

バロックジャパン 人材発掘コンテストで事業化支援

世界中から知恵を集めるきっかけに

バロックジャパンリミテッド(村井博之社長)は人材発掘コンテスト「ネクスト・イズ・ユー」を行っている。ビジネス部門とファッションアイコン部門の二つがあり、ビジネス部門は4月中旬に最終審査を行った。事業化を全面支援する最優秀賞に選ばれたのは、同社営業統括本部アウトレットグループの丸谷広幸マネージャー(46)のプラン。今回は偶然社員が選出されたが、両部門とも社内外から応募を受け付けており、今後は同コンテストを「世界中から知恵を集めるきっかけにしていきたい」(村井社長)という。(五十君花美)

異業種でも検討

ビジネス部門への応募は全62組。最終審査に残った8組には、学生や異業種の社会人、この春バロックに入社したばかりの社員も含まれていた。丸谷マネージャーが提案したのは、「オタク市場への参入」。

自身も熱心なオタクという点を生かし、アニメーションブランドを審査会直後から、丸谷マネージャーと、ネクスト・イズ・ユーなどの新規事業を担当する柿崎孝介執行役員とで事業化に向けた打ち合わせが始まった。バ

立ち上げ、「渋谷から秋葉原に殴り込みをかける」案だ。ほかには、女子高生向けの制服ブランド、進化版きもの、グルメ関連のアプリサービスなどの案があった。審査員は、村井社長や椎木隆太ディー・エル・イー社長、家人一真キャンブファイヤ―社長ら。

ロックの既存のノウハウや生産背景を生かすことができるため、短期で事業化できそうだという。「プレゼン形式の発表に不慣れで落選した案の中にも、飲食分野などで面白いものがあった」(柿崎執行役員)ため、個別で話し込みに入ったケースもあるという。飲食などの他業種はビジネス構造が違い、事業化には難しさもある。しかし、検討の俎上に載せ、新ビジネスのために試行錯誤していくことにこのコンテストの意義がある。

「リムアーク」も

ネクスト・イズ・ユーはバロックが15年、社内で行った「スタートアップ発掘コンテスト」を発展させたもの。ここで優勝した中村真里さんは同社の全面支援のもと、16年春夏にレイスブランド「リムアーク」を立ち上げた。当初はEC限定だったが、好調を受けて今春は名古屋パルコや阪急うめだ本店などに常設店や期間限定店を出した。カリスマ販売員や等身大のデレクターが作るリアルクロウ

ズで急成長した企業だけに、「熱意のある人が作るブランドや事業が成功する」という考えが、DNAに刻まれている。ファッションアイコン部門は10月に最終審査する予定で、優勝者はプロデューサーとして新ブランドを立ち上げる。



コンテストから生まれた「リムアーク」(17、18年秋冬展から)