

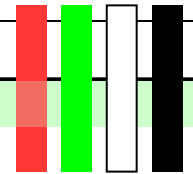
『 マーガレット・ジョセフィン  
～ ここからでっかくなりますよ ～ 』



6班

大角奈々恵 大津英子 大橋秀行  
蔭木達也 西尾沙奈  
佐藤裕真 平賀達也 中徳祐介





# 0. 本日の流れ

<発表15分、フィードバック10分>

①

## 自社紹介

『マーガレット・ジョセフィンとはいかなる会社なのか？どのような製品を扱い、どの市場に進出しているのか？』などを簡潔に説明。

②

## 現状分析

現在MJでどのようなことが問題で、どのような状況に置かれているかを把握し、それらをもとに分析をし、顧客・競合といった要素と絡めて考える。

③

## 目標・政策方針

現状分析で得られたことから、何が問題で、それをどうする必要のあるのかを見極め、目標を決め、政策方針を固める

●発表中は静粛によろしくお願いします●

④

## 政策

認知度を向上し、消費者に対する商品への理解を広げ、マーガレット・ジョセフィンシャンプーが新しい市場のパイオニアとなることを目指した政策を紹介。

⑤

## 今後のビジョン

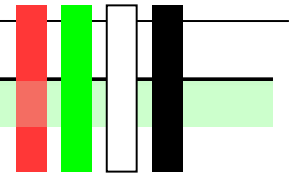
政策をやって、その先どういう方向性で、何を目指していくのか。ただ短期的な政策に終わらないための考察。

⑥

## フィードバック(FB)

\*お手柔らかにお願いします。





# I . 自社紹介(1)

## ▽企業概要▽

設立して13年目の振興企業！  
資本金1,000万円！？(疑わしい)  
事業内容:ヘアケア・スキンケア商品の企画・製造・販売  
企業理念:“偉大なる平凡の営み”  
主な取引先:アデランス、高島屋、東急ハンズ、ロフト、伊勢丹など

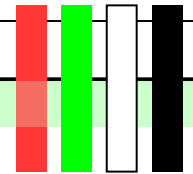


MARGARET JOSEPHIN

## ▽活動情報▽

客層:20代後半～30代の独身OL  
広くは高校生～40代の女性  
広告宣伝:女性誌の広告・特集、ネット上の広告、イベント協賛  
その他:環境問題への取り組みに力を入れている。





# I . 自社紹介(2)

## MJ

▽製品(MJヘアケア)のセールスポイント・開発コンセプト  
 頭皮ケアによる髪全体のダメージケア  
 石油系合成界面活性剤不使用、低刺激性の洗浄成分  
 SOD、PECビタミンリズム(MJオリジナル成分)  
 天然植物成分、保湿成分



## 他社(某S社)の製品

皮膚にとっても危ない成分「」を大量に含んでいる。  
 ↓  
 何気に一般消費者は気づいていない…



**成分が最大の強み!**



## II. 現状分析

### MJシャンプー

- ・商品の個性がない

### 高級シャンプー市場の未分化性

- 品質・価格・宣伝が似たり寄ったり
- 販売が小規模(コスト小・利益率高)

### 客層(20代～30代女性)

- ・平日は労働時間長い、睡眠時間短い
- ・休日は積極的に外出する(ショッピングが大半)
- ・美容にある程度お金をかけている

## Ⅲ. 目標・政策方針

- ◆ 市場の未分化性  
→市場のイメージを確定しなくてはいけない
- ◆ 商品について  
→個性を明確にし、ブランドを認知してもらわなくてはならない
- ◆ 客層について  
→現在の客層にMJをもっと知ってもらう

