

世界の旬のデザイナーの強みを活かしたコラボレーションブランド「NAVE」メンズラインが今秋デビュー！

株式会社オンワード樫山 NAVE MEN'S事業本部(事業本部長 山口 栄一)では、“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)」のメンズラインを、2006年秋から高感度な若い男性に向けて展開します。

NAVEのメンズラインは、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メンズライン専任のコンサルティング・クリエイティブ・ディレクター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。

コンサルティング・クリエイティブ・ディレクターには、著名ブランドのデザイナーを経て、自身のコレクションをスタートさせ、メンズとレディースのウエアにとどまらず、アイウエア、フレグランスなど幅広い活動に注目が集まるミラノコレクションデザイナー “Alessandro Dell’acqua(アレックスandro・デラクア)”を起用。メンズライン全体のキーテーマとキーカラーの設定及び「NAVE GOLD」のデザインを担当します。

アートディレクションチームは、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、NAVEのレディースラインも手掛けているアートディレクター “Douglas Lloyd(ダグラス・ロイド)”が引き続き担当し、広告宣伝の企画などを行います。

2006年秋冬ブランド施策ポイント

■商品企画

商品構成は、シーズンテーマをもとに、コレクションライン「NAVE GOLD」、日本企画ライン「NAVE」、コラボレーション企画ライン「NAVE COLLABO」の3つのラインで構成、NAVE ブランドとしてトータルスタイリングを提案します。「NAVE GOLD」は、アレックスandro・デラクアが企画・商品デザインを担当するNAVEのコレクションラインで、タキシードジャケットやフォーマルディテールシャツなどエレガンスをベースに、カジュアル感をミックスしたハイグレードな商品をフルアイテムで展開します。3ラインの構成比率は、マーケット変化や出店環境に合わせてフレキシブルに対応し、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。

■コラボレーションデザイナー及びブランド

06年秋冬のコラボレーションデザイナーは、衣料品で欧米日の12名と契約し、各デザイナーが最も強みとするアイテムをデザインします。

雑貨につきましては、世界で活躍するデザイナー10名前後と契約、付加価値の高い雑貨の商品展開を行います。

雑貨の主なコラボレーションデザイナー及びブランドは、アクセサリーでは「M・A・R・S/マーズ(拠点:日本)」「JAY TSUJIMURA/ジェイ・ツジムラ(拠点:日本)」「Delbert Gorton/デルバート・ゴートン(拠点:アメリカ)」、ベルトでは「Hollywood Trading Company/ハリウッド・トレーディング・カンパニー(拠点:アメリカ)」、バッグでは「Vignette/ヴィネット(拠点:日本)」、シューズでは「chausser/ショセ(拠点:日本)」、アート提供は衣料品との兼任の「BARKING IRONS/バーキング・アイアン(拠点:アメリカ)」などとなります。

雑貨の構成比は、金額ベースで15%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

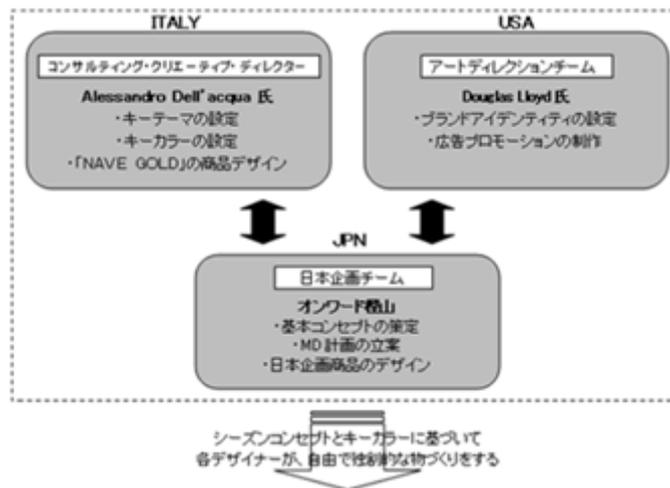
ショップ環境は、都市型百貨店及びファッションビルの売場ゾーニングの中で、ファッション感度の高い若い男性の注目を集めているセレクトショップや自主編集売場に隣接したゾーンまたは、デザイナーブランドやキャラクターブランドが集積したゾーンへの出店を想定し、66m²(20坪)～100m²(30坪)のストア型ブランドとして展開します。店装は黒をベースに、ウッドやスチール、ゴールドやシルバーなど先鋭的なテイストとアンティーク感を融合したデザインになります。

■プロモーション計画

宣伝広告は、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広告キャンペーンやプレス活動を予定。日本の主要ファッション雑誌などのマス媒体を中心としたデビュープロモーションを実施し、高感度な若い男性に向けて、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。



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

ALESSANDRO DELL'ACQUA(アレッサンドロ・デラクア)

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：フルアイテム

イタリアのナポリに生まれる。ナポリの名門美術学校「The Naples Belli Arti's Accademia」でグラフィックを学ぶ。同校卒業後、ラグジュアリーニットウエア「Pietro Piamforini」のクリエイティブディレクターに就任。その後、「Iceberg」や「Les Copians」、「Mariella Burani」などのデザイナーを経て、1996年に自身のレディスコレクション、1998年ピッティにてメンズコレクションを発表した。ウエアのみにとどまらず、シューズやアイウエア、フレグランスなど、幅広い活動にも注目が集まる。シャープなテーラリングとニットウエアのコンビネーションやエレガント且つ「官能性」にこだわったシルエットがポイント。

