



『Field Dream』リブランディング 2018 年秋より出店スタート



株式会社オンワード樫山 SHARE PARK・Field Dream 事業本部(事業本部長:富岡 一樹)は、新流通チャンネルにおけるさらなる事業拡大に向けて、「大切な人と集う場所で気分を共有し楽しさを発見する」そんな夢を実現させるブランドとして『Field Dream(フィールドドリーム)』をリブランディング。2018 年秋よりショッピングセンターを中心に出店をスタートします。

新生『Field Dream』のコンセプトは、「お客様主体の買い物ができるブランド」。お客様自ら商品を選びたいくなり、買い物を通じて様々な体験をし、コミュニティ内で共有したくなる、そんな地域に根付いたブランドを目指します。20 代後半～40 代の「ココカナ世代(コ=個人、コ=コミュニティ・地域、カ=家族、ナ=仲間、を大切にする世代)」をターゲットに、「Genderless(ジェンダーレス)」「Customize(カスタマイズ)」「Community(コミュニティ)」「Digital Communication(デジタルコミュニケーション)」をキーワードとし、レディース・メンズ・キッズ・服飾雑貨などを展開します。

商品テーマは、「まわる、つづく、つながる 服」。男女、親子が性別や年齢を問わずに着用できる商品や、自分だけの一着をカスタマイズできるアイテムをラインアップしました。また、着用しなくなった服をリメイクしたり、日本の伝統的な染め方でリカラーしモデルチェンジする店頭イベントを定期的で開催する予定です。さらに、将来的にはリサイクル素材の積極活用なども視野に入れ、自然、地球にやさしい環境に配慮した「Sustainable(サステナブル)」なモノづくりを目指します。

ショップコンセプトは、「THIRD PLACE(サードプレイス)」。ファーストプレイス=家、セカンドプレイス=職場、そのどちらでもない一個人としてくつろぐことのできる第三の場所がサードプレイスです。ショップ中央部分にコミュニケーションスペースを設け、誰もが集まって仲間になれる、訪れると新しい何かが見つかる、気持ちを共有して盛り上げられる、人と人が出会う、そんな居心地の良い空間を提案していきます。また、店頭には LED サイネージ、店内にはタッチパネル・iPad 端末を配し、ブランドムービー放映・イベント情報の提供や、AI によるチャット型接客・コーディネート提案などのデジタルコミュニケーションを連動させ、サービスの向上、ターゲット顧客層へのアプローチ、再来店の促進を図っていきます。

■商品構成

カテゴリー	構成比
レディス	40%
メンズ	30%
キッズ	15%
服飾雑貨	15%

■アイテム別プライスライン(税別) ※レディス・メンズ・キッズ共通

アイテム	プライスライン	中心プライス
ボトムス	¥4,900～¥8,900	¥5,900
洋品	¥1,500～¥9,800	¥3,900
アウター	¥5,900～¥12,800	¥7,900
服飾雑貨	¥1,000～¥7,900	¥2,900

■ショップイメージ

