お客さま一人ひとりの健やかで豊かな毎日のために。 ワコール、新たなブランド戦略を発表

株式会社ワコール　　2021年08月18日

デジタル技術の普及や新型コロナウイルス感染症（以下、感染症）がもたらしたお客さまの価値観や購買行動の変化に対応し、一人ひとりの健やかで豊かな毎日に貢献するために、ワコールは新たな国内のブランド戦略を発表します。　「お客さまと“深く、広く、長く”つながり続け、お客さま一人ひとりの毎日をより健やかに、より豊かにする」というミッションのもとで構築された新たなブランド戦略では、従前のブランド編成を大胆に見直し、「Wacoal（ワコール）」、「Wing（ウイング）」、「AMPHI（アンフィ）」、21 年秋冬シーズンに登場する「Yue（ユエ）」など 9 つの基幹ブランドに集約。各ブランドは、「愛される商品を作る」「時代の要求する新製品を開発する」というワコールグループの経営理念を実践しつつ、お客さまが抱えるさまざまな問題の解決に努めます。同時に、ブランドの存在意義を生活者視点で発信し続けることで、あらゆるシーンにおいてお客さまの“こころとからだのパートナー”として進化を図り、ポジティブに変化していくお客さまの要望に応えていきます。

新たなブランド戦略について

■戦略構築の目的
　株式会社ワコールは、再成長と収益性向上の実現を目指す CX 戦略の一環として、お客さまと“深く、広く、長く”つながる新たなブランド戦略を始動しました。「お客さまと“深く、広く、長く”つながり続け、お客さま一人ひとりの毎日をより健やかに、より豊かにする」というミッションのもと、展開するブランドの存在意義や商品構成も含めてリニューアルすることで、リアル店舗・EC などのチャネルを問わずシームレスに行動する顧客の変化に柔軟に対応できるブランド体制の確立に努めます。

■9 つの基幹ブランド

① 「Wacoal（ワコール）」

1952 年の誕生以来、研究や技術に基づいた高い機能性とデザインの融合により、すべての世代の方々の「美」を創造し続けているブランド。「様々なライフステージにおいて、お客さまが心満たされる瞬間に寄り添い、美しくいられるお手伝いをしていきたい」という創業期からの想いを継承しつつ、時代が要求する新しい価値を持った商品によって、今の美しさへの自信と、これから先の美しさへの希望を提供し、持続的な成長を実現します。

② 「Wing（ウイング）」

1975 年に量販店チャネル向けのブランドとして誕生し、2021 年春には「生活する からだと 会話する Wing」としてブランドリニューアルを行いました。消費者の生活様式の多様化に伴い、インナーウェアやナイトウェアに求める機能性に変化が見られる中、“より健やかで快適”で“気持ちが高まる”、“ここちよくなる”商品を着用したいというお客さまが増加。今後は、価格帯を広げながらアイテムバリエーションを充実させるとともに、幅広い世代をターゲットとしたブランドとして量販店や EC 以外にも販売チャネルを拡大することで、生活者に密着する身近な存在として成長を図ります。

③ 「AMPHI（アンフィ）」

“新しい、かわいい”を提案するインナーウェアブランド。トレンド感のあるデザインとわかりやすい機能を備えた商品を幅広いテイストで展開。“身に着けて気分が上がる下着を楽しんで選びたい”というお客さまの気持ちに応え、顧客接点の拡大、顧客維持を進めることで成長を図ります。

④ 「Yue（ユエ）」

新ブランド「Yue（ユエ）」は、美しさも快適性も、今も未来も、妥協することなく自分の価値観を大切にするお客さまの、新しい時代の日常を“豊かさ”で満たす存在として、誕生します。
「Yue」のブランド名は、すべての素材・技法・サービスにお客さまが納得できる“理由”が存在することから、日本語の「由縁（ゆえん）」を語源としています。 “ここちよさ”と“洗練”を極めたこのブランドのパーパスは、新しい時代に生きるお客さま一人ひとりの価値観に寄り添い、それぞれの日常をより豊かにしていくことです。
選び抜いた上質な素材、シンプルでありながら、ここちよくからだにフィットするよう細部まで徹底的にこだわったデザインとパターン、国内工場で受け継がれた緻密な縫製技術から生まれる下着・ランジェリーの優美さや品格に加え、からだや気持ちをここちよく豊かにしていきます。

⑤ 「Salute（サルート）」

1979 年に誕生した「Salute（サルート）」はボディラインを美しく見せる確かなボディメイク機能と高いデザイン性を兼ね備えた、セクシーであることを自由に愉しめるブランド。唯一無二の “大胆”なカラーと“セクシー”なシルエットで、身に着けることによって高揚感や満足感を提供します。人生というドラマを”劇的”な下着で彩りたいというニーズに応えるブランドとして、顧客接点を拡大し、ファン化を図ります。

