

# 女性用インナーウェアのネット ショッピングにおける課題と展望

福島大学 人文社会学群 経済経営学類 3年  
平井萌子

# 目次

- はじめに
  - 背景と目的
  - 概要
- 現状調査と課題発見
  - 対象商品
  - 主なターゲット層の現状意識
  - TMSによるデータ解析
  - 課題の抽出
- おわりに
  - 今後の展望

# はじめに

## ● 背景と目的

- Amazonや楽天をはじめとしたネットショッピングが日常化している。
- インナーウェアも大手webサービス会社と連携、また、自社通販が盛んに行われるようになる。
- 素肌に身に着けるインナーウェアならではの問題を実際の消費者レビューを基に現状調査と課題の顕在化、今後の展望について研究する。

着け心地が  
良くない！

サイズが合わ  
ない！

下着だから  
返品が難し  
い...

## ● 概要

- 消費者の意識と口コミデータから現状とニーズを明らかにし、ギャップが生じているならばそれを埋めるために今後何が必要かを考察する。

現状調査

課題発見

改善事例

# 現状調査と課題の発見

## ● 対象商品

- 株式会社ワコールホールディングス

URL:<http://www.wacoalholdings.jp/>

- LALANより「リボンブラ」

テーマ:朝の谷間、ながもち、リボンブラ

胸にぴったりフィットし、朝着けてから夜はずすまで谷間を綺麗にキープし続ける「キープリボン構造」が特徴。

CM「うわさのリボンブラ体操」で注目を浴びる。

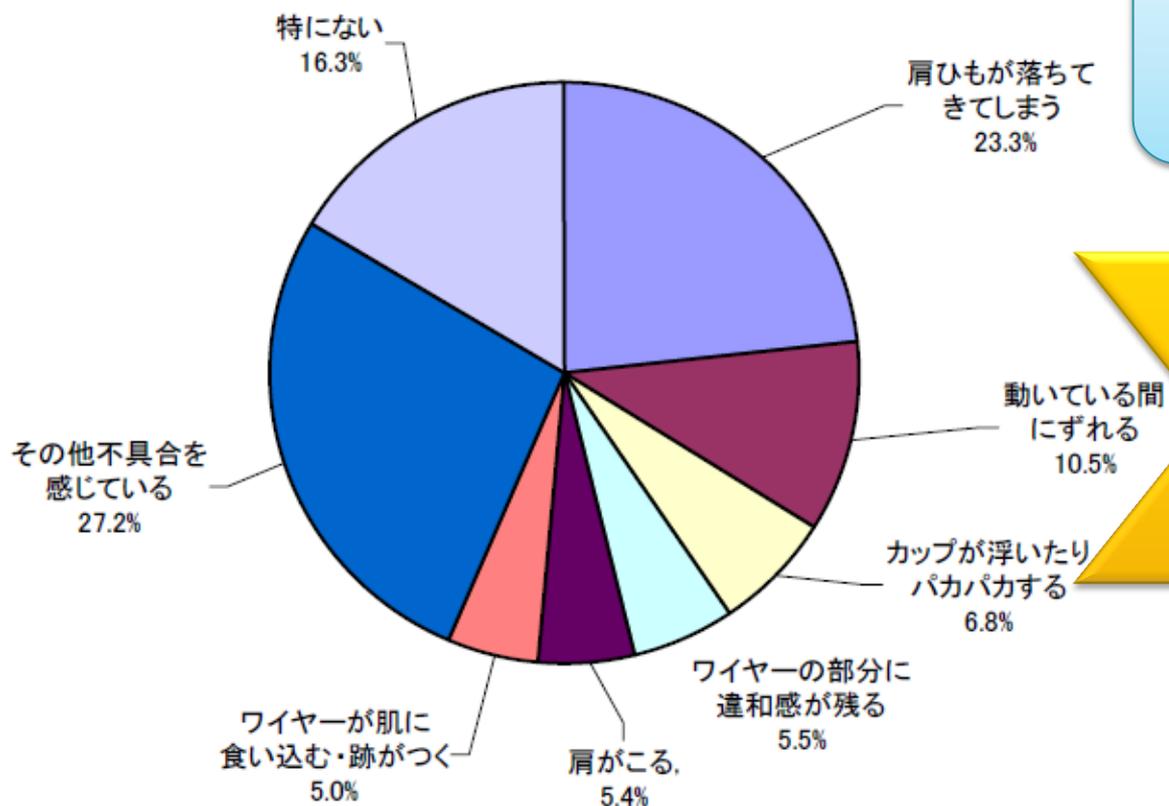
売上累計210万枚を超えるヒット商品。



# ● 主なターゲット層の現状意識

## ● ブラジャー選びの実態・意識調査

図表1 ブラジャーを着ける時、着けている最中に思い当たること (SA、n=10,342)



