

# ～ 2010 年春夏NYコレクション速報 & NYファッションビジネス ～ **サバイバルをかけたチャレンジはこれだ！！**

百貨店や GMS やモールで売上げアップの新ブランドのチャレンジ！  
NYマーケティングで、この時期でも売れる企画と仕掛けゲット！  
売れるファストファッションのブランド別徹底分析！

NYは秋物が 8 月から売れる。人気商品はこの時期でも早く売り切れる。購買力の強さと企画力の魅力に、消費者は動く。アメリカの百貨店は第二四半期の売上げが厳しいが、アップしたブランドもある。エアロポスタルはアバクロ系プレッピーカジュアルで、第二四半期の売上げ 20.7%アップ。小売で世界一のウォールマートもアップ。マックス・アズリアとコラボで、百貨店クオリティーを目指す。アンソロポロジーは独自の新ブランドが効果的に作用。フォーエバー21 が売れるが、ファストファッション同士の戦いも激化。消費者がプライスコンシャスな今、低価格を競うチャレンジが続く。アバクロのセカンドライン、ホリスターがソーホーにショップをオープンして人気！You Tube やマイスペースから、新しいアパレルビジネスのチャレンジが話題！2010 年は消費構造が変わり、アパレル業界に変動が起きる。どうすればこの時期でも売れる企画ができるか？消費者のニーズにあう企画と、オリジナリティーのある仕掛けで売上げを取るNYマーケティングこそ、サバイバルをかけたチャレンジだ。また多様化するファストファッションの、売れる理由とブランドの相違点を多角的に分析する。



さらにNYコレクションから、売れ筋トレンドを価格やターゲット別に徹底分析する。やはり売れるブランドは、NYコレクションにある。いかに有効なトレンドを取り入れ、売上げアップを図るか？NYコレクションセミナーで、いかに売れる企画をゲットするか？NYコレクションは市場のニーズにあったトレンドや、新しいチャレンジがある。時代の変わり目は、チャレンジが消費者を動かす。マンネリズムを抜け出し、新たなチャレンジに勇気を持つてのぞめば、売上げはついて来る。

**講師：宇自可 伶（うじかれい）**

ファッションプロデューサー。NYに LEI UJIKI INC.を設立。東京藝術大学建築課卒。ファッションからコスメまで、幅広くブランドプロデュースや企画コンサルティングを行うかたわら、NY コレクションセミナーを企画の立場からトレンド分析して好評を得ている。また FITやパーソンのインターン指導にあたる。96年にNYアートディレクターズクラブから、自らプロデュースしたブランドアドのアートディレクターとして、銀賞を受賞。