

WWD
FOR JAPAN

vol.1576 April 19 2010

TASAKI



www.tasaki.co.jp

TASAKIが銀座本店

グローバルブランドへ。新生

TASAKIは、昨年9月に「田崎真珠」から「TASAKI」へとブランド名の変更を発表した。同時にクリス「ミハラヤスピロ」デザイナーとのコラボレーションを行なうなど、様々な新しい取り組みで注目をがいよいよ4月23日にお披露目となる。世界に向けてグローバルに発信するフラッグシップストアだ。

日本を代表するグローバルブランドとして、さらに躍進していくこと。それが現在のTASAKIのビジョンだ。ファッショングループによる新商品の開発や、それによるブランドイメージの構築、ブランドの新しい世界観を表現する銀座本店リニューアル、そして積極的なアジア戦略。すべては、そのビジョンに向かうための道筋だ。

改装した銀座本店は、外観を建築家の乾久美子氏が担当し、内装をギャルドユウ・エス・ビイが手掛けている。真珠とダイヤの輝きをイメージした外観にシルバーのTASAKIのロゴが輝く。売り場は地下1階から地上4階までの構成で、各フロアのアイテムを集めた1階の「TASAKIセレクション」は、ブランドの世界観をトータルに表現している。2階はブライダル、3階は真珠やダイヤなどのファインジュエリーやカラーストーン、4階はコレクションラインとハイジュエリー、地下1階はファッショングループによる各界クリエイターとのコラボ商品を展開（第1弾は三原康裕によるメンズ・レディス・ジュエリー）。さらには、若い層をターゲットにした自社ブランドの「K11（ケーイレブン）」が揃う。このようにジュエリーだけで5フロアを構成するブランドはほかにないと言つてよいだろう。

今回のリブランディングにおいて、長年の歴史

から継承していくものと、新たに取り入れるべきものがあったという。継承していくもの、それは真珠養殖からスタートした真珠ブランドとしてのモノ作りへのこだわりだ。現在、TASAKIは日本において自社で真珠の養殖を行ない、そしてダイヤにおいても、自社で研磨できる製造背景を持つ国内唯一のサイトホルダーでもある。このことからもわかるように、宝飾ブランドとして裏打ちされた技術は企業としての財産だ。最終的に消費者の手に届ける小売りまでを一貫して行ない、商品にも消費者にも誠実であること。それがTASAKIの根柢に流れる真髓だ。

世界に通用する「TASAKI」ブランド

そして、今回のリブランディングにおいて、新たに取り入れるもの。それは、デザインの新風となるタクーン・パニクガルや三原康裕などのファッショングループからのデザインのアプローチだ。従来の真珠やダイヤモンドのフォルムを最大限に引き立てるためのデザイン、台座を優先にする考え方とはいわば真逆の、真珠に穴を開けたりカットする手法など、これまでにない自由な発想から生まれる斬新な商品を作り上げた。あでやかで、ほのかな色気が感じられるような商品に、彼らのスタイリッシュなデザインが加わることで、さらに幅広い顧客を獲得することができそう

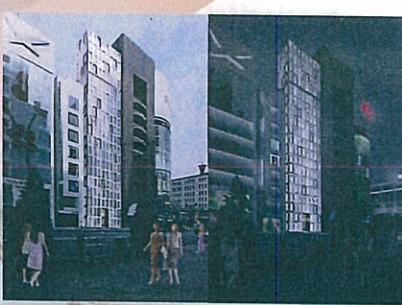
だ。

また、タクーンは2010年春夏広告ヴィジュアルの制作監修にも関わり、フォトグラファーにはラグジュアリーブランドの広告ヴィジュアルを手掛けているグレン・ラッシュフォード、モデルは、オランダ出身のパトリシア、スタイルリストはマリー・チョイ、ヘアアーティストはユージン・ソレイマン、メイクはリサ・ホートンが担当し、トップクリエイターによって作り上げられた。もちろんその広告ヴィジュアルのメイン商品は、タクーンのデザインしたジュエリーだ。彼はトータルなイメージ戦略に関わっており、今後、クリエイティブディレクターとしてディレクションを行なっていく予定だ。ブランドロゴやカラーの刷新、デザインの革新、そして、その世界観を包括する店舗の全面改装。これらがすべて有機的につながり新しいTASAKIを紹介していく。

この新生TASAKIは海外進出を積極的に行なう。4月30日には上海にも新店舗がオープンし、中国、韓国を中心とするアジアの従来の店舗の見直しを含めたスクラップアンドビルドを強化している。中長期的には北米、ヨーロッパへの出店も視野に入れているという。日本を代表するジュエリーブランドとして、現在の経済状況の中、攻めの姿勢を見せる。



外観を乾久美子氏が担当し、内装はギャルドユウ・エス・ビイが手掛けた。伝統的な日本の美の表現方法である「斐（かね）」の手法を用いた上品かつ洗練されたデザイン。1.4階はHigh Jewellery and Collection Line 2.3階はFine Jewellery 3.2階はBridal 4.1階はTASAKI Selection 5.地下1階はLadies' and Men's Fashion Jewellery、三原康裕によるメンズ、レディスのジュエリー、さらには、若い層をターゲットにした自社ブランドの「K11（ケーイレブン）」



星はダイヤとパールの光を集めたような華やかさ、夜は建物自体がジュエリーのようにきらめく

SHOP DATA

TASAKI 銀座本店

住所: 東京都中央区銀座5-7-5
TEL: 03-3289-1111(大代表)
オープン: 1997年10月
敷地面積: 430m² / 売場面積: 1,200m²