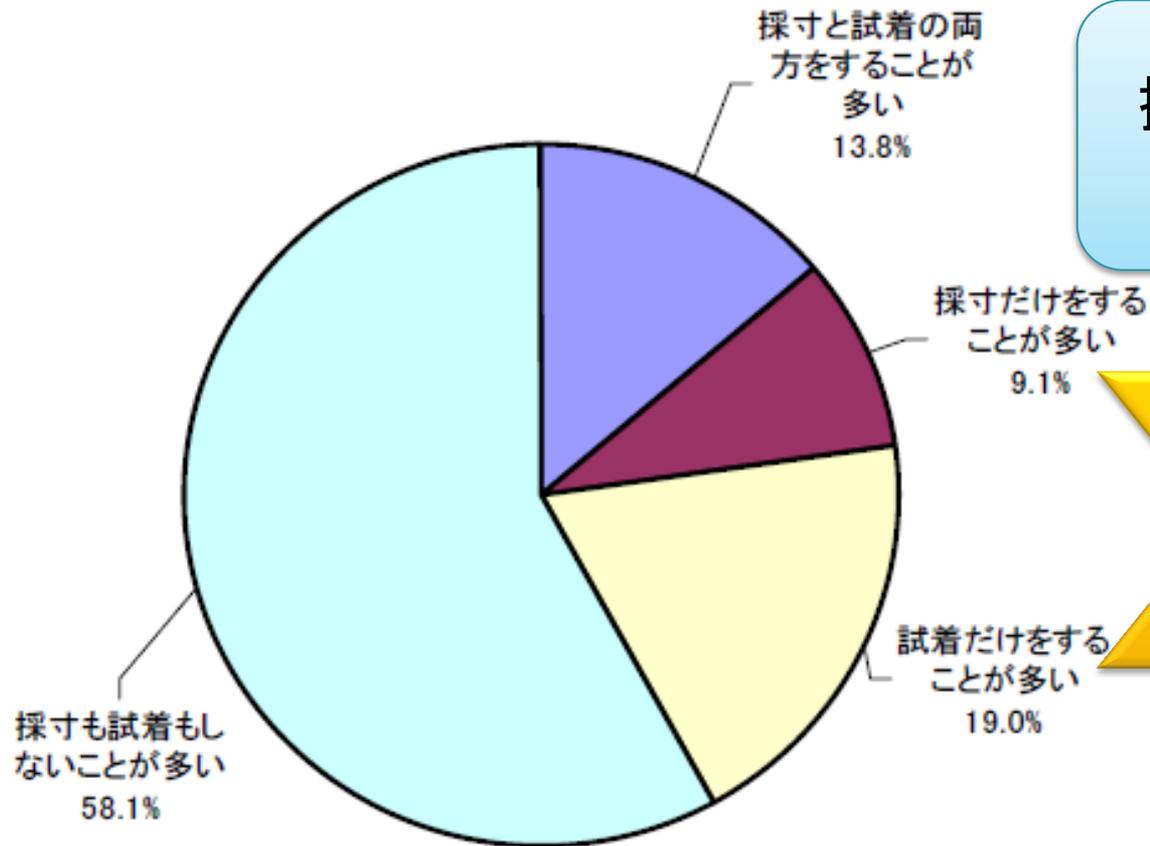
8割以上が何らかの不具合を感じている。

不具合のほとんどはジャストサイズを選べば解決できるもの！

出所:株式会社ワコール  
「からだと下着に関する1万人白書」(2011)

## ● ブラジャー購入時の試着・採寸頻度

図表2 ブラジャー購入時の採寸・試着頻度 (SA、n=10,342)

