



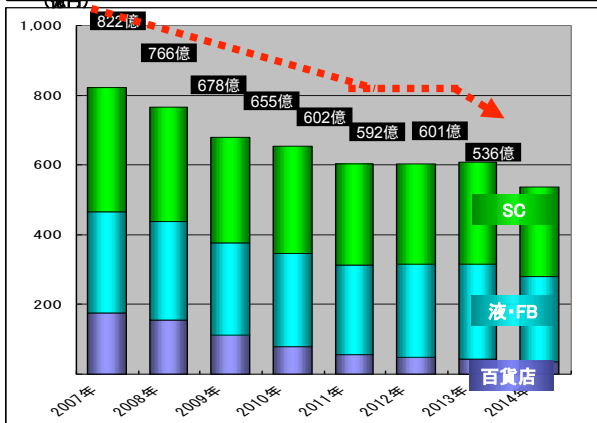
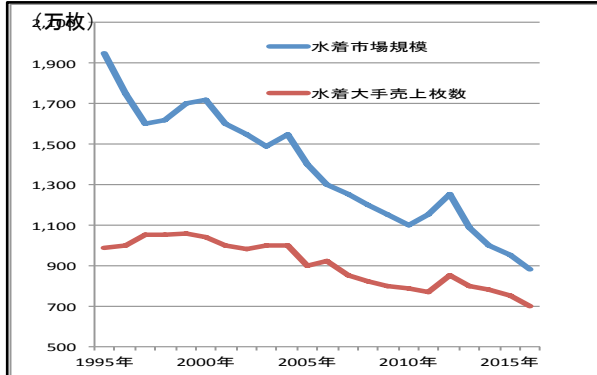
# *Beach coorde*

