

カゼナオル現ユーザーから見たターゲット選定

N=1022

カゼナオル購入者のプロファイル (N=26)

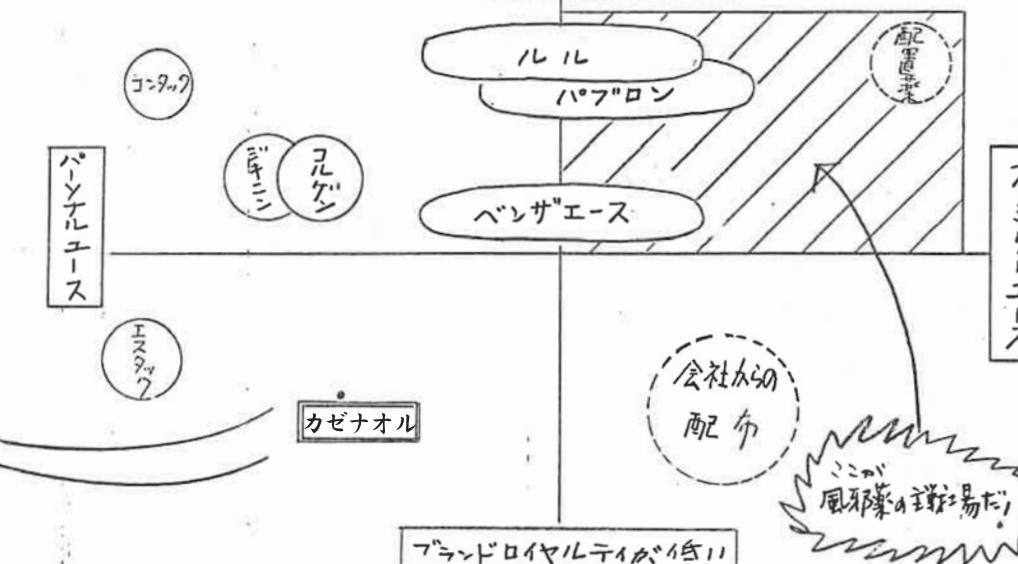
性別	男性	女性
年齢	10代	16人
10代	-	1
20代	4	6
30代	2	3
40代	3	3
50代	1	3

学生	学生
サルバソ	OL
従員	従員
商工	主婦
その他	

- サンプルじゃないので、ユーザーを特定できない。
- 主婦、サルバソ、OLの順が多い。

ブランドロイヤルティとターゲットからみたカゼナオルのポジショニング

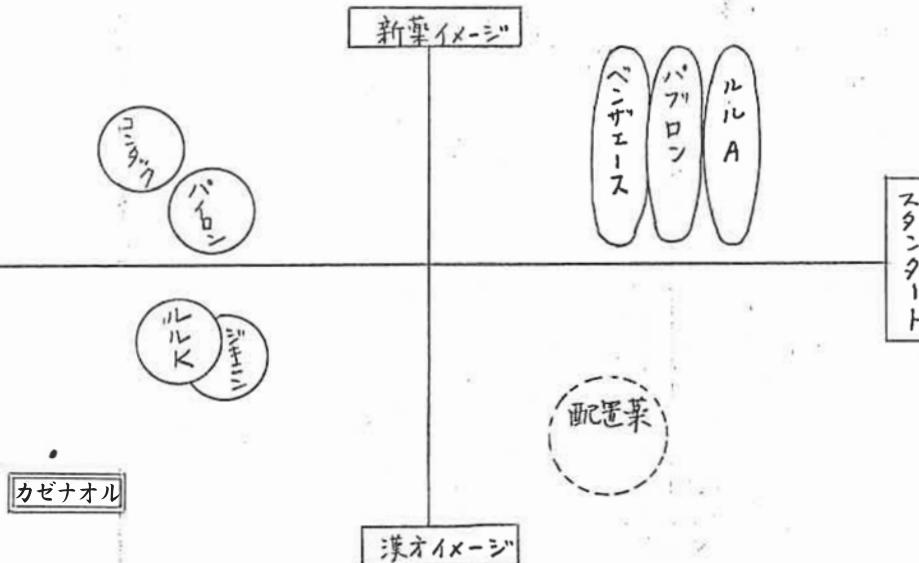
ブランドロイヤルティが高II



- エ位3ブランド（ルルパフロン、ベンザ）はファミリーストア中心で世帯常備薬としてオリエンタル大きい。
- 4位以下のブランドはパーティクルースをメインにしていると見られる。
- カゼナオルは現状のポジションで上位で伸びはなし、今後はブランドロイヤルティを高め、ファンを増やす。

