

販促コンペ

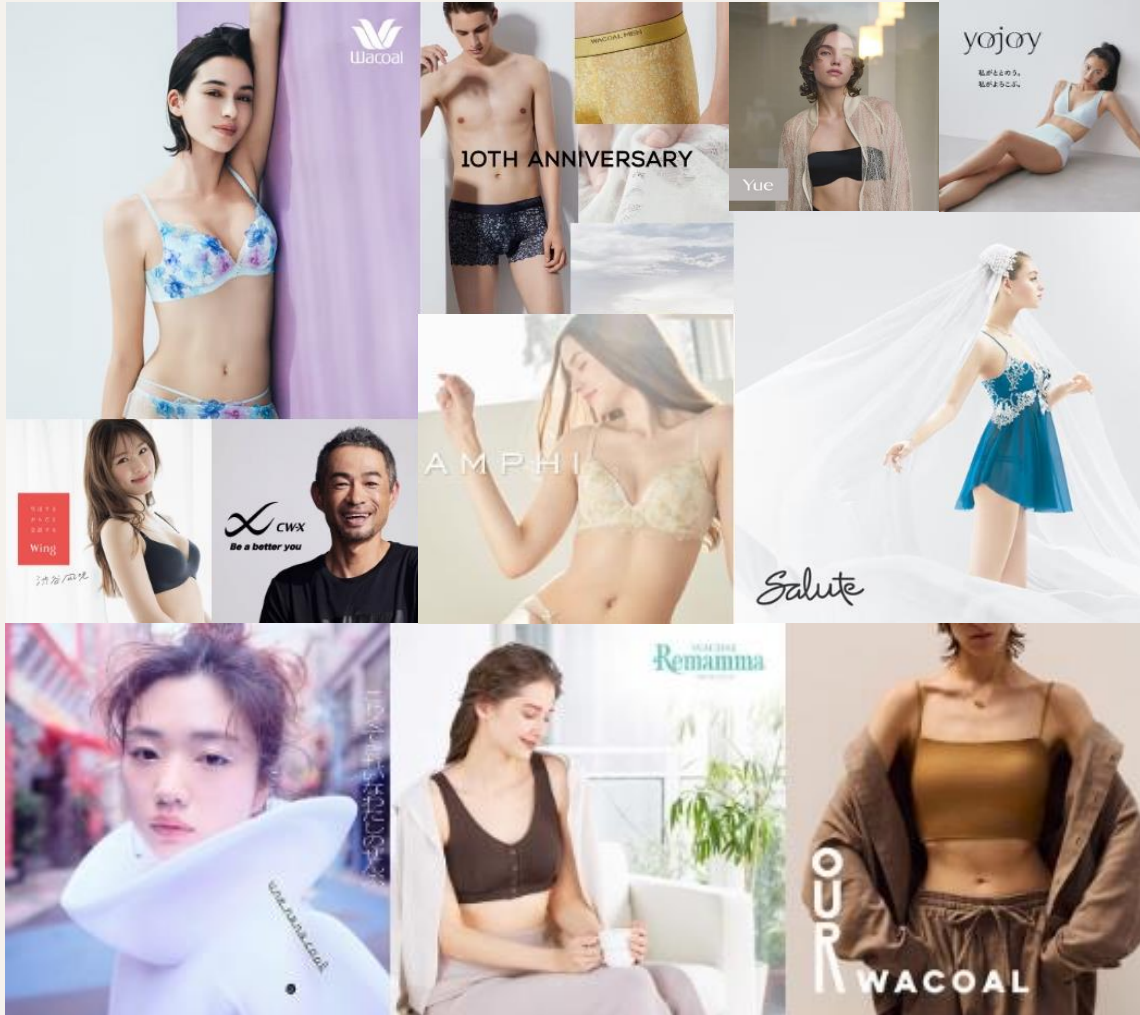
株式会社ワコール

課題オリエンテーション資料

◆最終ページに課題概要シートがございます



株式会社ワコールは京都市に本社を置く衣料品メーカーです。



代表ブランド

Wacoal

主要ブランド

レディスインナーウェア

● Salute (サルート)

● Yue (ユエ)

● Wing (ウイング)

● AMPHI (アンフィ)

メンズインナーウェア

● WACOAL MEN など

スポーツウェア

● CW-X (シーダブリューエックス) など

近年は、従来のインナーウェア以外の
アイテムやサービスにも事業領域を拡大しています。



セルフでできる
3D計測サービス

SCANBE



食品などを取り扱った
ECサイト

WACOAL SPOON



女性のセルフケアを
応援するブランド

YOJOY

女性が美しくしていただける社会こそ平和な社会

1946（昭和21）年6月15日、第二次世界大戦の過酷な戦闘から
奇跡的に生還した創業者・塚本幸一は、
京都の自宅へ帰り着いたこの日から、婦人装身具（アクセサリー）の商売をはじめました。
これが、ワコールの創業日です。

