

世界の旬のデザイナーの強みを活かした新しいコラボレーションブランド 「NAVE」 2006年春夏ブランド施策について

株式会社オンワード樫山 NAVE事業本部(取締役常務執行役員 今井博)では、高感度な若い女性(基本的にノンエイジ)に向けて、“SETTING THE RULES OF FASHION(ファッションの基準を創り変える)”をキーワードに、世界の旬の複数デザイナーとのコラボレーションによって作られた付加価値の高い単品を集積した、次世代型の戦略ブランド「NAVE(ネイヴ)」を、2006年春から日本と米国で同時展開します。

NAVEは、オンワード樫山プロデュースのもと、当社の日本企画チームと、米国の企画チームとの共同企画をベースに、アイテムごとに世界中の旬のデザイナーやブランドとコラボレーションして、“価値ある単品”を集積したフルアイテムを展開します。

日本の企画チームは、基本コンセプトの策定とMD計画の立案、シーズンに対応したきめの細かい商品企画(8シーズン52週MD)を推進します。

米国企画チームには、N.Yデザインチームとアートディレクションチームを結成。N.Yデザインチームでは、著名ブランドのデザインを数多く手掛け自身のコレクションもスタートした注目デザイナーRichard Chai(リチャード・チャイ)をコンサルティング・クリエイティブ・ディレクターに迎え、ブランド全体のキーテーマとキーカラーの設定及びN.Y企画商品のデザインを担当します。

アートディレクションチームには、世界の著名ファッションブランドの広告やブランディングを手掛けているアートディレクター Douglas Lloyd(ダグラス・ロイド)を起用し、ブランドアイデンティティの策定と広告宣伝の企画を行います。

商品構成は、テーマをもとに、日本企画商品、R.Chaiによる米国企画商品、コラボレーションデザイナーによるコラボレーション企画商品の3つのカテゴリーで構成され、構成比率は、出店環境に合わせてフレキシブルに対応し、国やショップ形態などの特性を踏まえた最適な商品構成を行います。

< 2006年春夏ブランド施策ポイント >

■コラボレーションデザイナー及びブランド

‘06春夏のコラボレーションデザイナーは、既に発表している10名に加え、新たに、美脚・美尻シルエットで日本の若い女性から高い支持を得ているデニムブランド「Luxluft/ルクスルフト(デザイナー: 児玉洋樹)」と契約。世界的に高い評価を得ている日本のデニム技術にこだわり、日本人の体型に適したルクスルフト独自の立体裁断などシルエットやカラーなどで日本人に似合うデニムを展開します。

雑貨につきましては、世界で活躍するデザイナー11名(バッグ4名、バッグ・ベルト1名、アクセサリー6名)とのコラボレーション企画商品と、10名前後のデザイナーからの買い付けによるセレクト商品の2ラインで構成し、付加価値の高い雑貨の商品展開を行います。コラボレーションデザイナー及びブランドは、バッグでは「YASUKO ONISHI/ヤスコ・オオニシ(拠点: 日本)」「KENKENKEN/ケンケンケン(拠点: 日本)」「Treesje/トレージャ(拠点: 米国)」など、ベルトはバッグとの兼任の「Treesje/トレージャ」、アクセサリーでは「Ruggero Sandini/ルッジエーロ・サンディーニ(拠点: イタリア)」「Paolo Iseppi/パオロ・イソップ(拠点: イタリア)」「Maria Francesca Cordi/マリア・フランシエスカ・コーディ(拠点: イタリア)」「OKUSTAN/オクスタン(拠点: 日本)」「FUXIA design/フーシャ・デザイン(拠点: イスラエル)」「ANNA LOU/アナ・ルー(拠点: 英国)」となります。初年度の雑貨の売上構成比は、数量ベースで30%を予定しており、洋品の1アイテムに匹敵する事業規模を予定しています。

■ショップ環境

ショップ環境は、百貨店の売場ゾーニングの中で、ファッション感度の高い若い女性の注目を集めている、自主編集売場に隣接したゾーンまたは、欧米日を問わず、クリエイターブランドが集積

