

# "インスタ起業" から【ミレニアルコンテンツカンパニー】へ NOW（家入一真氏）も出資、総フォロワー数は26万人を突破！

2018年6月“インスタ起業”※として立ち上がった株式会社yutori（神奈川県横浜市 / CEO 片石貴展）は、ミレニアルコンテンツカンパニーとして定義し今後の構想を告知いたします。

また、NOW株式会社（本社：東京都渋谷区、代表：家入一真、梶谷亮介 以下「NOW」）を引受先とし、第三者割当増資により資金調達を実施いたしました。

※プレジデントオンライン取材記事：<https://president.jp/articles/-/25589>



僕たちは“古着ビジネス”の会社なのだろうか...

『古着女子』は間違いなく自分たちの好きを体現したプロダクトであり、今後もこの領域を中心としたメディア・アパレル事業は展開していきます。しかし“インスタ起業”から数ヶ月が経過した今、自分たちがどのような価値貢献を社会にしていけるべきか改めて根本から見直し、この度皆さまに宣言することにいたしました。

実は、弊社にはアパレル出身のメンバーは1人もおりません。『古着女子』も“古着のファッション情報を伝えるメディア”ではなく、これまでクローズアップされていなかった切り口に光を当てた“コミュニティプラットフォーム”が本質だと思っています。

では、このプロセスを抽象化させ、再現性を持たせることができれば様々な領域で「臆病な秀才の最初のきっかけをプロデュース」し、「誰も恐れずに好きを体現できるゆとりのある社会」を実現できるのではないかと考えました。

そこで、心の奥底に大切にしまっているビュアな「好き」に繋がり、決して言語化できない自分自身の「感性」と、インスタグラムを筆頭にSNSで定量化される「トレンドデータ」の両方を掛け合わせ、ミレニアル世代に対してヒットコンテンツを継続的に生み出していく【ミレニアルコンテンツカンパニー】として yutori を定義することにいたしました。

## これまでの実績

株式会社から4ヶ月が過ぎ、「古着女子」 (<https://www.instagram.com/furuzyo/>) を含む各種インスタグラムアカウントにおいて総フォロワー数が26万人を突破いたしました。「古着女子」は現在でもフォロワーが1日約1,000人のペースで増加しており、10月の平均いいね数は約7,500、最高15,000 など驚異的なエンパワーメントメディアとして順調に拡大しております。

また、古着情報メディア「古着女子」の他、90年代ボーイッシュテイストな古着コンセプトショップ「9090」 (<https://www.instagram.com/9090s/>) や、古着 × 韓国 MIXのミレニアル世代特化のスポーツブランド「dabbot.」 (<https://www.instagram.com/dabbot/>) も展開しております。

特に「dabbot.」はアカウント開設後2ヶ月でフォロワー数が1万人近くに達し、第2回販売分ではブランドの世界観にあうインスタグラマーと共同で本格的なPRを実施。ほぼ全ての在庫が即日完売となりました。

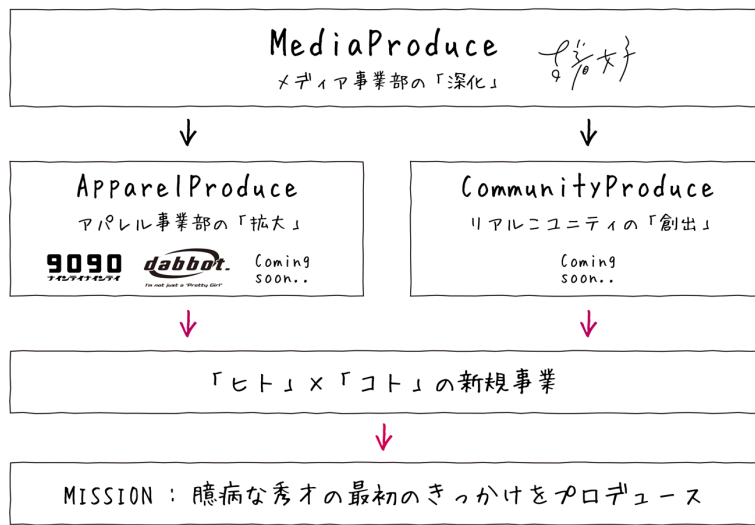


その他、「古着男子」 (<https://www.instagram.com/furudann/>) や「イチゴイチエ」 (<https://www.instagram.com/ichigoichie/>) も運営しており、全アカウント累計フォロワー数は26.8万人（2018年10月 時点）となります。

## これからの展開

この数ヶ月で蓄積した、インスタグラムマーケティングからEC展開におけるノウハウを元に、更に事業展開を加速させてまいります。

- ・メディア事業部の「深化」＝ インスタグラムだけでなく、TikTok や Youtube などを連動させ、動画領域も含め立体的なメディア価値の向上。
- ・アパレル事業部の「拡大」＝ 「9090」のような古着コンセプトショップを複数展開。  
「dabbot.」はインスタグラム発のグローバルブランドにすべく2019年上半期に海外展開を予定。
- ・リアルコミュニティの「立ち上げ」＝ 「人」を中心とするメディア、「古着女子」の価値を立体的に深めるべく直接インフルエンサーやユーザーと触れ合えるリアルな場所のプロデュース。  
(11月下旬オープン予定)



## NOWからの出資に関して

NOW 家入一真氏 コメント：

“好きなことを好きと言う、たったそれだけのことが僕らには足りない。心が死ぬ前に、好きの産声をあげよう。”

この文言に、ハッとさせられた。そして、惚れた。いつから僕らは、「好き」と表明することに臆病になってしまったのだろう。何に怯えてしまっているのだろう。

「個をエンパワーメントする」「コト消費」「D2C」だなんて、どーでも良い。僕らはもっとシンプルでいい。シンプルに、好きなことを好きと、言おう。僕はこの、臆病な秀才たちを応援したい。次の世界をつくるのは“yutori”世代、だ。



左から 家入氏、片石氏、梶谷氏

NOW 梶谷亮介氏 コメント：

yutori は、正にミレニアル世代ならではの感覚でプロダクトを具現化出来る“エモい”チームだと思っています。一方で、全世代の優れた経営チームにも共通する、思いや理念、芯の強さも持ち合わせており、今後の飛躍をとても楽しみにしております！

また、NOW 家入一真氏、梶谷亮介氏 と yutori CEO 片石貴展 のインタビュー記事を11月中に Forbes JAPAN (<https://forbesjapan.com/>) にて公開を予定しております。

## 最後に

この数ヶ月間、会社の基盤を整えてまいりました。これからも、社内のメンバーを始めインフルエンサー様やユーザー様など、更に広範囲で“臆病な秀才の最初のきっかけ”をプロデュースするべく本格的に仲間集めをしていきます。

組織拡大に伴い Media Produce / Apparel Produce にて事業部マネージャーやプロデューサーなどの職種を募集しております。 (<https://www.wantedly.com/companies/yutori2>)

ぼくらの文化祭前夜は、永遠に終わりません。共に時間を過ごしてくれる貴方を、お待ちしております。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社yutori CEO 片石貴展 / E-mail : [info@yutori.tokyo](mailto:info@yutori.tokyo)

コーポレートサイト : <http://yutori.tokyo/>