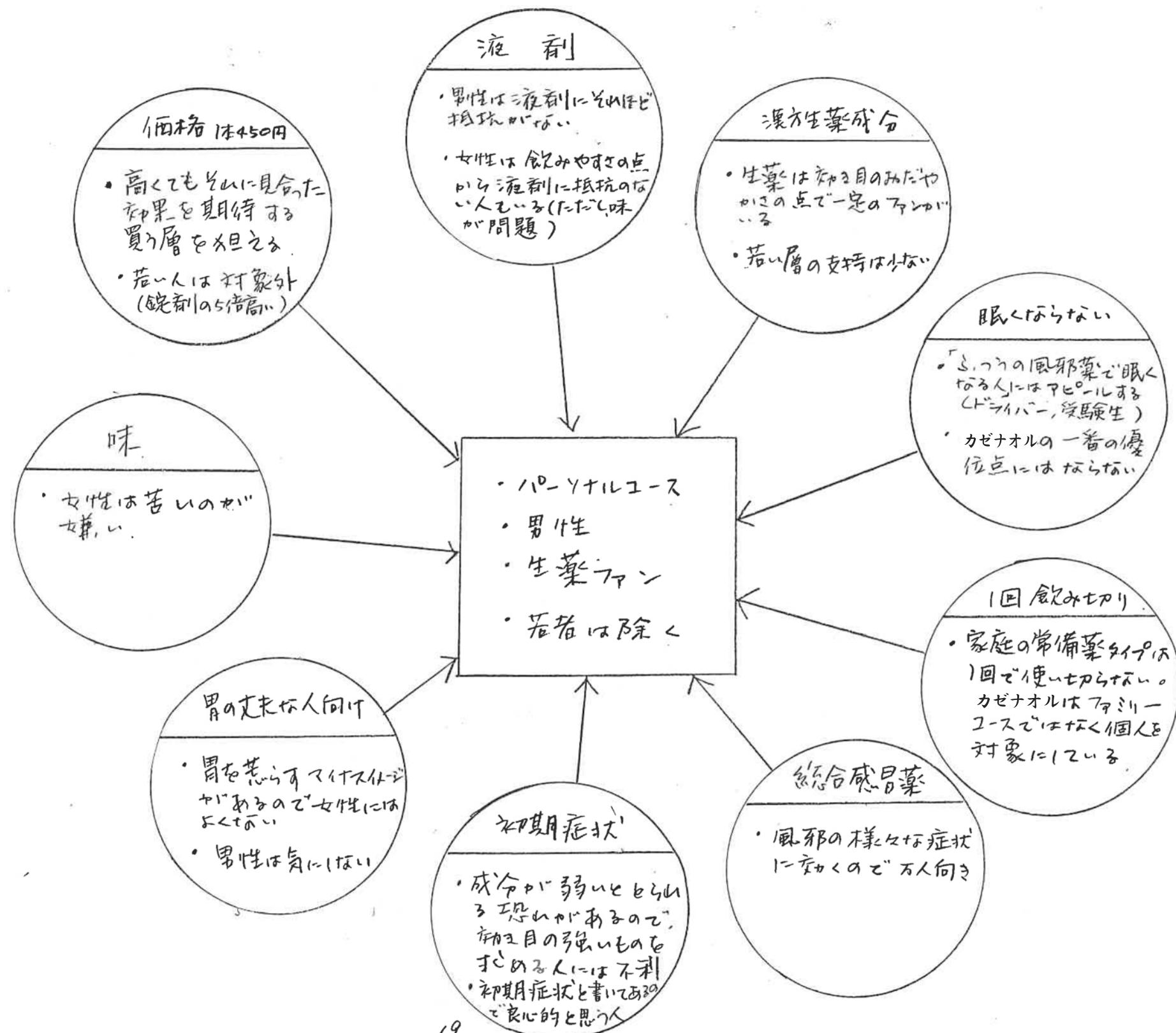
ブランドの新しいと薬剤イメージからみたカゼナオルのポジショニング

新薬イメージ

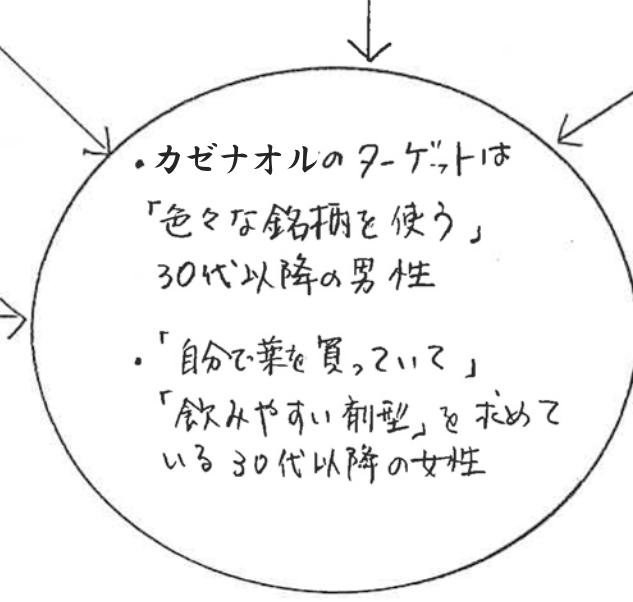
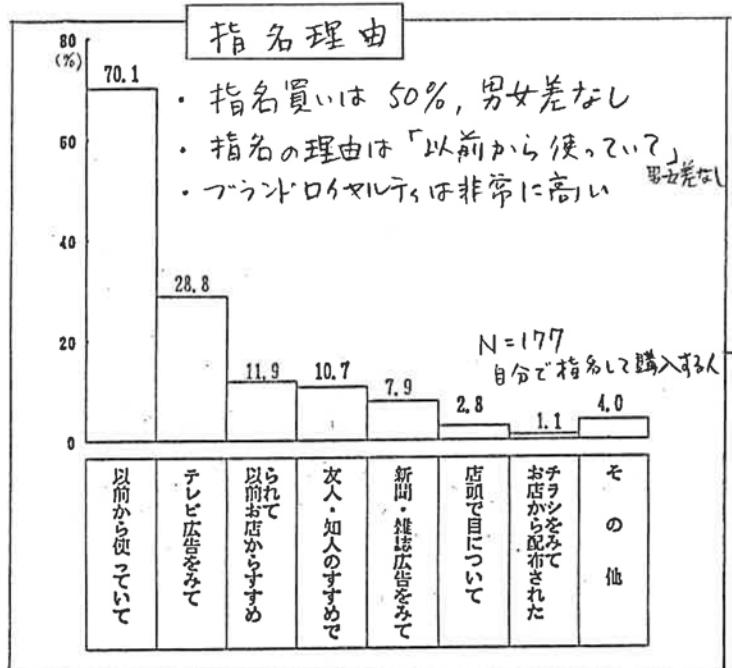
