

# RENOWN Make Again Plan RMAP

## 諸施策進捗について【vol.3】

施策の一つに掲げている「コアブランドリニューアル」の進捗として、メンズの核であるダーバンでイメージキャラクターを登用し、日本およびアジアの一部地域で2010年春から広告キャンペーンを開始いたします。

2010年1月28日  
株式会社レナウン

【報道関係者各位】

2010年1月28日

株式会社レナウン

“D’URBAN”

40th Anniversary イメージキャラクターに竹野内 <sup>たけのうち ゆたか</sup> 豊さんを起用！

2月1日(月)から日本全国・アジア一部地域で広告キャンペーンを展開



株式会社レナウン(代表取締役社長:北畑 稔)は、ブランドのデビューから40周年を迎えた“D’URBAN”の新しい顔として、俳優の竹野内 豊さんを起用し、「士。日本を着る。D’URBAN」をキャッチフレーズに、2月1日(月)から日本全国、およびアジアの中国・香港・韓国・台湾(アジア地域キャッチフレーズ無し)で広告キャンペーンを展開します。

現在当社では経営方針・“RMAP-アールマップ”を策定し、企業価値向上の施策の一つとしてブランドリニューアルおよびビジネスモデルを進化させ、ブランド価値の向上を図っています。

基幹ブランドのD’URBANは、ブランドが持つポテンシャルを最大化させ、名実共に日本を代表するファクトリーブランド(※1)として世界に通用する物作りやスタイルの提案を行うため、“40th Anniversary”を機にブランドリニューアルを行い、スーツだけではなくカジュアルを含めたトータルファッションブランドを目指します。

これにより、2014年2月期にはアジア(中国、香港、韓国、台湾)を含むD’URBANのブランドビジネスで約240億円(小売価格ベース)を目標にします。

## RMAP（アールマップ）諸施策進捗について【vol.3】

※1 圧倒的 Japan NO.1 ファクトリーブランドのスーツとして、既製スーツ中心価格 8 万 5 千円からの、ほぼすべてのラインをフルキャンバス(総毛芯)縫製仕様へ、2009 年 5 月から順次変更。国内自社工場(ダーバン宮崎ソーイング)生産の強みを最大限に生かし、フルキャンバス仕様という高級スーツの世界標準を盛り込みながら、今までの価格設定を維持します。

### ■ メッセージについて

「士。日本を着る。」

士:シとも読み、サムライとも読むこの一文字に込めたメッセージ。それは、「誇り」です。特別な技術を身につけた人という意味もあるように、「服づくりへの誇り」を表明しつつ、そんなダーバンのスーツが「誇り高く戦うビジネスマンへのエール」であることを表現しています。

### ■ 広告ビジュアルについて

ビジネスマンの旅(出張)をテーマに、スーツスタイルからカジュアルスタイルまで、戦う日本の男性像を、竹野内 豊さんが「男らしさ」や「骨太」という視点から表現し、日本を代表するブランド・D'URBAN の魅力を訴求していきます。

広告ビジュアルは、新聞、雑誌(総合誌、ファッション誌)、店頭イメージビジュアル、ブランドカタログ、WEB サイトなどメディア戦略を展開し、ブランドイメージの浸透や売り場への顧客動員を図っていきます。

なお、撮影シーンのメイキング映像も、店頭および WEB サイトにて放映します。

### ■ 竹野内 豊さんプロフィール

生年月日:1971 年 1 月 2 日 出身地:東京都

<最近の出演作品>

#### ○ 映画

「さまよう刃(やいば)」2009 年 10 月公開

「冷静と情熱のあいだ」2001 年

#### ○ ドラマ

「不毛地帯」CX 2009 年 10 月～2010 年 3 月

「Tomorrow～陽はまたのぼる～」TBS 2008 年 7 月～9 月

「家族-妻の不在・夫の存在」EX 2006 年 10 月～12 月

「輪舞曲」TBS 2006 年 1 月～3 月

このリリースに関するお問合せ先

株式会社レナウン 広報 IR 課 担当:佐藤裕子

TEL:03-5496-8485 FAX:03-5496-8686

〒141-8520 東京都品川区西五反田 8-8-20