

人気読者モデルの鈴木姉妹と製作したネックレスはフランス語で「愛してる」とかたどった

低価格アクセサリー

企画に読者モデル参加

ラッキーマ商会ブ로그で紹介

宝飾品製造のラッキーマ商会(甲府市、望月直樹社長)は8月、商品企画にファッション雑誌の読者モデルが参加した低価格アクセサリーを売り出す。流行に敏感な読者モデルに自分の欲しい商品を提案してもらい、ファンにブ로그で紹介する。真ちゅうや銀を使い手ごろな価格で流行を採り入れられるファストファッションの流れに乗る狙い。



発売するのは新ブランド「ニューヨークチーズケーキ」。ファッション誌「Vivi」「CanCam」などの読者モデルを務める大井智保子さんや寛沙奈恵さんら10人が、半年ごとに指輪やネックレスなど1人2〜3点ずつ企画する。半年間限定で販売し、商品を次々と入れ替えて流行を素早く採り入れられるようにする。

双子読者モデルの鈴木亜耶・亜美姉妹と協力して製作したネックレスは、真ちゅう製でフランス語の「愛してる」の文字をかたどった。希望小売価格は3000円。当初売り出すのは35商品だが、協力を得る読者モデルを増やして、毎年100商品を出す体制を整える。宝飾品店ではなく、雑貨や衣料品を扱う店舗で販売する計画だ。

頻繁に更新して一定のファンを抱えており、アイデアを商品に生かすことで若い女性に訴求しやすいと判断した。貴金属素材にこだわらない商品開発にも協力が得やすく、

価格帯は2000〜8000円に絞る方針だ。同社製品の平均単価は1万5000円程度で、5000円以下の商品を扱うのは初めて。若い女性には衣料と同様、流行に合わせ手軽に身に付けられる装身具を好んでおり、宝飾業界の販売単価は下がる傾向にある。同社は読者モデルと組むこ

とで、成長分野の低価格アクセサリー市場に足場を築く狙い。

新ブランドの売り上げ目標は初年度3500万円。3年内に年1億円の売り上げに伸ばすことを目指す。同社の2008年12月期の売上高は25億円。