



# WACOAL

## สัมผัสพิเศษเพื่อผู้หญิงทั่วโลก

จำได้ว่าตั้งแต่เด็กก็เห็นชื่อ "Wacoal" เตะตา มาตลอด และเชื่อว่าบรรดาตัวแรกๆที่ผู้หญิงหลายคน ได้สัมผัส โอบกระชับรับอวัยวะส่วนที่ใกล้หัวใจที่สุด ก็คงเป็น "วาโก้" นี้แหละ

การเดินทางของวาโก้มาถึงปีที่ 66 แล้ว และพร้อมที่จะบอกผู้หญิงทั่วโลกให้ได้รับรู้และสัมผัสนวัตกรรมที่เกิดจากการคิดค้นและพัฒนา มาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ปรัชญาที่ว่า "วาโก้ ต้องทำให้ผู้หญิงสวยและสวมใส่สบาย"

### ย้อนรอย "สวย" แบบวาโก้

เป็นครั้งแรกที่บริษัทวาโก้ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น เปิดให้สื่อมวลชนต่างประเทศได้มา ชมสำนักงานใหญ่ เมืองเกียวโต และรับรู้เรื่องราวความเป็นมาตลอดหกสิบกว่าปี ซึ่งมีจุดเริ่มต้นหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 จบสิ้น

อดีตทหารญี่ปุ่นที่รอดตายจากสมรภูมิดังนั้น คุณชิคาโมโตะ โคอิจิ พร้อมเพื่อนทหารอีกสามคน กลับสู่มาตุภูมิด้วยความหวังที่จะพัฒนาประเทศ นี้่อาจเป็นลิขิตสวรรค์ นำทางให้เขากลับมาทำสิ่งต่างๆ เพื่อบ้านเกิดเมืองนอน เขาและเพื่อนจึงเริ่มต้นชีวิตใหม่ด้วยการนำเครื่องประดับและอีกเซสเซอร์ส์ ผู้หญิงมาขาย เพราะมองเห็นว่าเมื่อบ้านเมืองสงบสุข

ผู้หญิงย่อมอยากสวย

กระทั่งมีบริษัทหนึ่งนำเสนอ "บราแพ็ค" ให้เขาลองจำหน่าย โดย ลักษณะเป็นสปริงขดตามรูปทรงเต้านม นิยมใช้ในหมู่ชนชั้นสูง โดยเย็บติดกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ ช่วยให้ผู้หญิงแต่งตัวแล้วมีความมั่นใจมากขึ้น เพราะสมัยก่อนผู้หญิงญี่ปุ่นใส่แต่ชุดกิโมโน จนอะไรๆ แบนไปหมด เมื่อมีบราแพ็คมาช่วยเสริมหน้าอกหน้าใจ ย่อมถูกใจแน่นอน

จากนั้นเขาจึงคิดและพัฒนาต่อยอดจากบราแพ็คเป็นชุดชั้นใน ตามแบบวัฒนธรรมตะวันตก โดยได้ไอเดียมาจากภาพโฆษณาเสื้อผ้าและชุดชั้นในของแมกกาซีนฝรั่ง เขาคิดว่าในอนาคตผู้หญิงญี่ปุ่นต้องแต่งตัวตามแบบฝรั่งหมด ชุดชั้นในต้องเป็นของจำเป็นสำหรับผู้หญิง จึงเป็นจุดเริ่มต้นการทำธุรกิจชุดชั้นในวาโก้ โดยเริ่มจากวัดเต้านมของนางเอง



เป็นคนแรก ด้วยความที่ยุคนั้นหาผู้ที่มีความรู้การทำชุดชั้นในไม่ได้ ทำให้เขาลองผิดลองถูกอยู่นานกว่าจะได้ ออกมาเป็นชุดชั้นใน มีช่องด้านหลังสำหรับใส่บราแพ็คเสริมเต้านม มีให้เลือกสวมใส่ต่างไซส์ ตั้งแต่ S M และ L ตามรูปร่างผู้สวมใส่