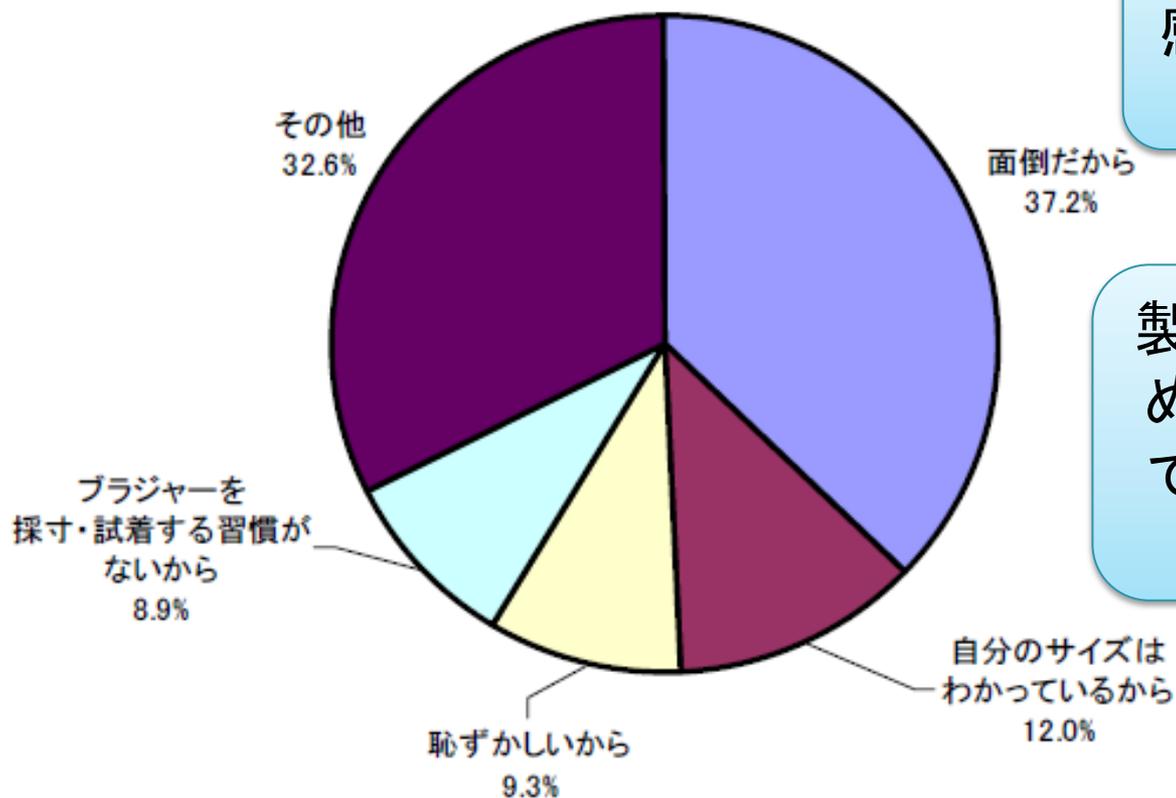


採寸・試着をする割合は半数以下。

不具合をなくすためにはどちらも必須！

## ● 試着・採寸をしない理由は？

図表3 普段ブラジャーを購入する際に採寸・試着をしない理由 (SA、n=6,014)



