

street fashion marketing

■ 「ACROSS」 媒体資料 ■

<http://www.web-across.com>



日本で初めて、テナントの売上を公開。売上分析と予測をオーナーに向けてレポートしていました。



書店での販売を開始。「団塊ジュニア世代」「Hanako世代」など、キーワードを創出！



2000.10 WEBに。



■1974年、前身である『パルコレポート』創刊。

■1977年10月、『月刊アクロス』創刊。

■1980年8月より、渋谷、原宿、新宿の3地点で、若者のストリートファッションを観測・分析する企画『定点観測』スタート。

■1993年『流行観測アクロス』に名称変更。

■1998年7月号を最後に紙媒体は休刊。

■2000年10月、ウェブマガジン『WEBアクロス』新創刊。同時に外部企業からの調査・コンサルティング等、受託業務をスタート。

■2002年5月にサイトリニューアル。

■2003年3月、サイト上の企画から『トーキョーリアルライフ~42人の消費生活』上梓。1万5,000部を越えるロングセラーに。

■2006年6月現在、月間約250万ページビュー、月間約50万ユニークホストに。

■2007年3月、100%出資子会社(株)パルコ・シティに業務移管。12月8日リニューアル。『ACROSS』に。

■2009年3月、株式会社パルコ事業戦略室に戻り、オルタナティブなマーケティング活動のセクションとして社内外のハブ的な存在に。

■2010年、「定点観測」30周年でNPO法人シブヤ大学と慶応大学加藤研究室と共同で、定点観測のワークショップ『シブヤ大学定点観測学科』を実施。

■2013年、リニューアル、スマホ対応。

■2015年、『定点観測』35周年。

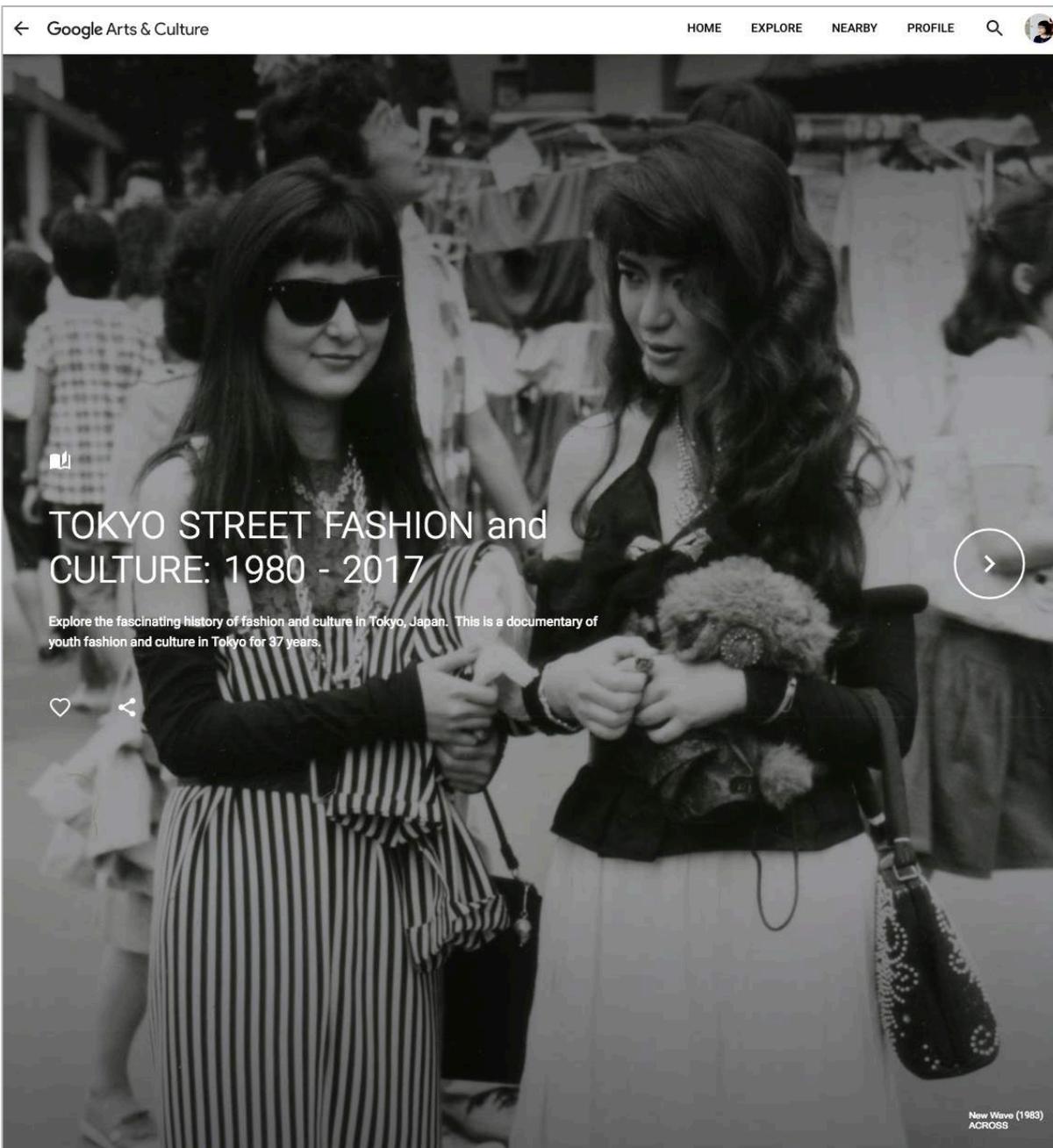
■2018年秋、単行本『東京のストリートファッション・カルチャーの記録(仮)』上梓予定(パルコ出版)。