⑥ 「WACOAL SIZE ORDER（ワコールサイズオーダー）」

2021 年春にリブランドした『WACOAL SIZE ORDER（ワコールサイズオーダー）』は、約 3,000 通りのサイズから、ジャストサイズのブラジャーをオーダーできるブランド。サイズのお悩みに寄り添うという考えをベースとしながら、多様性を考慮して、一人ひとりのお客さまを尊重するブランドとして進化を図ります。また、今後はデジタル技術の導入による受注作業の簡略化などに取り組むことで、「サイズオーダービジネス」の価値向上に努めます。

⑦ 「WACOAL MEN（ワコールメン）」

女性用インナーウェアの開発で培った縫製技術や体型分析のノウハウを活かし、機能美・素材・快適な着用感にこだわった、メンズアンダーウェアブランド。
自分のライフスタイルと価値観にあったアンダーウェアを求める人に向けた商品を提案するとともに、百貨店・量販店を中心とした展開を、EC やセレクトショップなどへの新規チャネルにも拡大します。

⑧ 「CW-X（シーダブリュー・エックス）」

スポーツを通して、“今よりいい”、“今までより上手”、“今までより強い”といった、さまざまな“よりいい自分”を一緒に実現することを目的に、ワコール人間科学研究所が持つ「圧」、「温」、「触」、「張」技術を応用したコンディショニングウェアブランド。
2021 年には「Be a better you」をブランドスローガンとし、競技志向の方から健康・美容を目的にカラダを動かす方にまでブランド価値を伝え、成長を図ります。

⑨ 「WACOAL Remamma（ワコールリマンマ）」

1974 年に誕生した、乳房を手術された方の専用ブラジャーをはじめとしたインナーウェアと関連商品（専用のパッドや水着など）を提供するブランド。
ワコールが長年積み重ねてきた女性のからだの研究データをもとに、からだへの負担をできるだけ少なくするための設計や素材にこだわった商品を、お一人おひとりのこころとからだに寄り添いながら提案することで、乳房を手術された方の生活（QOL）の維持・向上のお手伝いをします。

■各ブランドの展開アイテム、価格帯、販売チャネル一覧
※インナーウェアはブラジャーの価格帯

ブランド名	展開アイテム	価格帯（税込）	展開チャネル
ワコール	インナーウェア ナイトウェア アウターウェア 水着 靴	3,630 円～13,200 円 4,290 円～41,800 円 5,900 円～128,700 円 13,200 円～21,450 円 14,300 円～30,800 円	直営店 百貨店 チェーンストア 専門店 ワコールウェブストア 他社 EC
ウイング	インナーウェア ナイトウェア	1,980 円～6,710 円 5,500 円～6,930 円	チェーンストア 百貨店 専門店 ワコールウェブストア 他社 EC
アンフィ	インナーウェア ナイトウェア	2,178 円～5,280 円 3,520 円～7,590 円	直営店 ワコールウェブストア 他社 EC
Yue（ユエ）	インナーウェア アウターウェア ナイトウェア	11,000 円～33,000 円 28,600 円～121,000 円 55,000 円～60,500 円	百貨店 専門店 ワコールウェブストア
サルート	インナーウェア ナイトウェア	7,700 円～16,500 円 13,200 円～27,500 円	直営店 専門店 ワコールウェブストア
ワコール サイズオーダー	インナーウェア	8,580 円~ 32,670 円	百貨店 ワコールウェブストア
	インナーウェア	1,100 円～5,500 円	百貨店 チェーンストア

ワコールメン	ナイトウェア	（※メンズパンツの価格） 8,800 円～9,350 円	セレクトショップ ワコールウェブストア 他社 EC
CW-X	コンディショニングウェア インナーウェア	5,500 円～20,900 円 4,730 円～7,590 円	直営店 百貨店 スポーツ量販店 スポーツ専門店 ワコールウェブストア 他社 EC
ワコール リマンマ	インナーウェア パッド 水着	4,180～7,480 円 1,760～35,750 円 14,300～20,900 円	リマンマルーム（直営店） 通信販売 ワコールウェブストア

（ご参考）CX 戦略について

デジタル技術の活用も含め、顧客の購買体験の向上とストレスのない購買環境を実現し、より高い顧客満足につなげる当社独自の戦略。多様化する顧客の購買行動の変化に柔軟かつ迅速に対応するため、デジタルテクノロジーによる店舗サービスの革新や、オンラインとオフラインの連携などを行っています。