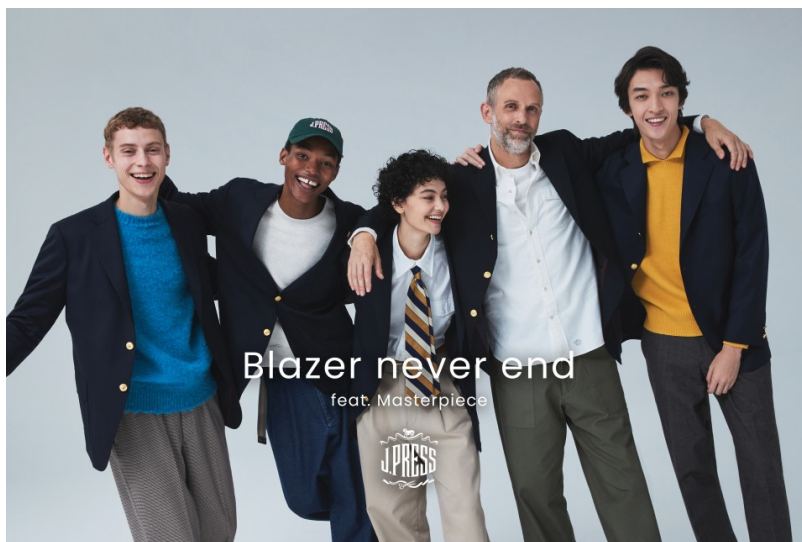


2024年9月5日
株式会社オンワードホールディングス
株式会社オンワード樫山

“いつでも どこでも 誰にでも”
仕事でもプライベートでも使える便利な「1st ブレザー」
『J.PRESS』から9月5日(木)より全国一斉発売

～アンケート調査の結果、8割以上がオン・オフ兼用ジャケットとして「ブレザー」に興味があると回答～

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：保元 道宣)が展開するブランド『J.PRESS (ジエイ プレス)』は、“いつでも どこでも 誰にでも”をコンセプトに、仕事でもプライベートでも使える便利な「1st ブレザー」を、9月5日(木)より全国の『J.PRESS』ショップと公式通販サイト「オンワード・クローゼット」(<https://crosset.onward.co.jp/shop/jpress?du=2>)にて販売を開始します。



特設ページ URL : <https://crosset.onward.co.jp/feature/24aw-blazer-coordinate-0905/>

「1st ブレザー」の販売にあたり、男女 200 名以上へ、ブレザーに関するアンケート調査を実施しました。調査の結果から約 8 割が、コロナ禍の働き方の変化などから、オフィスウェアのカジュアル化が進んだと感じ、約 6 割が「ジャケット購入の際にビジネス用とプライベート用で同じジャケットを流用したい」と考えていることがわかりました。さらに、オン・オフの日で使えるジャケットとして、8 割以上のビジネスマンが「ブレザー」という選択肢に興味があることもわかりました。

『J.PRESS』の定番であるオーセンティックブレザーは、1974 年に上陸 (※オンワード調べ) し、多くの著名人にも着用いただいている歴史のあるアイテムですが、今回販売する「1st ブレザー」は、まさにブレザーに興味がある人の“最初の 1 着”として、より広く多くの方に手に取っていただけるよう、定番型より 1.5 万円以上価格を下げ、サイズに関しては 6 サイズを展開しています。また、より軽さを重視した仕立てで、ラベルを少し細く、裏地はオールシーズン着用できるように背抜き仕様になっています。デザインはゆとりのあるボックスシルエットとナチュラルショルダーで、ポケットディテールは胸パッチ、腰パッチ & フラップにし、ビジネス用だけでなくカジュアルなスタイリングにも合わせやすいアイテムになっています。

なお、販売開始の 9 月 5 日(木)より、『J.PRESS』のブレザーアイテムをお買い上げの方には「1st ブレザー」と同素材のキャップをプレゼントします。(数に限りがありますので無くなり次第終了とさせていただきます)

■商品概要

商品名：1st ブレザー

価格：¥49,500(税込)

素材：ウール 28% ポリエステル 72%

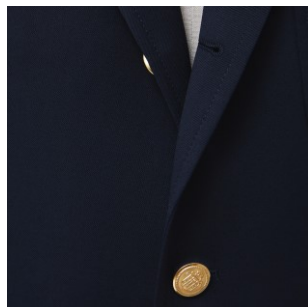
サイズ：32・34・36・38・40・42

カラー展開：ネイビー

商品ページ：<https://crosset.onward.co.jp/items/BZOVCW0888>



軽さとストレッチ性



段返り3つボタンと米国ウォーター
バリーオリジナル金釦を採用



ゆとりのあるボックスシルエットとナ
チュラルショルダー

■LOOK



■取り扱い店舗

全国の『J.PRESS』のショップ

<https://www.jpress.jp/pages/shop>

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」

<https://crosset.onward.co.jp/shop/jpress?du=2>

■先着でオリジナルキャップをプレゼント

9月5日(木)より、『J.PRESS』のブレザーアイテムをお買い上げの方には「1st ブレザー」と同素材で『J.PRESS』の刺繍ロゴを配した本格仕様のキャップをプレゼントします。使い勝手のよいミニマルなデザインと配色で、ブレザーはもちろん、どんなアイテムにも合わせやすい仕上がりです。(数に限りがありますので無くなり次第終了とさせていただきます)

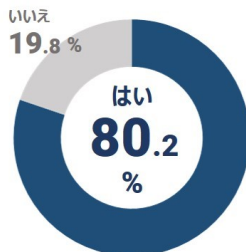


■ブレザーに関するアンケート調査

□約 8 割が「コロナ禍の働き方の変化などから、オフィスウェアのカジュアル化が進んだ」と回答

コロナ以降のオフィスウェアのカジュアル化について質問をしたところ、約 8 割が「オフィスウェアのカジュアル化が進んだ」と回答しました。

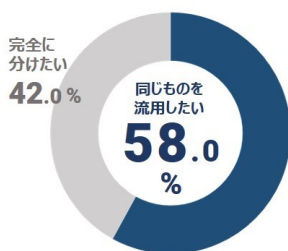
Q コロナ禍の働き方の変化などから、オフィスウェアのカジュアル化が進みましたか？



□約 6 割が、ジャケットを選ぶ際、ビジネス用とプライベート用で流用できるアイテムを選ぶと回答

ジャケットを選ぶ際の考え方についての質問をしたところ、58%が「ビジネス用のジャケットとプライベート用のジャケット、同じものを流用できたら良い」と回答しました。

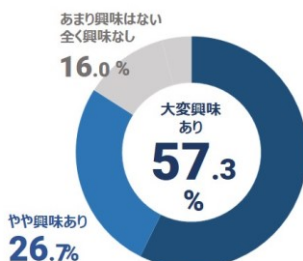
Q ビジネス用のジャケットと、プライベート用のジャケットは完全に分けてほしいですか？それとも流用してほしいですか？



□8 割以上が、オン・オフで使えるジャケットとして「ブレザー」という選択肢に興味があると回答

オン・オフの日で使えるジャケットとして、「ブレザー」という選択肢に興味があるかという質問に対し、興味があると回答した人が 8 割以上（「大変興味あり（57.3%）」「やや興味あり（26.7%）」）であることが判明しました。

Q オン・オフの日で使えるジャケットとして、「ブレザー」という選択肢に興味はありますか？



□アンケート調査 概要

調査対象：全国男女 288 名

調査期間：2024 年 8 月 23 日(金)～29 日(木)

調査方法：WEB アンケート（自社調べ）

■『J.PRESS』について



1902年にアメリカ・ニューヘブーンで誕生した『J.PRESS』は、その歴史に裏打ちされたトラディショナルとクラフトマンシップを誇ります。創業者ジャコビー・プレスは、誰もが快適に着こなせるシルエットを追求し、高い評価を得てきました。このスピリットは、現代においても変わることなく受け継がれています。

『J.PRESS』は、単なる時代のトレンドを超えた価値を創造し続け、上質で品格あるライフスタイルを提案し続けています。

〈公式サイト〉<https://www.jpress.jp/>

〈公式instagram〉https://www.instagram.com/jpress_jp/

〈FACEBOOK〉<https://www.facebook.com/Jpress-Japan-100064106380425/>