

新世代キャリアに向けたリアルクローズ新ブランド 「ノーブルバース」2007年春のブランド施策について

株式会社オンワード樫山新規事業本部(取締役常務執行役員事業本部長今井 博)は、25歳～30歳(コアターゲット27歳)の新世代キャリア女性に向けたリアルクローズブランド「ノーブルバース(Noble Birth)」を、2007年春から都市型百貨店で展開します。

25歳～30歳までの女性は、中・高校生の頃から、流行に敏感でファッション消費欲が高い世代として常に注目されてきました。その彼女達が今、いわゆるアラサー世代(Around30の略語で30歳周辺という意味)と呼ばれてキャリア層の中心に入ってきており、上品なセクシーさとモード感、上質感をあわせ持ったソフトなキャリア服を志向する“新世代キャリアマーケット”として注目されています。

「ノーブルバース」は、新世代キャリアマーケットに向けて“ニューモードスタイリングフォーキャリア”をコンセプトに、カジュアルをベースに女性らしいモード感をミックス。チーフデザイナーに、アラサー世代から高い支持を得ているレディスカジュアルブランド「ダブルスタンダード クロージング」のデザイナー、滝野雅久(たきの まさひさ)氏を起用して、エッジ(強さ・鋭さ)がありながらもクリーンでエレガントなリアルクローズ(実用性の高い服)を提案します。

2007年春のシーズンテーマは「ノーブルライフ」。1950年代のファーストレディからインスピレーションを得て、クラシックでヴィンテージ感の漂うノーブル(高貴)な女性のライフスタイルを今日的に表現。上質感のあるシルク100%のコートや、ジャガードを使った同素材のセットアップ(ジャケット・パンツ・スカート)、プリント柄のドレスなど、通勤シーンからプライベートシーンまで対応した幅広いアイテムを展開します。

ショップ環境は、「ノーブル」をコンセプトに表現しています。ピンクと黒に貼り分けられたカーペットに赤いマネキンを使用することで若さとエッジをきかせ、1920年代のアールデコ調の什器を配置するなど、モダンでシンプルな中に凜とした気高さを演出しています。

プロモーション計画は、ブランドの世界観に適したモデルによる商品をクローズアップしたグラフィック広告をファッション雑誌中心に展開します。また、編集タイアップ広告やブランドカタログ、WEBサイトなど幅広いメディアを活用し、ターゲット女性に向けてブランドの理解と知名度の向上を図っていきます。

販売計画は、2007年2月下旬から都市型百貨店に66m²(20坪)～83m²(25坪)のショップを出店し、初年度で10～15店舗、売上目標10億～15億円(年間小売ベース)を予定しています。



Noble Birth 2007年春 PRICE LIST

アイテム	NAVE	
	価格帯	中心価格
コート	¥ 33,000 ~ ¥ 49,000	¥ 39,000
ジャケット	¥ 26,000 ~ ¥ 49,000	¥ 39,000
ドレス	¥ 19,000 ~ ¥ 33,000	¥ 29,000
スカート	¥ 11,000 ~ ¥ 23,000	¥ 17,000
パンツ	¥ 13,000 ~ ¥ 25,000	¥ 19,000
ブラウス	¥ 9,900 ~ ¥ 19,000	¥ 15,000
ニット	¥ 8,900 ~ ¥ 19,000	¥ 12,000
カットソー	¥ 4,900 ~ ¥ 16,000	¥ 9,800

(全て本体価格)

Noble Birth 2007年春 ITEM SHARE

アイテム	構成比
コート	8%
トップス	41%
ジャケット	19%
ドレス	14%
ボトムス	22%
スカート	12%
パンツ	10%
ブラウス	8%
インナー	32%
ニット	14%
カットソー	10%
バッグ	
帽子	
グッズ	5%
ベルト	
シューズ	
アクセサリ	

※スタイリングトレンドによってアイテム構成比は変動します。

▲ページTOPへ