

# 伝統と革新が織りなすファッション

# AS KNOW AS



follow us:



www.asknowas.co.jp

エレガンスとサステナビリティを追求し、伝統的な和の要素と現代のトレンドを融合させる—そんな野心的な挑戦を続けるアパレルブランドがある。文: ショーン・マクブライド

## デ

ザインの真髄は、伝統への深い理解と革新への果敢な挑戦の均衡にある。この難題に真正面から向き合い、独自の解を導き出しているのが、日本のアパレルブランド「AS KNOW AS」である。

同社は顧客の「時間」「場所」「シーン」という三次元的なニーズを巧みに捉え、現代のライフスタイルに寄り添うファッションを創造している。

職場カジュアルの新基準を確立しようとする同社の姿勢は、シンプルさと品格を両立させた製品ラインナップに如実に表れている。「私たちが追求しているのは、フォーマルな要素を内包しながらも、メンテナンス性に優れた素材を手頃な価格で提供すること」と浅見社長は語る(写真2、3参照)

同社の野心的な取り組みは、モダンカジュアルの領域にとどまらず、日本の伝統的な着物文化を現代に再解釈する試みも展開している。例えば、綿製の夏着物である浴衣のラインナップは、若い顧客層の間で夏祭りシーズンに人気を博している。また、伝統的な着物を二部式に再構築し、洋装との融合を可能にした革新的なデザインは、伝統と現代の見事な調和を体現している。

AS KNOW ASの競争優位性を支えているのが、毎月200パターンを創出し、各色約10点を製作する機動的な生産システムである。2か月ごとの展示会開催と、顧客との継続的な対話を通じて、市場の鼓動を直接感知する仕組みを構築しているのだ。「私たちの強みは、デザインの発想から生産、販売に至るまでの一貫通貫したコミ

ュニケーション体制にある」と浅見社長は強調する。

この高速回転型のビジネスモデルは、在庫の最小化を通じた環境負荷の低減にも貢献している。特に注目を集めているのが、re.linkブ



「お客様がデザインを通じて自己表現できる場を創造したい」

株式会社アズノウアズ 代表取締役社長 浅見英理

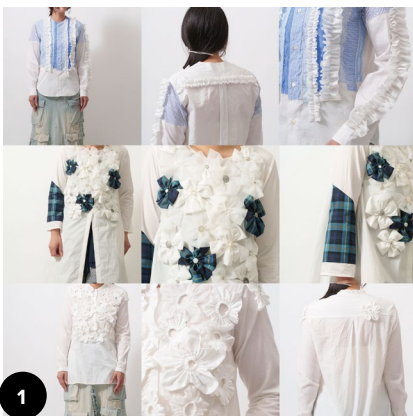
ランドによる既存衣料のリメイク・アップサイクルの取り組みである(写真1参照)

このような革新的な視点により、同社は中国やインドでの生産パートナーシップを通じて海外展開を果たし、2021年には故マリー・クウントとのコラボレーションも実現した。浅見社長によると、このパートナーシップは、マリークウント・ジャパンの社長がAS KNOW ASのデザインに感銘を受けたことがきっかけとなり、両社で新商品を共同制作するに至ったという。この

ような相互交流の構築は非常に重要なのだ。「また、株式会社グレースをエージェントとしたピーナッツとの長年のコラボレーションでは、当社ブランドならではの解釈でピーナッツを表現しています。「旅するピーナッツ」というストーリーを作り上げました(写真4参照)。こうしたコラボレーションは、ビジネスの独自性を高める化学反応を生み出すのです」

香港を拠点に、フォークロア的な美意識が根付くアジア市場での展開を加速す

る同社。創業35周年を迎え、地域パートナーとの協働を通じて、顧客を魅了するデザインでブランドに命を吹き込むことを目指している。AS KNOW ASは、「服を通じて幸せを届ける」というミッションを、これからも続けていく。



1



2



3



4



5