

都市に暮らす富裕層の大人の女性に向けたブリッジプレタブランド 「エスメ」 2006年秋デビュー

株式会社オンワード樫山23区事業本部(常務執行役員事業本部長 馬場 昭典)では、40歳代、50歳代を中心とした、都心に暮らす豊かな生活環境を持った富裕層の女性に向けて、ブリッジプレタブランド「エスメ」を2006年秋から都市型百貨店で展開します。

都市部に住まいを構えてワンランク上の生活を送る富裕層の中で、40歳代、50歳代の大人の女性は、その豊かさを背景に本質的な物を嗜好する本物志向が高く、自分なりのテイストやこだわりを大切にする価値観の確立した消費者です。

当社では、このような消費志向を持つ大人の女性に向けて、“程よい贅沢”をコンセプトに、エレガンスでゴージャスな中にセクシーさとキュートさを加えたデザインと、プレタポルテ(高級既製服)に近い上質感と本質的な物作りを行い、海外ラグジュアリーブランドや国産プレタブランドより手頃な価格帯のブリッジプレタブランドとして、新たに「エスメ(ESME)」を展開します。「エスメ」は従来の大型ナショナルブランドに見られる効率性を重視した生産体制を抜本的に見直し、少量生産で商品の質を徹底的に追求する新しい企画・生産体制を構築しました。商品デザインは、高い感性と上質な服作りで定評のある実力派デザイナー 齋藤きよみ氏とコラボレーションし、生地はイタリアを中心とする高級素材や国内生地メーカーとの共同開発によるオリジナル素材を多用。縫製はプレタポルテを生産する国内の有力工場と新たに組むなど、当社の企画・生産ノウハウと国内の高い技術を結集することで、日本が作る(Made by Japan)新しい高級婦人服をめざします。商品企画は、美しいドレープラインを特徴とするドレスを中心としたドレスライン(数量ベース構成比10%)、ツイードやジャージーなどでエレガント性を強調したエレガントスーツライン(同30%)、構築的なスーツのマニッシュスーツライン(同30%)、単品のカジュアルアイテムを揃えたエッセンシャルカジュアルライン(同30%)で構成します。

販売計画は、基本スペースで66m²のショッップを都市型百貨店に出店し、今秋冬は5~6店舗を計画しています。



ESME

古フランス語で

1. “尊敬されている”または“愛されている”
2. 女性らしい、活動的な、生き生きとした

2006年秋冬プライスリスト

| アイテム | プライスレンジ | 中心プライス |
|----------|--------------------|----------|
| ジャケット | ¥69,000 ~ ¥99,000 | ¥79,000 |
| スカート | ¥26,000 ~ ¥49,000 | ¥33,000 |
| パンツ | ¥29,000 ~ ¥49,000 | ¥36,000 |
| シャツ・ブラウス | ¥26,000 ~ ¥39,000 | ¥33,000 |
| カットソー | ¥16,000 ~ ¥33,000 | ¥19,000 |
| ニット | ¥26,000 ~ ¥49,000 | ¥29,000 |
| ドレス | ¥39,000 ~ ¥79,000 | ¥49,000 |
| コート | ¥99,000 ~ ¥290,000 | ¥160,000 |

(全て本体価格)

[▲ページTOPへ](#)