SHANGHAI SHOP

上海旗艦店が4月30日にオープン

4月30日には中国・上海のジュエリーブランドや高級ファッティックが並ぶファイハイパーにも新店舗がオープンする。店舗デザインは、銀座本店の内装を手掛けたギャルドユウ・エス・ビイが担当している。現在中国には31店舗あり、今後韓国を含むアジアに攻勢をかける。



全面リニューアル 「TASAKI」がヴェールを脱ぐ

イティビディレクターにニューヨークのデザイナー、タクーン・パニクガルを迎える。さらには三原康裕も務めている。そして刷新したブランドイメージを体現する集大成として、全面改装を終了した銀座本店

新風を吹き込んだファッショングデザイナたち

新生「TASAKI」を強く印象付けたのは、ニューヨークで活躍する「THAKOON」のデザイナー、タクーン・パニクガルの起用だ。ジュエリーデザイナーではなくファッショングデザイナーにクリエイションをゆだねることで、まったく新しい発想のデザインが完成した。また国内では、三原康裕「ミハラヤスヒロ」デザイナーが「TASAKI」のパールを使用したジュエリーラインを発表し、注目を集めている。さらには、スタイリストの祐真朋樹がウェブマガジンの「オウブナーズ」とのプロジェクトでカフリンクスをデザインするなど、話題にも事欠かない。タクーン・パニクガルのクリエイティブ・ディレクター起用により、すでにニューヨークの「バーグドルフ・グッドマン」やシカゴの「イクラム」、マイアミの「ウェブマスター」、ロンドンの「ドーバーストリートマーケット」、パリの「コレット」など、セレクトショップやスペシャリティストアでの取り扱いが決定しており、新境地を築いている。

× THAKOON

美しさとは時に不完全であること

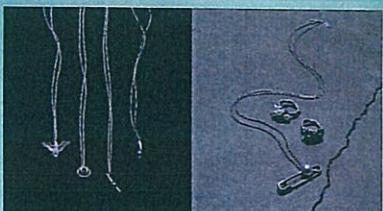
タクーン・パニクガル／「TASAKI」クリエイティブ・ディレクター
これまでに来日することが多かったのでブランドの存在は知っていたが、私にとって「TASAKI」はまさに“真っ白なキャンバス”そのものだった。そのキャンバスに新しいエネルギーを注ぎ込むのは実に楽しい作業。ブランド側からの制約も少なく、様々な新しいことにチャレンジすることができた。自分のフィールドにこだわり過ぎずに、ファッショングデザイナーが考える新しい感覚のジュエリーを提案したかった。美しさとは時に不完全であることだと思う。ラグジュアリー特有の完成されたコンセプトではなく、自然とのコラボレーションのような、素材が本来持つ“生々しさ”を表現した。大人の女性がデニムやTシャツなんかと一緒にカジュアルに身につけてくれたらうれしい。



PROFILE : 1974年9月25日タイで生まれる。その後アメリカ・ネブラスカ州オハマで育つ。ボストン大学でビジネスマーケティングを専攻後、ファッションのPR会社でインターンを経験。「J.クルーザー」のマーチャンダイジングディレクター、「ヨーリー」のブレスを経て「ハーパーズ・バザー」誌の編集室ライターとして活動。2005年春夏ニューヨークコレクションでデビュー



あごやパールや南洋パール、ダイヤ、18金イエローゴールドを使用した上質の素材に自由な発想から生まれるエッジの効いたデザインがタクーンならでは
1.キャッチの部分がパールになっているピアス 79万8,000円 (ペアの場合は144万9,000円) 2.角型のピアスはキャッチのパールをフロントで使用すること
も可能 ペア 16万6,000円 3.クリップのモチーフがユニークなネックレス 178万5,000円 4.あごやパールの先端にダイヤがついたリング 153万3,000円 5.
パールの丸みが獨立リング 14万7,000円 6.南洋パールが水平に並んだキップレス 81万9,000円 7.南洋パールのブレスレット 56万7,000円 8.ピンクゴー
ルドと淡水パールのリング 16万8,000円 9.ギザギザカットがユニークなリング 16万9,000円



× MIHARA YASUHIRO

三原康裕が手掛けたジュエリーは、スタッズや有刺鉄線をモチーフにしたフォルム。ハードになりがちなこれらのモチーフが、程よくエッジを効かせながらも美しく、上品に仕上がっている。メンズもボルトやタッセルをモチーフにしたネックレスなど、斬新かつ上品なデザイン。



PROFILE : 1972年6月、画家の母とわどり研究家の父との間に次男として生まれる。長崎県出身。福岡で育つ。93年多摩美術大学デザイン学科テキスタイル学部入学。94年独学で靴を作り始める。96年初の直営店「SOSU MIHARA YASUHIRO」を青山にオープンする。2005年ミラノメンズコレクションに初参加。07年にパリメンズコレクションに参加。09年10月東京コレクションで10年春夏レディスコレクションを発表

UNIFORM



× TOMOKI SUKEZANE

ファッションディレクターの祐真朋樹とウェブサイトの「オウブナーズ」との企画の中で誕生した18金のカフリンクス。黒蝶真珠をあしらったクモの巣のデザイン。

三原康裕がジュエリーのみならず、TASAKIのユニフォームもデザインした。シリーズのデザインからスタートした三原だけに、もちろんシリーズもデザイン。黒とグレーを基調にしたジュエリーが際立つスーツスタイル。

