

アイデアウイルス

idea virus

No. 63
November 2006

売れるしくみ、繁盛のカギを考えるアイデア情報誌



“ひのでや旨いもん倶楽部”の
大ヒット商品「究極の豆腐」

Contents

- 商売繁盛の秘訣** p.1
ネット受注を3倍に伸ばす文章術(シリーズ全3回)
第1回 書く技術を支える土台の3本柱
- 実力店の突撃取材** p.3
100坪で年商10億円
「いいものを安く」に徹した小型繁盛SM
食鮮館 日之出屋(大阪・堺)
- 当世出版ビジネス事情** p.5
コンシューマ商品と出版物の合体によるシナジー
オンプロダクト・パブリッシングのその後
- 主婦マーケティング** p.7
売場と主婦の恋愛関係《シリーズ第33回》
消費現場の95%に主婦がいる!
保温・防寒下着についての主婦の本音:
欲しいと思って買ったけど、
なかなか思い通りにいかないの!

売場と主婦の恋愛関係

《シリーズ 第33回》

消費現場の95%に主婦がいる！
 保温・防寒下着についての主婦の本音：
 欲しいと思って買うんだけど、なかなか思い通りにいかないの！

主婦マーケティングとは市場(女)と企業(男)のロマンである。このコーナーでは、毎回当社が集めた主婦データをもとに様々な消費者のシーンや生活者のホンネを読み取り、売場と主婦の恋愛関係を探る。

主婦データ 保温・防寒下着について
 サンプル数:252名
 実施日: 2006.10.16 ~ 10.29

パジャマは20代から 女の必需品

全国の主婦に保温・防寒下着についてアンケートを実施した。まず、主婦たちに「保温下着を着るようになったのはいつ頃か」を聞いたところ、「20歳以下/15%」「21歳~25歳/24%」「26歳~30歳/25%」「31歳~35歳/17%」「36歳~40歳/11%」「41歳~45歳/4%」「46歳~50歳/4%」「51歳以上/0%」の結果となった。

保温下着はとかく「おばさんのイメージ」が付きものだが、64%の女性が20代の頃から保温下着を利用していることがわかる。パジャマと言われる保温下着だが現実的にパジャマになってから着るようになる女は、むしろ少数と言うことだ。

また、保温下着を着るようになったきっかけを聞いたところ、妊娠や出産、更年期などによる女性ならではの心境や体質の変化、友人や母親のすすめ、店頭で見かけた、仕事環境が寒い、夫とともに雪国へ転勤、光熱費の節約など、実に多様なきっかけが語られている。

それはどんな商品についても言えることだが、女たちの商品との出会いは男に比べいつも多彩である。

もちろん、こうした主婦の声を読んで、その主婦たちの出会いのシーンが目につくように、その気持ちを心から理解できるように商品開発や販促にビジネスチャンスは生まれてこない。

主婦の自由記入から

Q:保温下着を着るようになった契機は?
 妊娠期間中に冷えないようにパジャマを着たのがきっかけです。

更年期で体温変化が著しくなったのと、肩凝り、腰痛の緩和のため。いわゆるパジャマではなく、色々おしゃれな物が出回るようになったから。雪国に住むようになって、外出する際防寒は必須になったから。夜勤などで寒かったから。狭い団地から一戸建てに引越し、少しでも光熱費を抑えるために。子供を生んでから体質が変わり、冷え性になった。子供を外で遊ばせていて寒いから。周りの友人から勧められ、着てみたら手放す事ができなくなった! スキーに行くようになり、なるべく厚着をしたくなかったのでセーターの下に着用したのが始まりです。妹がプレゼントしてくれたので。高校卒業後は人前で着替える事がなくなったのと、母に勧められたため。

