

Millesyus

魅を纏い、伝統が日常に
KIMONO × LINGERIE

- 01 | ブランドストーリー
- 02 | 商品紹介
- 03 | 創業者プロフィール
- 04 | 実績・反響
- 05 | メディア向け記事アングル
- 06 | メディアアセット・お問い合わせ

01 | ブランドストーリー

着付けも、特別な日も、いない。

「着物を、もう一度日常へ」 —

Millesyus

魅を纏い、伝統が日常に

Kimono × Lingerie

誕生のきっかけ

Millesyusは、着物とランジェリーという、一見かけ離れた二つの文化を掛け合わせることで生まれたブランドです。創業者の小川がカナダ・アルバータ州での滞在中に訪れた「Victoria's Secret」。そこで目にしたのは、まるで宝石のように美しく並ぶランジェリーと、誰のためでもなく「自分の心を満たすため」にそれを選ぶ女性たちの誇らしげな姿でした。外からは見えないものに価値を宿し、纏うだけで自信が溢れ出すランジェリーの力。その光景に、ずっと温めていた「部屋で楽しむ着物」という構想が重なりました。「日本の繊細な着物地で、この自由な高揚感を表現できないだろうか」その一瞬のひらめきが、伝統を日常へと解き放つMillesyusの第一歩となったのです。



着物への問いかけ
帰国後、小川はある問いを持ち続けました。

“

「日本には、着物という世界屈指の美しい伝統衣装がある。なぜそれは、日常から切り離されてしまったのか」

”

Millesyus

着物は、特別な日に着るもの、格式あるもの、着付けが必要なもの。そうしたイメージが強く根づいた結果、現代では多くの人にとって「憧れはあるけれど、日常では着られないもの」になっています。

実際に、せっかく購入した着物がタンスに眠ったまま、
という声は国内外から絶えません。海外では、
日本旅行のお土産として着物を購入しても、
自国の文化や生活の中では着る機会がなく、
結局飾り物になってしまうという声も数多く届いています。

主力商品 着物キャミソール

着物より手軽に。着物ドレスより日常的に。それでいて、和の美しさを纏える一着。



NAGI AURA ALL WHITE

漆 NO.7

着物キャミソールの魅力
着物キャミソールは、着物の美しさと和の雰囲気を保ちながら、現代の日常に適したスタイルにアレンジされたMILLESYUSの主要アイテムです。

- 着付け不要
- 特別な日や場所を選ばない

自宅で毎日楽しめる新しい和のスタイルを提案します。

MILLESYUSの着物キャミソールの4つの特長

独自性

長襦袢の反物を使用し
伝統的な素材を
現代風に再解釈

快適さ

パット入りで安心して着用可能
さらっとしていて
肌馴染みのいい着心地

実用性

洗濯可能で、お手入れ簡単
日常生活に自然に取り
入れられる

デザインの融合

和の美意識を基に現代的な
シルエットとファッション感覚
を取り入れたスタイル

商品スペック

- カテゴリー：ルームウェア / ランジェリーインスパイアキャミソール
- 素材：長襦袢の反物 / 着物の反物
- 機能：パット・洗濯可能
- ターゲット：20～40代の女性、ギフト向け
- 販売市場：国内EC・海外向けグローバルECサイト
- 発送：国内外発送対応

MILLESYUS (ミルシュ)ロゴの由来



MILLESYUS (ミルシュ)は
祖母の姓「千種 (ちくさ)」から着想を得た造語です。

“MILLE” はフランス語で「千」

“SYU” は日本語で「種」

“S” は複数、家族を象徴しています。

千種家に伝わる蝶の家紋にインスピレーションを受け
現代的な解釈で再構築したデザインとしています。

蝶の羽の中に女性のシルエットを描き、
「伝統と女性の美しさの共存」を象徴しています。

03 | 創業者プロフィール



小川

FOUNDER & CREATIVE DIRECTOR, MILLESYUS

「知識も経験もないマイナスからのスタートでした。」

それでも、頭の中で描いた構想を諦めることはできなかった。」

略歴

アパレル業界や縫製教育のバックグラウンドを持たない私にとって、

すべての始まりは日常の中に感じた一つの「違和感」でした。

日本の美の象徴である着物が、現代では「特別な日の外着」に限定され、

日々の暮らしから切り離されている。既存のリメイクも「お出かけ着」が主流である現状に対し、

「もっと素肌に近い場所で、その手触りや色彩を享受できないか」という問いを抱きました。

この問いへの答えを、のちにカナダでの文化体験を通じて確信へと変えた私は、

帰国後「MILLESYUS（ミルシュ）」を創業。活用機会の限られていた「長襦袢の反物」の機能美に着目し、世界に類を見ない「着物キャミソール」という新カテゴリーを確立しました。業界の常識に縛られない視点から、志を同じくする職人たちと共に、伝統の新たな息吹を現代のライフスタイルへ届けています。

ブランドへの想い

MILLESYUSが目指しているのは、ただ和風の商品を作ることはありません。

日本の伝統美を、今のライフスタイルの中で実際に纏えるものとして届けることです。

Millesyus

FASHION || LIFESTYLE

ABOUT

「特別な日にしか着ない伝統」ではなく、「毎日の中で自然に感じられる伝統」へ。飾るだけの日本文化ではなく、実際に使い、楽しみ、纏える日本文化へ。海外で触れた感性と、日本の伝統美の両方を掛け合わせながら、新しい和のあり方を提案し続けています。