感情的要因が大きい。

製品ごとの特徴があるため、サイズがわかっているにもかかわらず試着・採寸が勧められている。

- 現状:ブラジャーに対する不満が多い。
- 理想:ぴったりのブラジャーをつけたい。



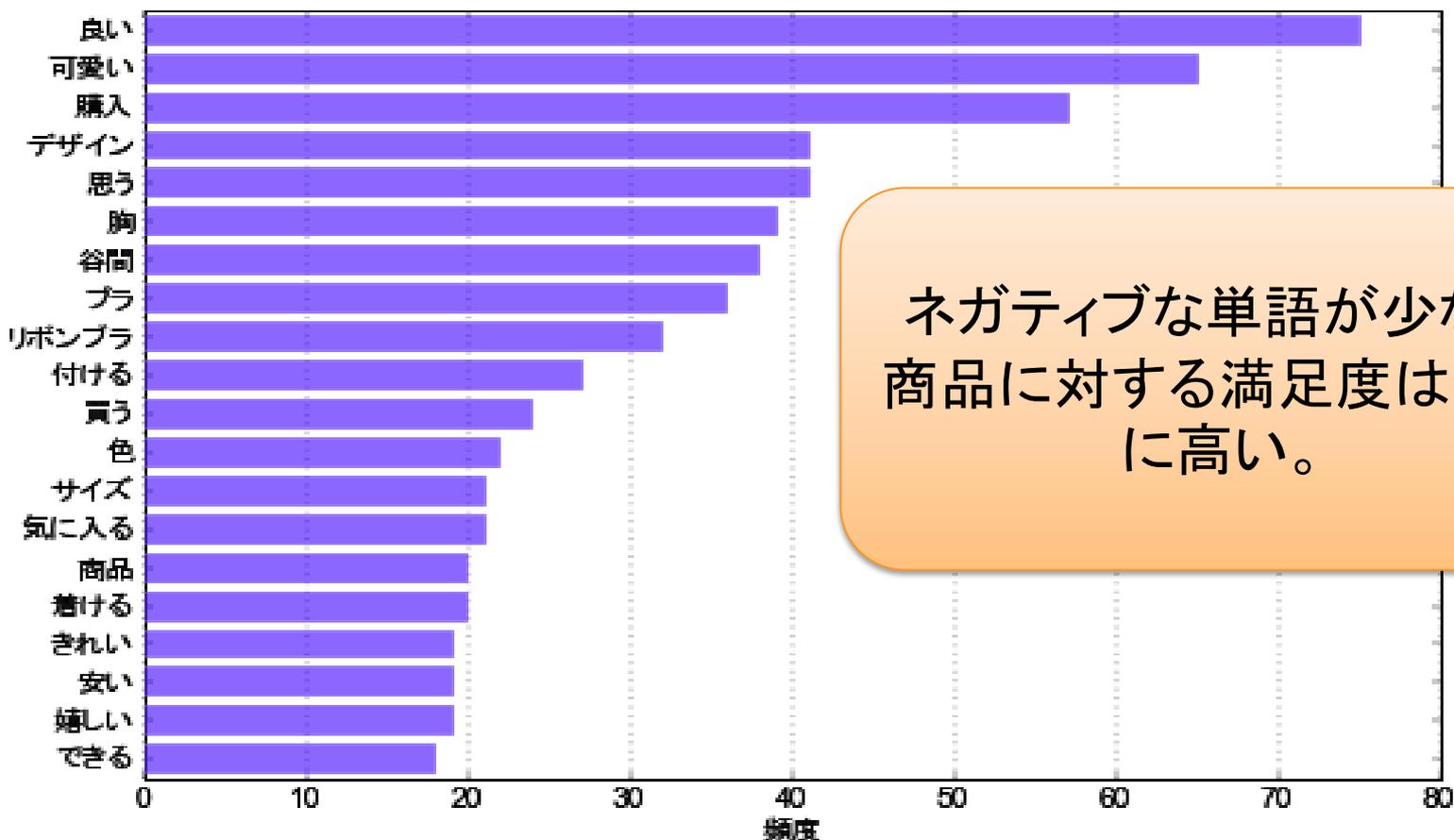
- 「負」のギャップが生じている。
- 解消するためには...  
試着・採寸がベストだが、「面倒くさい」「恥ずかしい」といった感情的な隔たりが大きい

