

情報解禁：2024年4月26日(金)AM10:00

2024年4月26日

報道関係各位

株式会社ストライプインターナショナル

**25周年の earth music&ecology が
リブランディングで初のパーパスを制定！
いいことあるかも&できるかもという「期待」を増やすブランドへ。
ブランドアンバサダーに俳優・南琴奈さんを起用し、
「いいことある服。」をコンセプトに、ブランドの想いを伝える動画も公開**

株式会社ストライプインターナショナル（本社：岡山県岡山市、代表取締役社長：川部将士）は、今年で創設25周年を迎える主カブランド earth music&ecology（アース ミュージック&エコロジー）のリブランディングの一環として、当ブランド初となるパーパス「いいことあるかも&できるかもという『期待』を増やす」を策定、およびパーパスを実現するための価値観・行動指針としてバリューズを策定。同時に、ブランドのタグラインを「いいことある服。」として、新たなステートメントを発表しました。

さらに、俳優の南琴奈さんをブランドアンバサダーに起用し、ブランドの想いを伝えるブランドムービーやビジュアルも公開します。



今後、earth music&ecology では策定したパーパスに基づき、「いいことあるかも&できるかもという『期待』を増やす」さまざまなアクションを展開していきます。

ブランドサイト: https://stripe-club.com/cts/earth1999/25th_brandconcept.html

リブランディングの背景

earth music&ecology は、本年に25周年を迎えることをきっかけに“earth music&ecology らしさ”とは何か？や earth music&ecology というブランドが存在する意義について、約1年をかけて、従業員やお客さま、有識者の方々と一緒に考える機会をつくってまいりました。ステークホルダーの皆さまへのヒアリングや、さまざまな立場で働くスタッフとのワークショップを行う中で明らかになったのは、earth music&ecology らしさや価値が人それぞれになっていたこと。そして、社会からのイメージとズレつつあったこと。そこで、今のブランドのらしさや役割についての共通認識を、言葉を通じて作り、それを社会に対して発信するために、「パーパス&バリューズの策定」という手法で、earth music&ecology の存在意義を定義しました。さらにパーパスをお客様にわかりやすく伝えるための言葉として、新たにブランドのタグラインとステートメントも策定いたしました。

パーパス・バリューズ・タグライン・ステートメント詳細

- ・パーパス：いいことあるかも&できるかもという「期待」を増やす
- ・タグライン：いいことある服。
- ・ステートメント：

earth music&ecology の服には、
いいことがつまってる。
あなたにいいこと。だれかにいいこと。
お財布にいいこと。心にいいこと。
今日にいいこと。未来にいいこと。

たかが服。されど服。
波風の多い日々のなかでも
ほほえんで前を向くあなたを、
つつんで一緒に歩きたい。

いいことあるかも。
そんな期待まで
まとえる服づくりを、
これからもずっと。

- ・バリューズ：
期待をつくるプロでいる
自分に、世界に、いいことあるかも。
そんな期待まで増やすのが、
earth music&ecology の服づくりの使命。
お客様の、すべてのパートナーの期待を受けとめ、
楽しみながらそれを超えていきます。

いい服のプロでいる
いいことあるかも、という期待は、
商品や購買体験へのたしかな
信頼がなければ生まれません。
earth music&ecology の誰もがその担い手。
だから、仕事の品質にどこまでもこだわります。

<タグライン>



<ステートメント>



プロジェクトリーダーよりコメント



株式会社ストライプインターナショナル
執行役員 兼 「earth music&ecology」事業統括・坂巻暢彦

25周年という節目の年に、現在ブランドの置かれている状況に社内外さまざまな方のお話をお伺いする中で正面から向き合い、earth music&ecologyは、多くの方が触れたことのある、愛されるブランドであること、クールでカッコいいブランドではないけれど、ちょっとだけ前向きになれる変化や、ちょっとだけ頑張れる力を増やし、社会に期待を増やすブランドで、毎日のちょっとした幸せに寄り添えるブランドであるということが分かりました。非常に貴重なブランドです。

