

活動目的

- ❖ ネット販売で展開中の除菌スプレー「〇〇〇〇〇」の売上が伸長するための施策を考える活動です。
- ❖ 知名度の高いメーカー各社の **除菌スプレー** × **ネット販売** が活性している現状を客観性をもって分析し「〇〇〇〇〇」の強みを際立たせたコミュニケーション方法（売りに結びつく施策）に着地します。

- ◆ 誰が買っているのか？
- ◆ どういう経緯で商品に行き着いたのか？

コミュニケーション内容による関心
購入に結びつく決め手
商品評価（リピート）に結びつく決め手

施策を導くための
情報パネルはどういう消費者なの
か？

有名メーカー各社のコミュニケーションの戦略と消費者が目にする価格

1. 富士フィルム「Hydro」

➡ 身の回り品・住設・家具など除菌しておきたいモノ



- ❖ 持続性の銀+即効性のアルコールで持続除菌
- ❖ 雑菌だけではなくウイルスもやっつける。一方人体には安心

<ターゲット>

菌・ウイルス対策、子供の感染症予防
家を清潔に保ちたい多忙な人
ペット、ゴミ、洋服など生活臭対策

<商品ラインナップ>

スプレー（スタイリッシュ／汎用性）
徳用、ハンディ

<チャネル>

ネット ➡ アマゾンに集約

<アマゾン広告ページ>

シュッとするだけで1ヶ月以上ずっときれいが続く
カビ・菌・ウイルスから家族を守る
使えば使うほど除菌効果はアップ

具体的には

赤ちゃん・受験生
ペットのニオイ対策
保育園／小学校等施設使用
日々の生活シーンで

菌の発生・ニオイを感じる時や
感染症リスクを減らすシーンを
多々アピールする。

<価格>

持続除菌アルコール 60%
480 ml 2720 円 (アルコール 60%)
480 ml 2728 円 (アルコール 80%)
200 ml × 2 本 2764 円
クロス 40 枚入 × 3 ケ 1628 円
100 枚 × 2 個 + ボトル付 1870 円 (空ボトルは 314 円)
300 枚 詰替 3135 円 空ボトル 2090 円 (高濃度 / 業務)

圧倒的抗菌力

1度拭いた後1ヶ月以上経っても
99.99%除菌効果が持続します

2. ユニチャーム「シルコット／ノロクリア除菌」



身の回りだけでなく、手指の拭き取りに使える

- ☆シルコットウエットはウエット市場 10 年連続売上No.1（インテージ調べ）
- ☆自然由来の抗ウイルス成分「ノロクリアプロテイン®」（キューピー社シーズ）を使用し、口に触れるものの除菌だけでなく手指にも安心
- ☆自然由来の成分でありながら 5 秒で 99%ウイルスを除去する

<商品ラインナップ>

ノンアルコールタイプ	2 品（内 1 品は除菌タイプ）
アルコールタイプ	3 品（内 1 品はテーブルキッチン用）
消毒	1 品（手指の消毒／指定医薬部外品）

<ターゲット>

小さいお子様（のいる家庭）、受験生
ウイルス・菌が気になるが自然由来の成分で安心したい人
シルコットウエットになじみのある人

<チャネル>

自社 EC サイト [「LOHAKO_アマゾン」](#) * 広告なし



<価格>

5 秒で 99%ウイルス除菌	40 枚	503 円
	24 枚	290 円
	40 枚 × 3 個	758 円
自然由来の抗菌ウイルス成分 ノロクリアプロテイン®配合	（詰替）	

3. 花王「クイックル/Joan ジョア



住居用清掃シートブランド

- ☆やさしさ処方で除菌に安心できる
 - ①99%除菌 × 24 h 抗菌
 - ②発酵乳酸配合（抗菌成分に乳酸菌生まれの天然由来成分）
 - ③ノンアルコール
- ☆食卓、キッチン廻り、子供用品、ペット用品など色々な場所に使える
※導入企業を紹介し特殊性・有効性を強調



