





別所さんの商品コンセプトは「3年後のリピーター」。長持ちして飽きのこない洋服作りにこだわる。

だった。

コアターゲットは自分自身。自分が着たいものを作る。あくまでも生地こだわりの着心地を追求した。そしてオシャレで少しセクシーであることを提案した。

「こんなの、家で着られな〜い」といった反応が最初は多かった。それでも彼女はリゾートホテルのラウンジにも似合う服を部屋着として着る贅沢はきつと受け入れられると信じた。部屋着のまま寝てもいい。丸洗いもできる。天然素材にこだわり、生地の良さをとことん生かしたデザインを提供する。ヨガなどの動きにも適する着心地の良さが生まれる。

そうした彼女ならではのこだわりは徐々に受け入れられ始めた。時代も変化してきた。パジャマパーティーなる文化も生まれた。品

のいいセクシーさを求める人も多くなってきた。

インポートのランジェリー ショップから火がついた。シックレットプレジャーの価格帯は上下で1万2000円〜1万5000円ほど。インポートものを購入する客層には決して高くない。

別所さんの商品コンセプトは、「3年後のリピーター」。それだけ長持ちして飽きのこない洋服だという自負がある。もちろん、常連客はもつと早くリピートする。しかし、そうしたコンセプトを曲げようとは思わない。

### セカンドラインも展開。次は海外の直営店!

それでも、「可愛いけど、高い」と思う層も少なくない。今ではデパートでも、シックレットプレ

## 生地こだわり、着心地にこだわり、女性の ライ

ジャーの値段設定は決して安い部類ではなくなってしまう。とは言え、日本製で生地にこだわり抜いたこのラインの価格を下げようとは思わない。その代り、今年に入ってセカンドラインの展開を始めた。クオリティ面をクリアしたインドの工場に発注して作ったラインだ。このラインの場合、シャツワンピースで5800円。上下揃えても1万円を下回る。

このラインを作ったことで、雑貨店などへと販路が広がった。「時節柄、なくなるお店も多いので、販路の拡大は自衛手段としてもますます重要なのです」

ネットショップの売上は現在、全体の3割ほど。ただ、店舗でも、リピーターはネット通販で買うという場合もある。こちらはカウンタでできないが、商品の良さを知った上で、ネットを活用する客層は増えているようだ。

「値段に躊躇する場合は、まず



上下揃えて1万円を下回るセカンドラインの展開も始めた。



家でのリラックスタイムや、お出かけ前の身支度にも◎。人気の定番商品「ローズレスローブPINK」。

カットソーを買ってみてください」と提案します。カットソーは3800円。それで商品の良さを知って、リピートしていただけるお客様も少なくありません。あるいは、2800円のホットパンツとか。今度、専門店からのニーズがあるので、ショーツを作ってみようかとも思っています」

そんな同社の次なる展開は、海外に直営店を何店舗か持つこと。特にアジアやヨーロッパはねらい目だ。

「そのための交渉を始めています。また、英語のサイトを現在、構築中です。アメリカ向けの場合はサイズバリエーションの充実なども必要になりますが、シンガポールや香港、ミラノなどならばこのままのラインで展開できます。日本ならではの美のセンスを、ラウンジウェアの本場で紹介したいので、きつとその日も近いと思う。」