今回、パーパス、バリューズ、タグライン、ステートメントを通して、社内における共通の言語や認識が進み、事業が整理され、さまざまな事業改善を進めることができました。

認知度が高いブランドが故に、どうしても過去のイメージや印象が強く、お客様のブランドに対する印象を変えることは大変です。

しかし改めて今日から、みんなと磨いてきた今のearth music&ecologyを、思いっきり世の中に表現していきたいと思います。

これからのearth music&ecologyに、私自身も期待しています。

ブランドムービー

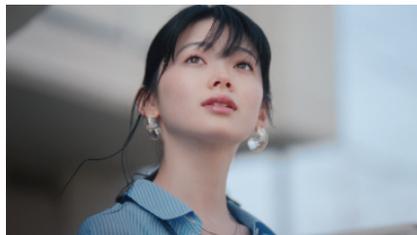
■タイトル：「いいことある服。」

■出演：南琴奈

■公開日：2024年4月26日（金）

■URL：<https://youtu.be/OQ8ky7JsD0E>

■ストーリー：目覚ましのアラームが鳴り響く朝の部屋。「おはよう、いつも通りの私。」と、今日を始める南さん。このあと着ていく服を選びながら「この服を着るだけで、全部が思い通りになったりしないかな」と壮大な"期待"をする彼女。すると、その期待で世界が一変し、色とりどりの花やブルーの蝶が部屋中に広がっていきます。…もちろんそれが現実なわけもなく、我に返って「夢見すぎ？」と自分を諭してみたり。「でも、好きな服を着ていたらいいことあるかも」と、ちょっとの前向きさを胸に、ワンピースに着替えて外に出ると、目の前には、その"ちょっとした期待"を彩るような世界が広がっていました。最後は、「いいことある服。」というタグラインとともに、南さんが歩き出します。



メインビジュアル

何気ない毎日も、好きな服を着て出かけるだけでほんのすこし彩られていくかもしれない。
そんなちょっとした期待感を、日常的なシーンの一部が花畑や水面になっている世界で描いています。
全て実写で撮影し、うらかな春とさわやかな夏の期待感を、南さんに表現していただきました。

<2024 Spring Key Visual>



<2024 Summer Key Visual>



南琴奈プロフィール



2006年6月20日生まれ。

Mr.Children「Documentary Film」のMVで注目を集め、Vaundy、Official髭男dismなど数々のアーティストMVに出演。

NETFLIX「舞妓さんちのまかないさん」で連ドラデビューし、映画「アイスクリームフィーバー」、AmazonPrime「ナックルガール」など出演。

資生堂「マジヨリカマジョルカ」新ミューズをつとめる。

5作品の公開待機作を控える若手俳優。

<南琴奈さんよりコメント>

この度、earth music&ecologyのブランドアンバサダーを務めさせていただくことになりました南琴奈です。
以前から店舗やビジュアルを見てすごく素敵だな…と思っていたのでブランドアンバサダーのお話をいただいた時はとても嬉しかったです！

今回の撮影ではCGではなく実際のお花やお水を使用していて、すごく新鮮で楽しかったですし、終始お花の香りに癒されながらの撮影でした。

これから、earth music&ecologyというブランドの魅力をよりたくさんお届けできたらと思います！

earth music&ecology について

いいことある服。



パーパスとして「いいことあるかも&できるかもという『期待』を増やす」を掲げ、「いいことある服。」をコンセプトに展開する「earth music&ecology」。株式会社ストライプインターナショナル（代表取締役社長：川部将士）の主カブランドとして、日常によりそうトレンドアイテムをお届けしております。

- ・ 本社：〒700-0903 岡山県岡山市北区幸町 2-8
- ・ 企業 HP：<https://www.stripe-intl.com/>
- ・ earth music&ecology：<https://stripe-club.com/earth1999/>

<本件に関するお問い合わせ先>

earth music&ecology PR 事務局（株）Scre TEL：03-5981-9377
担当：末谷(suetani@s-cre.jp / 080-3808-1033) ・ 渡辺

<ブランドや商品に関する問い合わせ>

株式会社ストライプインターナショナル事務局 広報チーム TEL:03-6773-7064
担当：清水野(public-info@stripe-intl.com)