リゾート ライフスタイルショップのご提案

vita style lab

# ▶ 水着市場の推移と変化

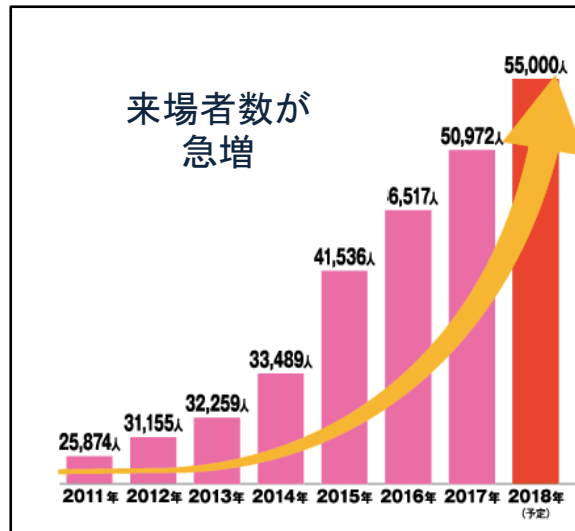
## ① 水着市場の推移



◆水着市場  
1995年をピークに縮小傾向継続  
2017年は天候要因もあり苦戦

◆チャネル別  
・百貨店:縮小激化  
・ファッションビル・専門店:減少  
・SC:2013年まで横ばいも以降減少  
・ECは拡大

## ② スポーツ関連イベント

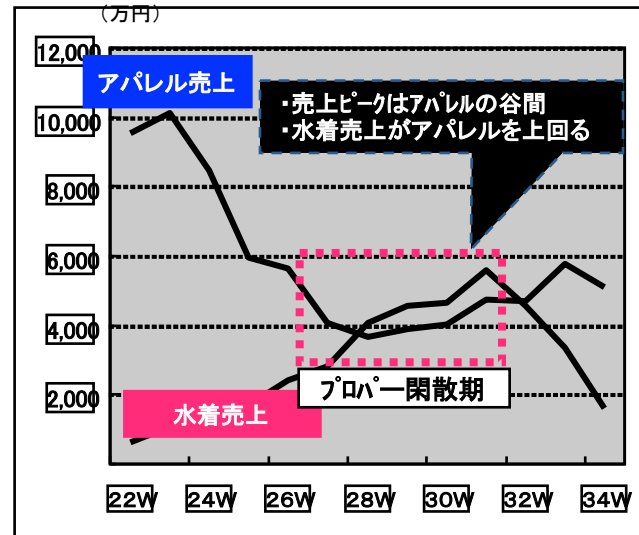


◆スポーツ関連イベント  
入場者数が増加傾向  
スポーツ大手ブランドショップの台頭  
水着大手展示会は縮小傾向  
→ ライフスタイルの変化

◆ライフスタイルとしての  
スポーツと水着の融合に注目

日本にも余暇、リゾートとしての  
ライフスタイルの浸透が進んでいる  
ヨガサップなどスポーツ関連と  
水着の垣根が下がっている  
水着は若者だけのものではない

## ③ 週別プロパー売上推移 (水着とアパレル店舗比較)



◆水着売上  
・ピークはプロパー閑散期(28~32w)  
・アパレルのP売上を上回る

◆客単価  
水着 8,011円(2014年実績)  
大型店舗 3,315円(22~34w)

水着は  
①アパレル閑散期を埋めるプロパー商材  
②客単価が高い  
③期間月坪売上が高い

## ▶ ビーチコーデのMDイメージ

従来型ファッション水着売り場から

衣・食・住・美全てを  
ファッションとして  
リゾートライフスタイルを提案

ファッションとはアパレルだけではない

**雑貨**をブリッジとして

インスタ映えする  
リゾートライフスタイルを提案  
(ビーチコーディネート)

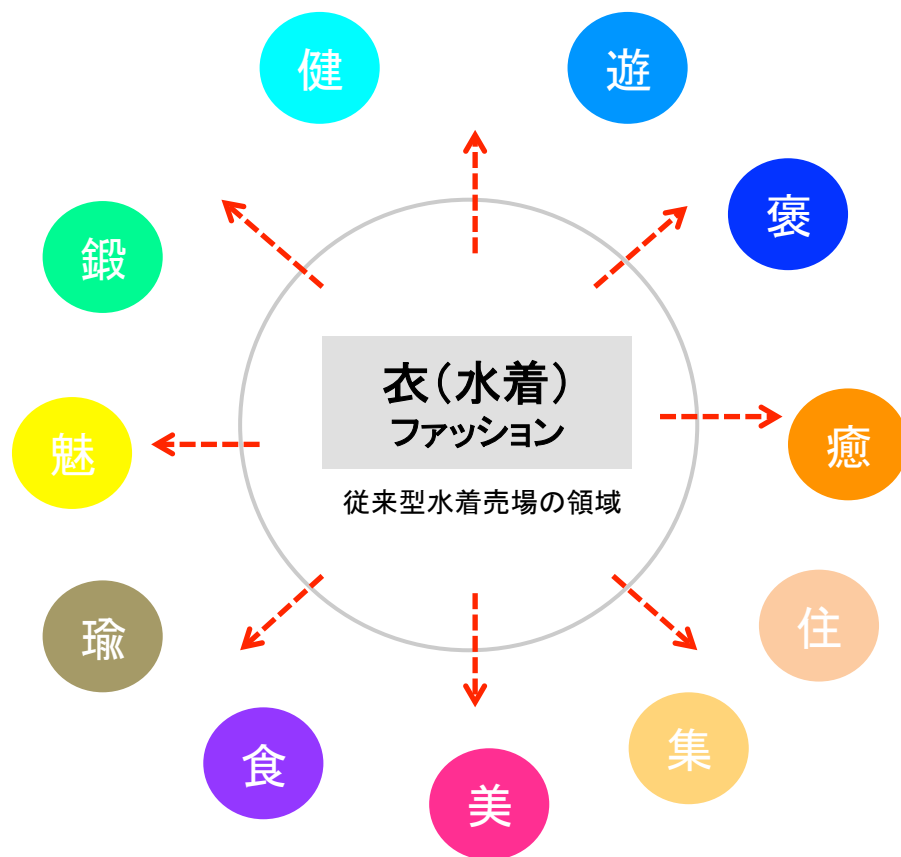
に重きを置いた  
水着売り場の創出

ヨガ、ヨガサップ、ビーチまでの道中など

**resort life style**を提案

## resort life style

拡大領域(ビーチコーデの領域)



