

新しい時代のブランド設計

もしあなたがアパレルブランドを立ち上げるなら、どこに店舗を出すだろうか？銀座か渋谷か。商業施設内か路面店か。

今、「FR2」と呼ばれる日本のアパレルブランドが世界中で注目されている。

本当の名前は、F×king Rabbits。「Fuck ing」という言葉がSNSの規約で使えないため、略語が愛称となっている。「タブーに挑戦する」が、ブランドのコンセプトだ。

インスタグラムで「#FR2」を検索してほしい。様々な国の若者が投稿した画像を見ることができ

る。F×king Rabbitsを作ったのは、2000年代にVANQUISHで渋谷のストリートファッションを制し、お兄系ブームを牽引した石川涼さん。2016年に、彼が新ブランドの店先に選んだのは、渋谷でもパルコでもなく、インスタグラムだった。

ブランドロゴは、交尾中のうさぎ。インスタグラムでは、利用規約ギリギリの女性ヌード写真を投稿。そして、ブランドTシャツには、海外のタバコに掲載されている警告表示「Smoking Kills」や、「ただやりたいだけ」といった言葉をプリントした。

タブーに挑戦する姿勢が話題を呼び、世界中の

文 佐渡島庸平

text by Yohai Sadoshima

様々な有名人が「#FR2」で写真を投稿。広告費を一切使わずに、インスタグラムのフォロワー数は爆発的に増えていった。

そして、満を持してリアル店舗を出店する時に、選んだ場所は原宿。海外からも客が訪れ、瞬く間に繁盛店となった。だが、思わぬトラブルが起こる。原宿に集うスケーターの遊び場となり、入り口部分を壊されてしまったのだ。

このトラブルに石川さんは、どう対処したか？

なんと、もつと多くのスケーターが集まるよう、スケーターに好まれるデザインに店舗を改修したのだ。それが一層の話題を呼び、海外からもスケーターが訪れ、ますます世界中で知られる存在となった。

現在、F×king Rabbitsは京都の八坂神社の目の前にも店舗をオープンし、観光客の目に触れ、ますます有名になっている。特に、中国での知名度は日本国内より高いくらいだ。

どういう風になると、世界中の人が、商品と一緒に写真を撮りたくなるのか？

それを設計することが、ブランドを設計することになってきている。店舗を立ち上げるとしたら、場所を選ぶではなくて、インスタアカウントを運用する。そんな時代になってきた。



Profile

株式会社コルク 代表取締役

2002年講談社入社。週刊モーニング編集部にて、「ドラゴン桜」(三田紀房)、「働きマン」(安野モヨコ)、「宇宙兄弟」(小山宙哉)などの編集を担当する。2012年講談社退社後、クリエイターのエージェント会社、コルクを創業。著名作家陣とエージェント契約を結び、作品編集、著作権管理、ファンコミュニティ形成・運営などを行う。従来の出版流通の形の先にあるインターネット時代のエンターテインメントのモデル構築を目指している。