



## 接客AIで、インナーウェアビジネスをデジタル変革

女性向けインナーウェアの国内トップ企業である株式会社ワコール(以下、ワコール)は、2019年5月、東京・表参道にAIを活用した新たな接客サービス「3D smart & try(スマート アンド トライ)」が体験できる次世代型店舗をオープンしました。お客様の多様なニーズに対応すべくテクノロジーを活用することで、ストレスなく、より自由で楽しいインナーウェア選びを実現。「販売員にインナーウェアの相談をしたり、サイズを測ってもらったりするのは恥ずかしい」といったお客様の声にもお応えしたこのサービス。同社は今後、蓄積されたデータを活用し、より美しく健康でいられるための新たなビジネス展開を構想しています。

**【導入製品】** AIコンサルティング・サービス  
アプリケーション構築サービス  
IBM Watson Assistant (以下、Watson Assistant)



### 課題

- ・ インナーウェア選びや購入に関し、お客様から「販売スタッフとのコミュニケーションが恥ずかしい」という声も寄せられていた。
- ・ 販売員一人ひとりの接客スキル向上やお客様ニーズへの的確な対応が課題だった。
- ・ リアル店舗でも、ウェブサイト上と同じように、お客様が自分のペースで自由に商品を選び、購入できる新たな体験の提供が必要だった。

### ソリューション

- ・ 構想策定におけるコンサルティングを実施し、Watson Assistant を用いた「接客AI」を構築。

### 効果

- ・ 「ストレスなく、自分に合った商品を自分のペースで自由に選ぶ体験」に多くのお客様が共感し、「3D smart & try」体験者の約25%が商品を購入。

## 【お客様課題】

お客様の望むスタイルとペースで、  
気軽にインナーウェア選びを楽しみ、  
自分に合った商品を見つけていただく

1946年創業のワコールは、ブラジャーやショーツなど女性向けインナーウェア市場の国内トップ企業です。2019年現在、国内では約2500におよぶ実店舗の接点を持ち、世界では50以上の国と地域でビジネスを展開しています。

そんな歴史を持つワコールが、デジタル変革に着手した理由について、ワコール 執行役員 総合企画室 イノベーション事業推進部長 下山廣氏は次のように語ります。

「そもそもの企画意図は、お客様にインナーウェア選びを自由に楽しんでもらい、自分に最適なインナーウェアに出会っていただきたいということでした。というのも、従来の店舗では必ずしもそれを実現できていなかったからです。また、リアル店舗でもスマートフォンと同じように、自由に気軽にお買い物いただきたいという想いもありました。

ECにはないリアル店舗の利点は、商品に直接ふれて試着できることです。一方で、『女性同士であっても、販売員からインナーウェアを購入することに抵抗がある』という意見や、『自分のサイズに合った最適な商品を選びたいけれど、計測してもらうのは恥ずかしい』という声が寄せられていました。これは若い女性だけに限った意見ではなく、50代、60代以降の女性も同じです。また、『自分に合う商品を知りたいのに、新商品ばかり勧められる』といったように、お勧めする側とお客様の要望におけるミスマッチも課題でした」(下山氏)

## 【ソリューション】

IBMをパートナーにAIを活用して、  
店舗でのインナーウェア選びを変革

以上のことから、リアル店舗において、お客様の望むスタイルとペースで、ストレスなく気軽にインナーウェア選びを楽しんでいただきたいと考え、「接客AI」と「3Dボディスキャナー」という2つのテクノロジーを活用した、従来とは全く違った新しい接客サービスと店舗を構想することになりました。

一般的にオムニチャネルと言えば、ECの売上を伸ばすという戦略に思われがちですが、ワコールでは「リアル店舗をデジタル化」という発想で、テクノロジーを吟味していったそうです。そのパートナーとして選んだのがIBMでした。その理由について、下山氏は次のように説明します。

