

～ 自分圏内リラックスウェア ～  
40歳代～50歳代の男性に向けた新ブランド  
「W. L. C (ウッドランドクラブ)」  
西武池袋本店に9月15日(水) デビュー!

株式会社オンワード樫山 第一事業部門(部門担当 取締役常務執行役員碓氷貴男)は、40歳代から50歳代の男性に向けて、日常的な趣味や余暇を楽しむ「自分圏内リラックスウェア」をコンセプトとしたブランド「W. L. C(ウッドランドクラブ)」を新たに開発。1号店を西武池袋本店に9月15日(水)オープンします。

現在のメンズファッションは、オフィスにおける服装の自由化や、クールビズの定着などで、カジュアル化の流れが加速しています。その中で、40歳代から50歳代男性の休日のリラックスシーンは、「ペットブーム」「健康ブーム」「エコブーム」などの影響から、“犬の散歩”“ウォーキング”“サイクリング”“部屋で過ごす”などが4つの大きな軸となっています。

このような背景を踏まえ、休日や帰宅時のリラックスウェアから、犬の散歩やウォーキング、ジムなどのちょっとした外出(自分圏内リラックスウェア)にも対応できる、品質とファッション性を兼ね備えた好感度ウェアとして「W. L. C(ウッドランドクラブ)」を開発しました。

商品特徴は、リラックスした着心地を実現するために、ジャージー素材やフリース素材などを多く使用します。パンツでは、休日におけるデニムの着用率が約50%(当社が今年1月に実施した調査)と高いことから、デニムに代わるより快適なパンツの提案として、ジャージー素材を使用しながら見た目はデニムの5ポケットパンツを主軸に展開します。雑貨は、核となる素材を設定し、ウェアと同素材のブランケット、ルームシューズ、ソックス、マフラーなどを提案します。また、シーズン毎に「ガーデニングスタイル」「バイクスタイル」「キッチンスタイル」「ホームパーティースタイル」などのテーマを設定し、ウェアから雑貨までのトータルなスタイル提案を行います。

ブランド名の「W. L. C(ウッドランドクラブ)」は、昔から米国の多くのエリートビジネスマンの中で盛んに行われていたハンティングやフィッシング、カヌーなどのアウトドアスポーツに着用され、趣味や余暇を楽しむ1つの象徴として広がった「ウッドランドカモフラージュパターン」柄からネーミングしました。

当社では、百貨店との“共生”による新たなブランドビジネスの開発を推進しており、双方が強みとする各分野の情報力・企画力を融合させて、消費者視点で進化させた新ブランド開発を行っています。「W. L. C(ウッドランドクラブ)」の展開につきましても、この考えをベースに西武池袋本店と従来にないリラックスウェア開発のため、様々な角度から検証を重ねた結果、5階の紳士服売場に単独ショップを開設することになりました。約100m<sup>2</sup>(30坪)のゆとりのある空間で、新しい男のリラックスウェアを提案していきます。

■ブランド名

W. L. C(ウッドランドクラブ)

■ブランドロゴ

**W.L.C**  
Wood Land Club by J.Press

■サイズ展開

XS、S、M、L、LL

■アイテム別価格帯

アイテム	プライスレンジ	構成比
アウター	¥ 19,950～ ¥ 49,350	10%
パンツ	¥ 9,975～ ¥ 17,850	25%
シャツ	¥ 9,345～ ¥ 14,700	5%
カットソー	¥ 4,095～ ¥ 19,950	20%
ニット	¥ 10,500～ ¥ 19,950	25%

■2010年秋冬展開店舗

西武池袋本店 5階(紳士服売場)

■2010年秋冬商品写真(一例)



▲ページTOPへ