戦場で多くの仲間の死を目の当たりにし、
それでも生き残ることができた自身の境遇を振り返り
「生かされている人生を、世のため人のために尽くそう」と考え、
「女性が美しくしていただける社会こそ平和な社会」という信念に基づき会社を設立。
この「日本の女性を美しくしたい」という強い思いと、
『ブラパット』が出会ったことで、
世界を視野に入れた婦人洋装下着メーカーへと舵を切っていきます。

ワコールについて | グループ全体のミッション



ひとりひとりが自分らしく

美しくいられるように

世の中が自信と思いやりにあふれるように

からだに こころに

いちばん近いところで 寄り添い続けます

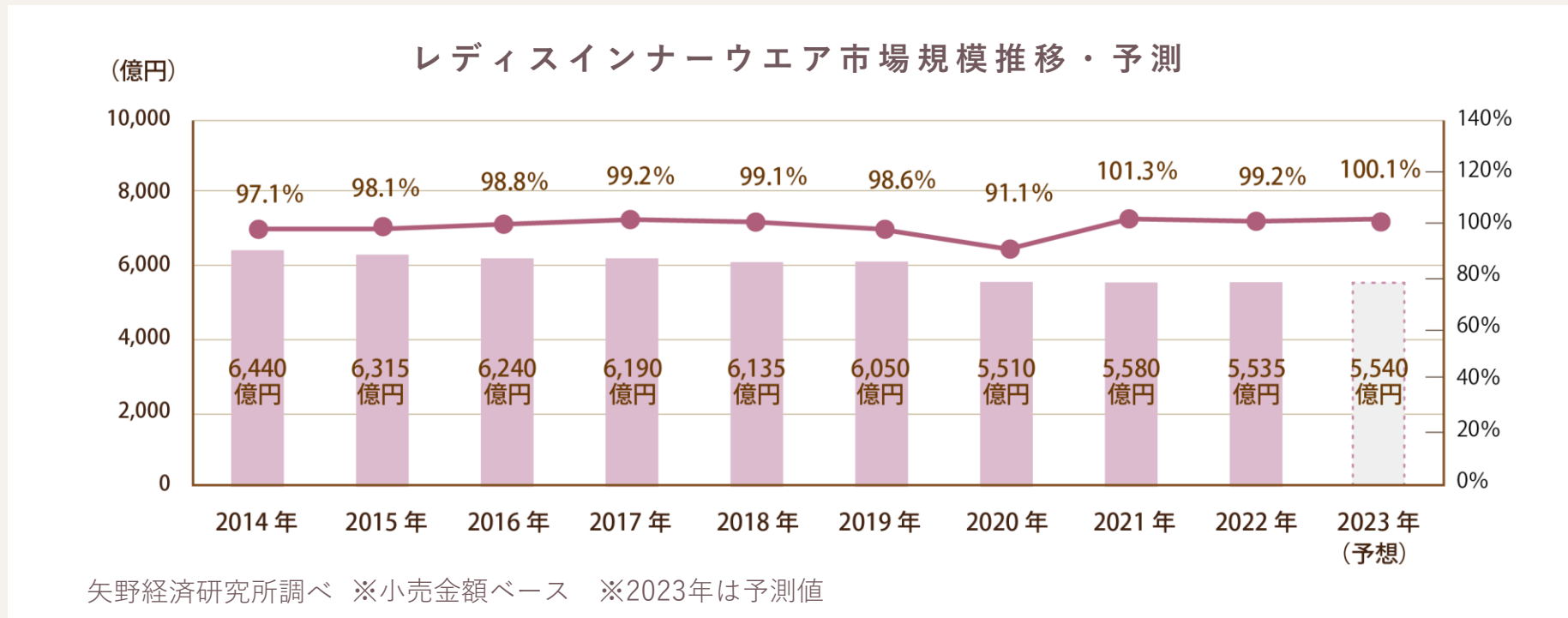


MISSION

ワコールのお店にわざわざ足を運んで
販売員の接客やサイズ計測を受けたいくなる
そんなアイデアを募集します。



国内のレディスインナーウェア市場はダウントレンドがつづいています。



動向

- ノンワイヤーブラやブラトップなど「ラクなつけごち」の下着の市場規模が伸びている。
- S・M・Lなどのサイズを測らなくても購入できる下着の割合が増えている。
- 自分のバストのサイズを知らない若い世代の女性が増えている。
- 女性のなかで、下着の優先順位が下がっている。

現状の課題

ネットで気軽に買える時代、
どうすれば接客で下着を選んでもらえるのか？

リアル店舗へ行って販売員の接客を受けるのが〈億劫〉だと感じている若い世代が増えているなか、〈ショップで販売員の接客を受けて下着を選びたい〉と思ってもらうにはどうすればいいのか。