จริงอยู่ที่ว่า ชุดชั้นในเป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลมาจากตะวันตก แต่สรีระคนญี่ปุ่นกับฝรั่งแตกต่างกัน คุณชิคาโมโตะจึงเริ่มก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาสรีระตั้งแต่ 50 ปีที่แล้ว เพื่อ





Museum of Beauty

เข้าด้านใน ซึ่งวาโก้ค้นพบว่า การเดิน ทำให้กล้ามเนื้อสะโพกแข็งแรง จึงมีการพัฒนาสินค้านวัตกรรมออกมาให้เหมาะกับรูปร่างคนแต่ละวัย การเปลี่ยนแปลงทั้งหมดจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์เป็นสิ่งสำคัญ แต่สิ่งหนึ่งที่ทำให้เราตระหนักก็คือ ร่างกายคนเรามีรายละเอียดซับซ้อนที่ต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลไม่น้อย ซึ่งจุดนี้เองจึงกลายมาเป็นจุดแข็งของวาโก้

**“ชุดชั้นในที่ดี” ต้อง “สวย” และ “ใส่สบาย”**

เครื่องวัดสรีระแบบสามมิติ ใช้รังสีอินฟราเรดสแกนทั่วร่างกาย รายงานผลได้อย่างละเอียดทุกมิติ

ปราศรัยครั้งแรกที่คุณชีกาโมโตะ วัดไซส์จากภรรยา เพื่อทำเป็นชุดชั้นใน

เก็บข้อมูลสรีระผู้หญิงญี่ปุ่นกว่า 40,000 คน โดยกำหนดมาตรฐานการวัดสัดส่วนอย่างละเอียดถึง 160 จุด

ล่าสุด วาโก้พัฒนา “เครื่องวัดสรีระแบบสามมิติ” โดยไม่ต้องถอดเสื้อผ้า เว้นแต่ห้ามใส่เสื้อผ้าสีดำนั่น โดยให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปในห้องเล็กๆ คล้ายแคปซูล ปิดม่านตาไม่ให้แสงเข้า จากนั้นยังรังสีอินฟราเรดสแกนตั้งแต่หัวจรดเท้า เพียงไม่กี่วินาทีภาพที่สแกนจะปรากฏที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ ด้านนอก ทำให้ผู้วิจัยสามารถเลือกดูภาพได้ทุกมิติและมีความละเอียดมากขึ้น

**เต้านมเปลี่ยนแปลง เมื่อวัยเปลี่ยนไป**

วันนี้วาโก้จึงเป็นแบรนด์ชุดชั้นในรายแรกและรายเดียวที่พัฒนาและวิจัยสรีระผู้หญิงมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการติดตามการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของผู้หญิงคนนั้นๆ ตั้งแต่เป็นเด็ก โตเป็นวัยรุ่น เข้าสู่วัยทำงาน แต่งาน มีลูก จนมาถึงวัยผู้ใหญ่ เพื่อดูว่าเมื่ออายุเปลี่ยน สรีระมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ทำให้พบว่า ตอนคนเราอายุ 20 กว่าๆ เป็นช่วงที่ร่างกายพอมที่สุด จากนั้นค่อยๆ อ้วนขึ้น รอบเอวขยายใหญ่ขึ้น 10 เซนติเมตรเป็นอย่างต่ำ พออายุ 50 ปีมีค่าเฉลี่ยหน้าท้องเท่ากับหน้าอก บางคนอาจจะมากหรือน้อยกว่าหน้าอกก็เป็นได้

สิ่งสำคัญของการเปลี่ยนแปลงหน้าอกผู้หญิง คือ ภายในเต้านม ซึ่งเกิดจากเนื้อเนื้อมากน้อยลง ทำให้หน้าอกคล้อยและไหลออกด้านข้าง ฐานเต้านมมีความหย่อนคล้อย ส่งผลให้เต้านมห่าง ซึ่งโอกาสที่เต้านมจะกลับมามีขนาดเหมือนสมัยสาว ๆ มีน้อยมาก เพราะเป็นอวัยวะที่ไม่มีกล้ามเนื้อ มีแต่ไขมันและสายน้ำนม จึงไม่สามารถออกกำลังกายให้ฟิตได้ เมื่ออายุมากขึ้นไขมันย่อมเพิ่มขึ้นและนิ่มขึ้นเรื่อยๆ การคิดค้นและพัฒนาชุดชั้นในเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงแต่ละวัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการเลือกใส่บราที่เหมาะสมกับวัยและการเปลี่ยนแปลงของรูปร่าง นอกจากจะช่วยให้ผู้หญิงสวยขึ้นแล้วยังดีต่อสุขภาพด้วย

