

# SENKEN

## 続々 新感覚のラッピング店

ファッショニブルに、ラッピングをテーマにした高感度なショップが相次ぎ出店している。包装紙メーカーがアパレル業界からディレクターを起用したり、ファッション企業が新業態を開発するなど新たな取り組みが目立つ。背景にあるのは、ワーカーショップや手芸といったモノ作り需要の高まり。「ラッピングにもひと手間かけて、自分らしさを」との消費者マインドが強まっている。

昨年11月、渋谷パルコパート1の4階ファッショニブルアに出店した「ラッブル」は、大正10年創業の包装紙メーカー、シモジマのラッピングとDIYをテーマにした新業態だ。クリエイティブディレクターは「シニアアーバンロードクリフツ」のプロデューサー、森香を起用。「アンリリアレイシ」がデザインした包装紙の限定発売やクリエーターによるワークショップの開催など、ファッション好きの好奇心をくすぐる内容になっている。150平方mの売り場には包装紙やリボンから文房具にスナックまで約8000種のアイテムが並ぶ。20~30代の女性の来客が多く、通常は業者に御観察している包装紙も「バラ売りされ、人気を集めている。

渋谷パルコが同店を誘致したのは「モノ作りが高まる中、感度の高い客に向けた商材を置きたいと考えた」(渋谷パルコ)ため。販として、ファッションだけだとどうならないバラエティー感を創出する狙いもあった。



ラッブレターアッシュ・ペー・フランス

●北千住ルミネ店④オリジナルの包装紙やポストカードは売り切り。新柄が続々入荷する

同館、シモジマ、金森さんとでコンセプト作りを進め、様々なクラフトとラッピングを楽しめる店になった。

### アーティストに依頼

アッシュ・ペー・フランスも昨年11月、プレゼントをテーマにラッピング雑貨とギフト雑貨を集めた新業態「ラッブレターアッシュ・ペー・フランス」を北千住ルミネに出店した。包装紙とカードはアーティストに依頼したオリジナル。包み方のノウハウをイラ



### ラッブル

①渋谷パルコ店②リンクマークのオリジナル包装紙③ワークショップを定期的に開催

## ギフトも「自分らしく、ひと手間

ストで解説したフリーペーパーも発行している。ギフト雑貨は3000~4000円を中心でキャンドルや種いぐるみ、テーブルウェアなどが出揃う。入社2年目の若手中心にチームを作り、オリジナル企画から仕入れまで行っている。この業態の開発はルミネ側からの依頼がきっかけだった。北千住ルミネはギフトニーズが強い。手作りを楽しむ客が

増えるなか、ラッピングにも凝りたい人が増えていると感じていた」(片桐恵ルミネ業態担当マネジメントディレクター)。アッシュ・ペー・フランスには、ルミネ有楽町店で「クリスマスシーズンに大切な人に想いを伝える」というテーマでイベントを実施した実績がある。ファッション性も高く、「人情あふれる下町の立地でも共感してもらえると考えた」という。

### 着飾る感覚で

駅ビルを中心に、ラッピングショップを全国展開している企業もある。ラッピング専門メーカーの包むは、85年に「包むファクトリー」1号店を出店。現在、新宿マルイ店やルクア大阪店、天王寺ミオ店など6店がある。ここ数年、ラッピングを「ファッションと同じように自己表現の一つと考える客が増えている」(本多業務子包む東京本社ショッピング事業部マネージャー)。約10年前の「手芸感」から「フレーバーだったが、今はピンクやゴールド、レッドと



包むファクトリー

新宿マルイ店。有料のラッピングサービスも人気

いった華やかな色が上位。筋引のチャームやコサージュも人気で、「自分の分身として着飾る感覚に近い」と分析する。中心客層は30~40代の女性で客単価は900円ほど。「グラフ好き」な客が増えて、売り上げも06年度から11年度まで小売りが95%増、卸が40%増と成長した。