

多様化する働く女性のライフシーンに向けた EC 発新ブランド『uncrave』デビュー



2020年春より「オンワード・クローゼット」で販売スタート

株式会社オンワード樫山(本社:東京都中央区 代表取締役社長:大澤 道雄)は、E コマース事業の強化・拡大策として、多様化する働く女性のライフシーンに向けた EC 発新ブランド『uncrave(アンクレイヴ)』を、2020年2月21日(金)よりオンワードグループ公式ファッション通販サイト「オンワード・クローゼット」で販売をスタートします。

女性が働くこと、社会とより深く関わるのがスタンダードとなった時代の中で、「知性と感性」「トレンドとベーシック」「社会性のある服」といった絶妙なバランスを楽しみたい現代の女性に向けて、セットアップを主軸とした新ブランド『uncrave』を開発しました。ブランドネームは、“切望する”“願う”という意味の“crave”に un をプラス。これまで要求し続けていたファッションへのアンチテーゼ、必要以上のものを求めない、必要なものだけを集めるという想いを込めています。

商品は、本物志向のテーラリングにこだわった、新しいバランスのベーシックを提案します。シーズンの気分を瞬時に伝えられる“ほどよいトレンド”を加え、多様化する働く女性のライフスタイルシーンにおいて着まわし可能なジャケット、ワンピースを強化。様々なアイテムの組み合わせによる新たなセットアップ企画を充実させました。また、上質な素材とシルエットに機能性をプラスし、着用時期が長い服としての高いコストパフォーマンスを感じていただける価格帯に設定。アイテム構成も、先行受注会を通じたニーズをもとに決定し、時代の気分でフレキシブルに着こなすことができる人気アイテムをボリューム展開していきます。

クリエイティブディレクターには、女性ファッション誌を中心に活躍し、広告、カタログのディレクションを手掛ける一方、アパレルブランドのバイイングやコラボレーション商品開発など、ファッションエディターの枠を超えて活躍する東原 妙子氏を迎え、等身大の女性によるプロジェクトチームを編成しました。ブランドのトータルプロデューサーには、数々のブランドプロデュースや MD コンサルティング広告、コンテンツ制作を手掛ける宮井 雅史氏を起用。働く女性のニーズに応えた提案を行っていきます。

来春2月21日(金)ローンチ予定の「オンワード・クローゼット」に先駆け、ティザーサイト(公式 SNS)を開設し、『uncrave』の世界観やニュースの配信をスタートしました。今後は POP UP SHOP 等の出店も計画しており、認知度の向上を図り E コマース事業における売上拡大を目指してまいります。

『uncrave』ブランド概要

<ブランド名> 『uncrave(アンクレイヴ)』

<ブランドロゴ>



<ターゲット> 社会性のある大人の女性
セレクトショップ・EC サイトが購買起点の女性

<春夏アイテム別価格帯(税別)>

| アイテム | プライスライン | 中心プライス |
|-------|--------------------|----------|
| コート | ¥ 22,000～ ¥ 30,000 | ¥ 25,000 |
| ジャケット | ¥ 19,000～ ¥ 27,000 | ¥ 22,000 |
| ブラウス | ¥ 7,800～ ¥ 9,800 | ¥ 8,800 |
| カットソー | ¥ 5,800～ ¥ 12,000 | ¥ 9,800 |
| ニット | ¥ 7,800～ ¥ 12,000 | ¥ 9,800 |
| パンツ | ¥ 9,800～ ¥ 16,000 | ¥ 12,000 |
| スカート | ¥ 9,800～ ¥ 16,000 | ¥ 12,000 |
| ワンピース | ¥ 12,000～ ¥ 19,000 | ¥ 16,000 |

<『uncrave』オフィシャルアカウント>

Instagram : @uncrave_official (https://www.instagram.com/uncrave_official/?hl=ja)

Facebook : @uncraveofficial (https://www.facebook.com/uncraveofficial/?modal=admin_todo_tour)

<東原 妙子氏プロフィール>

ファッションエディター。慶應義塾大学卒業後、大手銀行に就職、25歳で編集者に転身。現在は人気女性ファッション誌を中心に、広告やカタログのディレクションも手掛ける。アパレルブランドのバイイングやコラボ商品開発など、編集者の枠を超えて活躍中。

<ブランドビジュアル>

