

# 第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

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）リュウコクダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）カミヤゼミ
龍谷大学	経済学部	神谷ゼミ

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）
フリガナ）ピクミン	フリガナ）ダイモンチズル	4人
ピクミン	大門千鶴	

## 研究テーマ（発表タイトル）

オーガニックコスメのソーシャルマーケティング

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

私達は若者（十代後半から二十代）をターゲットとしたオーガニック化粧品の企画を行う。現在私達が化粧品を購入するとき、何を基準にして選んでいるだろうか。どれだけの人が成分や原料について関心を持っているだろうか。オーガニックコスメは現在の日本においては自然派志向の人々やエイジングケアを意識した若者に比べ金銭的余裕のある30代以降の女性から人気がある。しかしオーガニックコスメには自然由来で安心、低刺激であるというだけでなく肌本来の力を高め、強めてくれるという効果を持っている。だからこそ若いうちにオーガニックコスメを使うことにより10年後、20年後の自分の肌へとプラスとなっていく。よって私達は今回の企画ターゲットを若者としオーガニックコスメのソーシャルマーケティングを行い、どういった属性を持った人がオーガニックコスメに関心があるかを明らかにする。

### 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）

現在世界ではケミカルなものを避け、自然由来のものを求める動きがみられる。外国のスーパーなどでは様々な種類のオーガニック製品が並んでいる。しかしここ日本では他の国に比べオーガニックの市場は小さく、オーガニック後進国と言われている。そのため日本国内のオーガニック製品は一般的な製品に比べ価格が割高なものが多い。また海外で作られたオーガニックコスメは日本人の肌に向けて作られているわけではないので肌に合わないといった事もある。学内アンケートを行った際、多くの学生が購入していたのは安価で化学物質の含まれるものであった。一方でオーガニックコスメに関心を持っている学生が多くいるという結果がでた。しかし、どういった属性を持つ学生が関心を持っているかなど若者に対象を絞った研究や調査などは日本においてまだない。

### 3. 研究テーマの課題

日本には明確なオーガニック製品の基準や決まりが無い。オーガニック先進国であるヨーロッパではオーガニックコスメに対する厳しい基準が存在している。それに比べて日本ではオーガニック原料が少しでも含まれていたらオーガニックコスメを名乗ることが出来る。そういった面では消費者の信用を得るためにはオーガニック製品に対する制度作りが必要である。

またオーガニックコスメに関心があったとしてもオーガニック自体に対しての知識が浅く、間違ったイメージを持っていたり正しく理解できていない人が多くいるのが現状である。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

オーガニックコスメについての明確な基準や制度を作る。

オーガニックコスメについて正しく理解してもらうために PR 活動を行う。今回の研究の対象としている若者により理解してもらいたいと考えているので大学構内で実際にその場でオーガニックコスメを使用してもらい、同時に説明をしたいと考えている。アンケート調査結果を分析するとオーガニックコスメへの支払い意思額が高いのはリスク愛好家で普段使う化粧水の値段が他の人と比べ高い女性という結果がでた。リスク愛好家で美意識の高い人は少し高いオーガニックコスメだとしても効果を期待し購入に至るのではないだろうか。だからこそそういった人により絞って PR することで効率よくオーガニックコスメの普及につながると期待している。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

大学講義内で学生を対象としたアンケート調査を行う。調査内容は自分の今使っている化粧水の価格帯調査やオーガニックに対する意識調査。2018 6月29日～7月4日

京都発オーガニックコスメブランド KOTOSHINA に企業訪問を行いオーガニックコスメのマーケティングについてのヒアリング 2018 10月11日

美用意識に関するアンケート調査 2018 11月7日～11月8日

## 6. 結果や今後の取り組み

アンケート調査とその結果の分析により、オーガニックコスメに対しての支払い意思額が高いのはリスク愛好家で普通の化粧水の値段が高いという結果がでた。オーガニックコスメのマーケティングを行う際、闇雲にサンプルを配布したり広報活動を行うのではなく購入に至りそうな層をピンポイントにアピールできるようになった。

今後の取り組み

オーガニックコスメの PR 活動を実際に行う。またその時実際にオーガニックコスメを使ってもらいアンケート調査も同時に行う。そのアンケートで得られた結果をもとに分析を行いより明確にオーガニックコスメのソーシャルマーケティングを行う。

## 7. 参考文献

<http://www.kotoshina-kyoto.com/>

[http://www.seiryu-u.ac.jp/u/education/gakkai/e\\_ronsyu\\_pdf/No124/01\\_kishimoto.pdf](http://www.seiryu-u.ac.jp/u/education/gakkai/e_ronsyu_pdf/No124/01_kishimoto.pdf)

<http://www.kochi-tech.ac.jp/library/ron/pdf/2014/14/a1150396.pdf>

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●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、調査に使用したアンケート）

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc5C6aivHrkom1FtcaaCwZZqF\\_YT\\_7yuuvK6iF\\_2aIqszb59w/vi](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc5C6aivHrkom1FtcaaCwZZqF_YT_7yuuvK6iF_2aIqszb59w/vi)

**【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。**

・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）ものに限りです。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、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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。