ビーチでもライフスタイルこだわりたい

水着は若者だけのものではない

単なる“水着”ではなく、“ビーチウェア”として

デイリーファッションと同じように水着もスタイリングで個性を演出したい

*Beach Coorde* は

ライフスタイルを大切にするおしゃれファミリーに向けて

水着と周辺雑貨、周辺アパレルのセットスタイリングを強化して

お値打ち価格でインスタ映えするリゾートライフスタイルを提供します

# ▶ ジャンル

## 【アイテム別】

- ・レディース  
(ビキニ、セット物、OP)
- ・ティーン(レディース)
- ・メンズ
- ・キッズ
- ・UVパーカー、  
ラッシュガード、Tシャツ
- ・レギンス、トレンカ
- ・水着周辺雑貨  
(帽子、サンダル他)
- ・水着周辺アパレル
- ・リゾートウェア
- ・浴衣、浴衣雑貨

## 【年代別】

- ・キッズ(男女)
- ・10代(男女)
- ・20代(男女)
- ・30代(男女)
- ・40代(男女)

## 【シーン別】

- ・海、プール
- ・夏フェス
- ・学校行事
- ・キャンプ
- ・ヨガ、ヨガサップ

## 【価格帯】

- ・レディースビキニ  
5000～16000円
- ・レディースセット  
6000～17000円
- ・ティーン  
7000～9800円
- ・メンズ  
3900～8900円
- ・キッズ  
2900～4900円
- ・UVパーカー  
2900円～
- ・リゾートウェア  
4900円～
- ・浴衣セット  
7800円～

## 【タイプ別】

- ・リゾート感を意識したい方
- ・スタイルで差をつけたい方
- ・ライフスタイルを楽しむ方
- ・日焼けしたくない方
- ・ウエストをカバーしたい方
- ・脇ハミ肉をカバーしたい方
- ・露出を抑えたい方
- ・盛りりたい方
- ・水着で勝負したい方

# ▶ 展開イメージ

～15坪～35坪程度

FR

レディース セット

レディース ビキニ ティーン

前半はキッズ、  
雑貨、UVの  
露出を上げる

雑貨  
キッズ  
MEN'S  
浴衣  
FR

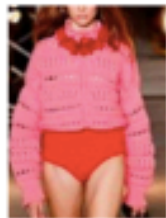


# ビーチコーデのキーワード

～トレンドはしっかり抑える

## ライフスタイル、ナチュラル、レトロ、お悩みカバー

Ladies Design keyword

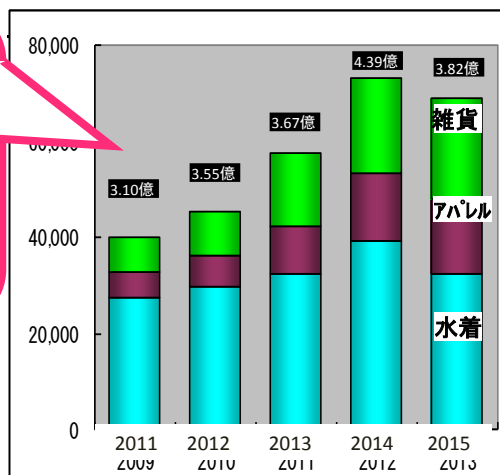


- ・ワンピース
- ・オフショル(スクエアネックライン)
- ・バックデザイン
- ・かぎ針(クロシェ)
- ・ギャザー
- ・フリンジ
- ・クロスビキニ
- ・ビスチェ、台つきトップス
- ・秋色秋モチーフ(テラコッタ、オリーブ、リーフ)
- ・レッド&ピンク
- ・ビーチヨガ、ヨガサップ(おしゃれアスレチック)
- ・露出を抑えた体型カバー系
- ・ストローハット
- ・90年代小物(サングラス他)