「IBMを選んだ理由は3つあります。まず1つ目に女性が活躍している会社であり、女性の視点がしっかりあること。数あるグローバル企業の中でも、特にIBMは優秀な女性社員が多く、みなさんが活躍している点に惹かれました。今回は店舗における女性インナーウェアの販売がテーマなので、女性の視点でサポートしていただけますし、いざとなったら、店舗で実際に試していただくこともできます。2つ目に将来的に次世代店舗はグローバル展開したいと考えていますので、今後の拡張を踏まえて、グローバルでパートナー体制を築けるテクノロジー企業であること。そして最後にデジタル化、DXは、突き詰めれば“人”を活かすことであり、結局は人を理解していなければいけないと考えており、IBMが企業として“人間理解”があること、つまりは誠実であるということの評価し、パートナーとしてIBMを選びました」(下山氏)

こうして2017年、本格的に新しい接客サービスと次世代型店舗の企画・開発プロジェクトがスタート。このプロジェクトの推進には、研究開発を担当する「ワコール人間科学研究所」のメンバーや、店舗で接客に当たるビューティーアドバイザー、商品開発部門のメンバーなど、部門を超えてさまざまな人材を集め、議論を重ねていきました。

議論を進める際に留意したことは、「机上の仮説だけで判断しない」ということです。下山氏は「こういう企画を考える際、ペルソナを設定し、さまざまなケースを想定することももちろん行いますが、当社は『ゴールであるお客様にどれだけ近づいて、物事を判断できるかが重要』と考えています。ペルソナは思考を転換させるには有効ですが、それだけではなく、実際のお客様を見ることが最も重要です」と説明します。

こうして検証した結果、リアル店舗の課題を解決し、新たな体験を実現するテクノロジーとして接客AIと3Dボディスキャナーを活用することになりました。

短期間で成果を出す  
デジタル変革を実現で  
きたのは、情熱を持っ  
てサポートしてくれた  
IBMのおかげ。



株式会社ワコール  
執行役員 総合企画室  
イノベーション事業推進部長  
下山 廣氏

3Dボディスキャナーを使えば、これまで販売員が行っていたサイズ計測もお客様一人ででき、カメラの撮影データを解析して3D化することで、さまざまな部位のサイズを正確に測定できるうえ、時間もかかりません。他人にサイズ計測を依頼するわずらわしさや恥ずかしさも感じずに済みます。

接客AIは、販売員とおお客様の円滑なコミュニケーションを支援し、お客様に合った商品をレコメンドするのに有効なテクノロジーです。お客様がインナーウェア選びで重視するポイントやデザインの好みなどをAIに入力すれば、AIが膨大な商品群の中から最適な商品を抽出し、提示します。リアル店舗なので、提示されたなかから気になる商品があれば、手に取って自由に試着することもできます。基本的な接客はAIが行うので、販売員が必要以上にお客様に話しかけることもありません。これによって、お客様もより自由にインナーウェア選びや買い物を楽しめるのです。

この新店舗の実現に向け、IBMを含む新たなパートナー4社と共に開発プロジェクトがスタート。AIにはIBM Cloud上のIBM Watsonの照会応答サービス(Watson Assistant)を利用し、インナーウェアの商品情報や、ベテラン販売員の接客スキルを体系化した上で学習させ、お客様の曖昧な表現にも自然な対話を通じて対応できるようにブラッシュアップしていきました。

来店したお客様は、タブレットを通じてAIと会話をします。ワコールでは、デザイン性と操作性を評価してiPadを導入し、接客AIのユーザーインターフェースや機能の開発を始めました。タブレットは、店舗に来店する不特定多数のお客様が使われるものです。下山氏は「専門家からアドバイスを受け、結局、一番大事なのは、ITにおいても“基本”であると学び、迷ったら最初のページにすぐ戻れるように、『始めに戻る』ボタンをわかりやすい位置に配置するなど、UIデザインや使い勝手にこだわりました」と振り返ります。