試着・採寸の推奨は  
ギャップ解消の動機づけ  
けとしては不十分！

「正」の状態へ  
報酬型の動機づけが  
必要！

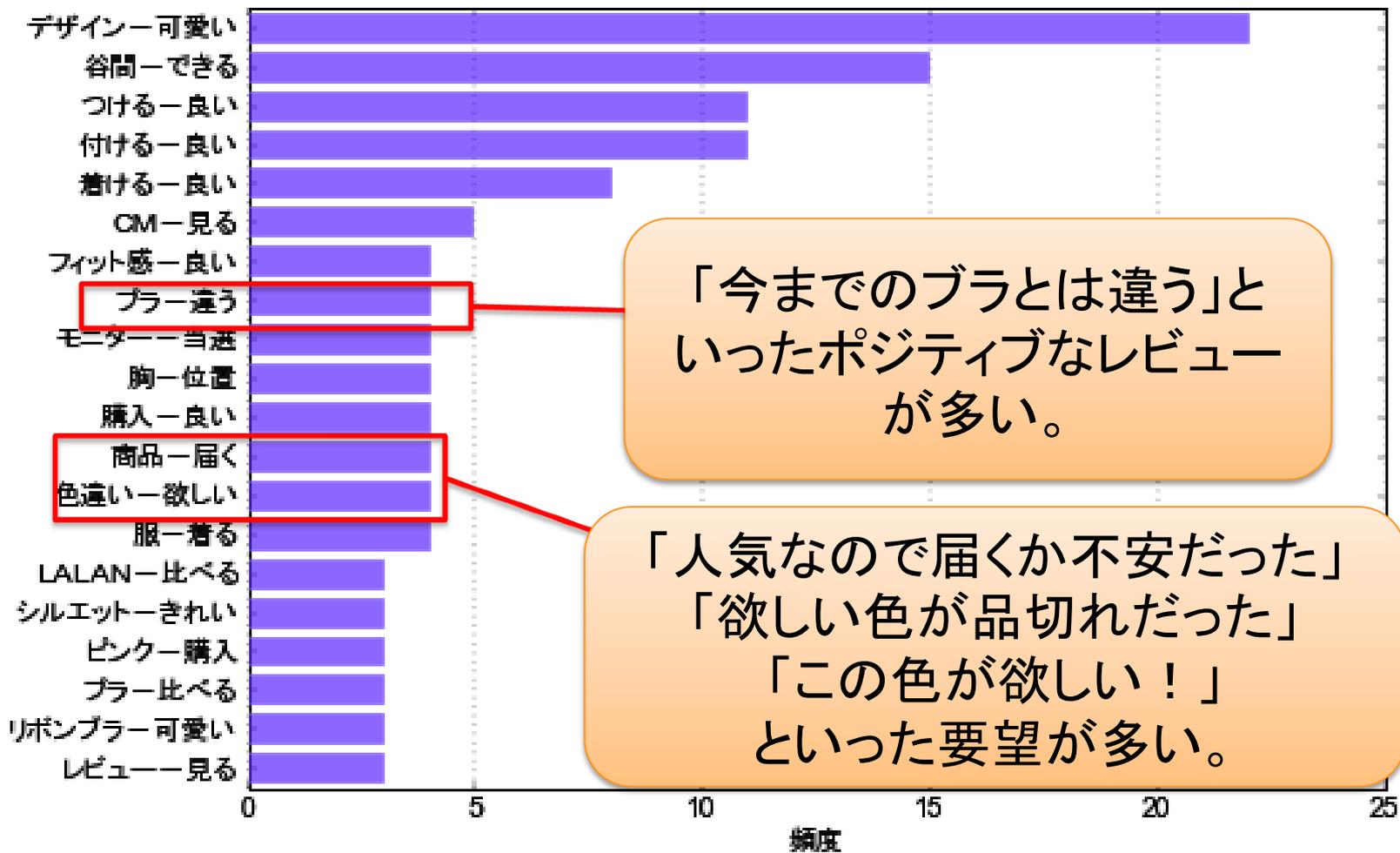
# TMSによるデータ解析

## 単語頻度解析

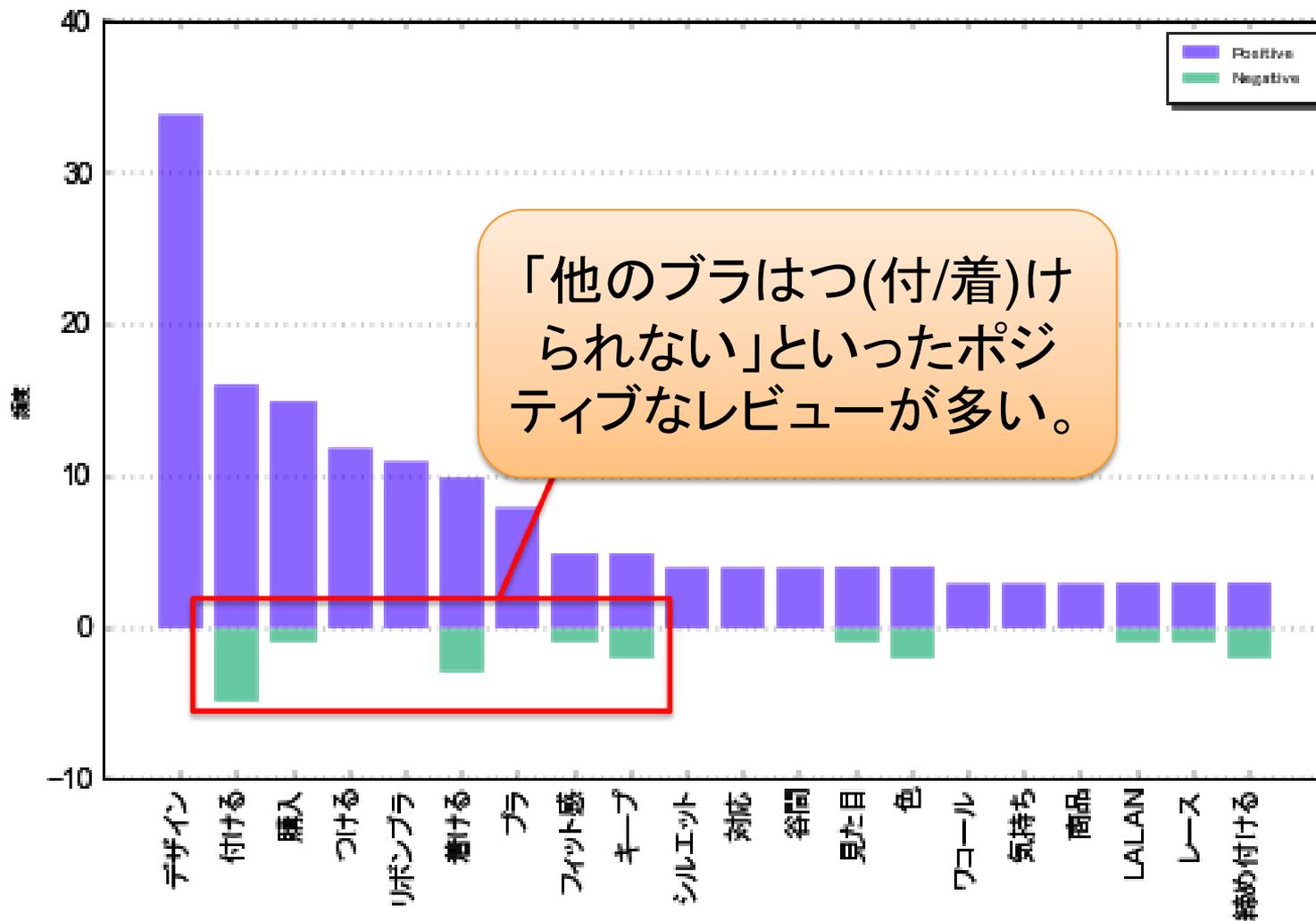


ネガティブな単語が少ない  
商品に対する満足度は非常に高い。

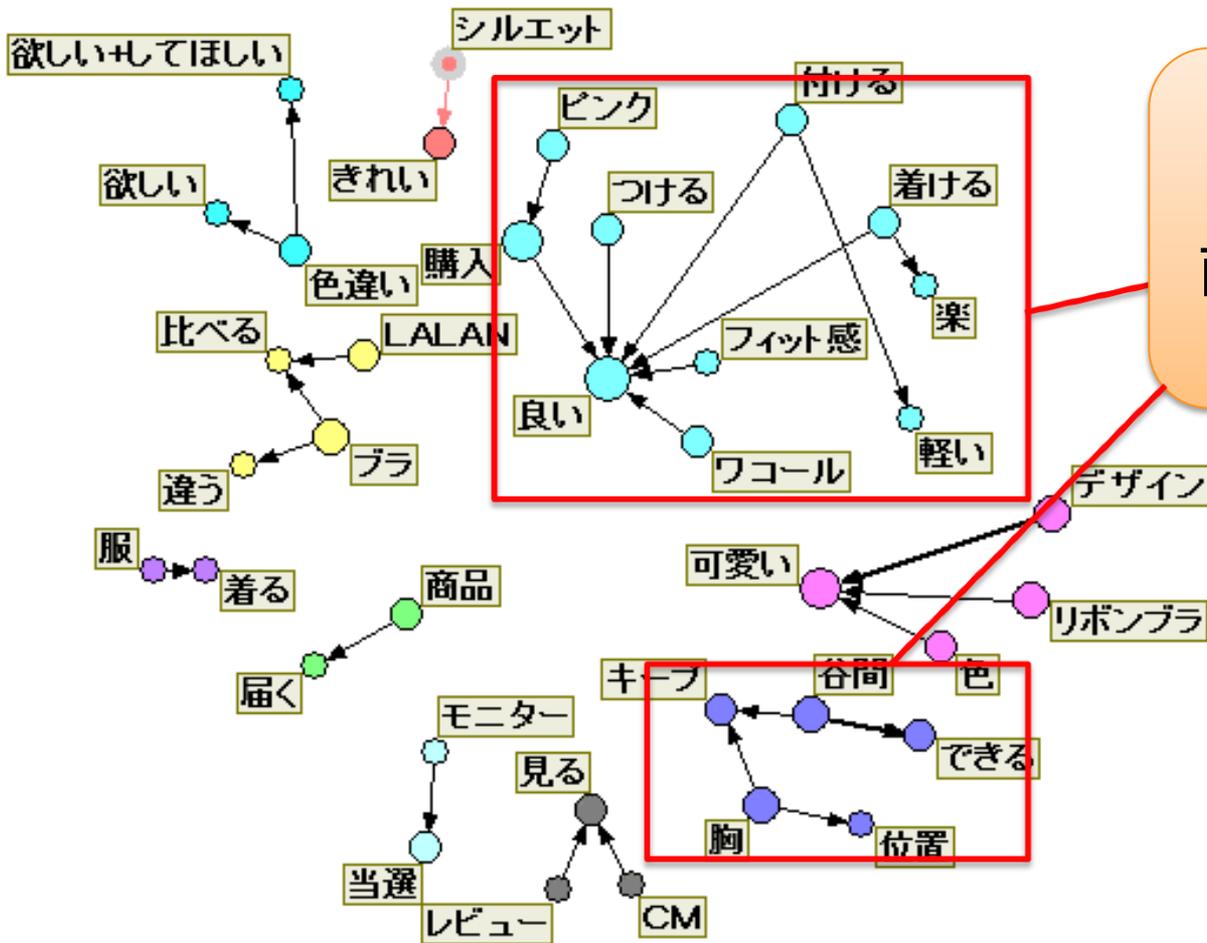
## ● 係り受け頻度解析



## ● 評判抽出



# ことばネットワーク



ポジティブなレビュー  
多数  
商品の売りをきちんと  
果たさせている

## ● 原文参照

5つ過ぎず、|伊勢もさはない。...

すが、|いつもの|サイズだと|ちょっと|小さく|感じました。|なので|谷間は|かなり|ムチっとします。|デザインは|か  
ズ的な|問題かもしれませんが、|もう...

、|やや|浅めなので|1カップ|上げて|購入しました。|綺麗に|おさまり、|肩凝りもなく|楽チン。|2010の|春秋デザイ  
も|店頭試着は|必要ですよ。

ブラジャーだったら|胸の|位置も|あがるし、|谷間も|しっかり|できるので、|もう|ワンサイズ上でも|良かったか