1980s~1990s
ストリートカルチャー
全盛！

タイアップ本
「Casa BRUTUS」
にアーカイブの
一部を公開





Tokyo Street Fashion and Culture: 1980-2017

"Street Fashion" is the sense of style of creative people who take all sorts of information (from music, sports, fashion, and the like) and express their personal values through their outfits. The fashion and culture research institute "ACROSS" stood on the streets of Shibuya, Harajuku, Shinjuku on August 9, 1980. Since then, every first Saturday at the same time, we have been observing each city, people, fashion, and measure the number of passersby and fashion trend items, interview carefully. Our concept is the "street fashion marketing", it is based on an approach called "cultural studies" from the academia background. And, its method of the observation we named "Teiten Kansoku (Fixed point observation)". This is a documentary with a realistic image of Tokyo's 37 years of young people.



* 2017年6月～、Google社の非営利組織Google Culture Instituteが主催するGoogle Arts & Cultureにおいて、ファッションをテーマとした“[We wear culture](#)”というプロジェクトに参加した。

これは、ニューヨーク、ロンドン、パリ、東京など大都市を中心に、約180の博物館・美術館、学校などの収藏品3万点以上が公開されるオンラインミュージアムで、日本からは、日本服飾文化振興財団、文化学園大学、国立新美術館、文化服飾学院、加賀友禅会館、京都伝統産業ふれあい館、立命館大学アート・リサーチセンター、京都服飾文化研究財団、島根県立石見美術館、神戸ファッション美術館、京都府立総合資料館(現・京都府立京都学・歴彩館)などが参加するなか、弊社パルコのシンクタンクが発行するメディア『ACROSS』として参加した。

■ アクセス状況：

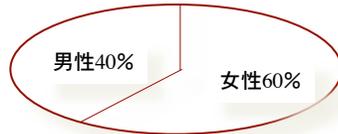
1日平均 約30,000PV
 月間総ページビュー 約1,000,000PV

■ セッション数：

1日平均 約10,000人
 月間平均 約300,000人

■ プロフィール特性：

- ・年齢層は20代～40代、50代の男女と幅広く、ファッションやカルチャー、マーケティングに関心のある「クリエイティブ」層が中心。
- ・男女比は、6：4で女性が多い。

