

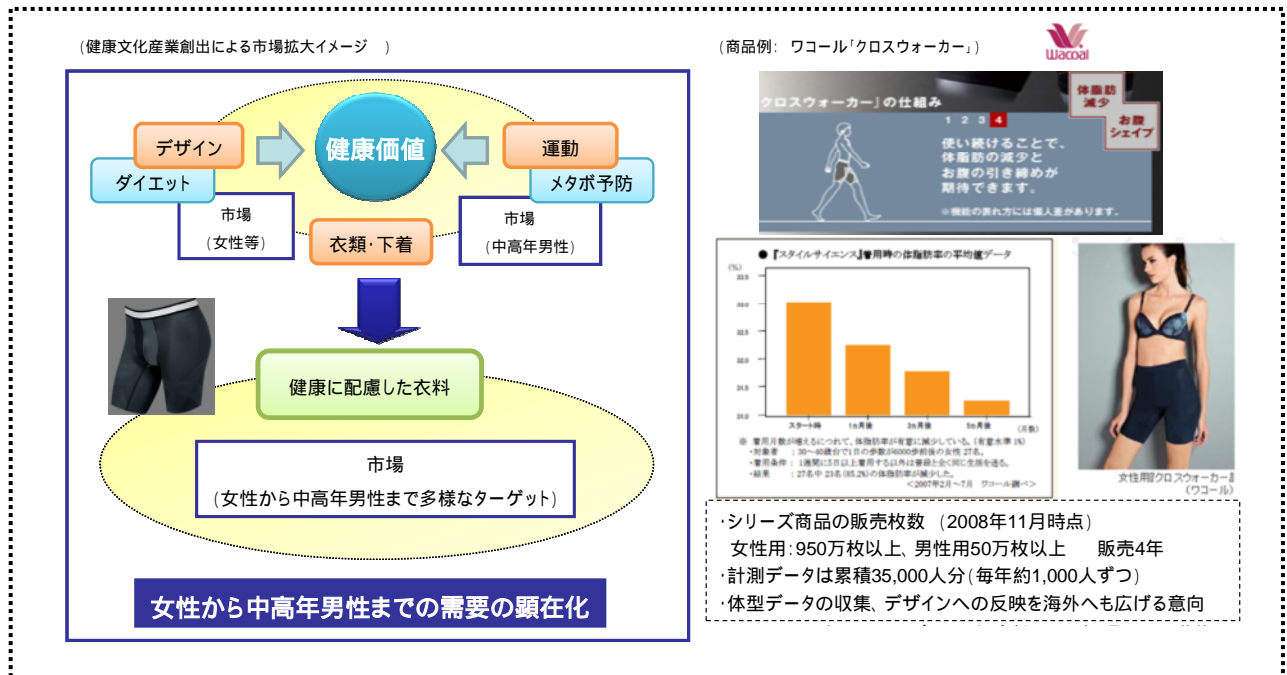
3) 「歩く」を科学した機能性下着「クロスウォーカー」(ワコール)
 ~ デザイン性・運動性を兼ね備えた「スタイルサイエンスシリーズ」 ~

ワコールが開発した「クロスウォーカー」は、着用して歩くことでエクササイズ効果を引き出し、習慣的な着用(1日6,000歩、週5日以上)によってヒップ・おなかの引き締め効果が期待できる下着である。「スタイルサイエンスシリーズ」である女性用下着「ヒップウォーカー」「おなかウォーカー」のヒットを受け、また顧客からの男性用販売のリクエストに対応し、男性用が開発された。連続着用の重要性や、男性ターゲットとすることから「特定健診・保健指導」を狙い発売に至った。

デザイン性と運動性を兼ね備えることによって、従来の中心的ターゲットである女性だけでなく、メタボ予防に関心を持つ中高年男性の潜在的需要を顕在化した商品として、市場拡大に成功している。

「継続着用の促進」をWEB上で支援するシステムも用意した。保健指導ツールとしての活用を狙い、各企業の健康保険組合を中心とした新しい販売チャネルへのアプローチを展開している。

図表2-21 健康文化産業参入事例(ワコール「クロスウォーカー」)