なり、|この|手の|商品は|そういう|ものだとして|諦めていました。|でも、|これは|違う！|サイズ専用の|パッドや|カッ  
くなる|アイテム|♪

ら|春らしい|桜で|可愛い！|ただ|私みたいな||まったり体型の割りに|胸が無い|タイプは|なかなか|サイズが無い  
イズがありました。|...。|他の|シリーズも、|欲しい|色は|サイズが|用意されてなくて|残念です|...

って|めっちゃめちゃ|ビックリしました。|しかも|測ってもらったら|今まで|思っていた|サイズより|ワンサイズUPし  
っごい|幸せでした|☆|まじで|すごい|オススメです！...

谷間形成に重きを置き、  
カップが浅めになっている  
ためワンサイズ上がジャス  
ト、という声が多い。

店頭試着⇒通販で購入  
という場合も多い。



用してリボンブラが**安い**ので購入しました。クロスウォーカーと色を**あわせて**選びました。脇からの**しめつけ**が**しっかり**しているので**服を**着たときに**ほっそり**した様になります。もちろん**服の中**の谷間は**しっかり**ですよ。

Mを見て**気に入**っていました。ちょうど**安くなって**たので購入！いいです！**着けて**て**気持ち**がいい感じですよ

ラウン購入しました。**着け心地**は**さすが**ワコール！**安定した**ホールド力で**谷間も**そこそこ**キープ**できていると思います。**安く**購入できて良かったです。

Mを見て**購入**！(笑)あの**踊り**やってみました**確かに**ずれません(笑)こちらが**一番****安かった**です。

かに**浮き**ません！**バカッ**と**し**ません！**お店の**対応も**早く**、**オススメ**です！

..ワコールの**商品**は**高い**けど、**着け心地**は**間違い**ないです。**毎日**常に**つける**ものなので、**やはり**少々**高く**ても**着け心地**の**いい**ものが**一番**です。**こちら**で**安く**買うに**送料**無料・**ポイント**UP**は**うれしい**限り**です。

然**に**谷間が**できる**ほどの**胸**ではないですが、**やっぱり**谷間は**作りたい**。今まで、**安い**の**から**高いの**まで**、**理想**の**ブラ**を**探し**求めている**ら**んな**ブラ**を**試**してきましたが、**ンブラ**に**出会**ってから、**私の**探し求める**旅**も**終**わりました。**こんなに**満足した...

