

新商品のご提案

TSUYOMI × LenConプロジェクト



名古屋市立大学鶉飼ゼミ LenCon

目次

1. はじめに
2. ターゲット決定プロセス
3. ターゲット
4. 新商品コンセプト
5. ブランド名、タイトル
6. フレーバー
7. 新商品特徴(異なる点)
8. パッケージ
9. 期待効果
10. おわりに

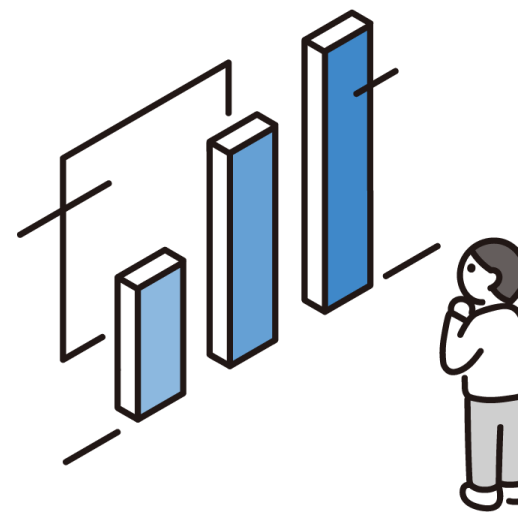
はじめに



ご要望



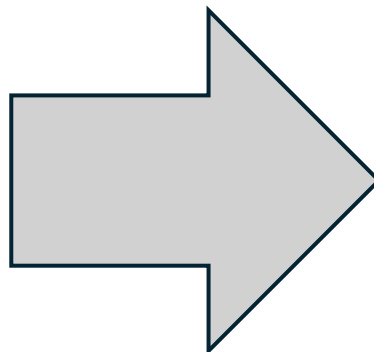
インタビュー
アンケート



分析



ターゲットの決定



新商品検討

ターゲット決定プロセス

CAMUGAKIに
関する
インタビュー

試用
アンケート

周辺調査

CAMUGAKIインタビュー

味

お菓子と
の比較

フレーバー

