

プロジェクトの目的と活動内容

プロジェクトの位置づけと活動目的

●ヤング向け(高校生=ミドルティーン~大学生、ヤングOL)コスメ開発にあたり、流行の影響を受けやすいニーズ(特に“色”)を先取りし、消費者動向を的確に捉えるためのマーケティング手法のひとつとして、当該プロジェクトを位置づけます

1. すでに実績をあげているヘアスタイル定点観測のメイクアップコスメバージョンとして

・ヘアスタイル定点観測は東阪を対象にタウンウォッチングを通じて、予測活動を行っている
メイクアップコスメでは、当社保有のモニターを活用した形で、消費者観測を行うものとする

2. 開発にかかる期間を見越し、1年先の動向を予測できるプロジェクトにする

・例えば、'98春の商品化には'97.2~3月の提案(レポート)という開発スケジュールを念頭におき、タイムリーな情報収集・報告活動を行う
・実際には2年先の予測となり、その“きざし”をいち早く先端消費者の中から見い出すことがポイントとなる

3. 現状と今後のニーズから予測すべきこと

・発売時点からみると、情報の裏付けはかなり逆のぼったものとなる。したがって、情報収集にあたっては「現状」とともに「今後のニーズ」→特に「シズナルなニーズ」を捉えておく必要がある。この点を念頭におき、例えば①イメージニーズ、②アイテムニーズ、③カラーニーズ、④テクニカルニーズ、というように、メイクアップコスメニーズをいくつかの要素に分解して、動向をチェックすることも必要である

活動ステップ(これまでの活動フロー)

●当該プロジェクトにおいては、まず情報提供者となる高校生・大学生のモニターを抽出し、その後、固定メンバーによる定期的活動とする。但し、年1回はメンバーの一部入れ替えを行い、活性を図り、マン初を防ぐものとする

活動ステップとスケジュール

	'96.10~11	'96.11~12	'96.11~12	'97.2~3
活動フロー	①リクルートテストの実施 TELスクリーニング後、郵送法による、さらに細やかなプロジェクトモニターの選抜	→②a. 選抜モニターによるプロジェクト化(20名) ※プロジェクトメンバー以外に予備軍として5~6名キープしておく ・モニターのプロフィール作成(ハイクモニター/リーダーモニター) ・モニターコンタクト(協力コンセンサス取り)	②b. 活動内容の検討 ・収集すべき情報内容 ・手法の具体化 ・モニター活動がイテンス作成 ・情報収集のフォーマット開発	→③情報収集開始 ・モニターコンタクト ・発送・回収 ・チェック、分類、レポート作成
活動のポイント	・当社モニター(高校生・大学生)より、コスメメイクアップのモニターを抽出 *モニターの質が大変重要 ・リクルートテスト結果も情報源として活用する	・抽出したモニターをさらに特化したハイクモニターと市場をリードするリーダーモニターに分けてグループ分けしておく *情報内容もこのグループ別に分析する	・「現状」と「今後のニーズ」をそれぞれ有効な手段により収集する	
	年1回のブラッシュアップ		定期化(但し、結果検討)	

情報収集内容

	現状把握・実践情報	今後のニーズ予測情報
(1)フォーマットレポート	●ショッピングレポート(全員) ・期間中、購入したメイクアップコスメの実状レポート 購入商品の詳細(色見本添付) + 購入の背景チャネル...など ・リップ、アイメイクアイテム、チークに限定した情報収集 ●今年の夏はこんなことをしたレポート(全員) ・メイクからヘアアレンジまで幅を広げ、この夏チャレンジしたことを報告する ※初回は'97.夏の実体験レポート(プロジェクトIIA期)	●今年の夏はこんなことをしたいレポート(ハイクモニターのみ) ・メイクからヘアアレンジまで幅を広げ、この夏チャレンジしたいことのレポート ex)肌を焼く、髪型をチェンジしてメイクも変えたい、など →モニターの近未来のフェイス、ヘアスタイルに対する関心内容をチェックする
(2)アクティブレポート(クリッピングなど)	●“こんなメイクに関心をもった”レポート(全員) ・雑誌のクォータ、イメージ Photo、広告、記事など、こんなメイクに興味をもった、という資料のクリッピングと背景レポート ex)なぜ、どこに関心をもったのか? また実践度は? →関心のあるメイク内容、テクニックのチェック、色に対する関心度も抽出	●“こんなコスメが欲しい” “こんなメイクに憧れる”レポート(全員) ・雑誌の記事、広告などからこんなメイクアップコスメが欲しいというもののクリッピングと背景レポート →欲しいコスメのアイテム、カラーのチェック ・色については年間キーカラー・カラーニーズ、シズナルカラーニーズをチェックする *使ってみたいカラーシートをチェックしてもよい

タウンウォッチング

●ヤング情報をもとに、タウンにおけるコスメモニター情報のキャッチ
・ヤングが目ざすNEWメイク実践者の情報をキャッチし、トレンドの先取りとして活用