ボンブラが**大好き**で、**三着**目を**初めて**ネットで購入しました。**サイズ**は**わか**っているし、**お店**で**買**うより**安い**し、**いい**買**い**物が**でき**ました。**地味**かな、**と思**いつつ**スキ**ュを**購**入しましたが、**花柄**の**刺繍**は**モス**グリー**ン**で**意表**を**つか**れ、**気**に入りました。**作り**が...

作LALANが**安**く**購**入出来て**お**得**で**した。**付**け**心**地も**良**く**満**足**で**す。

頭で**見**て**か**わ**い**い**な**ーと**思**っていて、**安**く**購**入**で**きて**う**れ**い**い**で**す。**楽**し**み**に**こ**し**て**ま**す**

ランのリボンブラ、**胸**の**形**が**崩**れに**く**いし、**ワイ**ヤー**痛**く**な**くて**お**気**に**入**り**で**す**。**安**く**買**えて**嬉**しい！**あ**り**が**と**う**ご**ざ**い**ま**し**た**。

文翌日**発**送で**届**くの**早**か**っ**た**で**す。**近**くの**お**店**よ**り**安**く**買**え**ま**し**た**。

くの**お**店**で**購**入**して**よ**か**っ**た**の**で、**色**違**い**を**買**い**に**行**っ**たら**売**り**切**れ**だ**っ**た**の**で**こ**ち**ら**で**購**入**し**ま**し**た**。**黒**を**購**入。**と**っ**て**も**か**わ**い**い**で**す。**着**け**心**地も**よ**く、**お**肉**が****外**に**い**き**に**く**い**の**で****オ**ス**メ**で**す**。

「お店より安い」  
「店頭は売り切れだった」  
「色違いが欲しい」  
といった理由でネットが選ばれている。

「サイズぴったり」「調節すれば問題なし」といった声が多い  
不具合報告はなし

## ● 課題の抽出

- 負の状態からの解消ではなく、正の状態への報酬として消費者に動機づけする。
- オンラインストアの顧客便益の分析

店頭よりも安価

色違いを手軽に購入可能

しかし...

「サイズがぴったり合っている」  
というブラジャーとして最低限の満足を満た  
していなければ意味をなさない+αの便益

## ● 正の状態への、報酬的動機づけとは？

- 感覚的満足、知的刺激、社会的承認のために自分自身に報酬を与えて正の方向へ転換する動機のこと。
- 動機の基盤が感情にある。

美しくなりたい！  
人からきれいだと思われたい！

そのためには...？



こうしたプロセス自体が楽しみとなり、快感を得るものになる場合がある。

- 「きれいになる」ためのプロセスの一つである「ブラジャー選び」を楽しみとさせる。
- 楽しみ、となるために必要な要素とは...？

下着ではなく、洋服を選ぶような感覚

理屈では説明できない下着が及ぼす  
ポジティブな精神的影響

# おわりに

- 今後の展望

- 現状

非常に便利で手軽だが、女性用インナーウェアにおいてオンラインストアは満足度の $+\alpha$

ブラジャーとして最低限の満足「サイズがぴったり」「着用時に違和感や不快感がない」が満たされてなければならない。

「ブラジャーに満足していない」「最低限の満足ができていない」と感じている消費者は8割以上存在する。

## ● 課題

最低限の満足を満たすためには「自分のバストサイズを把握すること」が不可欠。

しかし、試着・採寸は嫌だという意見多数。

- 提案

ぴったりのブラを見つけるための試着・採寸



より美しい女性になるための必要段階

そのために今後  
必要なものは...

洋服選びの感覚で購入できる販売  
員対応(接客+営業)  
ポジティブな精神的影響の消費者  
認知

# 参考文献

- 青木幸弘,新倉貴士,佐々木壮太郎,松下光司 (著)『消費者行動論—マーケティングとブランド構築への応用』(2012),有斐閣アルマ.
- 株式会社ワコール広報・宣伝部『からだと下着に関する1万人白書 日本女性の“見過ごせない下着選び”と“バストケア”—日本人女性1万人を対象とした大規模調査から見えてきた実態』(2011).