

## 当社のデータベースを活用し、商品側から消費者に向けた切り口(要素)を把握し、商品戦略に活用する活動のご提案

### 1. 長年に渡り収集した商品資料を活用したご提案

#### 提案の骨子

UVA波対策を訴求する商品が増える中、消費者のUVカット商品選びはどのように変化するかを、例え…の事例として取り上げてみました。  
 → スキンケアだけでなく、ベースマーク、メイクアップのカテゴリーにおける活動も可能です。  
 ここでは、市場におけるUV関連商品のトレンドを過去から現在まで把握し、女性のUVカットニーズの変遷を確認、オーソライズ化。  
 スキンケアステップや使用目的から見た位置づけや剤型（外形）の変化を併せて検証し、マーケティング活動に役立てるという目的で作成しています。

#### □ 市場における女性のスキンケアニーズとUV（紫外線）トレンド

#### 最終プレゼンテーション要素（素）

##### 夏季のレジャーシーンの定番

焼きたくない  
赤くなりたくないから  
サンスクリーン  
日焼け止めを使う

ウォータープルーフからスキン  
ケア効果まで優先する機能に  
による選び分け

##### スポーツ・レジャー季節=男女

##### 美白ニーズがメガトレンドに

美白アイテム、美白ラインが一般化  
美白ラインの1アイテムとしてカット  
効果のある下地が浸透

スポーツブランドから美白ブランドま  
で進化する美白&UVカット機能

##### 日常感=シミ・ソバカスの悩み

##### 高SPF値UVカット下地定番化の時代へ

- ✿ 高SPF値の下地専用品が脱美白ラインとして単独に登場
- ✿ ランコムに代表される、高SPF値と保湿力を兼ね備えた  
製品に支持が集まる
- ✿ BBクリーム（高SPF値・下地・ファンデーション etc.）  
による多機能UVケア
- ✿ UV波に注目したPAスケールへの注目。  
美白・シミ・ソバカス≤アンチエイジングニーズ

##### 下地機能の発展形=すべての女性

データベースを、ピックアップ▶収拾選択▶分類を行い、資料化する

#### 活動手法

- ・コスメ各社パンフレットを集積した当社コスメデータベースを活用し、当社プランナーが  
UVカットニーズ＆トレンドを変遷データとして資料化します

当社データベース  
(各社パンフレット、印刷物、他)

UV対策トレンド  
変遷資料化

◆例えば、メイクのトレンド変遷データの  
作成・分析も可能です。  
消費者ニーズ・アイテム・商品特長・メイ  
ク手法から考察を行います。

## 2. データベースについて

収集した資料をブランド特性により分類(\*)

UV関連商品の充実した情報（商品特長⇒消費者に伝えたいメッセージの掲載）から、「戦略のために必要な情報」および「今後の方向性予測」が得られる。

(\*)当社の分類ファイル：位置づけ・販売チャネル・商品特長による分類であり、主となる要素1つに絞って分類したもの

UV関連商品があるブランドの比率 *1~15は分類軸	
* 収集ブランドパンフレットによるデータ	
1. 制度品アウトオブブランド(流通は化粧品店)	42 (%)
2. 制度品ブランド(資生堂、カネボウ、コーセーのカウンターブランド)	29 (%)
3. 制度品セルフトイレタリー(ドラッグストア、スーパー)	18 (%)
4. 百貨店国内ブランド	47 (%)
5. 百貨店海外ブランド	27 (%)
6. 一般品セルフブランド(ドラッグストア、スーパー)	31 (%)
7. バラエティ系ブランド(バラエティ系ショップで販売)	25 (%)
8. 通販・ダイレクトマーケティングブランド	24 (%)
9. 医薬品メーカーブランド	27 (%)
10. トイレタリーメーカーブランド	27 (%)
11. アーティストプロデュース(マイクアップアーティスト)	26 (%)
12. D Cブランド(デザイナー&キャラクター)	14 (%)
13. ドクターズ・メディカルブランド	31 (%)
14. 自然派ブランド	22 (%)
15. 異業種参入メーカーブランド(富士フィルムなど)	16 (%)

### 商品からみたニーズの検証

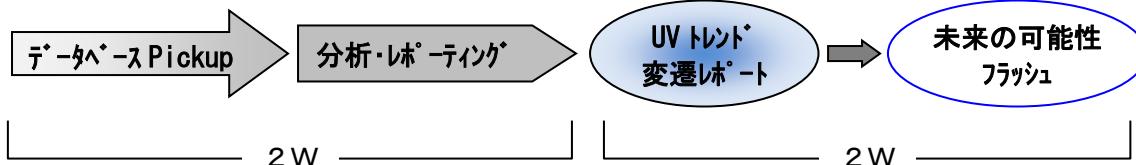
- ◆コミュニケーションワード、位置づけの変化
  - 消費者はかつてどのような「時代」を経て、現在の認識に到達したのか？
  - それぞれの時代の中でニーズはどのように変化し、商品もまたどのように進化してきたのか

これからの「女性の美」「老化防止」など、目的の変化把握

#### おすすめ

特定の特長をもつUVカット商品ごとに、利用している消費者をグルーピング。  
仮説をどうすれば消費者に受け入れられるのかを検証するFGIを行うのも一考。

## 3. スケジュールと予算



### <予算>

・活動計画・作業フレームの作成	5万
・データベース情報の抽出・整理	5万
・データ資料によるデスクリサーチ、分析資料	35万
・UV(紫外線)トレンドレポート	
・今後の方向性(提言)	5万
合 计	50万円(税別)

\* 商品パンフレットコピーは、別途実費となります。 @30円/枚