使用感覚

効果

使用環境

パッケージ

価格
容量

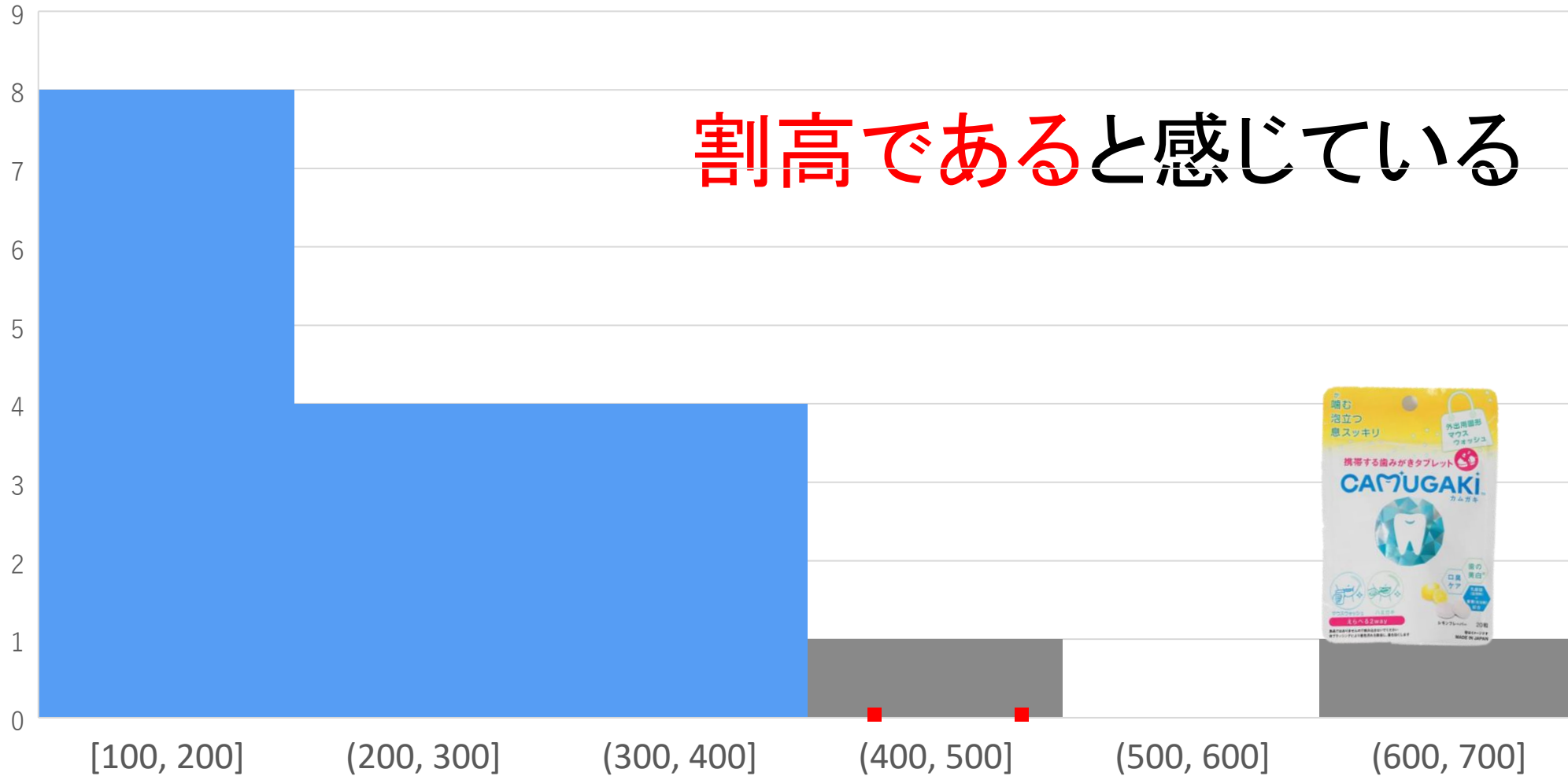
習慣

期待効能

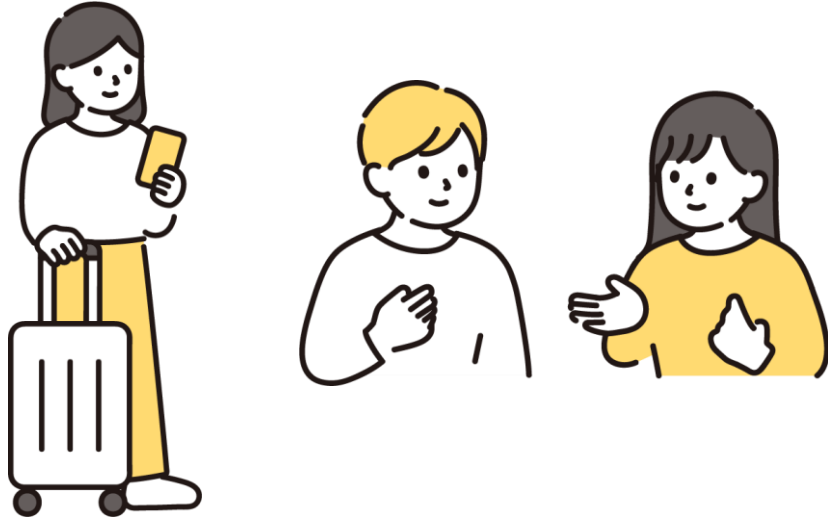
購入場所

CAMUGAKIインタビュー分析（価格・容量）

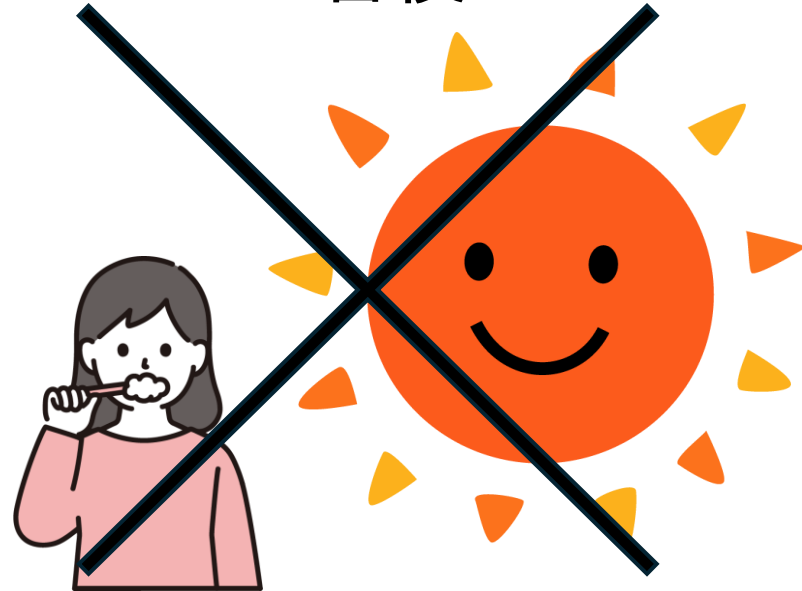
20粒あたり内的参照価格（外れ値除く）



使用環境



習慣



既存の価格・容量では
女子大学生は購入しない！！

ターゲット決定プロセス

CAMUGAKIに
関する
インタビュー

試用
アンケート
表4

周辺調査



女子大学生5名



5名中**3名**が
希望価格**300円**と回答

既存の容量・価格では
女子大学生は購入しない！！

でも、

無印良品で爆売れ

なぜ???