したゾーンへの出店を想定し、オープンスペースによるストア型ブランドとして展開します。ショッ
 プ構成はアイテムごとに集積し、各アイテムに特化したデザイン設計による専用什器とハンガーを
 使用して“価値ある単品”としての打ち出しを強化します。店装は白をベースに、黒やゴールドの装
 飾でアクセントをつけて、先鋭的なN.Yテイストとアンティーク感を融合したショップデザインになり
 ます。

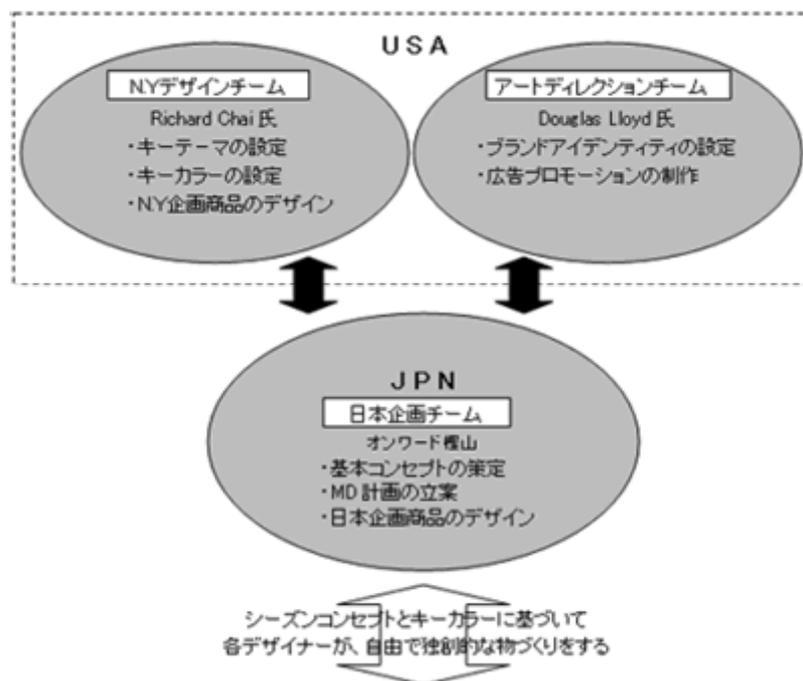
■プロモーション計画

宣伝広告は、米国アートディレクションチームのダグラス・ロイドのディレクションによるTVCMを中
 心とした大規模なデビュープロモーションを実施し、高感度な若い女性に向けて、急速なブランド
 イメージの浸透と知名度アップを図ります。

また、NAVE専用のホームページを日本語版と英語版で同時に立ち上げます。コンテンツとして
 は、コラボレーションデザイナーの紹介をはじめ、日本のファッションマーケット情報や米国のファ
 ッションマーケット情報の紹介なども行い、日米の若い女性に支持されるファッション情報サイトを
 めざします。



NAVE ブランド組織図





NAVE コラボレーションデザイナー&ブランド

RICHARD CHAI(リチャード・チャイ)

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：フルアイテム

ニューヨーク出身、95年パーソンズデザインスクール卒業。

リチャード・チャイのファッション界でのキャリアは、彼がまだパーソンズスクールに通っていた頃に Geoffrey Beenでインターンシップをしたことから始まる。その後、Armani Exchangeのアシスタントデザイナーを経て、Donna KaranのDKNYとD Collectionsのデザイナーを務めることとなる。

1998年から2001年まで、デザインディレクターとして、Marc Jacobs のメンズとウィメンズコレクション両方を担当し、Marc by Marc Jacobs メンズのデビューコレクションも手がけ多方面で活躍。その後、2001年9月からは、TSEブランド全てのクリエイティブ・デザインディレクターを務める。これは、TSEの歴史の中でも初めてのことであり、TSEがワールドワイドに認知される為の大きな役割を担うことになる。

そして、2004年の9月のニューヨークコレクションについて自身のコレクションを発表。彼のデビューコレクションは、ソフィスティケートされたデザインの中に、控えめなエレガンスと昔ながらのクラフトマンシップが共存していると評価を受け、バーニーズ・ニューヨークのバイヤーからも絶賛された。

STEVEN ALAN(スティーブン・アラン)

