

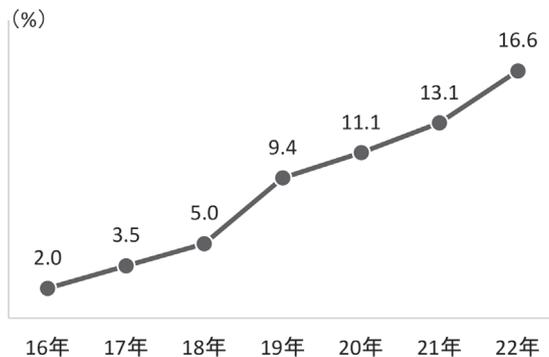
自己投資消費

ソロキャンプ専門ブランド「AND MYSELF」

2023年は新型コロナの感染症法上の位置付けが5類に移行したことで、人々の間にスキルアップや旅行、新しいことにチャレンジするなど、「自己投資に前向き」な気運が戻ってきた。

コロナ下において密な環境になりにくく、非日常的な空間で仕事や人間関係のストレスを解消できるレジャーとして注目を集めたのがキャンプである。客層は依然として子供連れのファミリー層が中心だが、その中において一人で参加するソロキャンプ人口がここ数年伸びている。その割合は16年は2.0%に過ぎなかったが、22年には16.6%へと右肩上がり増加中であり、今後も伸びることが予想されている。

■図表1 オートキャンプ人口に占めるソロキャンパーの割合



出典：オートキャンプ白書2023（日本オートキャンプ協会）

ソロキャンプは芸人を始めとする YouTuber による発信やキャンプが好きな女子高校生5人の日常を描いたアニメ作品「ゆるキャン△」の影響で人気に火がついたと言われる。

日本オートキャンプ協会によると、ソロキャンパーは身軽で動きやすいため平日の利用者が多いのが特徴的で、キャンプ場の稼働率上昇にも一役買っているとのことである。

1. ブランド立ち上げのきっかけは社内未経験者の意見

そんな中、D2C事業、リセール事業などを行っている株式会社ライズクリエイション（奈良県奈良市）は、22年2月、日本初となるソロキャンプ専門ブランド「AND MYSELF（アンドマイセルフ）」を立ち上げた。

立ち上げのきっかけは、「最近、テレビや雑誌でソロキャンプの特集が組まれていて興味はあるけど、実際にやってみるにはハードルが高いよね」というキャンプ未経験社員のキャンプに対する素朴なイメージだったという。

調査の結果、全くの未経験者が気軽に始めるには、何を揃えればソロキャンプができるのかという情報が不足していることがわかった。

さらにキャンプグッズは用途が様々で、有名ブランドのアイテムは高価なものも多い。そのため、何を基準に揃えていけば後悔しないのか、迷う人も多いのではないかと考えた。

そこでまずは、今からソロキャンプを始める人が何を買いたいのか、買った商品で何ができるのかを明確にすることをコンセプトに商品の企画・開発がスタート。ブランド立ち上げに至った。

2. わかりやすい3種類のセットラインナップ

当時から、多くのアウトドアブランドがソロキャンプ用のギアを発売していたが、単体のみでの販売でソロキャンパー自身が必要な物を集める必要があった。

そこで「AND MYSELF」ではソロキャンプに必要なギアを独自開発し、セット商品として発売している。その内容は玄人キャンパーから見ても

恥ずかしくない、長く使えるアイテムが揃う。

①プチキャンプセット

お試しで日帰りキャンプを体験してみたい人向けのセット。

内容は、現地でくつろぐためのタープ・テーブル・チェアと温かい飲み物を飲むためのストーブ・マグカップなど7ギアが用意されている。

価格は22,800円（Amazon 税込価格、以下同様）。

②デイキャンプセット

日帰りキャンプの中でも焚き火や調理を楽しみたい人向けのセット。

内容は、プチキャンプセットの7点に加え、焚き火と調理に必要なミニ焚き火台やメスティンセットを加えた計16ギアで構成されている。価格は34,800円。

③ワンデイセット

宿泊を伴うソロキャンプを行う人向けのセット。

内容は、デイキャンプセットの16ギアに加え、宿泊の拠点となるワンポールテントや就寝に必要なシュラフやマット、暗闇を照らすランタンを加えた20ギアで構成されている。価格は59,800円。