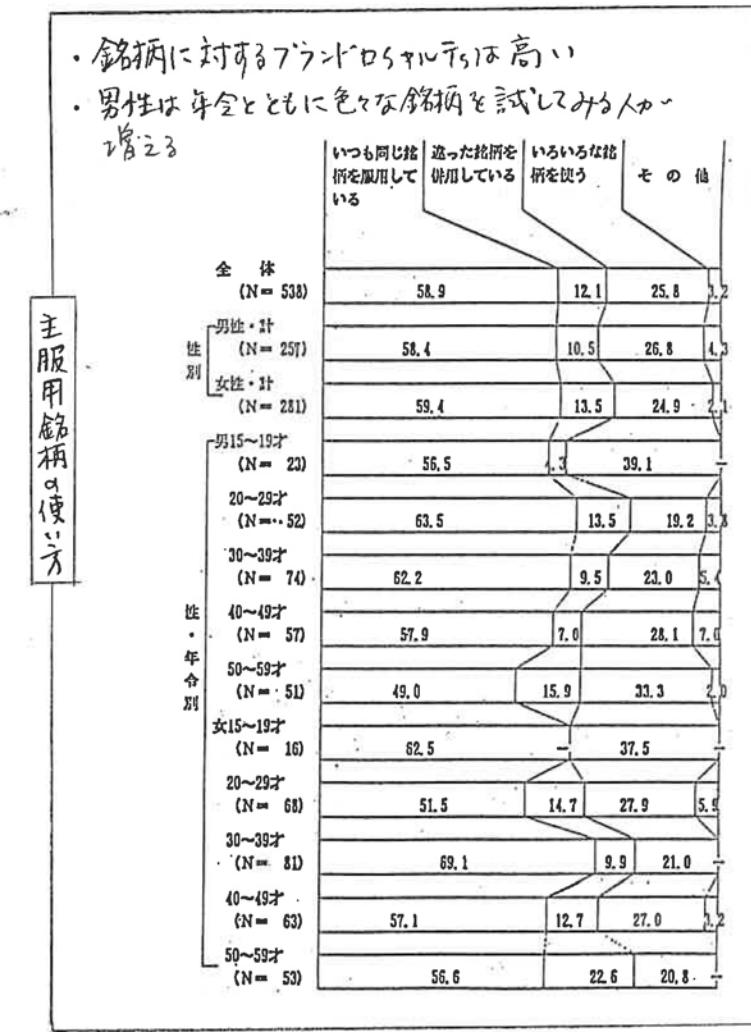
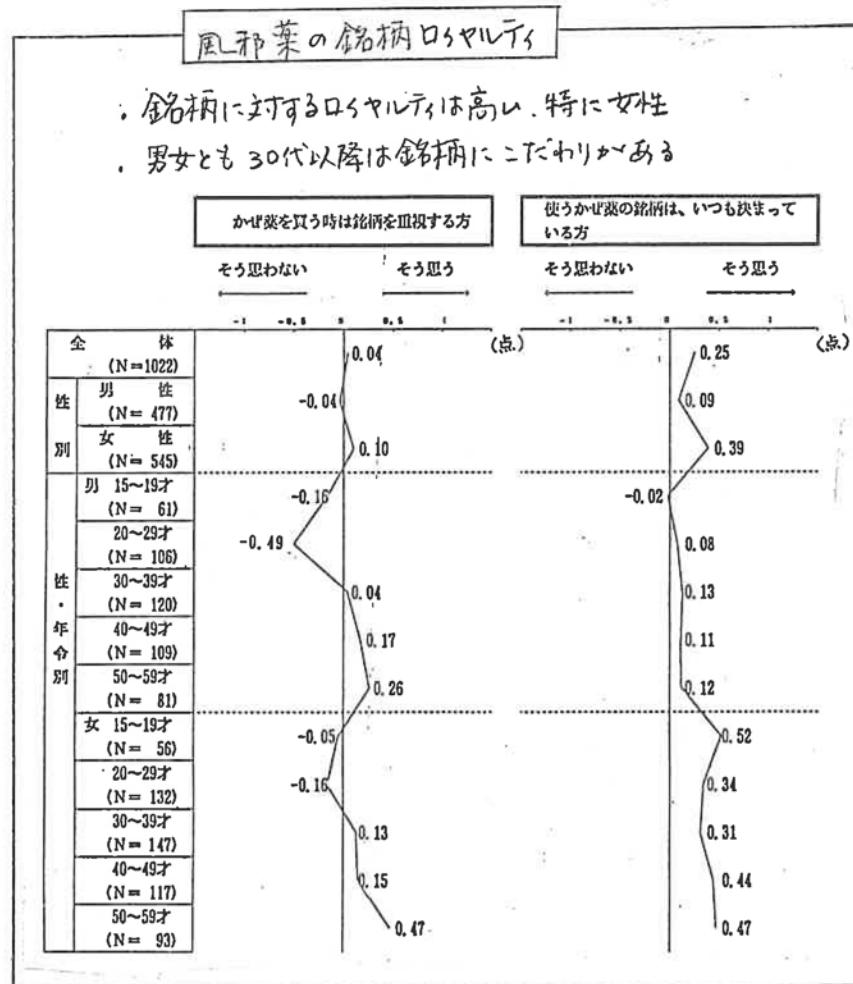
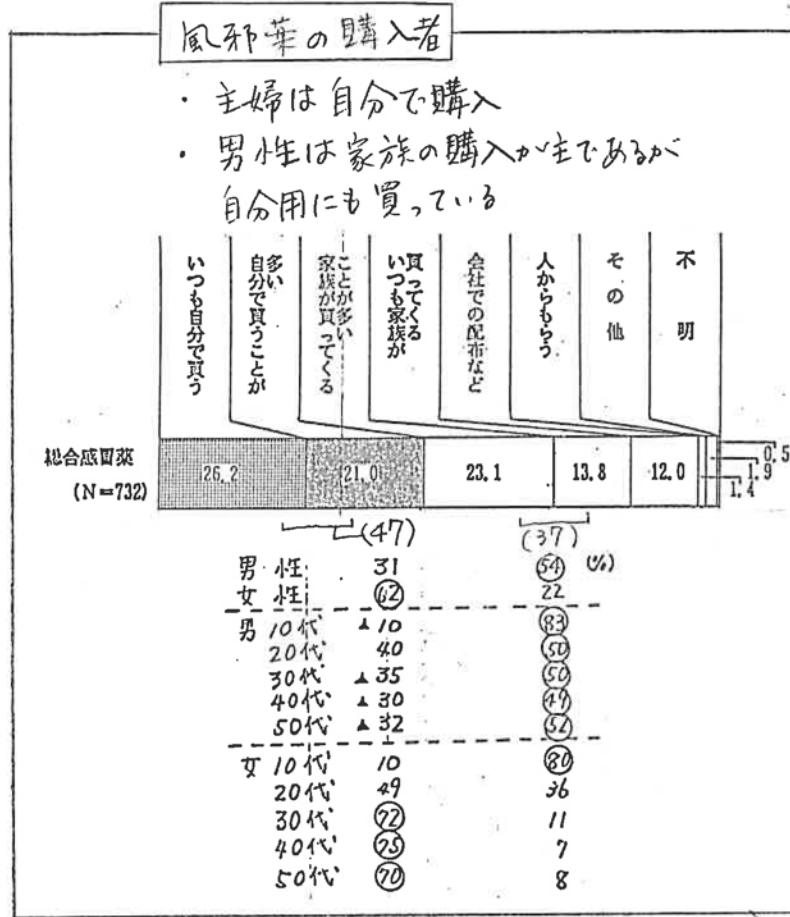