STEVEN ALAN(スティーブ・アラン)

拠点：アメリカ 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。

BARKING IRONS(パーキング・アイアン)

デザイナー：ダニエル・カサレラ

拠点：アメリカ ニューヨーク

コラボレーションアイテム：カットソーやシャツなどのグラフィックデザイン提供

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：アメリカ ロサンゼルス

コラボレーションアイテム：カットソー、ニット

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。

大の日本びいきであるハーディーが作り出す、日本の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。

ASOLA(アゾラ)

拠点：イタリア ポローニャ

コラボレーションアイテム：ニットウエア

2002年にスタートしたニットウエアブランド。デザイナー「パオロ・フマガリ」とニットメーカー「マグリア社」のコラボレーションによりデビュー。ブランド名「アゾラ」はイタリア語で“ボタンホール”の意味。全てのアイテムにそのアイデンティティが施され、ジャガードやハンドワークのディテールを引き立てている。

Age(エイジ)

デザイナー：アレッサンドロ・ゲラルデスキー

拠点：イタリア プラート

コラボレーションアイテム：デコレーションシャツ

ブランドは6年前にシャツブランドとしてスタート。刺繍や手書きプリント、絵柄など個性的で、ファッション性と価格のバランスが良く品質の高い単品ブランドとして、自社工場で生産され世界中の高感度なセレクトショップで販売されている。

3J workshop(スリージェイ ワークショップ)

デザイナー：ヴィクター・タニサカ

拠点：アメリカ ロサンゼルス

コラボレーションアイテム：シャツ、カットソー

日系デザイナーが生み出すコレクションは、レディスからスタート。花柄やアジアンテーストなど大胆な刺繍であしらわれたシャツは、欧米の高感度ショップで販売され、現在そのコレクションはジャケット、パンツにまで広がっている。メンズラインは06年春夏よりスタート。カラフルな図柄の刺繍や独特なマスキュリンな素材感をメンズに転用し、メッセージ刺繍やワッペン使いなど新たなテクニックを使ってデビューした。

GUY ROVER(ギローバー)

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：ドレスシャツ

1973年設立の「Nuova Taela社」。“HIGH-TECH TAILORING”と呼ばれるマシンメイドの最高クオリティーを目指したシャツメーカー。時代感をたくみに取り入れたクラシックが特徴。

J&C(ジェイ アンド シー)

デザイナー：ジャン・マリエ・ポトルフ、カルロス・ミレス・ベーカー

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：レザーアウター

シカゴ出身のデザイナー・デュオ、ジャン&カルロス。多くのアパレルメーカーのデザインコンサルティングを経た後、1992年にレディスコレクション、2003年にメンズコレクションをスタート。レザー×ファブリック×ニットなどをエクлекティック(多彩)にミックスした、スタイリッシュでクールなアイテムがその代表。

「ANTONIOLI」「DANTONE」(ミラノ)や「THE LIBRARY」(ロンドン)「H.LORENZO」(ロサンゼルス)など世界のハイエンドショップで販売されている。

add(エーディーディー)

デザイナー：ジョン・G・グライン、ジョバーニ・チコ

拠点：イタリア ミラノ

コラボレーションアイテム：ブルゾン

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。

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

ジーンズスタイルをベースに、一枚をオンにもオフにも全てこなせる「All In One」というコンセプトのもとに立ち上がったブランド。

クラシックなインディゴの質感やディテール、付属パーツなど随所にこだわりが見られ、シンプルながらも一見してそれと分かるデザインにファンも多い。

grass(グラス)

デザイナー：ジョン・カーパス、ケリー・デルケスキャンプ
拠点：アメリカ ロサンゼルス
コラボレーションアイテム：デニム

2003年スタートのデニムブランド。ユマ・サーマンやソフィア・コッポラ、デミ・ムーアなどのハリウッドのセレブ達にも愛用され注目されている。バックポケットのアートワークにもこだわり、セクシーな中にもかわいらしさを持つ。

2006年 A/W PRICE LIST

アイテム	NAVE		NAVE GOLD	
	価格帯	中心価格	価格帯	中心価格
セットアップ	¥69,000～¥99,000	¥73,000	¥99,000～¥110,000	¥99,000
ジャケット	¥29,000～¥59,000	¥46,000	¥59,000～¥66,000	¥59,000
アウター/コート	¥29,000～¥140,000	¥39,000	¥49,000～¥199,000	¥66,000
シャツ	¥11,000～¥33,000	¥14,000	¥16,000～¥23,000	¥19,000
ニット	¥13,000～¥39,000	¥17,000	¥16,000～¥36,000	¥26,000
カットソー	¥5,900～¥29,000	¥12,000	¥13,000～¥19,000	¥23,000
パンツ	¥15,000～¥24,000	¥16,000	¥26,000～¥33,000	¥26,000
バッグ	¥15,000～¥69,000	¥26,000		
ベルト	¥12,000～¥43,000	¥15,000	< 雑貨・小物 >	
アクセサリ	¥12,000～¥69,000	¥23,000	¥13,000～¥69,000	
小物	¥4,900～¥26,000	-		

(すべて本体価格)

[▲ページTOPへ](#)