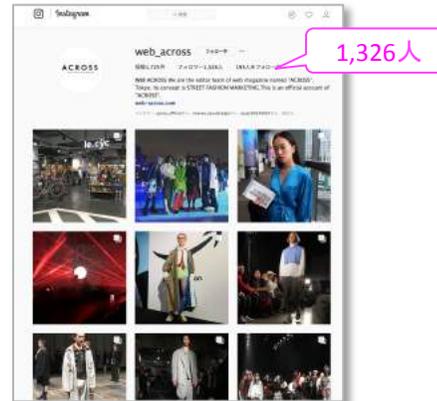


- ・職業は、高校、専門、大学、大学院・社会人学生の他、会社員、自営、会社役員、フリーランス、ショップオーナー、デザイナー、アルバイト、フリーターなど幅広い。
- ・職種は、創造性や判断力、分析力が必要とされるクリエイティブな仕事に従事している人 = 「クリエイティブ・クラス」が多いのが特徴。
- ・所属する業界としては、アパレル、雑貨、靴、化粧品、家電、時計貴金属、自動車・バイク、デザイン、出版、美容・理容、音楽、飲食・外食、食品、Web関係、教育・保育、マスコミ、広告代理店などさまざま

*** 近年は、海外駐在の日本人、東京のトレンド・ファッションに関心のある外国人クリエイターなどからのアクセスも。

■ SNS：

Instagram : web_across



Twitter : across1977



Facebook : @WebACROSS



* 『ACROSS』は、パルコのファッション・カルチャーのシンクタンクです。
1977年より東京のまちと、そこに集う若者とファッション・カルチャーを、
カルチュラルスタディーズのアプローチで研究しています。

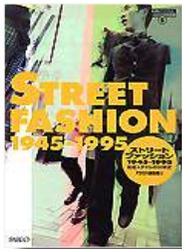
* コンセプトは「ストリートファッションマーケティング」。
生活者（消費者）の意識や価値観～消費行動をミクロな視点から読み解くため、
「ひと」×「モノ」×「まち（場）」を、「定点観測」しています。