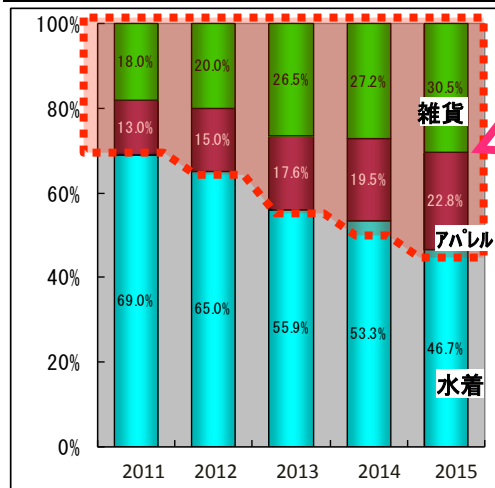


# ▶ 雑貨需要の浸透 ~雑貨がポイント

① カテゴリー別構成額



② カテゴリー別構成比



売上規模  
年々拡大傾向  
2011年 310百万  
↓  
2015年 382百万

◆水着回り  
(雑貨+アパレル)  
構成比が更に伸張  
2011年 31.0%  
↓  
2015年 46.7%

## 水着の商品動向の変化

① 雑貨の拡大

▶ 雑貨から売れてゆく(籠バッグ、サンダル、サングラス)

② 周辺アパレル充実

▶ 水着周辺アパレルが充実⇒セット販売が加速

③ アパレルのトレンド

▶ 水着のキーワードはアパレルと同じ

④ 機能性との融合

▶ UVパーカー、レギンスなどUV機能性は必須

## ◆水着回り(雑貨・アパレル)

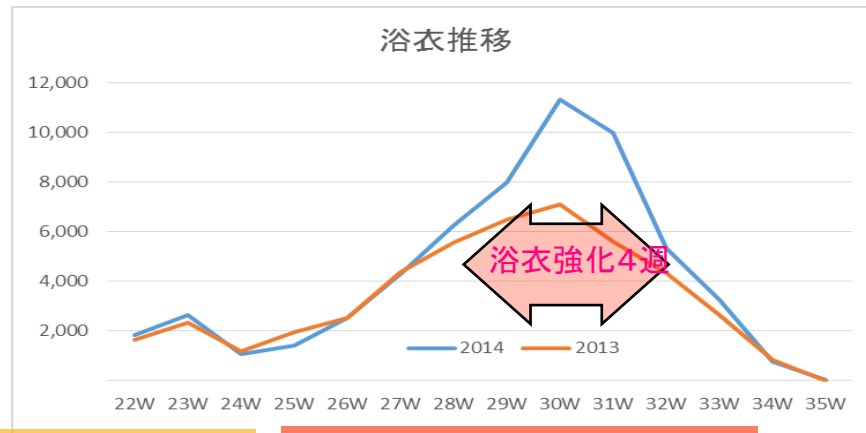
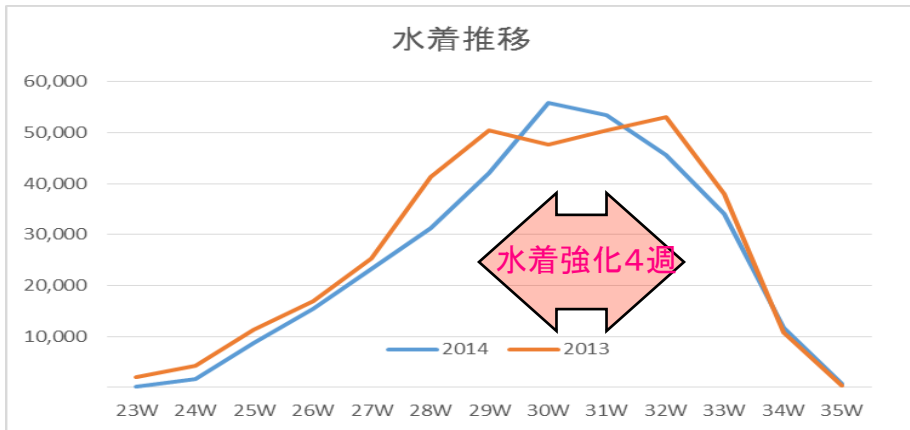