ส่วนสะโพกผู้หญิงก็เปลี่ยนจากทรงสามเหลี่ยมเป็นสี่เหลี่ยม ห้อยย้อย

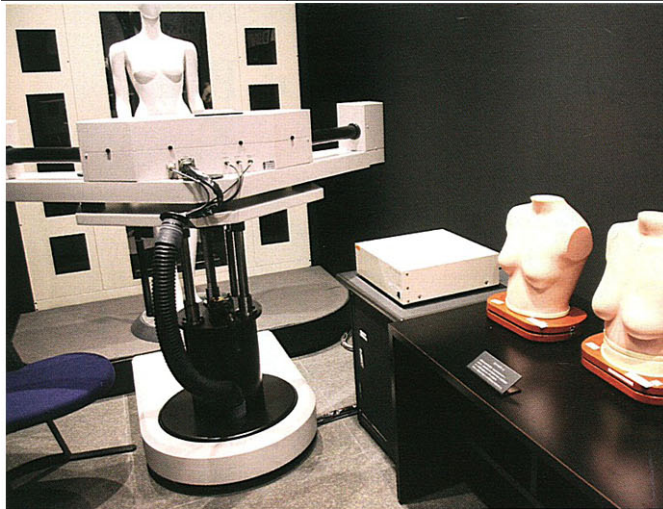
วันนี้แทบจะเรียกได้ว่า วาโก้เป็นชุดชั้นในที่มีขายในหลายประเทศ ทั้งทวีปเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา มีทั้งที่ใช้ชื่อแบรนด์วาโก้และชื่อแบรนด์อื่นๆ ซึ่งรสนิยมความชอบของผู้หญิงแต่ละประเทศก็แตกต่างกัน นโยบายวาโก้ญี่ปุ่นจึงให้แต่ละประเทศออกแบบเสื้อชั้นในของตัวเอง ตามปรัชญาแนวคิด “ทำให้ผู้หญิงทั่วโลกสวยและสวมใส่สบาย”

เฉพาะที่ยุโรป สไตล์การออกแบบเสื้อชั้นในเน้นสีทิว เก็บเนื้อด้านข้างเต้านมน้อยกว่า ขณะที่ผู้หญิงเอเชียไม่กล้าแสดงออกขนาดนั้นอย่างสาวจีนนิยมบรา Mold Type คือ แบบฟองน้ำเรียบ เก็บเนื้อเต้านมด้านข้างได้ดี ขณะที่อเมริกาต้องออกแบบให้ใส่สบาย เป็นฟองน้ำเรียบๆ บางรุ่นใช้ผ้ามีมัมเป็นรูปเต้าออกมาเลย

**Did u know?**

1. ถ้านำชุดชั้นในผู้หญิงแยกส่วนประกอบออก เราจะได้วัสดุถึง 40 ชิ้น ซึ่งไม่มีเสื้อผ้าชิ้นไหนที่มีวัสดุมากกว่าขนาดนี้
2. ถ้าใส่บราไม่เหมาะกับไซส์หรือไม่เหมาะกับวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในเต้านม ย่อมส่งผลให้หน้าอกหย่อนคล้อยง่าย เพราะในหน้าอกมีเนื้อเยื่อจำนวนมาก ยิ่งเคลื่อนไหวมาก ยิ่งยืดออก ดังนั้นการใส่ชุดชั้นในที่กระชับพอดีช่วยให้หน้าอกหย่อนคล้อยน้อยลงและรู้สึกสบายขึ้น
3. การซื้อชุดชั้นใน ไม่ว่าจะเป็ยไรหรือที่ไหน ควรตรวจสอบใส่ก่อนซื้อทุกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าจะกระชับพอดีตัว
4. นักวิจัยประณตญี่ปุ่นกว่า 44 เปอร์เซนต์ รู้สึกถึงการเปลี่ยนแปลงสรีระร่างกาย เด็กวัย 11 ขวบ ยุค 2000 มีหน้าอกเร็วขึ้น ขณะที่ปริมาณของเด็กที่ใส่ชุดชั้นในยังไม่เปลี่ยนแปลงมากเท่าที่ควร
5. การทำ “บาลานซ์บรา” เพื่อผู้หญิงไทยที่ถูกดัดมาเร่งเต้านม เป็นการใช้นวัตกรรมเม็ดบีดแทนซิลิโคน เพื่อความนุ่มนวล ดูแลง่าย ไม่ร้อน เหมาะกับน้ำหนักตัวและขนาดของหน้าอกผู้ปวย