* ターゲットは、「本当の東京のトレンドとその社会的背景」が知りたい人。

① クリエイティブクラス／カルチャークリエイティブス：
あらゆるジャンルにおいて「ものづくり」に携わる人、社会起業家など

② マーケティング・リテラー：
マスコミ、シンクタンク、広告代理店、マーケティングリサーチ会社、百貨店、
専門店～小売りの現場の人、店長、オーナー、起業家

③ インテリジェント・コンシューマー：
消費行動に能動的に関わり、その意味性をより深く考え、
広い見識を得たいと思う「賢い」消費者や社会学者など。





WORKSHOP STYLE



COMMUNICATION



COUNT



INTERVIEW



EDITING

SHOOTING

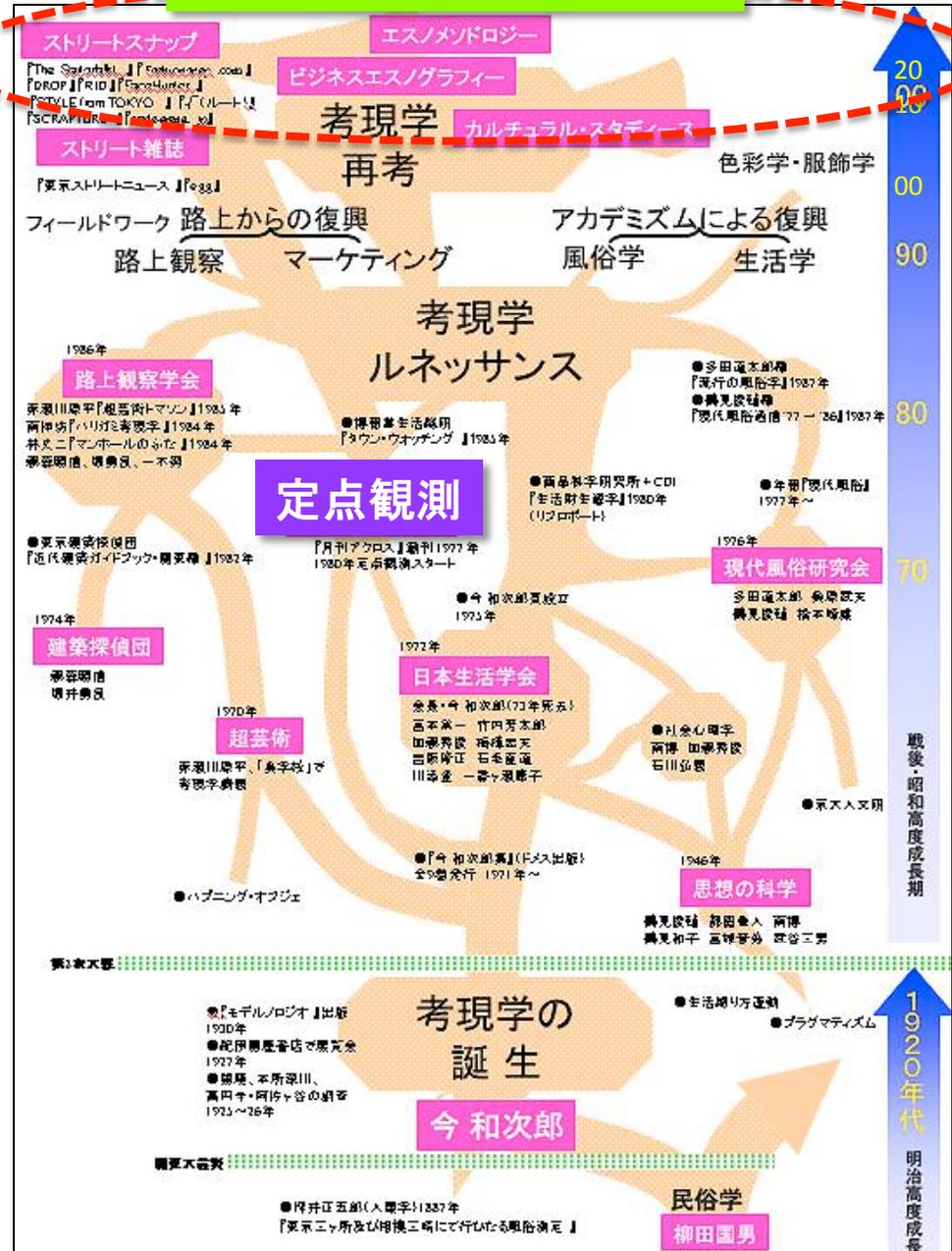


2014年5月号の『東京人』でも大特集。「定点観測」について編集長が寄稿しています。



東京のストリートファッション研究の専門機関としてNHKワールドの「TOKYO FASHION EXPRESS」で取り上げられました。

「ACROSS」の定点観測



「ACROSS」編集部の主な企画・情報ソース

- ① 定点観測 @渋谷、原宿、新宿の3地点合計毎月2,000カット／人を観察、デプスインタビュー 約30～35人。
⇒年間2万5,000カット／人を観察、考察。
⇒年間約420～450人のデプスインタビュー（今年40年目）。
- ② 消費生活 年間60人・月の個人消費行動を日記スタイルで記述いただく企画から、インサイトを考察。
- ③ 取材・インタビューなど 商業施設やショップのオープン、イベント、展示会、ファッションショーの他、「定点観測」からトレンド情報をピックアップ。取材・インタビューを行なう企画。年間約120件。
- ④ その他 マスコミからの取材への対応、写真の貸出し、講演・講義、執筆など。全国各地のパルコならびに関連会社のさまざまな事業活動との連携。また、他社との共同研究、受託業務などによる知見を社内外に共有。

■タイアップ記事広告の例 (某社)



*記事広告の作成～掲載の他、パルコ各店等での店頭SPとの連動企画なども。

■バナー広告タイアップ企画の例 (ピック)



■タイアップ記事広告の例 (2.5d)

■そのほかにも、表向きは店頭SP企画/ECとの連動タイアップ企画として、デブスインタビュー/インサイト分析を行い、別途レポートとして納品する、「**スナップリサーチ企画**」なども全国各地で行っています。

■2年後のトレンドフォーキャストのご提案 (某社、某協会・団体など)



*年2回、2年先/1年先のトレンドマップを作成。商品開発の提案レポートを作成。

■街頭撮影調査 (某社)



*年4回、レディスおよびメンズのストリートファッションのトレンドを分析。

■「メイク版定点観測」調査 (某社)



■エリア分析調査 (某社)



* 出店計画のためのプレサーベイ。
FW、FR、“取材型”レポートを作成。

■グループインタビュー調査 (某社) エクストリーム・エンドユーザー・インタビューなど



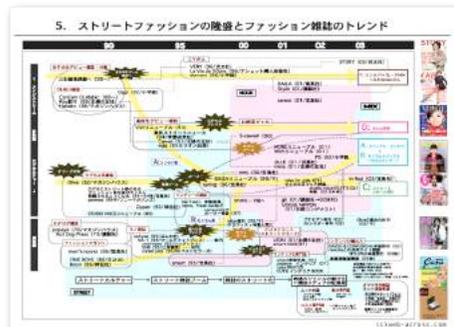
* フォーカスグループインタビューをはじめ、有識者インタビュー、“エクストリーム・エンドユーザー”へのインタビュー、お宅訪問調査なども。