	1	2	3	4	5
メーカー名	株式会社シーズン	株式会社エイプリル	株式会社シーズン	株式会社シーズン	株式会社丸井
品番	13425	83215	13407	139111	MM32UU017
画像					
週TOTAL 販売数	385	246	222	221	197
上代	13200	18000	13200	8500	15000
商品名	LB ブラッシュワイヤードキニ	LBS グラデーションニットパルセット	LBビーコンワイヤードキニ	LSエスニックワイヤードキニワンピースS	LS水着フワワイヤードキニスカート付3点

水着 = アパレル = ライフスタイル  
水着+周辺アパレル+雑貨のスタイリング提案を強化

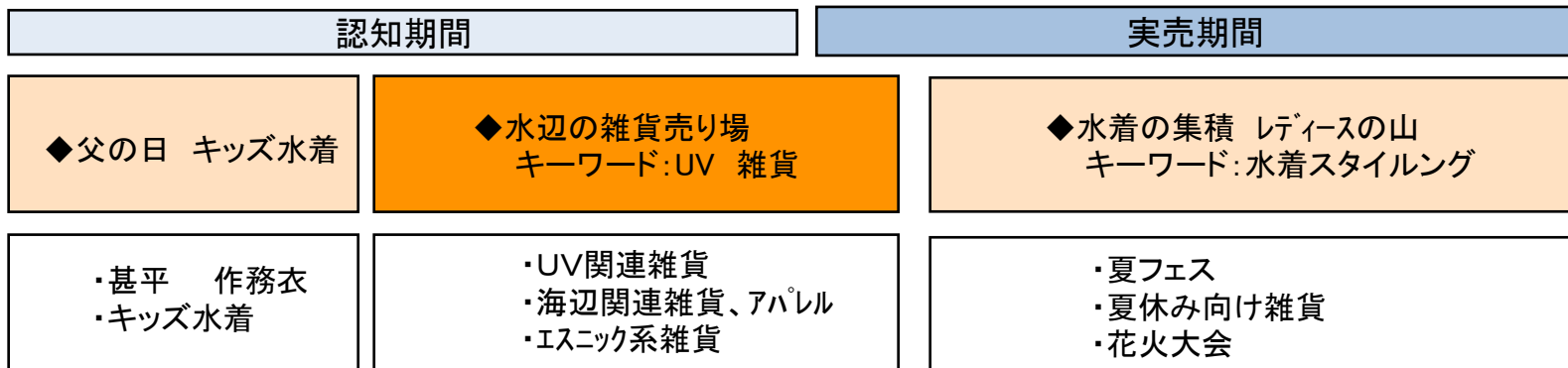
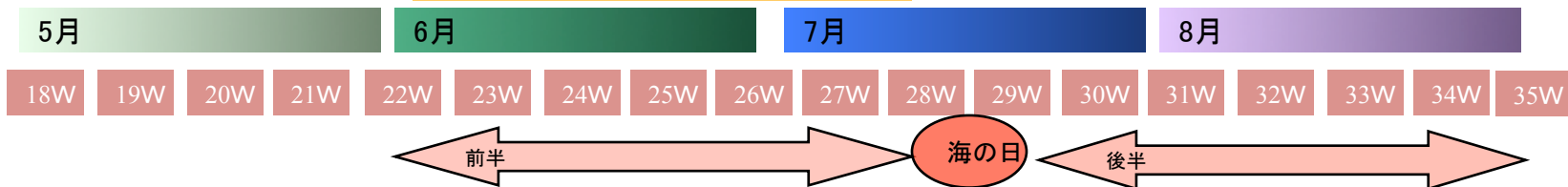