出典) 写真等はワコール HP

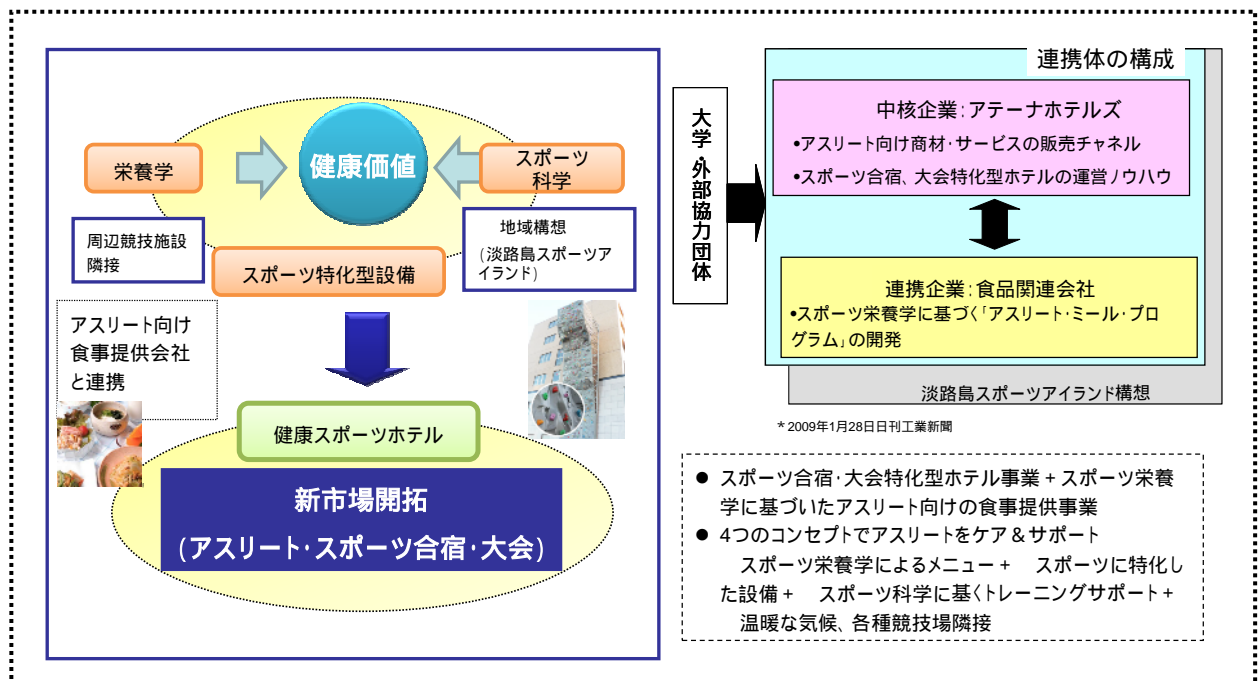
4) 「スポーツホテル アテナ淡路」(アテナホテルズ)
 ~ アスリートのための、日本初スポーツ大会・合宿特化型ホテル ~

アテナホテルズが中核企業となりサービスを行う「スポーツホテル アテナ淡路」では、スポーツ合宿・大会特化型ホテル事業とスポーツ栄養学に基づいたアスリート向けの食事提供を実施している。

アスリート向け商材やサービスの販売チャネルを持ち、スポーツ合宿や大会特化型ホテルの運営ノウハウを持つアテナホテルズがアスリート向けの食事提携会社と連携することで、健康という付加価値を高めたサービスの提供が実現し、新市場の開拓が促進されている。

最近では、プロアスリートチームと連携した広告戦略や、勉強しない受験合宿、企業研修などの新企画など、より幅広い取組を進めている。

図表2-22 健康文化産業参入事例(アテナホテルズ「スポーツホテル アテナ淡路」)



出典) 写真等はアテナホテルズ HP

5) デリキュア等 高付加価値繊維製品後加工(フクセン)
 ~ 健康・美容志向繊維の開発 ~

フクセンが中核となり、民間企業、和歌山県立医科大学、和歌山山県工業技術センターが、それぞれの得意分野における技術を集結させて、皮膚アレルギー抑制肌着「アトピュア」を開発した。デザイン性のほか、アトピー皮膚炎の患者に対応した健康価値の高い商品を開発することによって、従来の衣類・下着市場における中心的ターゲットからアレルギー患者までターゲットの拡大を実現させた。

他にも、新連携等の支援策を活用し、健康・美容繊維の開発に注力し、肌に優しい天然の保湿成分・COQ10などを吸着した下着「デリキュア」を開発し、事業の拡大を図っている。

図表2-23 健康文化産業参入事例(フクセン「デリキュア等 高付加価値繊維製品後加工」)