こうして改革の歩みが一步一步進むたび、下山氏は社内内外の関係部門に向向いて、幾度も改革の目指す方向性の説明を行いました。それは、最終的には、デジタル・トランスフォーメーションは関係者の深い理解がなければ成されないと考えたからです。「プロジェクトの企画会議から、幾度の現場ヒアリングや説明までも、IBMは私たちと同じ情熱で取り組んでくれました。短期間で大きな改革をやり遂げ、成果が得られたのは、間違いなくIBMのサポートがあったからだと思います」と、下山氏は語ります。

## 自分に合った商品を自分のペースで自由に選ぶ



## 【効果/将来の展望】

新しい接客サービス「3D smart & try」体験者の4人に1人が商品を購入、データを活かした新ビジネスも構想

こうして2019年4月19日、新しい接客サービス「3D smart & try」が体験できるポップアップショップを期間限定で表参道ヒルズにオープン。24日間で来場者数は2500名を超え、「3D smart & try」を体験した人は1000人近くに達したそうです。

下山氏は、「セールや限定品はおろか、商品すら置いていないポップアップショップなのに、これだけ反響があったということは、『自分に合ったインナーウェアを自分のペースで自由に買いたい』というニーズがあることだと考えられます」と分析します。

同年5月30日には、東急プラザ表参道原宿に次世代型店舗として「ワコール 3D smart & try」をオープンしました。予約をすれば確かな知識を持つビューティーアドバイザーによる個別の提案やインナーウェア選びのアドバイスも受けられます。現在、平日は平均80名、週末は平均150名が来店し、自由にサイズを計測したり、接客AIを操作したりして、インナーウェアを試着・購入しています。販売員はお客様から声がかかれれば接客するというスタイルですが、「3D smart & try」のサービスを体験した4人に1人が実際に商品を購入されたとのこと。「セールストークがない状態で、この購買率は非常に高いと考えています」と下山氏は言います。カウンセリングの予約も1カ月半待ちの状態、女性の多くが関心を持っていることは間違いありません。

こうして女性の測定データが蓄積されれば、そのデータを活用することで、新たな商品やサービス開発に活かすこともできます。実際、当社にはすでに他社アパレルや医療機関からの問い合わせがきており、「新たなパートナーと組むことで、より美しく健康になるための新たなビジネスの創出につながると期待しています」と下山氏は説明します。

「デジタル化が進むと人間らしさがなくなると言われますが、お客様にとって、『より自分のためになっていく』ものだと思います。テクノロジーによって、私たちは、1人のお客様とより深く、広く、長く、寄り添うことができる。そのデータを活用し、さらに新しい商品を開発して、販売員の手からお客様の手へ渡していくわけです。そのサイクルを加速し、より価値の高い商品をリアルな手で届けることで、世の中がさらに良い方向に変わっていくことを期待しています」（下山氏）

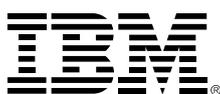


### 株式会社ワコール

〒601-8530 京都府京都市南区吉祥院中島町29

<https://www.wacoal.jp/>

「女性に美しくなって貰う」こと、「女性が美しくなることをお手伝いする」こと、「女性の"美しくありたい"という願いの実現に役立つ」ことをミッションに、女性向けインナーウェアやルームウェア、スポーツウェアを提供しているアパレルメーカー。従業員や管理職における女性比率も高いほか、本社にある「ワコール人間科学研究所」は、より美しくなるための研究開発を行うなど、女性に優しい企業として定評がある。



©Copyright IBM Japan, Ltd. 2019

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19-21

このカタログの情報は2020年11月現在のものです。仕様は予告なく変更される場合があります。記載の事例は特定のお客様に関するものであり、全ての場合において同等の効果が得られることを意味するものではありません。効果はお客様の環境その他の要因によって異なります。製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはビジネス・パートナーの営業担当員にご相談ください。IBM、IBMロゴ、ibm.com、IBM Cloud、IBM WatsonおよびWatsonは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corp.の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBMまたは各社の商標である場合があります。現時点でのIBM商標リストについては[www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)をご覧ください。iPadは、米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。