AQUARING

2015 年 6 月 9 日
株式会社アクアリング

若者の百貨店離れに危機感、包み紙の伝統に挑む。

百貨店業界初のパーソナル包み紙イベント開催！

6月21日(日)は父の日。
I Love PaPa

大丸・松坂屋 父の日特別 初 企画

オクリモヨウ

お気に入りの写真で、包み紙をつくろう。

左が松坂屋の従来の包み紙。右が「オクリモヨウ」で制作した包み紙。

ステータスから自分らしさへ。松坂屋伝統の包み紙が一新。

かつて百貨店の包装紙は、ステータスの象徴といわれていました。しかし近年、百貨店のブランドにとらわれず、自分なりのセンスや価値観を大切にするお客さまが増えてきています。

「オクリモヨウ」はお手持ちの写真をつかって、オリジナルの包み紙をデザインできるサービスです。

特設サイト上に写真をアップロードし、色や柄を選んで包み紙を生成できるシステムで、

自分なりのこだわりをもつお客さまのニーズに答えます。松坂屋上野店限定の特別企画です。

柄、色は３種類から選択可。

使い終わった包み紙の活用例。

特設サイト

ギフトの定番は、“名入り”から“写真入り”に？

これまでギフトといえば名入りグッズが定番でしたが、写真を入れられるオリジナルギフトが増加しています。
背景にはデジカメ 75.2%、スマホ 62.6%と写真機器の高い普及率があります。（※内閣府『消費動向調査』2015 年 3 月末）
代表的なのは、お菓子のパッケージに自分の写真をプリントできるサービス。さらにお酒のラベルから T シャツ、
文房具などバラエティ豊かです。写真を撮っても現像しない人が増えているなか、写真を形に残すことに特別感が
生まれているようです。ただ、写真入りのギフトは注文から商品到着までにやや時間がかかる特徴も。
「オクリモヨウ」は、デザインから受け取りまでを 1 日で可能にし、写真入りギフトの敷居の高さを解消しました。

父親へのさりげない近況報告に。

ここ 1 年で父の日に贈り物をした人は 23.1%。母の日の 33.7% とくらべると
10% も少なくなっています。（日経産業地域研究所 2015 年 3 月調べ）
この背景には、父親との会話が母親にくらべて少ないことや、直球で感謝を伝える恥ずかしさも一因にあるようです。
「オクリモヨウ」は、お父さんに日々のようすを写真で共有する、贈り物をつかった近況報告。
自分らしい包み紙で、センスよく親孝行できちゃいます。

販促会議賞とのコラボレーション。

販促会議 企画コンペティションとは、協賛企業が商品・サービスの
プロモーションに関する課題を出題し、その課題を解決するアイデアを
企画書形式で募集するコンテスト（主催：株式会社宣伝会議）。
昨年、大丸松坂屋は百貨店に若者を呼び込むための施策を募集し、
ブロンズを受賞した同企画を父の日限定で実現するにいたりました。

※出展　販促会議企画コンペティション HP

イベント概要

【イベント期間】６月１７日（水）～２１日（日）【受付時間】10 時～19 時
【場所】松坂屋上野店本館１階　北口アーケード　特設カウンター
【参加条件】１包装　税込５００円　※ただし、当日対象売場でのお買いあげの方が対象です。
期間中、対象売場で父の日ギフトを税込５，４００円以上お買いあげの方は無料で参加いただけます。
【イベント詳細】http://dmdepart.jp/okurimoyou/【特設サイト】https://okurimoyou.jp/

取材に関するお問い合わせ先
株式会社アクアリング　コミュニケーションデザイングループ　佐藤
naoki@aquaring.co.jp

AQUARING