# ▶ スケジュール(イメージ)

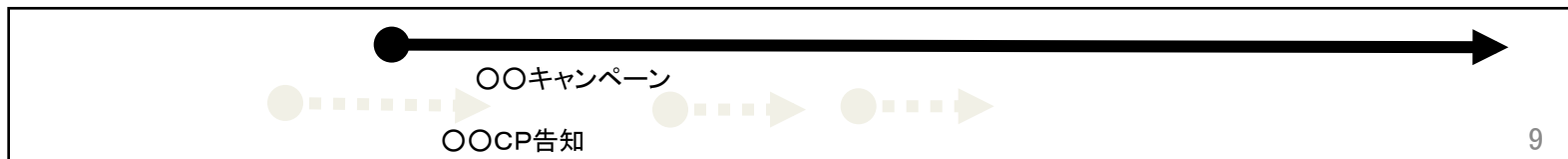


雑貨期間(認知期間)

水着販売強化期間



販売戦略



# ▶ オリジナル商品の開発

～完全オリジナルキッズ(2017)、レディース(2018～)

仮 No.1701 フリルワンピース プリント × 無地 // × ドット サイズ 100cm ~ 130cm 2017 GIRL'S SWIM WEAR

## Style



## Material

A: フラワープリント



(16-1-88)

B: ドット



(16-2-39)  
(16-2-40)

A: ミニスイカプリント



(16-1-71)

B: ドット



(16-2-39)  
(16-2-40)

A: フラワープリント



(16-5-38)

B: リボン



(16-5-47)

飾りs・t  
カラー  
ピンク

A: ドット



(16-2-39)

B: リボン



(16-5-58)

飾りs・t  
カラー  
レッド

2017 GIRL'S SWIM WEAR



#9171711



#9171713



#9171710



#02



#9171708



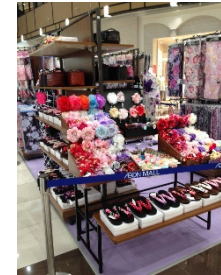
#9171701



# ▶ 浴衣の好調 ~和すぎない雑貨が主役

① 充実した周辺雑貨との組み合わせの**浴衣スタイル**を提案

雑貨から売れる 呉服屋様の浴衣との差別化  
和すぎない雑貨



② 花火大会、お祭りで浴衣を着る事が浸透 特にメンズ特に関西地区でも定着



③ 和柄、レトロ柄、古典柄、金魚、うさぎ、朝顔などが人気 柄の鮮度(レベル)があがった



④ 接客対応の効果あり お客様は対応を求めている！

- ・着付けできるメンバーの存在
- ・着付けロープレ大会の推進など  
毎年の販売ノウハウの蓄積



# ▶ まとめ

## 商品軸

- ①水着・浴衣 =夏のリゾートライフスタイルの象徴と位置づけ  
“ + 雑貨と周辺アパレル”とのスタイリング提案で**インスタ映え**するセットを提案
- ②若者だけをターゲットにしていない  
リゾートライフスタイルを楽しむ**おしゃれファミリー**がターゲット
- ③高すぎない、安すぎない価格帯 **1万円**をミッドプライスに設定  
館様の客層との相性が非常に良い
- ④オリジナル商品の開発 ~キッズ(2017)、レディース(2018)

## 運営軸

- ①コンパクトなスペース(mini15坪程度)での展開可能(店前通行量の多い場所)
- ②商品構成の修正力  
アパレルの経験を活かし、期中でのトレンドの変化に素早く対応

## 販促軸

- ①館様の夏催事の象徴として、近隣店舗との協業を図り、相互送客の施策を実施
- ②7月にセーラー辺倒にならない貴重なプロパー商材としての打ち出し