คณะสื่อมวลชนหน้าววาโก้ สำนักงานใหญ่ ประเทศญี่ปุ่น



คุณธรรมรัตน์ โชควัฒนา กับคุณเอฉะ ยูโซะ

แตกต่างกัน จากการศึกษาทางสรีระทำให้รู้ว่าการกดกล้ามเนื้อทั้งด้านหน้าและด้านหลังทำให้เราต้องก้าวเท้ายาวขึ้น ทำให้ใช้พลังงานมากขึ้น ภายในเวลา 6 เดือน ลดได้ 1-2 นิ้ว ทำให้รู้สึกกระชับ ฟิตแอนด์เฟิร์ม หุ่นดีขึ้นเรื่อยๆ ถ้าให้เปรียบเทียบการทำงานของกางเกงสไลซ์เออนซ์ก็คือใช้หลักการเดียวกับการเล่นเครื่องออกกำลังกายในฟิตเนส ที่ต้องก้าวขายาวๆ เพื่อลดสะโพก เสี่ยงตายที่มีชายเฉพาญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน และสิงคโปร์

จากแนวคิดเดียวกันนี้เอง จึงเป็นที่มาของการออกแบบชุดกีฬาแบรนด์ CWX ซึ่งใช้เทคนิค “เทพบึง” คือ การโอบอุ้มกล้ามเนื้อ ทำให้กล้ามเนื้อไม่เคลื่อนไหวมาก ส่งผลให้เกิดความเหนื่อยล้าจากการออกกำลังกายน้อยลง ให้ประสิทธิภาพในการออกกำลังกายยาวนานขึ้น ดีขึ้น มีชายทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ลิขสิทธิ์เฉพาววาโก้ ชุดนี้เมื่อมีจำหน่ายก่อนจบการทัวร์ คุณเอฉะ ยูโซะ กรรมการบริษัทววาโก้ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น กล่าวทิ้งท้ายว่า

“ผมคิดว่าผู้หญิงที่ชอบววาโก้คงเพราะเขาเชื่อและรักในแบรนด์มากกว่าแค่การดูโฆษณา แน่หนอววาโก้ไม่ได้ทำอะไรหวือหวา แต่เราพยายามสร้างแบรนด์ให้อยู่ในใจลูกค้า ด้วยการค้นคว้าวิจัยและพัฒนา รวมทั้งศึกษาข้อมูล และนำข้อมูลเหล่านั้นมาผลิตเป็นสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

“ซึ่งผมเชื่อว่า ผู้หญิงจะชอบววาโก้ก็ต่อเมื่อได้ทดลองใช้กับตัวเองรับรองว่าดีใจแน่นอน”

ส่วนสีสันทและการออกแบบลายผ้า เฉพาะที่ญี่ปุ่นมีการนำเสนอชุดชั้นในดีไซน์ใหม่ๆ ปีละ 2 คอลเล็กชั่น คือ ช่วงสปริง/ซัมเมอร์ ซึ่งอากาศร้อน ฟองน้ำที่ใช้ต้องเป็นชนิดระบายความร้อนได้ดี ช่วยให้ไม่เหนียวเหนอะหนะ บวกกับเป็นฤดูกาลที่ผู้คนสวมใส่เสื้อผ้าบางๆ จึงไม่ใช้ผ้าลูกไม้ในการตัดเย็บ แต่ใช้ผ้าเนื้อเรียบ สีอ่อนอ่อนเป็นหลัก เพื่อให้ดูกลมกลืนกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ ส่วนฤดูกาลออลทิม / วินเทอร์ ผู้หญิงส่วนใหญ่ใช้เสื้อผ้าเนื้อหนา เพราะฉะนั้นชุดชั้นในมักมีสีสันทจัดจ้าน