当たるも八卦当たらぬも八卦 買ってみなナリやわからない

主婦たちに、初めて着た保温下着はどんな種類のものだったかを聞いたところ、「長袖シャツタイプ/56%」「半袖シャツタイプ/24%」「ボトム~3分丈(ひざ上のもの)/5%」「タンクトップタイプ/4%」「キャミソールタイプ/4%」「ボトム~長ズボンタイプ(足首までのもの)/3%」「ボトム~7分丈(ひざが隠れるもの)/2%」「ウエストウォーマータイプ(腹巻き)/0%」「その他/2%」の結果となった。

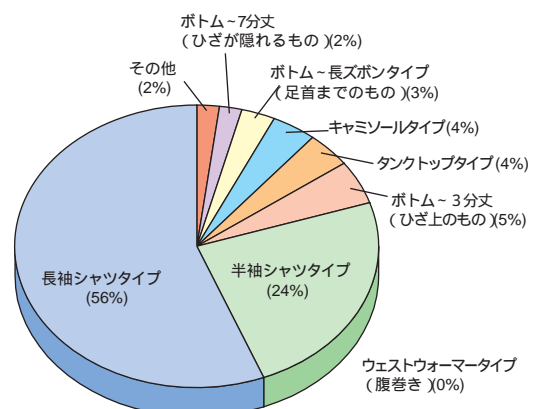
また、保温下着を購入する際に重要視する基準を聞いたところ、「価格/172」「素材/160」「アウターにひびかない、着用が目立たない/103」「着やすさ、フィット感/86」「デザイン/74」「色/62」「メーカー/13」「その他/5」「友人、知人のクチコミ/3」「ブランド/1」「CM・広告/1」の結果となった。

さらに具体的に保温下着の何を重要視するかを聞くと、保温はもちろん通気性、汗の吸収力、襟元から出ないデザインなど、とくに目立つものとして、洗濯をしても毛羽立たない、敏感肌でも痒くならないものという声が多かったが、洗濯後の毛羽立ち痒くならないこと等は着てみないとわからない。こうしたポイントは購入時にはなかなか判断しにくいこととして、多くの女たちの悩みのタネになっている。

主婦の自由記入から

Q:あなたが保温下着を購入する際に重要視する基準は何ですか?
 暖かい、アウターにひびかない(ごろつかない、襟が出ない)、寒い所から温かい室内に移動した後

Q:あなたが初めて着た保温下着はどんな種類のものでしたか?



など、保温下着が一時的にとても暑く感じることもあるので「汗を吸う」「消臭」「通気性が良い」機能は必要。
 汗の吸収力のよさ。最近のスポーツウェアのような保温効果。
 脇の下、背中などの吸汗機能。厚手では着膨れして大変なので、できるだけ薄地で温かく感じられること。
 消臭効果と遠赤外線効果。
 締め付け感がなく適度にフィットする。デザイン!! 袖からはみ出ちゃうと恥ずかしい。
 敏感肌のため、着用していて刺激を感じないもの。また耐久性がほしい。
 人に見られても恥ずかしくないデザイン、色。同じページでもいかにもババシャツというのと、おしゃれなページがある。
 洗濯を繰り返しても、型くずれしにくい。縮まない。毛羽立たない。アウターに響かない。毎日着るものなので高価ではなくて丈夫なもの。

主婦(女)と商品のミスマッチはお互いの不幸

主婦(女)たちにはそれぞれのニーズがある。ある主婦は、相当身体が締め付けられてもガードルのような補正効果のある保温下着が欲しいと思い、ある主婦はフィット感があってそれほど締め付け感がない着ていて楽な保温下着が欲しいと思う。それぞれの主婦が自分の思い通りの商品を購入できるかどうか、がとても重要なのだ。なぜなら、主婦は、自分の思い通り