主な実績

クラウドファンディング

目標達成率100%
(ローンチ時)

販売チャネル

国内EC・海外向けグローバルECサイト（海外発送対応）

現在のフェーズ

認知拡大・
販路開拓フェーズ

反響



Japan



US



EU



70%



30%



04 | 実績・反響

MAKUAKEでの市場検証

クラウドファンディングサービス「MAKUAKE」でのローンチ時に目標達成率100%超えを記録し、実際の市場から確かな反応を得ました。これはアイデアや世界観だけでなく、商品やコンセプトそのものへの需要が存在することを、消費者が実際の購買行動で示してくれた結果です。

伝統美が現代に息づく

主役は長襦袢

着物キャミソール

#ファッション #衣類 #ビューティー

着物を部屋着に。長襦袢から生まれたルームウェア。

108% Success!

海外からの反響

ECサイトは海外対応となっており、ヨーロッパの女性からダイレクトメッセージが届くなど、国内だけでなく海外からも自然な形で注目が集まっています。

「京都で着物を買ったけれど、結局一度も着られていない。MILLESYUSは、私が本当に求めていたものでした。」－ フランスのお客様より

「着物に憧れていたけれど、自国の生活の中では着にくいです。着物キャミソールなら、毎日自宅で着られます。」－ ドイツのお客様より

「日本に行く前に、MILLESYUSに出会いました。この着物キャミソールを連れて日本に遊びに行きます！」－ アメリカのお客様より

「MILLESYUSに出会い、マインドや自分の体に気を使い、自信がなかった自分を変えることができました。」－ 国内カスタマーより

05 | メディア向け記事アングル

Millesyusは、媒体の性格や読者層に応じて複数の切り口でご紹介いただけるブランドです。以下に、代表的なアングルをご提案します。

着物を、特別な日のものから日常へ。

現代において着物は、成人式や式典など、限られた場面でのみ着る「特別なもの」として捉えられています。しかし本来は日常の中で着られてきた衣服でした。そうした距離の生まれてしまった着物文化に対して「もう一度、日常に戻すことはできないか」という問いから始まっています。外で着るものとしての着物ではなく、日常の中で自然に感じられる存在へ。

【想定見出し例】

着物をもっと自由に、もっと身近に
無理をしない「和の取り入れ方」

女性誌・ライフスタイル

眠っていた反物に、現代の命を。

長襦袢の反物というこれまであまり活用されてこなかった素材を、現代の装いとして再解釈している点は、アップサイクル・サステナブルファッションの文脈で取り上げていただけます。また、着物という日本の伝統文化を「現代の日常に取り入れる」という文化的な視点でもご紹介いただけます。

【想定見出し例】

「使われなかった反物が、毎日の装いになるまで」
「伝統を守るだけでなく、使い続けること」

サステナブル・文化系

Japanese Core、ついに日常へ。

韓国・欧米を中心に広がる「Japanese Core」
「Wabisabi」などの日本人の思想トレンドと結びつけた
切り口です。日本文化への関心が高まる中、
「実際に日常で使える日本文化体験」として、
着物キャミソールを提案できます。日本旅行や日本文化に
憧れを持つ海外の読者層に響くアングルです。

【想定見出し例】

Japanese Kimono, Now a Daily Ritual / The Kimono
Souvenir You'll Actually Wear

海外向け・インバウンド関連

知識ゼロ、経験ゼロ。それでも諦めなかった。

アパレル業界未経験・縫製学校歴なしの創業者が、ゼロ
からブランドを立ち上げ、Makuakeで目標達成率100%
を記録するまでのストーリーは、起業・スタートアップ
文脈でのご紹介にも適しています。異業界からの参入、
カナダでの原体験、日本の伝統文化との接続という物語
の構造が、取材対象として機能します。

【想定見出し例】

「男性がランジェリーを作る理由」
「なぜ着物をランジェリーに？」異業種から挑んだ起業
ストーリー

スタートアップ・起業家メディア

- ・アパレル未経験・知識ゼロからのブランド立ち上げストーリー
- ・「着物を日常に戻す」という問いから始まったブランド構想
- ・着物×ランジェリーという新カテゴリーの創出
- ・長襦袢という“内側の美”に着目したプロダクト設計
- ・男性がランジェリーを作るという異質性と視点
- ・商品ではなく“思想”で選ばれるブランドづくり
- ・ゼロから構想を形にした起業家の意思決定と行動

06 | メディアアセット・お問い合わせ

ご用意できる素材

商品写真: 着物キャミソール (カラー別・着用カット) JPEG

ブランドロゴ: Millesysロゴ JPEG/ PNG

創業者写真: 小川 プロフィール用ポートレート JPEG

ライフスタイル写真: 和の空間・自宅シーンを想定した着用イメージカット

お問い合わせ先

Mail: millesyus.official@gmail.com

Shop: millesyus.com

Instagram: [@millesyus](https://www.instagram.com/millesyus)



"The kimono you can actually live in."