เทรนด์การออกแบบชุดชั้นในของววาโก้จะมีที่ปรึกษาด้านการออกแบบให้การอบรมเรื่องเทรนด์แฟชั่นทุกปี ขณะเดียวกันดีไซเนอร์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจะศึกษาจากแมกกาซีนต่างประเทศ รวมทั้งไปร่วมงาน “Lingerie Fair” ที่ต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลกลับมาใช้ในการออกแบบชุดชั้นในดีไซน์ใหม่ รวมถึงการออกแบบสินค้าใหม่ๆ ที่มีฟังก์ชันนัล และสินค้าเพื่อผู้ชายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเราเองก็เพิ่งรู้ว่าววาโก้มีชุดชั้นในของผู้ชายด้วย แต่มีชายเฉพาที่ญี่ปุ่นและไต้หวันเท่านั้น

## แนวคิดผลิตสินค้าฟังก์ชันนัล “สแตย์ลัดอ้วน” จากววาโก้

จากการศึกษาวิจัยสรีระของผู้หญิงญี่ปุ่นพบว่า แต่ละวันพวกเขาเดินรวมๆ แล้วประมาณ 6,000 ก้าว ตั้งแต่ลิ้มตาตื่นขึ้นรถไฟ เดินทางไปทำงาน เดินในบริษัท ขึ้นรถไฟกลับบ้าน ชื่อของ ชื่อบึง วาโก้จึงออกแบบกางเกงคล้ายสแตย์ที่เรียกว่า “Style Science” โดยการออกแบบรูปตัว X ที่บริเวณจุดตัดของกล้ามเนื้อขาและสะโพก ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง โดยใช้ผ้าทอชนิดพิเศษ เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่น



สปอร์ตแวร์แบรนด์ CWX หนึ่งในผลิตภัณฑ์ของววาโก้ ที่ใช้หลัก “เทพบึง” คือโอบอุ้มกล้ามเนื้อไม่ให้เคลื่อนไหวมาก ส่งผลให้ออกกำลังกายได้นานขึ้น ช่วยลดความเมื่อยล้า

### เปิดใจววาโก้ ประเทศไทย

คุณธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการบริษัทไอ.ซี.ซี. อิมเตอร์ เช่นชินเนล จำกัด (มหาชน) และผู้อำนวยการฝ่ายผลิตภัณฑ์ววาโก้ อธิบายถึงการทำงานววาโก้ ประเทศไทย ว่า

“การผลิตชุดชั้นในววาโก้ของเมืองไทยเราทำแบบครบวงจร เพราะเราสามารถผลิตวัตถุดิบได้หลายอย่าง ส่วนการวิจัยและพัฒนา เช่น ข้อมูลด้านสรีระของผู้หญิงไทย หรือผู้หญิงต้องการอะไรจากชุดชั้นใน เป็นสิ่งที่เราทำวิจัยร่วมกับเนคเทค (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) มาตลอดสี่สิบกว่าปี โดยทุก 5 ปีจะเก็บข้อมูลการวิจัย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

“ปัจจุบันเราพบว่า สรีระผู้หญิงไทยเปลี่ยนไปจากเมื่อก่อน เช่น เด็กอายุ 18 ปี เมื่อก่อนใช้ชุดชั้นในคัพ A แต่ปัจจุบันใช้คัพ B เพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่อไปชุดชั้นในคัพ B จะเป็นคัพหลักในการผลิต คัพ A รองลงมา ส่วนคัพ C มีปริมาณความต้องการเพิ่มมากขึ้น รวมถึงต้องการดีไซน์ที่ทำได้ให้ออกไซด์ เห็นเป็นอก ช่วยดันทรงมิติไร่น้อย ไร่นิด การวิจัยและพัฒนาจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับววาโก้ประเทศไทยเช่นกัน”