- 上位3ブランドは新薬のイメージで歴史も古くスタートである。
- カゼナオルは漠然でありながら後発創薬という目新しさがあり。最もユニークな創薬としてのインパクトを持つ。

カゼナオルの商品特性から見たターゲット選定



風邪薬の購買行動から見たターゲット選定



・銘柄を決める際 女性は「飲みやすさ」と「剤型」の点が男性よりもわかる。

・男性は「飲み目」と「持続性」

自分で購入する人 (N=346) 男=108人、女=238人

全 体	男 性	女 性	
持続性	24	31	21
飲み目の程度	47	51	45
適応症状	52	44	56
飲みやすさ	48	32	52
副作用	28	22	30
剤型	19	9	24

男性の方から気にする点、女性の方から気にする点

剤型の比較

錠剤

消費者心得(23件)

- | | |
|----------|----|
| 1. 飲みやすさ | 62 |
| 2. 携帯の便利 | 45 |
| 3. 保存が楽 | 38 |

顆粒

- | | |
|-----------|----|
| 1. 吞むのが早い | 47 |
| 2. 味が苦い | 30 |
| 3. 飲みにくさ | 29 |

カプセル

- | | |
|-----------|----|
| 1. 飲みやすさ | 47 |
| 2. 携帯の便利 | 35 |
| 3. 吞むのが早い | 32 |

液・シロップ

- | | |
|-----------|----|
| 1. 幼児・小児用 | 59 |
| 2. 飲みやすさ | 44 |
| 3. 吞むのが早い | 39 |

剤型の特徴

価格	用途	味 飲みやすさ	携帯	容量 用法	心理的イメージ
割安 (1日225円)	遅い感じ	飲みやすい 味を感じ ない	やや不便 1回3粒 包装はない	ビン入り 大びんから 小びんまで 多様 1回3粒	安心感がある。

錠剤と カプセルの 中間 (1日375円)	すぐ溶ける のが早い 感じ	飲みやすい 味を感じ ない 苦さ	便利 個別包装	1回3包	漢方のイメージ もある。
--------------------------------	---------------------	---------------------------	------------	------	-----------------

割高 (1日420円)	異なった成分 が入っている ので長続 する。色々 の症状に効く	飲みやすい 味を感じ ない	便利 個別包装	1回2粒 用法	新薬の先端 イメージもある。
----------------	---	---------------------	------------	------------	-------------------

液剤はうつろい使用のシロップもイメージするので 省略する。

ユーザーイメージ

ファミリーエース

家庭の常備薬

あらゆる階層で
安定した人気

ファミリーエース

どちらかと言えば個人で使うイメージが強い。

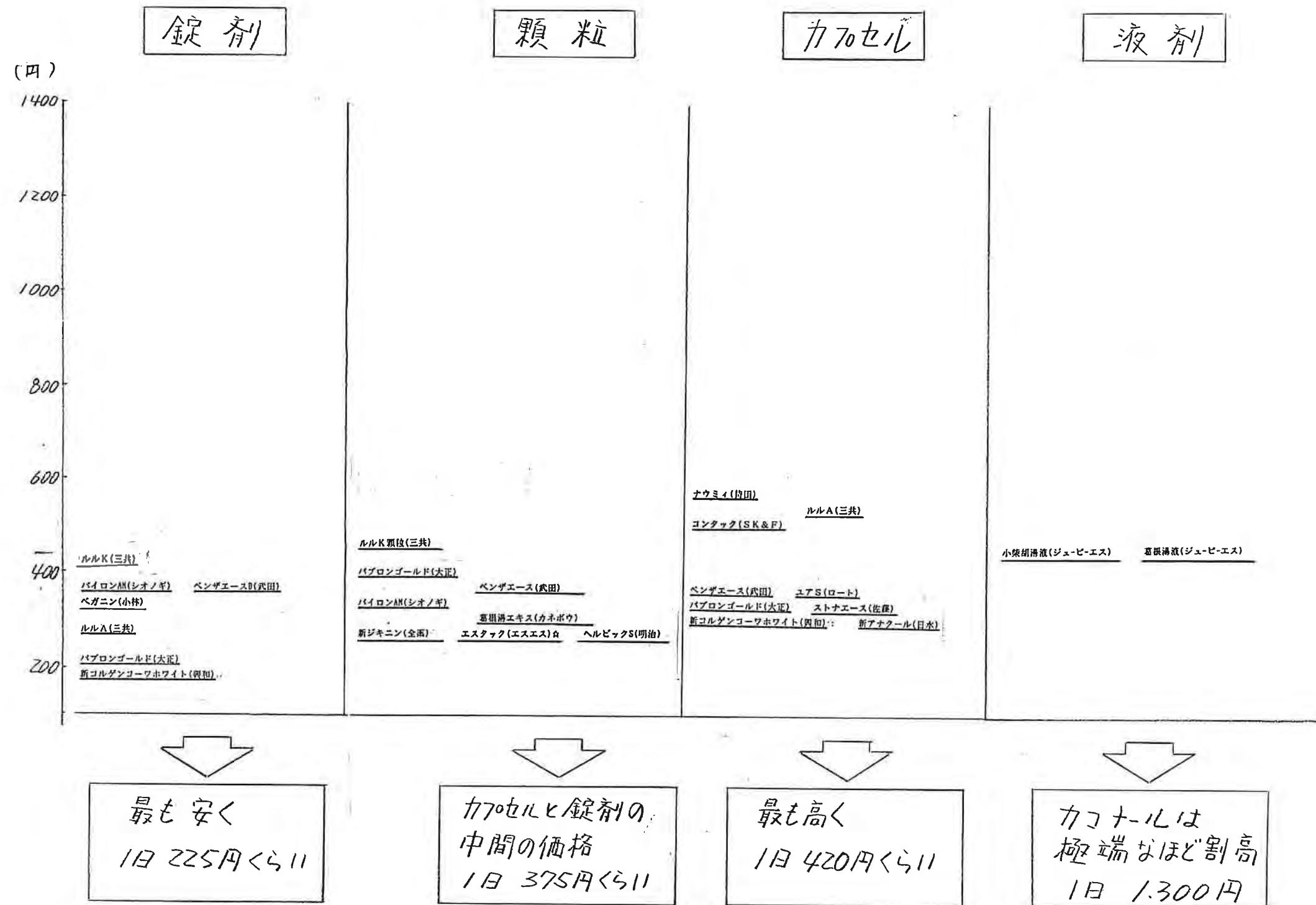
ファミリーエース

どちらかと言えば個人で使うイメージが強い。
今後利用者が増える。

幼児専用

大人の飲み心地
は子供のそれ。

価格面から見た剤型の比較

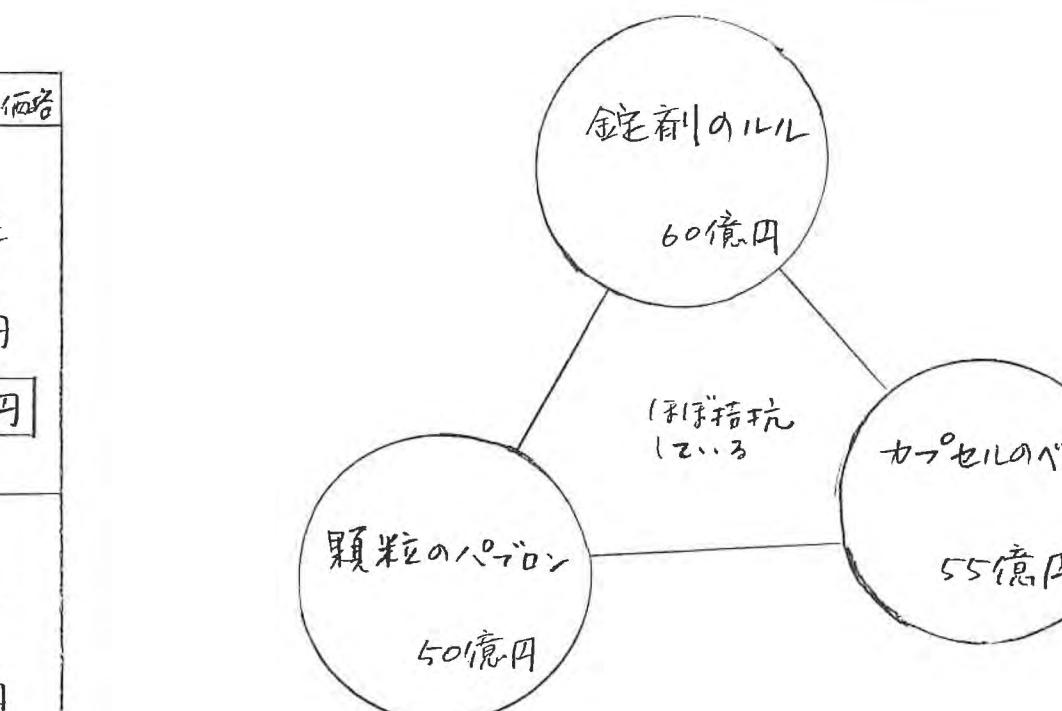


主要ブランドの剤型別 齡量合状況

①は1錠(包、カプセル)当たりの単価

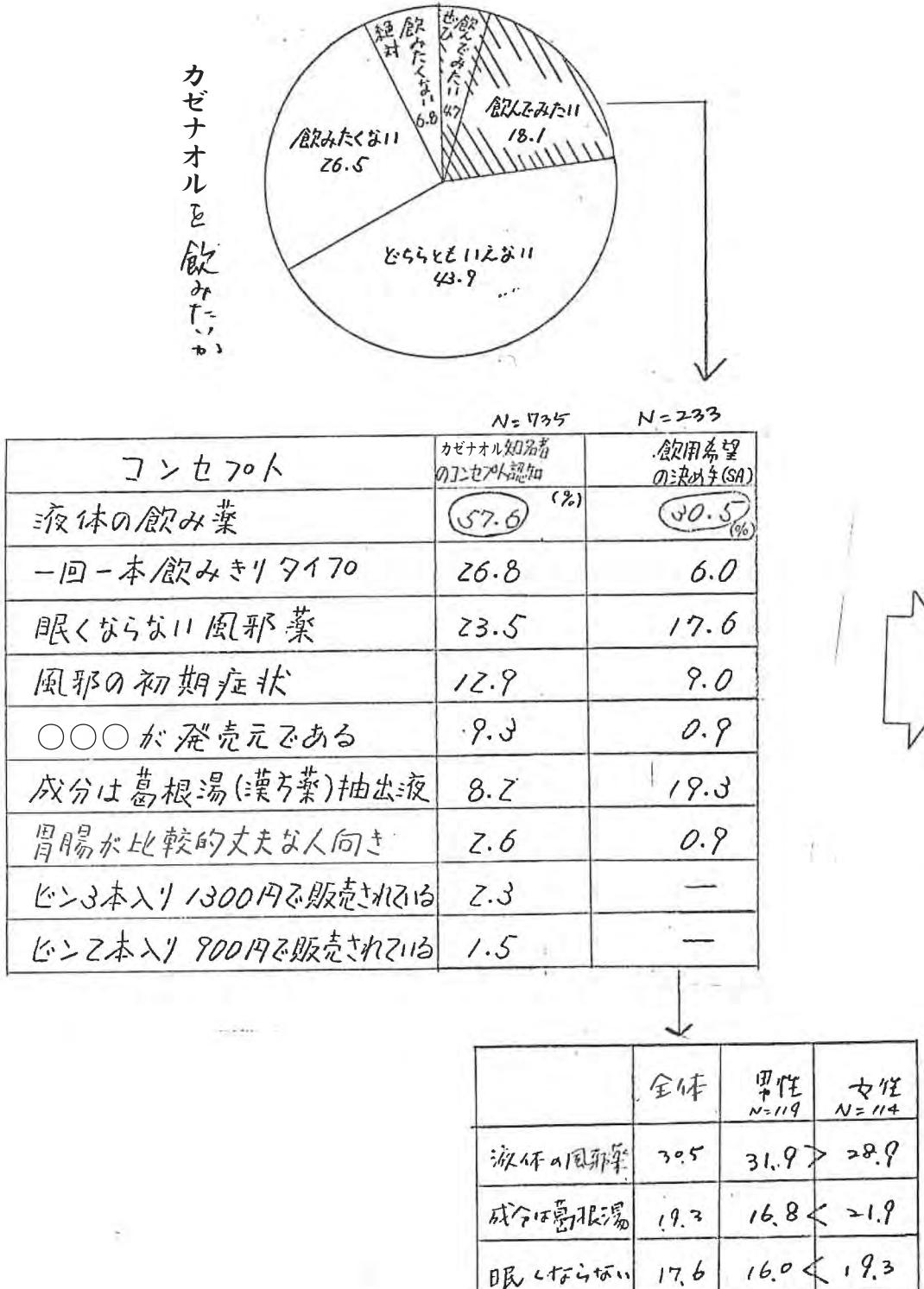
	ルル	ベンザ	ハロ	エスター	コルケン	コニタツ	ジキニ	合計在庫	1日当たり平均価格
錠	新ルルA 30T 880円 新ルルA 50T 1350円 新ルルA 70T 1750円 新ルルA 100T 2300円 ルルK 36T 1380円 ルルK 60T 2000円	ベンザエース 40T 1500円 ベンザエース 60T 1900円 ベンザエース 100T 2000円 ベンザエース 60T 1900円	ハロアロンS錠 45T 1200円 ハロアロンS錠 65T 1600円 ハロアロンS錠 90T 1950円 ハロアロンS錠 120T 2100円 ハロアロンS錠 150T 1500円 ハロアロンS錠 65T 1450円 ハロアロンS錠 90T 1900円 ハロアロン三層錠 45T 1000円 ハロアロン三層錠 60T 1300円 ハロアロン三層錠 90T 1700円 ハロアロンアーティグ5T 1000円 ハロアロン学童用 45T 950円	エスターJ-ルル錠 60T 1350円 エスターJ-ルル錠 90T 1950円 新エスターJ-ルル錠 60T 1250円 新エスターJ-ルル錠 90T 1800円	コルケン 新コルケンコ-7ホワイト錠 54T 1200円 新コルケンコ-7ホワイト錠 90T 1800円	コニタツ 新ジキニン 48T 1200円 新ジキニン 84T 2000円	ジキニ 新ジキニン 48T 1200円 新ジキニン 84T 2000円	115錠	1回 1錠定 1日 3回 1回 75円 1日 225円
顆	ルルK 6P 780円 ルルK 10P 1500円 ルルK 16P 2000円	ベンザエース 10P 1400円 ベンザエース顆粒 12P 1500円 ベンザエース顆粒 10P 1400円	ハロアロンJ-ルルP 8P 1200円 ハロアロンJ-ルルP 12P 1600円 ハロアロンJ-ルルP 20P 2600円 ハロアロンJ-ルルP 8P 1000円 ハロアロンJ-ルルP 12P 1400円 ハロアロンG 6P 980円 ハロアロンG 12P 1800円 ハロアロンG 18P 2500円 ハロアロンG 8P 1000円 ハロアロンG 12P 1400円 ハロアロンG 20P 2200円	エスターJ-颗粒 8P 900円 エスターJ-颗粒 12P 1250円 エスターJ-颗粒 16P 1600円 エスターJ-颗粒 22P 2000円	コルケンコ-7 12P 1300円 コルケンコ-7 18P 1800円	新ジキニン 10P 1300円 新ジキニン 15P 1800円 新ジキニン 20P 2200円	ジキニ 新ジキニン 10P 1300円 新ジキニン 15P 1800円 新ジキニン 20P 2200円	80錠	1回 3包 1日 3回 1回 125円 1日 375円
力	新ルルA 1BC 1380円	ベンザエース 22C 1500円 ベンザエース 32C 1900円	ハロアロンコ-ルド 1BC 1300円 ハロアロンコ-ルド 36C 2300円 ハロアロンカ-ルド 24C 1400円	新エスターJ-W 12C 880円 新エスターJ-W 18C 1300円 新エスターJ-W 24C 1650円 新エスターJ-W 36C 2300円	新コルケンコ-7 20C 1500円 新コルケンコ-7 30C 2000円	ジキニ ジキニ 1BC 1300円 ジキニ 36C 2400円	ジキニ ジキニ 1BC 1300円 ジキニ 36C 2400円	130錠	1回 2.67セリ 1日 3回 1回 120円 1日 420円
その他 粉末 液・油 膏	小児用 新ルルA 20g 100ml 980円	小児用 ベンザエースシロップ 60ml 900円	小児用 ハロアロンコ-ルド 60ml 900円 ハロアロンコ-ルド 120ml 1200円 シロップ 60ml 800円 シロップ 120ml 1500円	(小児用) エスターJシロップ 60ml 900円 エスターJシロップ 120ml 1200円	(小児用) 新コルケンコ-7シロップ 120ml 1200円	ジキニ ジキニシロップ 24ml 550円	ジキニ ジキニシロップ 24ml 550円	13錠	
合	77錠	77錠	124錠	37錠	24錠	21錠	20錠		

メイン剤型の壳上げ



- 各社とも商品単価の高いカプセル化
- 力を置いていふ各本業が見てくる
- カゼナオルアドリーナタフタフ新規剤型と(この)市販の形態ある1-15, 1-18, 1-19のソーファーイメーションをカサカサする二種類必要1-15ある。

カゼナオルコンセフロトに7112の言平価 (N=1022)



(男性は「液体も評価し、
女性は「葛根湯」と「眠くならない」を
評価12~3)

カゼナオルの商品特性のうち一番多く知られていて、しかも一番評価されているのは、

液体の飲み薬である点である。

今後飲用を見込めるなとされない
飲用希望者に1つだけ選ばせた
コンセフロトは液体である点だった。

今までにない新たなタイプの割合型の
風邪薬である点が関心を持たれていますからだと考えられる。

次に「成分は葛根湯」「眠くならない」
が上げられています。

カゼナオルユーザーのカゼナオルに対する商品評価 (定量調査 N=26)

[○ は 評価の良かったもの
△ " としては特にないもの
× " が良くないもの]

■ 特徴認知(特長のうち覚えていること)

- ① 液体 (26.2%) ② 1回1本飲みきり (61.9%) ③ 眼くならなし (38.1%) ④ 初期症状向 (38.1%)
- × 葛根湯は認知が低 (14.3%)

■ 特徴評価(商品の特徴を「非常に良い」～「非常に良くない」で評価させた結果)

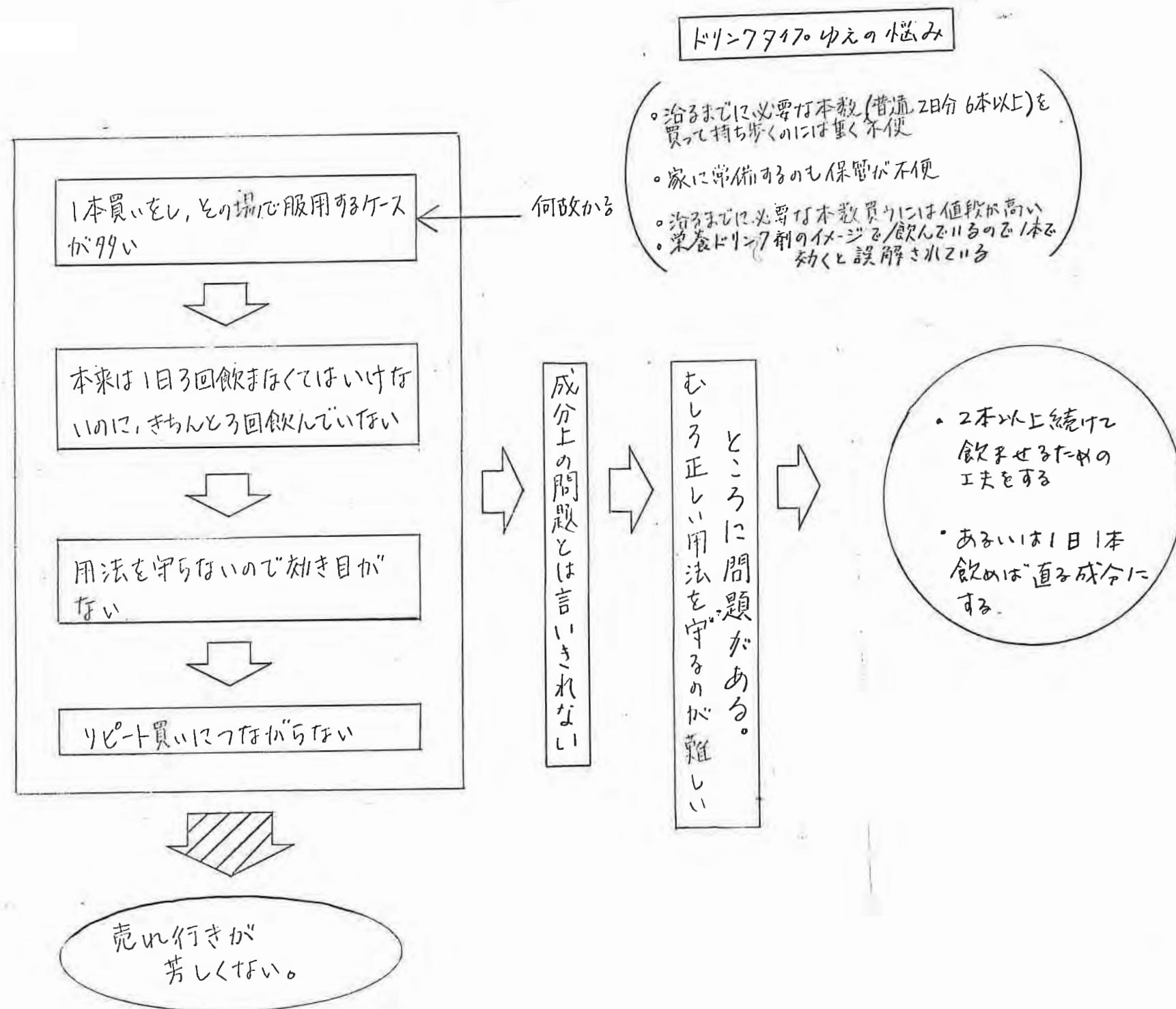
- 液体であること
- 飲みきり完結型 (→ 1本飲めば風邪が直ると誤解されている恐れあり)
- △ メーカー名は特に気にしない
- × 価格には良くない評価 (価格にみみう効果を実感できなかっ?)



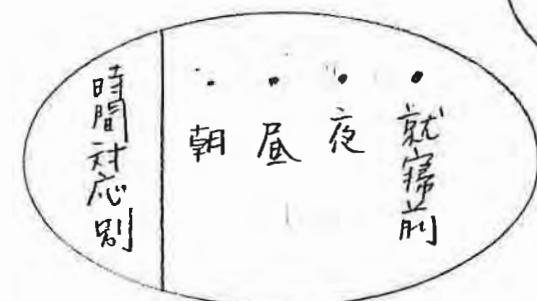
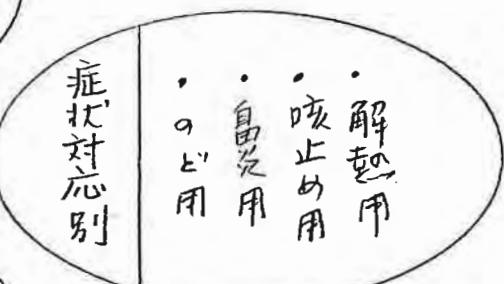
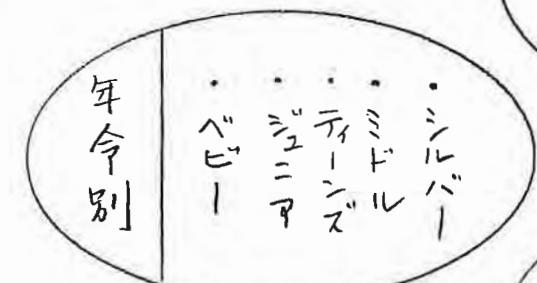
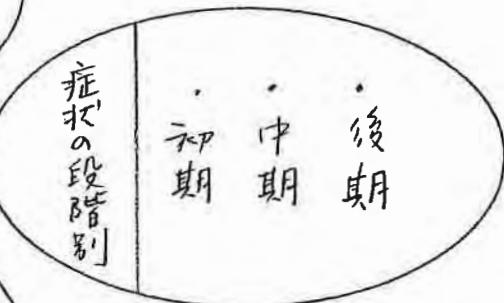
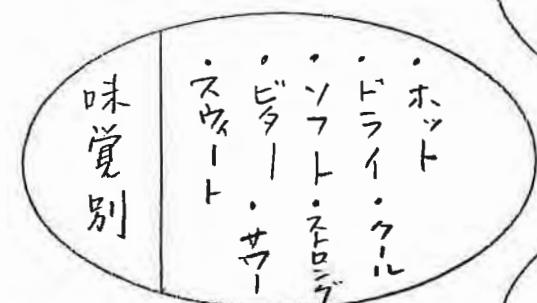
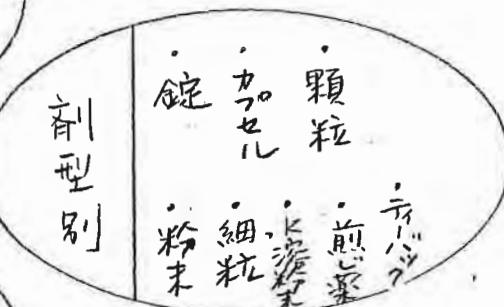
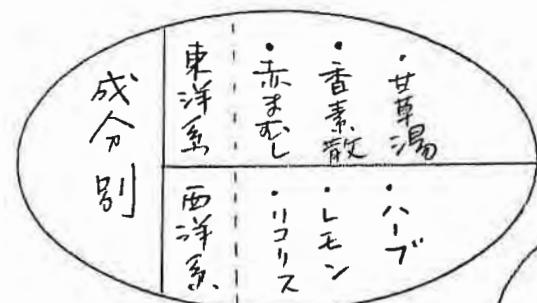
商品の課題

- ① 価格化をはかること
- ② 効き目を実感させること
- ③ (あと1年製法が守られている) 清ら葛根湯 配合の認知をさせること

カゼナオルの飲用行動からくる問題点



カゼナオルの商品バリエーション（商品展開案）



剤型	メリット・デメリット
錠剤	価格を大幅に下げる必要がある（今のところ誰でも飲める安心感がある （競合）ルルク、新ジキニン、エスタングールド他）
顆粒	漢方のイメージが強いからも安心感があり、価格を下げる必要がある漢方で定評のある先発メーカー品がある （競合）カネボウ小青龍湯、カイゲン他
カプセル	価格を下げる必要がある （競合）カイゲン、新コレジンコーア、ジキニン

症状対応	メリット・デメリット
解熱用	即効性の面でやや弱い点がある （競合）ドリンクタイプではない
鼻炎用	漢方系の鼻炎用は高いが、ユーノーは人気がある （競合）ドリンクタイプではない
咳止め	従来商品も液体が多いので飲みやすい。新薬系の商品が安全安心。 （競合）ドリンクタイプではない