<チャネル>

[「アマゾン」](#)・ケンコーコム、爽快ドラッグ、マツキヨ、楽天、LOHACO
<アマゾン広告ページあり> (安価) <広告あり・安価>

<商品ラインナップ・価格>

本体 300 ml	436 円	} セット品 770 円
詰替 250 ml	327 円	
詰替 250 ml × 2 個	770 円	
除菌シート 70 枚	606 円	} セット品 1001 円
詰替 70 枚	392 円	
詰替 70 枚 × 2 個	792 円	

4. ヤクルト「I (アイ) の力」

- ✿ ミネラルの一種かつ人に欠かせない栄養素であるヨウ素 (I) がウイルスや細菌を除去=ヨウ素系の除菌・消臭スプレー
- ✿ モノに付着したウイルスや細菌・不快な臭いを除去する
- ✿ 他の2つのデンプン由来成分 (トウモロコシ) は人にも環境にも優しい

<ターゲット>

小さな子供やペットのいる家庭の除菌に気を遣う人
 寝室・寝具のニオイが気になり除菌したい人
 衣類のニオイ除菌
 自然成分指向で家庭用品のボトルもシンプル指向な人

<チャネル>

アマゾン、楽天

<商品ラインナップ・価格>



300 ml 1630 円
 100 ml 980 円
 (携帯用)



ご旅行や
 外出時の
 携帯用に

300 ml アマゾン(983 円) / 楽天 (1111 円) *出店者に
 100 ml アマゾン(729 円) / 楽天 (495 円) より異なる

キッチン用品「口に入るモノにも安心して使用できる」ことからキッチン廻りの衛生観念が高い消費者の取込みを考える。
 具体的には一般的量販品が定着しているが、高機能商品 (アルコールだけではなく高い抗ウイルス成分が配合されていること) の存在を知らない消費者への告知⇒購入に至る道筋を作る



ネットショップ上のコミュニケーション要素を収集する

具体的には

- ❖ 競合品が展開するなどの情報に除菌ニーズのある消費者が注目するのか確認をし対策する。
➡ キッチン専用除菌剤として消費者に伝える情報の明確化
- ❖ 使用経験（HUT 調査）後の評価から強みとなる要素を明確にする
➡ 今まで使っていた除菌剤との違いを実感する状況や使い方の把握など

収集した情報をもとにネットショッピング上のコミュニケーション要素を組み立てる

WEB
制作現場への
フィードバック

情報収集対象パネルについて

当社保有モニターの活用 × 電話ヒアリング × Web 情報管理システム * zoho 活用

- ◆ 必須条件：キッチン用除菌剤活性者（キッチンや食卓など食卓廻りの除菌意識が高い）
定着者・住居用除菌剤使い分け活性者（除菌習慣が多岐に渡っている）

- (1) メールによる一次スクリーニング後電話ヒアリング 対象者候補を選抜
- (2) 対象者に除菌剤情報と HP アドレスを提供
自社商品と使用テスト用の 1 品を選択させる⇒HUT 調査へ
- (3) 郵送又は Web サーベイで自由記入アンケートを行い 対象者と随時情報交換を行う



自社商品と使用テスト用の 1 品を選択させる⇒HUT 調査へ

- [https://www. 自社商品を紹介する URL](https://www.自社商品を紹介する URL)
- [https://www. 競合品 \(A\) の URL](https://www.競合品 (A) の URL)
- [https://www. 競合品 \(B\) の URL](https://www.競合品 (B) の URL)

- * クリックの測定が可能
- * 購入はネット又は店頭を利用する



活動ステップ・スケジュール・予算

STEP 1

1~2W

◆活動目的・活動内容・予算の検討

*（活動予算は30~50万円を想定していますが指定予算に合わせて活動を組むことが可能です）

活動の具体化

STEP2

2M

◆情報収集活動

対象者選抜（6~8名） *ヒアリングレポート

◆選抜対象者に対する調査計画及び実施

レポート

◆ヒアリングレポート

◆Web 情報レポート

◆使用評価等 HUT 結果レポート

STEP3

2W

提案

◆分析&ネットショップにおけるコミュニケーション提案

メーカーHP の情報は SNS との違いを明確にしつつ、“購入した方が良いのでは” “我家に必要な物では” という気持ちを後押しすることが大切です