

[NEWS RELEASE]



株式会社インテグレート
東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1
2010 年 12 月 15 日

2010 年度日本PR大賞にて
「ワコール エイジングケア啓発プロジェクト」が
マーケティング・コミュニケーション部門で最優秀賞 受賞

株式会社インテグレート(本社:東京都渋谷区、代表取締役 CEO:藤田康人)は、社団法人 日本パブリックリレーションズ協会(本部:東京都中央区)が 優れたPR業務を表彰する、2010 年度日本PR大賞「PRアワードグランプリ」のマーケティング・コミュニケーション部門で最優秀賞を受賞しました。

市場調査を丁寧に実施、データを蓄積し、科学的知見とエビデンスをベースとして行われた正統派の PR キャンペーンである点を高く評価されました。
また、これまでの下着選びと異なる選択基準を消費者に提供し、多くのメディア露出を獲得し、当該商品前年比 207%達成という成果をもたらした点でも高評価をいただきました。
なお、受賞対象会社は共同でエントリーした株式会社ワコールと株式会社インテグレートとなっております。

受賞概要

マーケティング・コミュニケーション部門 最優秀賞

「ワコール エイジングケア啓発プロジェクト

～日本人女性の下着選びの意識を変えた IMC 戦略～」

事業主体 : 株式会社ワコール

エントリー会社 : 株式会社ワコール、株式会社インテグレート

<内容>

通販やファストファッション隆盛という時代の変化により、コモディティ化が進んでいる下着業界は、機能的重視の商品づくりと、百貨店中心に対面販売というスタイルでトップシェアを担ってきたワコールにとって厳しい環境といえます。「ブラジャーでバストのエイジングケアが出来る」というワコール 45 年に渡る研究結果を用い、「下着選び」そのものを変える戦略のもと、調査・情

報クリエイティブ・PR・流通対策を担当致しました。検証の結果、40代女性に対して、カラダのエイジングケアのパーセプションを形成させることが、年々縮小傾向にあるレディースインナー市場の再活性化を促し、ワコールのブラジャー事業の業績回復につながると考えました。その結果、150名を超えるメディアを招聘した研究発表会を皮切りに、基点となるNHKでの「胸」露出を獲得。NHKが「胸」を取り上げたことでメディア連鎖を生み、各局の全国ネットの情報番組・報道番組を制覇。また、全国紙全てでの特集を獲得し、web・ブログ等でのバズ効果を生みました。また、光文社「美STORY」とのコラボレーション企画も実施。「美魔女」をフックとした訴求もした結果、ワコールのエイジングケアブラジャーの販売実績は前年対比207%アップに更新したほか、ブラジャー全体の活性化に結びつき、ビューティアドバイザーコンサルティングという百貨店のスタイルを活かした店頭集客がなされ、店頭施策での協力体制が強化でき、下着売り場の活性化にも成功しました。その統合型マーケティング成果が認められ、最優秀賞を受賞致しました。

[ワコールラブエイジング公式サイト] <http://www.loveageing.jp/>

「日本PR大賞 PRアワード グランプリ」について

(社)日本パブリックリレーションズ協会の会員社が実施あるいは参加したPR活動のうち優秀な事例を表彰・公開し、わが国におけるPR技術の質的向上およびPR業務に対する社会各方面の理解向上と関心の拡大を図る。

(社)日本パブリックリレーションズ協会 <http://www.prsj.or.jp/>

<本件に関する報道関係者様からのお問合せ先>

株式会社インテグレート 担当: 吉澤・萩原

TEL:03-5770-5514 FAX:03-5771-5524