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：シャツ

1990年N.Yのソーホーにレディースと小物を中心としたセレクトショップをオープン、2001年に「Steven Alan」ブランドを立ち上げる。2002年N.Y トライベッカに旗艦店(約50坪)をオープン。2003年N.Y トライベッカにショールームをオープン。卸売りとプレス活動を開始、2005年現在、メンズ6ブランド、レディース8ブランド、小物3ブランドの計17ブランドを取り扱う。

「Steven Alan」ブランドはメンズシャツの展開でスタートし、今ではレディース共に展開。シンプルだが繊細で洗練されたイタリアンメイドのシャツはカジュアルからエレガントまでシーンを選ばず、バーニーズなどのトップスペシャリティーストアにも卸している。

INDUSTRY RAG(インダストリー・ラグ)

拠点：米国 ロサンゼルス

コラボレーションアイテム：カットソー

Industry Rag Los Angelesはエンターテインメント業界で活躍していたエグゼクティブとファッション業界のプロのクリエイティブなコラボからスタート。このブランドの目標は、2つの業界のリソースをクロスオーバーさせ映画、TV及び音楽界の最前線にユニークなビンテージスタイルを発信。

立ち上がりはハリウッドのトップセレブスタイリストのみを通してブランド展開を行い、業界での評判を広めた。ユニークなクラシックかつセクシーなIndustry Ragへの需要が高まりプレミアのファッションリソースとして数多くの主要映画、TVネットワーク番組やトップファッション雑誌のプレミアのファッションリソースとして露出した。この爆発的な露出はIndustry Ragのビンテージ性とリーコンストラクトされたスタイルを世界的にアピールすることになった。現在、Industry Ragは世界5大陸を通してトップのファッション店舗にて販売されている。

LINCOLN MAYNE(リンカーン・メイン)

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：カットソー

オーストラリア出身のグラフィックアーティスト。オーストラリアで美術を学び、ロンドン、ヨーロッパ各国において社会的、政治的、環境保護的な問題にふれながら、継続的に作品を仕上げ、その集大成として拠点をN.Yのロウアーイーストサイドに移す。公共の場に作品を打ち出し、アーティストやデザイナー、一般人などの批評を歓迎する彼の自由なスタイルがその活動範囲を大きく広げ、様々な分野でのコラボレーションをベースに今注目のアーティストである。

BORNE(ボーン)

デザイナー：ブレット・ラリー

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：ジャケット、シャツ

マサチューセッツ州出身。UCバークリーにてアートとアートヒストリーを学び、友人から縫製技術を学ぶ。その後メンズのストリートカジュアル系のブランドのデザイナーとして活躍し、自身のブランドを2003年に立ち上げる。

BORNEは人々の“マナーあるミステリー”を具現化する服を作っていくことをポリシーとする。スティーブン・アランのショールームで取り上げられ、そのN.Yテイストのフェミニンなジャケットやデコラティブなシャツアイテムが注目されている新人デザイナーである。

ROHKA(ローカ)

デザイナー：イアン・ジェッソン・フィン、マリア・クララ・レストレポ

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：ドレス、スカート、シャツ

マリアはコロンビア、イアンはスコットランドの出身。1992年からミラノに住み、デザイナー活動を続けている。1992年から2人はR.ジリで6年間、続いてG.ヴェルサーチとマルニで2年間デザイナーとしての経験を積み、その後アジア香港のJOYCEと数年間コラボレーションを経験する。その間ROHKAコレクションの基礎を築く。

2002年、「エンカマニア」国際コンクールで優秀賞受賞。イタリア・ヴォーグにピーター・リンドバーグ撮影によるファッションページが8ページにわたって掲載され、注目を集める。2003年にはローマのオートクチュール週間に開催されたファッションショーに特別ゲストとして招待され、ローマ商工会議所からクリエイティブ賞を贈られる。この年、ROHKAウィメンズコレクションのプレゼンテーションにおいて、「フラッシュ」としてメンズコレクションも発表。

ROHKAの2人は、デザインスタジオとして、ピアッツァ・センピオーネ、HETTABRETZ等のメンズウェアおよびウィメンズウェアコレクションのコンサルティングも行っている。

Alice + Olivia(アリス &オリビア)

