

インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）タクシヨクダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウゼミナール
拓殖大学	商学部	佐藤ゼミナール

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 内動画 （有・無）	動画使用 スライドページ
フリガナ）ワサビー	フリガナ）ハシバヒロキ	4	無	48
wasab	橋場宏樹			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物（例：商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート）
商品「wasap」、街頭調査で使用したアンケート、サンプル利用で使用したアンケート、比較調査時に使用したアンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ（発表タイトル）
無名商品がブランド商品に勝つには

※必ず企画シート作成上の注意を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）
株式会社 PRD ともりや産業株式会社の協力の元、消臭商品「wasap」を使用し、一般認知されていない「wasap」が同じ市場のブランド商品であるファブリーズやリセッシュ、無香空間を抑え、消費者に手に取ってもらうことを目的とし研究。 「wasap」が参入市場の理解を深め、有名ブランド製品を抑え、「wasap」がスター商品として活躍するためのプロモーション方法を検証、実験を行い発表。
2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）
日本では昭和中期から消臭剤、消臭液が開発され、現在では多くの用途、形状、効能、芳香があり多種多様の商品がある。また、市場は、大手企業であるエスケー株式会社や花王株式会社のシェアが大きく新規企業が参入しづらい環境にある。消費者行動も日常的反応行動であり深く考えない買い物を行う消費者が多く、消臭剤を選ぶにあたり最小限の労力で行う消費者が多い。

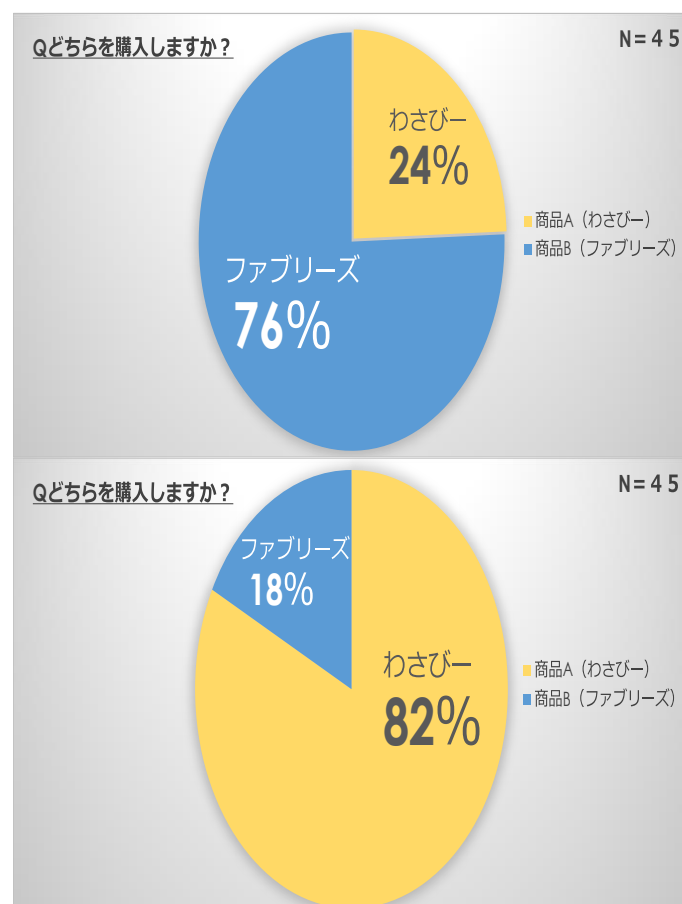
その市場に参入する商品「wasap」は**わさび成分**から作られた防虫、抗菌、防カビ、消臭、の4つの効果を持つ消臭製品である。強みとして、わさび成分から作られたため、**ペットや人間に対して無害**であり、4つの効果を持つ**多機能商品**という点が挙げられる。