3. 内製化の強みを活かした展開へ

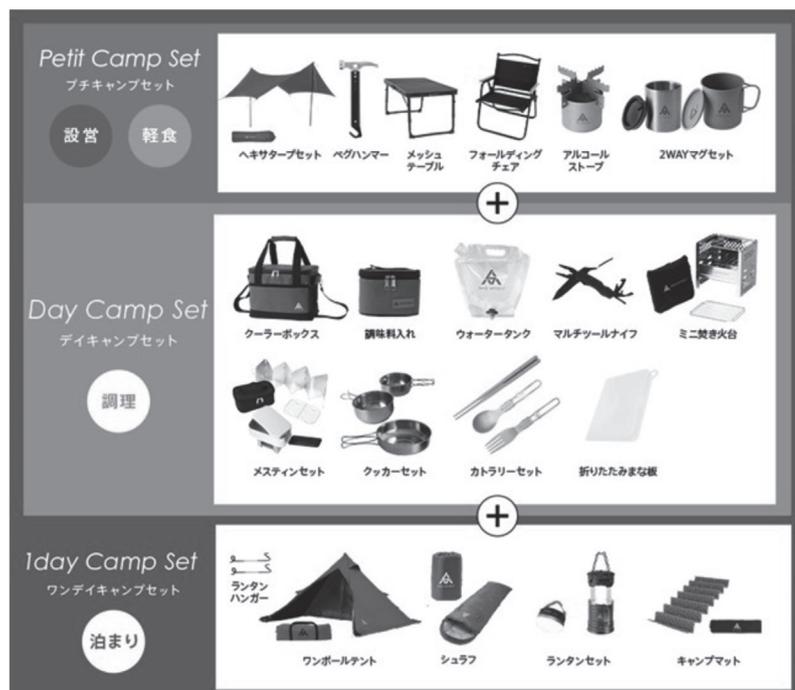
同社では購入後も購入客との関係構築を図るため、無料コンシェルジュサービスを既に開始しており、例えば、購入客がどのキャンプ場に行けばいいかわからないときに、おすすめのキャンプ場を選定してお知らせするなど、初心者にありがたい疑問への対応を行っている。

また、初心者向けで立ち上げた「AND MYSELF」

だが、今後は中級者向けの軽量コンパクトに特化した商品や、女性、シニア向けのソロキャンプ商品の開発なども行っていく考えだ。

そして現在はAmazonや楽天市場、Yahoo!ショッピングといった3大ECモールを通じた販売形態だが、同社では商品企画から物流、撮影、デザイン、マーケティング、CS、広報、システム開発まですべてを内製化しており、今後もマーケットインの商品企画・開発力と、システム及びデータ分析力という自社独自の強みを活かした展開を図る考えだ。

■図表2 用途別3タイプのセット



出典：Yahoo!ショッピング

国内初の新技術で効果を引き上げるAI美顔器「HAKEI」

マスクを外す機会が増えたことで、美容への意識も再び高まりを見せている。

美容機器と化粧品の研究開発・製造・輸出入販売を行うヤーマン株式会社は2023年6月、化粧水や美容液などのクラウド上にある2万点以上のスキンケア化粧品データベースと連動し、独自のアルゴリズムによって「浸透」に適した波形を即座に生成・出力できる機能を有したAI美顔器「HAKEI（ハケイ）」を自社公式通販サイト「ヤーマンオンラインストア」、直営店より発売した。

1. 各化粧品の成分に適した“波形”を生み出す新技術

ヤーマンの研究開発を担う表情筋研究所では、電気エネルギーそのものと、それが肌に及ぼす効果・効能の検証という2つの側面からメカニズムの解明を行い、美容機器の礎となる新たな美容技術を創出するための研究開発を行っている。研究結果から、電気波形の組み合わせにより、化粧品成分ごとに浸透率に大きな差があることが判明した。

そのため製品化に向けて同社では、成分データと電気波形の関係を規定したアルゴリズムを新たに開発。そして、市販化粧品のデータベースとつなげて解析・抽出することで、各スキンケア成分に適した浸透が可能な電気波形を出し分ける新技術の開発に成功した。

2. 使い方・特徴

HAKEIはアプリを通じて自分の好みの機能の追加や情報アップデートを行うことが可能で、新しい美顔器が出るたびに、買い替える必要のない特徴を持つ。

購入時は、HAKEIを単体で使う「ENRICH LIFT」

モードと、専用アプリと接続してアレンジできる「myMODE」の2つのモードが搭載されている。

このうちENRICH LIFTモードは、化粧品に含まれる有効成分の肌への浸透と、リフトケアに効果を発揮するモードである。

これに対してmyMODEには、毛穴ケアの「CLEANZ」モードと「PERSONALIZE」モードがあらかじめ登録されている。PERSONALIZEモードには、前述した、クラウド上にある2万点以上の市販化粧品データから使用する化粧品を検索し、スキンケア成分を解析。成分に応じて浸透に適した波形を即座に生成する新技術が採用されており、より肌の奥まで成分を届け、化粧品の効果を引き出してくれる。

■図表「PERSONALIZE」モードのイメージ



出典：ヤーマン リリース

販売価格は税込66,000円となっている。

ヤーマンでは普段使用しているスキンケア化粧品を持参することで、いつものスキンケアとの比較も体感できるHAKEIの体験ポップアップイベントを開催し、効能訴求に努めている。

HAKEIはヤーマンにとって45年間に渡る波形設計技術の集大成となる商品であり、今後、グローバルブランドカンパニーを目指す中で、フラッグシップ商品に育てていきたい考えである。