

西日本インカレ（合同研究会）2017 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）カンサイダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ナカザワ ノブヒコ
関西大学	経済学部	中澤 信彦 ゼミ

※大会申込書時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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）チームエスオーエヌ	フリガナ）サヌキヤ タクミ	6	無
チームえすおーえぬ	讃岐谷 拓実		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）

男たち覚醒せよ！～ファッション市場の新たな可能性を探る～

※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）

近年、日本の男性の美意識の高まりにより、男性化粧品市場は拡大傾向にある。しかし、その拡大スピードはきわめて緩やかであり、潜在需要の高い市場であることがうかがえる。そこで本プレゼンテーションにおいて私たちはその潜在需要を掘り起こすための方法を様々な角度から検討した。

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）

男性スキンケア用品の普及率が低い理由として、男性は身だしなみを整える際に、服装に意識が偏る傾向が高いため、最も重要な視覚の情報源である顔のケアに対する意識がそれほど高くないことが指摘できよう。しかし、それは男性のスキンケア用品の市場がいまだに十分に開拓されておらず、そこに豊かな潜在需要が隠れていることを、私たちに教えているように推察される。

3. 研究テーマの課題

洗顔はスキンケアを行う手段として最も多く用いられている。しかし私たちは、研究を進めていくうちに、洗顔だけではスキンケアがきわめて不十分であることを知った。現時点ではこの重要な情報をほとんどの男性が知らないままである。そこで私たちは、この情報を多くの男性（特に若者）に伝えるためのチャネルを考察することを出発点として、スキンケア用品の販売を促進する様々な方法を考察することを、本プレゼンテーションの中心課題として設定した。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

本課題に対して、私たちは男性がより関心を集められる 3 つの仮説を提唱した。個々の事例に関して実現の可能性を考察していく中で、男性化粧品は女性の代替購買率が高いことを発見した。よって、仮説の中でも女性来店率の高い薬局が一番有力なチャネルである。さらに併買によって男性化粧品のカテゴリー内における関連購買が生まれ、スキンケア用品をはじめ男性化粧品全体の販売促進につながる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず世間が抱いている男性化粧品のイメージを掴むため、関西大学の学園祭 4 日間に来客した若者を対象としたアンケート調査を実施した。また私たちは、スキンケアの知識を深め消費者の傾向と企業の対策を知るべく、株式会社マダム様とノーベル化学宏業様への企業訪問を行った。さらに仮説の 1 つとして挙げた薬局での販売を促進させるため、独自でポップアップを作成した。

6. 結果や今後の取り組み

私たちは近年高まりつつある男性の美意識に着眼して、男性の化粧品市場は更なる開拓が見込めると考えた。実際にアンケート調査によってターゲットとなる若年層男子の男性化粧品に対する関心度が確認できた。よって今後は若年層から購買意欲が高まるよう着手することでロイヤルティーの獲得に成功できると考えている。また私たちは今回の調査を通して、男性化粧品市場では女性の代替購買が強く働くという発見ができた。これで、男性本人だけでなく異性による購買意欲を高める必要があるとわかった。こうした研究を踏まえて考察した仮説の実証によって、スキンケア用品をはじめ男性化粧品市場の更なる需要増加が見込めると期待できる。いずれは、現段階では予算の関係等で実現が難しい仮説でさえも、企業の積極的な協力を得ることで大規模な人数に訴えかけ、より多くの顧客の参入が見込める。

7. 参考文献

箱田忠昭（2016）『会話ははじめの 4 分がすべてー相手とうちとける最短・最速のコミュニケーション術』 フォレスト出版

朝日新聞アンケート調査（<http://www.asahi.com/opinion/forum/049/>）

ロート製薬（http://www.rohto.co.jp/news/release/2017/0907_01）

株式会社マダム（<https://www.mandom.co.jp/>） 2017.09.29

ノーベル化学宏業株式会社（<https://www.nobelkagaku.com/>） 2017.10.06

資生堂 皮脂量と男性の肌 資生堂 化粧品 美容の情報

（https://www.shiseido.co.jp/biyou_dic_men/skincare/skin000600.htm）

エフシージー総合研究所 男性の肌は、女性より乾燥しているの？

（<http://www.fcg-r.co.jp/lab/beauty/report/100716.html>）

厚生労働省（<http://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/roudou/15/backdata/column1-02.html>）

経済産業省（https://www.brasyna.com/uploads/t_news/26/parts/144790921522994-file.pdf）

<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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社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。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。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにつご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。