ターゲット決定プロセス

CAMUGAKIに
関する
インタビュー

試用
アンケート

周辺調査

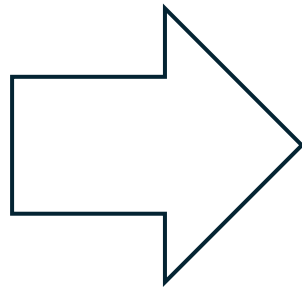
表5

周辺調査（無印良品歯みがきタブレット）

旅行時に携帯

会社ランチ後に使用

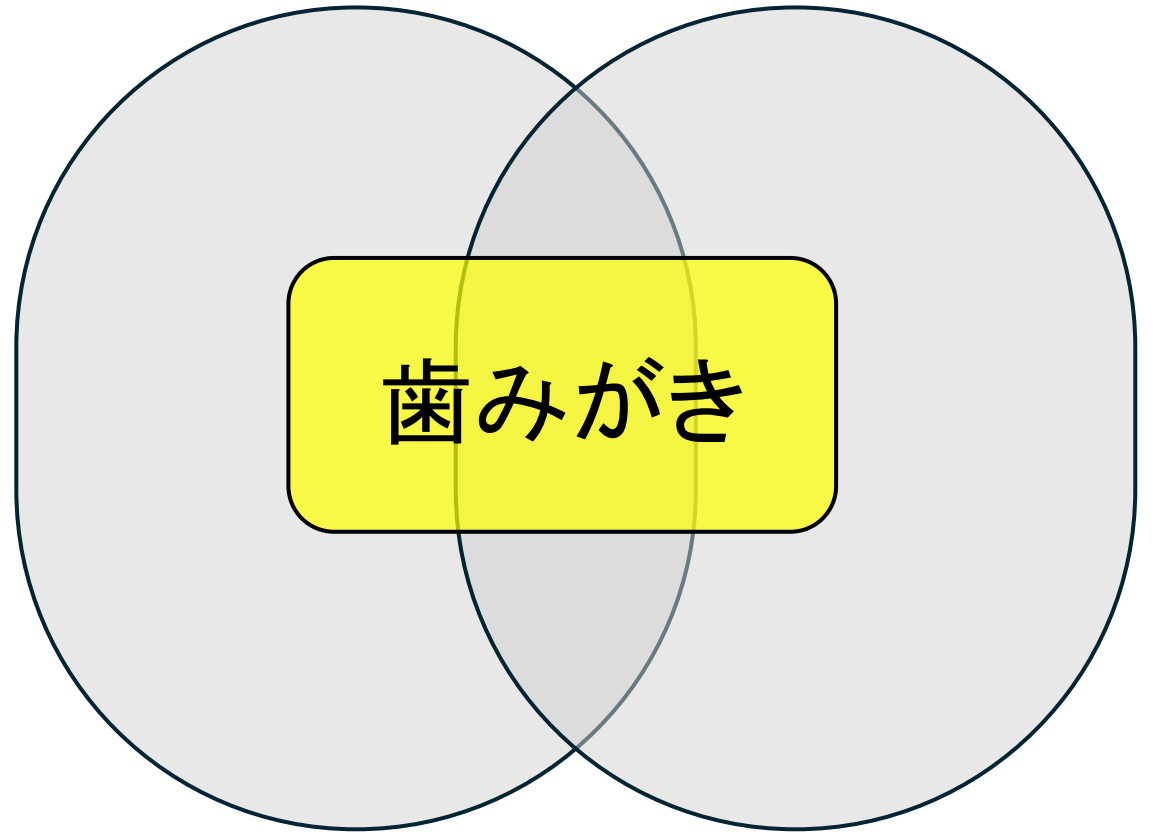
お化粧品直しのついで



美容

エチケット

歯みがき





歯みがきタブレットを 「美活用」の観点から紹介

「オーラルケアは美容の一部だと思う」

全体で約**50.5%** (ユーザーアンケート)

インタビュー・アンケート・周辺調査の結果から

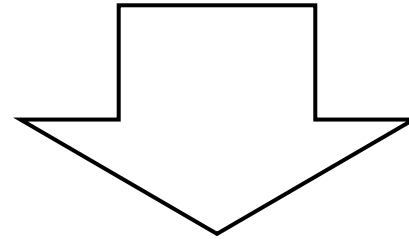


現在の価格・容量では
購入しない

一方、...



歯みがきをエチケットや
美容の一部と捉え、購入している



エチケットや美容の製品であれば購入するのではないか



美容製品の役割

自己肯定感の向上
理想の自分へ近づく



美容製品に対して
ポジティブなイメージを持っている！

CAMUGAKIインタビュー分析（習慣）



CAMUGAKIに対しては
割高であると感じている

美容製品に対しては5000円くらいなら出す

美容製品に対する**価格弾力性が低い**

以降の具体的な提案内容のページは
都合上省略させていただきます。