何を？

プロのコンサル接客

下着のプロフェッショナルが、自分のココロとカラダにぴったりの下着を提案してくれる「コンサルティング接客」。

誰に？

自分にぴったりを知らない女性

普段はネットなど接客を伴わないショップで下着を購入し、サイズ計測やフィッティングをあまりしたことがない若い世代の女性。

— 伝えたいメッセージ —

自分にジャストフィットした下着が
毎日をしあわせにする。

一日中、身に着けている下着は生活の質を左右するアイテム。ここちのいい下着は暮らしを充実させ、幸せにします。だから、〈自分にぴったり合うもの〉を選ぶことが肝心です。

そして、〈そのとき〉の自分のカラダと気持ちにフィットする下着と出会うためには、

ショップでプロフェッショナルな販売員にカラダのサイズを測ってもらい、体型や体質に合った下着を提案してもらうことがとても大切なのです。

自分にフィットした下着でしあわせになってほしい。そのお手伝いをワコールがします。

女性のカラダを約60年研究

約60年にも渡って日本人女性の中から計測して研究。データを蓄積し、知見を深めています。

豊富なサイズ展開

データを活用し、さまざまな体型の女性に適應する商品をバリエーション豊かに展開。

高い耐久性

独自の規定やガイドラインを整備し、テストとチェックを実施。長く使い続けられる商品を提供。

デザインバリエーション

200人を超えるクリエイターが自由な発想で創造。多様な好みに応じられるデザインをご用意。

コンサルティング接客

コンサルティング能力を備えた販売員が接客し、お客さまにぴったりの商品を提案します。

3Dボディスキャン

セルフでボディサイズを測定できる3Dボディスキャンサービス「SCANBE」を店頭に設置。

表現上のルールとトーン&マナー

- 「最高」「究極」などの **最上級表現** や、「～できる」「～を叶える」など **断定表現** は避けてください。
- 使用しない **人を貶めるような表現** は避けてください。
- 手段として「**値引き**」や「**安売り**」などは避けてください。
- **宗教的な表現** は避けてください。

商品・サービスの加工

- **薬機法** に抵触する表現は避けてください。



ありがとうございます。

みなさまからの、アイデアをお待ちしております。





ワコールのお店にわざわざ足を運んで、
販売員の接客やサイズ計測を受けたいアイデア



MISSION

ワコールのお店にわざわざ足を運んで
販売員の接客やサイズ計測を受けたいアイデアを募集します。



応募される企画で解決したい課題

現状の課題	今や下着もネットで気軽に買える時代。 わざわざリアルなお店に行って販売員の接客を受けたりすることが億劫だと感じている若い世代の女性が増えてきている中で、それでもわざわざお店に行って、販売員の接客を受けて下着を選びたいと思ってもらえるようになること
何を（商品、サービスなど）	下着のプロフェッショナルによる、自分のところとカラダにぴったりの下着を提案してもらえるコンサルティング接客
誰に（ターゲット）	普段下着はネットや接客を伴わないお店で購入していて、サイズ計測やフィッティングをあまりしたことがない若い世代の女性
解決したい課題	1日のうちでお風呂に入っているとき以外のほとんどの時間を身に着けている下着は、実は日々の生活を充実させるための重要なアイテム。そのためには自分にピッタリ合う下着を身に着けることが肝心です。そんな自分にピッタリ合う下着と出会うためには、お店でプロの販売員に自分のからだのサイズを測ってもらったり、体型や体質に合った下着を提案してもらうことの大切なのだ、ということに気づいてもらいたい。

市場の背景/動向

- ・ノンワイヤーブラやブラトップの様な「ラクなつけごち」の下着の市場規模が伸びている
- ・S・M・Lなどのサイズを測らなくても購入できる下着の割合が増えている
- ・自分のバストのサイズを知らない若い世代の女性が増えている
- ・下着の優先順位が下がっている

商品サービスの特徴

- ・約60年に渡って日本人女性のからだを研究し、蓄積されたデータや知見
- ・さまざまな体型の女性に適応する商品バリエーション
- ・長く使い続けることができる商品耐久性
- ・さまざまな好みに応じたデザインバリエーション
- ・お客様との対話を通じて、ぴったりの商品を提案できるコンサルティング力を備えた販売員の接客力
- ・セルフでできる3Dボディスキャンを使った体験型の店頭サービス

注意点

表現上のルールや トーン＆マナー	・「最高」「究極」などの最上級表現や、「～できる」「～を叶える」などの断定表現は避けてください ・使用しない人を貶めるような表現は避けてください ・手段として値引きや安売りなどは避けてください ・宗教的な表現は避けてください
商品・サービスの加工	・薬機法に抵触するような表現は避けてください