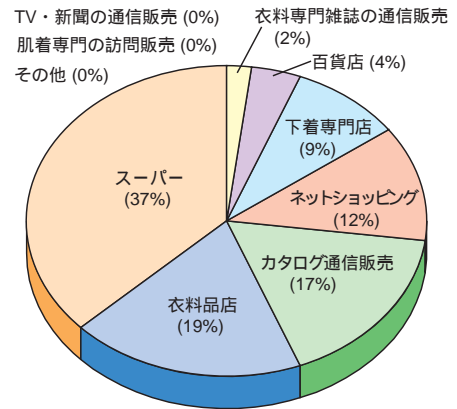
を「良い商品」、思い通りでなかったら「悪い商品」と評価する。自分が選び間違っただけとは思わない。

しかし、相変わらず店頭では各メーカーが自社の思いにのみでそれぞれの商品に「遠赤外線効果や保温力抜群!」「フィット感UP!」「着心地バツグン!」などといった勝手のキャッチフレーズをつけている。今どきワインだってもう少し選びやすくなっており、甘口か辛口、原産国はどこ、どんな味かといった基準を明確にしている時代である。今や保温下着は、衣料品店、スーパー、カタログ通販、インターネット、下着専門店などいろいろな方法で売られているが、そろそろ個々の主婦のニーズに対応した選びやすく、買いやすく販売がなされてほしいはずだ。

主婦の自由記入から

Q:これは良かった、気に入っている保温下着の製品名と理由を教えてください。
 ミズノ・プレスサーモ:少々値段は高いけど暖かさがぜんぜん違う。
 ユニクロ・ボディスリズ:シンプルで着るものに響かないデザインがよい。刺繍やレースが無いものが着やすい。
 グンゼ:サーモキッス8分袖インナー。アクリルが混じっているが肌触りは良く温かさを実感できる。余分な汗はすぐ吸い取ってくれるので快適。
 ミズルデイスストレッチハインネック長袖シ

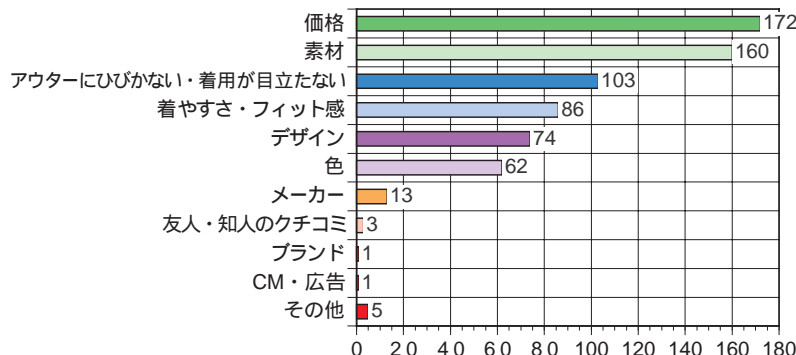
Q:保温下着を購入する際、どこが買いやすいですか?



ヤッツ:ハインネックが気に入った。
 ウオーミー洗濯を繰り返しても風合いが変化しない。
 靴のヒラキの長袖シャツ:安いのに保温性があって長持ちしている。
 マリ・クレールの物:色、デザインが可愛い。薄いの結構暖かい。乾くの早い。
 SamoreE:薄手でも裏起毛で暖かく、静電気を防止する素材なので、パチパチ感がなく、脱いだり着たりが楽。
 ベルーナ:4枚セットをセールで安く買った。襟元にレースが付いていて、あまり売られていないきれいなパステル調がかわいくて、気に入っている。

香川いくみ
 (株式会社CBTカプトプレートラスト 代表取締役社長)

Q:あなたが保温下着を購入する際に重要視する基準は何ですか?



参照サイト

データ引用: 主婦データワークショップ
<http://soho-bank.ne.jp/workshop/>
 (株)CBTカプトプレートラスト
<http://www.caput.co.jp/>

まとめ

保温下着は「おばさんのイメージ」を連想させるが、年齢に関係なく愛用されている。
 メーカーは機能を強調するが、敏感肌の場合の痒み、洗濯後の毛羽立ちなど、使う前に知りたい商品情報が案外提供されていない。