・情報発信。ジャパンブランドの認知浸透を図る～

企画当初より、東京・渋谷の良さは、現地の文化と混ざり合って新しい市場を創造することだと認識し、本プロジェクトは単なる日本製品の「紹介」ではなく、日本/シンガポール両国の積極的な協業により新しい「市場創造」を目指す。

3-a) 国内外の有力協業先と連携し、現地ファッション専門店やシンガポールで活躍するクリエイターとのコラボ商品開発、シンガポール次世代デザイナーブースの設置。コラボ商品については8割の商品が完売。現地マーケットの共感を呼ぶ。

3-b) 現地の専門店、有力商業ディベロッパー、クリエイター、メディア、両国の政府系組織（経済官庁、大使館、観光局など）、両国のファッション協会など、現地キーセクター、キーパーソンが積極的に自店顧客や周辺へのPRを実施。現地メディアでの情報拡大。

3-c) 現地のスマートフォンの利用率の高さから本プロジェクトフェイスブックを開設。約30,000いいね/90,000人リーチに達する。



主な客層は

- 1) 富裕層の主婦層
- 2) 高感度ファッションに関心の高い層
- 3) 通勤通学者

の3カテゴリー



ミントデザインズは、30-50代の富裕層女性を中心に中間価格で付加価値の高いファッションとして現地の潜在ニーズを掘り起こす。

取材に関するお問い合わせ
株式会社 パルコ
広報室 03-3477-5710

PARCO