3. 研究テーマの課題

無名商品がブランド商品に勝つにあたり課題となってくることが、**大手企業のシェアの大きさ、ネームバリューの強さ**である。このことが、消費者が消臭剤を選ぶにあたり最小限の労力で購入する**日常的反応行動を行う原因**となっている。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

ブランド商品の成分には、トウモロコシ由来消臭成分、両性界面活性剤、第4級アンモニウム化合物がある。これらの成分は**有害**であり、特に第4級アンモニウム化合物は石鹼、洗剤などに含まれているもので、細胞膜を不安定にさせ、**手荒れの原因**となる。また、ひどい時には、胃腸の炎症や吐き気、嘔吐、昏睡、痙攣を引き起こす。



出所：独自アンケートより作成（n = 45）

このような消臭剤の有害性を訴えかけ、「wasap」は**わさび成分**で作られている。そのため有害な成分が入っていないことから**安全**であることを推していく必要がある。これらを伝えることにより、消費者の消臭製品に対する意識を、深く考えない買い物から、購買に労力や時間をかける**限定的問題解決行動**へと変えることが出来た。

また、消費者の購買行動が限定的問題解決行動へ変えたことにより「wasap」の**安全性への興味**が上がり、有害性、安全性を訴えかける前は商品の購買意欲が**24%（wasap）：76%（ファブリーズ）**であったに対し、有害性、安全性を訴えかけた後は**82%（wasap）：18%（ファブリーズ）**と、「wasap」の購買意欲を**58%あげる**ことが出来た。

上記のことから、ブランド製品を抑え商品を購入してもらうには、ブランド商品の有害性を訴え、「wasap」の安全性を推すプロモーションを行えば、ブランド製品のネームバリューを抑え、「wasap」を購入してもらえると考えた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは、本研究で**3種類**のアンケートを行った。

1つ目は、埼玉県介護施設「健康倶楽部むさし野の森」、「介護老人保健施設みどうの杜」、一般家庭周辺のゴミ箱、剣道の小手を対象に「wasap」のサンプルを提供し5～7日間使用していただく**満足度アンケート**。

2つ目は、文京区を中心に消臭製品についての**意識調査アンケート**。

3つ目は、拓殖大学の生徒を対象に**多属性態度モデルを活用したアンケート**。

その結果をもとに「wasap」の現状を把握し問題解決策として、ブランド商品の有害性を訴え、「wasap」の安全性を推す**POPを作成した**。

6. 結果や今後の取り組み

私たちは、今までの研究、検証、結果をもとに、ブランド商品の有害性を訴え、「wasap」の安全性を推す POP を作成した。



上記が、私たちが作成した POP である。

この POP を使用してブランド商品の**有害性の意識を高め**、消費者の購買行動を**限定的問題解決行動へ変化させる**。

今後の活動として、この POP を用いたプロモーションを**2つ**提案する。

1つ目は、amazon で使用されている画像に上記の POP を入れてもらい、amazon 利用者に他の消臭剤の有害性を伝えるため、**amazon 画像を提案**すること。

2つ目は、現在「wasap」は amazon 販売しか行っていないため、**小売店に協力を要請し**、POP を利用しての**テスト販売**を行うこと。

この2つのプロモーションを行うことを今後の取り組みとしていく。

7. 参考文献

青木幸弘「消費者行動論 マーケティングとブランド構築への応用」

杉本徹夫「新・消費者理解のための心理学」

恩蔵直人「1からのマーケティング分析」

久保田進彦「はじめてのマーケティング」

P&G Japan マイレピ「myrepi.com」

動物イラスト vet-beluga[<https://toshitoshi-yuiyui-lo.wixsite.com/vet-beluga/animal>]

東京都健康安全研究センター 研究年報 第61号(2010)「<http://www.tokyo-eiken.go.jp/assets/issue/journal/2010/pdf/01-45.pdf>」

もりや産業・PRD 株式会社「わさびー wasap.jp」

東大教授が教えるヤバいマーケティング

P&G ファブリーズ「<https://www.myrepi.com/brands/febzeze/room-spray>」

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更

が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください