

令和元年5月16日(木)、ZOZOTOWNにて  
**オンライン限定メンズブランド「NO NEED」New Open!**  
コックス初、デジタルネイティブ世代向けメンズ単独ブランド



株式会社コックス(本社:東京都中央区日本橋浜町1-2-1、代表取締役社長:寺脇栄一、以下当社は、2019年5月16日(木)、オンライン限定メンズ単独ブランド「NO NEED(ノーニード)」をファッション通販サイト「ZOZOTOWN」にてオープンします。当ブランドは、18歳から25歳のジェネレーションZ世代<sup>※</sup>を含むデジタルネイティブ世代の男性をターゲットに、無欲に見える若者の欲求を満たし、自らを演出するブランドです。時代のトレンドに合わせてさまざまなスタイルをMIXし、個性とエッジを効かせたファッションスタイルを提案します。

※1990年代後半~2010年頃生まれのこと

## Concept

無欲に見える若者たちの欲求を満たし、自らを演出するブランドです。時代のトレンドに合わせてさまざまなスタイルをMIXし、個性とエッジを効かせたファッションスタイルを提案します。18歳から25歳の男性をターゲットに、You act like whatever, "NO NEED" make you feel good. ["どうでもいいけど"なんてふるまう君を(No needが)気分良くしてあげる。]をブランドメッセージとしています。

オープン時はオリジナル商品8割、ナショナルブランド商品2割の計33型を発売します。



## Logo



こだわりがなく、「絶対コレ」もないし、強欲に見えるのはカッコ悪い。だから表現としては「興味のない」フリがちょうどいい。そんな今の若者を表現する「NO NEED(特に何もいらぬ。)」

当ブランドは、従業員3名の有志で立ちあげました。「新しいことに挑戦したい」という熱意を持った異なる部署で働く3名が、各自の持つ「スキル」や「情熱」を掛け合わせることでイノベーションを起こします。

## Price

カットソー	¥2,700~¥5,500
シャツ	¥4,600~¥6,500
パンツ	¥4,000~¥8,000
グッズ	¥1,900~

※こちらは税抜き価格で表示しています。

## SDG s

当社では SDG s への取り組みを推進しており、当ブランドは目標 12 を達成することに貢献します。

12 つくる責任  
つかう責任



## Web

- ・ インスタグラム [https://www.instagram.com/no\\_need\\_official/](https://www.instagram.com/no_need_official/)
- ・ ZOZOTOWN <https://zozo.jp/brand/noneed/>  
※オープン時はタイムセール・ショップクーポンを実施します。
- ・ オフィシャルサイト <https://noneed.tokyo/>

## Photo



### 着用商品

- ▽スティッチ T シャツ ¥ 3,000 + tax
- ▽V ネックベスト ¥ 3,500 + tax
- ▽TR ワイドパンツ ¥ 4,000 + tax



### 着用商品

- ▽ゆるポケットオーバーサイズTシャツ ¥ 2,700 + tax
- ▽チェックイージーパンツ ¥ 4,000 + tax