■競合店調査 (某社)



◎ 覆面リサーチ。

■女性誌分析 (某社)



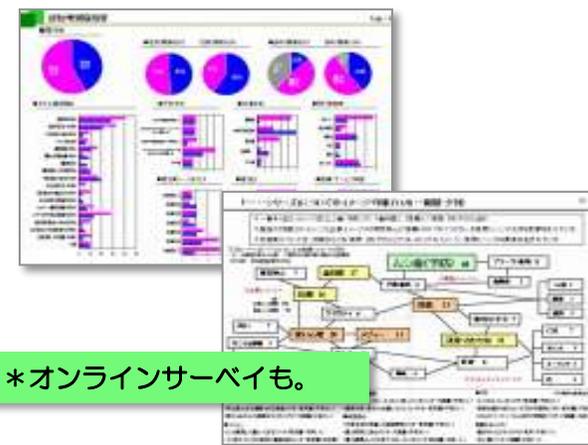
* 日ごろの取材やリサーチの知見から、デスクトップリサーチとして、メディア分析やブランド分析なども。

■ストリートファッション分析 (某社)



* 38年の定点観測の知見から、マーケット、ブランドのポジショニングマップを作成したり、ショップリサーチ、インタビューなども。

■定量調査 / インターネット調査 / 街頭 (某社)



* オンラインサーベイも。

- 「**定点観測 in ○○**」。独自のFW、FR (フィールドリサーチ) による課題解決の提案。
街頭撮影調査+街頭デプスインタビュー/東京の「定点観測」との比較分析など
地方都市、郊外だけでなく、海外での実績もあります。

＊フィールドワーク、フィールドリサーチ、ヒアリング、街頭撮影調査などのプレサーベイを実施した後、ターゲットを選定し、街頭にてデプスインタビューを実施。



＊当日着用していた服装の全アイテムを訪ねるほか、よく行くショップや飲食店、よく読む雑誌やブログ、平日/休日の過ごし方、まちについてなど、ライフスタイル全般について根掘り葉掘り尋ねます。

＊今年38年目の「定点観測」のデータと比較し、解析します。

*フィールドワーク、ヒアリング、街頭撮影調査などのプレサーベイを実施。
⇒ランドスケープを考察する。



⇒台北、台中、シンガポール、ホーチミンなど海外の都市でのフィールドリサーチも行なっている。

⇒ファッションを地点ごとに比較し、考察する。

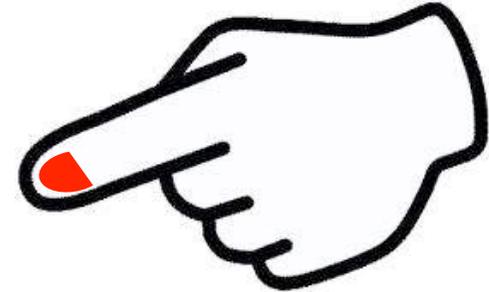


- * その他、大学等との共同研究や、講義やWS (ワークショップ)、企業での講演、他媒体への寄稿、シンポジウムなどへの登壇なども行っています。
- * 講義例；文化学園大学大学院、東京大学、東京藝術大学大学院、立教大学、明治大学、青山学院大学、慶応義塾大学、法政大学、ハリウッド大学院大学、I F I、AFF (@タイ・バンコク)、NHKワールドなど
- * 連載例；毎日新聞 (現在連載中)、朝日新聞、日本経済新聞、毎日新聞、日経MJ、日経消費ウォッチャー、織研新聞、『東京人』、『ファッション販売』、『月刊BOB』他



■ 本件に関するお問い合わせ先
〒150-0045 東京都渋谷区神泉町8-16、渋谷ファーストプレイス (株) パルコ「ACROSS」編集部
TEL : 03-3477-5711 MAIL : info@web-across.com

ACROSS



**STREET FASHION
MARKETING**

<http://www.web-across.com>