→『MJが新規市場のパイオニアに』



## IV. 政策

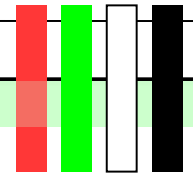
### ◆ 直販店の設立

- 駅の中につくる
  - 話題性、ブランドイメージ、顧客とのコミュニケーション
  - 宣伝効果大
  - まずは短期テナント→出店コスト低

### ◆ キャッチコピー

- ブランドや商品の明確化
- 既存低価格シャンプーとの差別化
  - 消費者の目をよりよいシャンプーへ





# IV. 政策（AIDMAを使っての説明）

直販店前、または  
広告に遭遇！

**A**tend

あれ！？あの  
「キャッチフレーズ」  
って何だ？



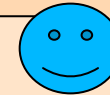
**I**nterest

もしかしたら…  
私の頭皮も…



**D**esire

マリンコラーゲン…って  
気になるなあ☆



**M**emory

今は時間ないから次行っ  
てみようかなあ。



**A**ction

よし！  
買おう！

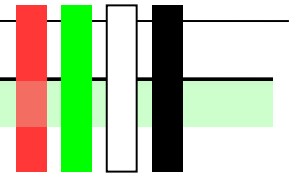


直販店、またはネットで  
購入

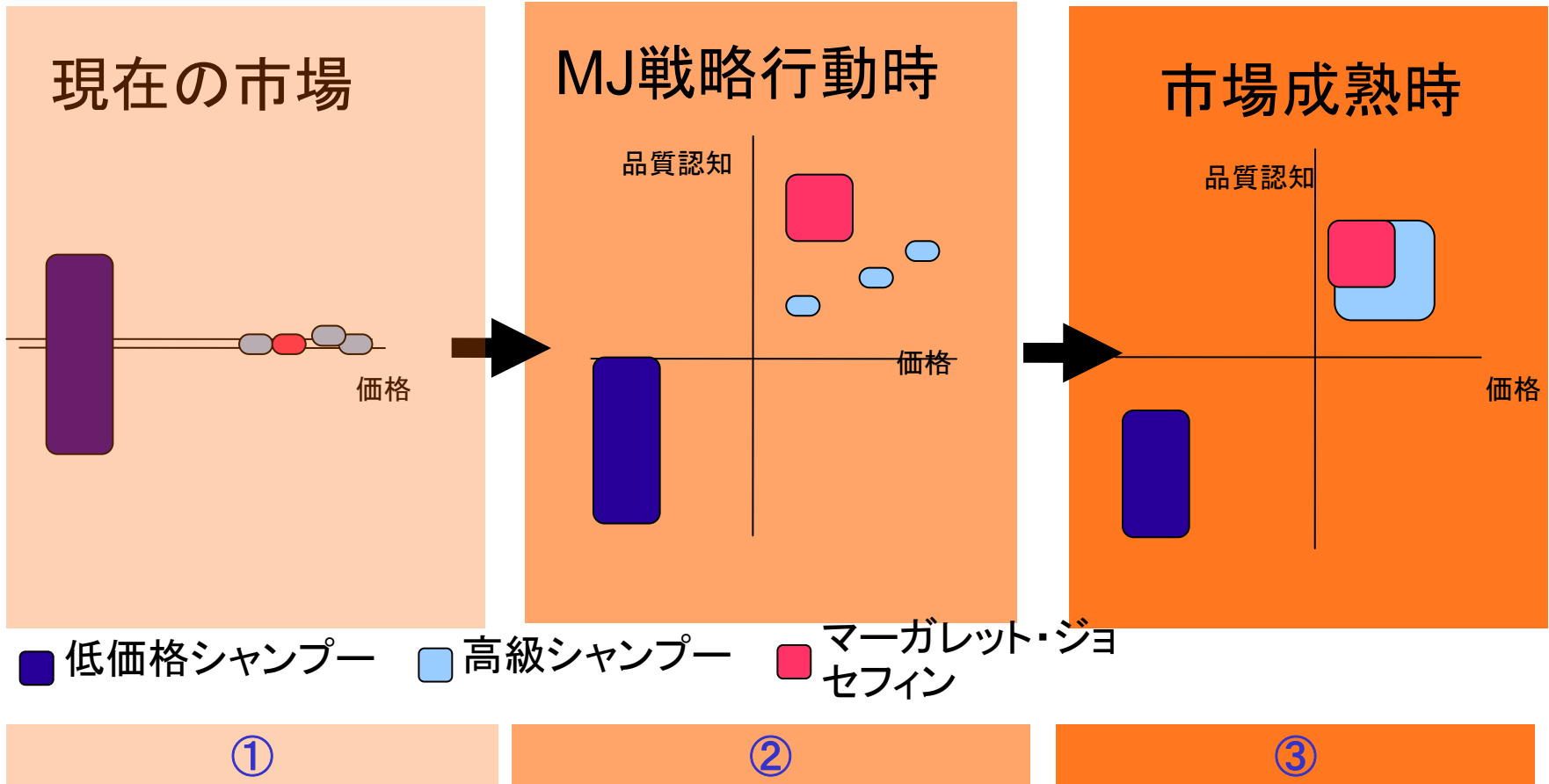
AIDMA  
AIDMA  
AIDMA  
AIDMA

AIDMA  
AIDMA  
AIDMA  
AIDMA





# V. 市場変革ビジョン



ご静聴どうもありがとうございました。