デザイナー：ステイシー・ベンデッド

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：パンツ

ペンシルバニア出身。ウェブデザイナーを経て、02年パンツを主体にバーニーズNYにてブランドをスタート。自分がはきたくなるパンツというのがキーワードで、ハンギングしたときにクローゼットが華やかになるようなプリントやストライプ、様々な色を使い、Fun、Funky、Smartを切り口にジーンズが持つカットワークやフィット感を、ジーンズとは異なる手法や素材感で表現している。

大の日本びいきであるハーディーが作り出す、日本的要素を含んだワイルドなアメリカンスタイルのアートワークをもとにキャップやTシャツなどに刺繍を施した斬新なデザインが魅力で、立ち上がり間もなくLAのKITSONやFred Segalといった有名セレクトショップで大々的に取り上げられ大ブレイク中のブランド。

add(アーディーディー)

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：ジャケット

add downとadd systemの2ラインからなり、彼らの作り出すジャケットは最新の素材と技術を駆使し、洗練された上品さを損なうことなく、極めて軽く暖かいという機能性を持つ。アウトドアにとどまらずオ

ンタイムやフォーマルにも対応でき、手頃なプライス感とあわせて海外でも絶大な人気を誇るミラノブランド。

BARKING IRONS(バーキング・アイロズ)

デザイナー：ダニエル・カサレラ、ディビット・ダトニー

拠点：米国 ニューヨーク

コラボレーションアイテム：ジャケット、カットソー、バッグのグラフィックデザインの提供

19世紀のN.Y.、オールドマンハッタンをテーマにスラングや皮肉を交えたメッセージ性の高い言葉をアートワークで表現し、NYのルーツをTシャツとして展開するブランド。バーニーズとタイアップを行うなどアメリカではバーニーズ全店やニューヨークドールズ等で展開する。

Ed Hardy(エド・ハーディー)

デザイナー：ドン・エド・ハーディー、クリスチャン・オードジェー

拠点：米国・ロサンゼルス

コラボレーションアイテム：カットソー

LIVI'S、DIESEL、Von Dutchを手掛けたフランス出身のデザイナー、クリスチャンがLAのセレブ達からゴッドファーザーと讃えられるカリスマ・タトゥーアーティストのドン・エド・ハーディーと組んで04年9月に立ち上げたブランド。

の日本びいきであるハーディーが作り出す、日本的要素を含んだワイルドなアメリカンスタイルのアートワークをもとにキャップやTシャツなどに刺繍を施した斬新なデザインが魅力で、立ち上がり間もなくLAのKITSONやFred Segalといった有名セレクトショップで大々的に取り上げられ大ブレイク中のブランド。

Luxluft(ルクスルフト)

デザイナー：児玉 洋樹

拠点：日本 東京

コラボレーションアイテム：デニム

大手デニムメーカーにて企画生産担当を経て独立。アナディスブルーを立ち上げ、2004年春夏より「Luxluft」をスタート。徹底的に日本のデニム技術にこだわり、ヴィンテージとプレミアムを両立した日本人に最高に似合うデニムを作るジャパニーズヴィンテージの雄。日本人のパターンを徹底的に研究し、独自の立体的裁断による“美脚”“美尻”シルエットは日本人のキャリア女性から絶大な支持を得る。

「Luxluft」は、店頭にある時点での完成形ではなく、履き込んでいながら育てる「エイジング」にこだわり、着る人それぞれの顔を作っていく個の為の一品である。

2006年S/S 主要アイテムプライスリスト

| | アイテム | 価格帯 |
|------------------|-------------|-------------------|
| | ジャケット | ¥29,000 ~ ¥49,000 |
| | コート | ¥39,000 ~ ¥69,000 |
| | パンツ | ¥9,900 ~ ¥23,000 |
| クロージング/洋品 | スカート | ¥9,900 ~ ¥29,000 |
| | ブラウス | ¥9,900 ~ ¥23,000 |
| | ニット | ¥7,900 ~ ¥29,000 |
| | カットソー | ¥3,900 ~ ¥19,000 |
| 雑貨 | ベルト | ¥6,900 ~ ¥40,000 |
| | バッグ | ¥13,000 ~ ¥80,000 |

ジュエリー

¥6,900 ~ ¥40,000

(全て本体価格)

[▲ページTOPへ](#)

(C) Copyright 2007-2015 ONWARD HOLDINGS CO.,LTD.