

注目企業 新需要創造 プロジェクト

人気ブランドの販促企画 昭和女子大と協働で推進

井関産業

産学連携プロジェクト実施

女性目線で開発した、女性の暮らしに寄り添うブランドとして人気を集める井関産業の「ラ コル ベイユ」。柔軟剤や下着用洗剤、クレンジングなどどれもこだわりを持った商品展開で、コアなファンを獲得している。販促面でも、ユーザーが撮影した写真をアテンションシールに採用するなど、ユーザーと共にブランドをつくって注目を集めている。

プロジェクトのパートナーは昭和女子大学・薬袋貴久准教授のゼミナール。マーケティング専攻の薬袋ゼミと、女性のために開発された生活に身近な商品でもある同ブランドは、マーケティングを進める上で親和性の高い相手とも言える。同社にとっては、若年層の考えを直接聞けるという点でメリットがあり、また、学生にとっては、自分の案が実際に販促に採用されるなど目に見える結果を得ることができる。

この年の4月～7月と、10月～19年1月を



プロジェクトのきっかけともなった「ラプリー365」。ユーザー層拡大が実現するか

いこうとする思いが見て取れる。そんな井関産業が2018年から学生たちとの協働プロジェクトをスタート。学生とのコラボの事例はいくつかのメーカーでも見られるが、同社の場合は数年にわたって一つのブランドを深掘りしているのが特長で、ビジネスの枠を超えた産学連携のプロジェクトとして注目を集めている。

回を追うごとにゼミの参加希望者が増加し、以降、19年度、20年度もそれぞれ前期後期の計6回をこれまで実施。回を重ねるごとにゼミ参加を希望する学生が増えていく。

これまで提案された内容は「ラプリー365」の国内店頭向けのプロモーションやインバウンド向けプロモーション、また「UKA NO食」の糖食配合米ぬかや「米ぬか配合クレンジングペースト」の認知拡大に向けたプロモーション、更に原料提案といったB to Bの施策など。どれも予算を設けるなど採用された時のことを想定しており、実際にPOPを店頭で置いたり、イベントを計画したりと採用された案も少なくない。POPに

女性・若年層の視点で新展開

20年10月～21年1月期は、3チームに分かれてプレゼンを行った。テーマは下着用洗剤「ラプリー365」、柔軟剤「オーガニックランドリー」、クレンジング「米ぬか配合クレンジングペースト」のユーザー拡大について。コロナ禍で各小売業態を取り巻く環境が変化していることを背景に、各チームがそれぞれ抱える課題やアプローチを具体的に抽出した。

「ラプリー365」では、下着用洗剤というニッチな領域に加えて、オールマイティに使える万能洗剤でもあることを強く訴求することを提案。衣類や靴を大切に扱う女性として「女性コスプレヤー」をターゲットに設定し、新たな売り場の提案を行った。

男性も取り込むことで多くの顧客獲得を狙う。男性のスキンケア市場は年々拡大しており、それをシェアロスという観点で更に開拓。未来の顧客づくりとして、婚活中の男女に向け「モテ肌・良縁応援キャンペーン」と題し、結婚相談所などでの販売を提案した。産学連携で新たな気づきの貴重な場に、同社のブランド担当者はこのプロジェクトについて「学生の方たちが当事者という意識を持ち、根拠の提示分析、企画いただけるので毎回楽しみにしています。今回のプレゼンの分も、内容を精査し、実践できるものは採用し、どのような成果になるのか彼女たちに報告したいと思っています。産学連携を通して、私たちにあっては新しいことに気が付かせていただく場となつていきます。薬袋先生からは、正解は市場お客様だけが知っているからこそ、仮説検証を踏まえたプランニング提案だけでなく、結果にもコミットできることが学びになっていくと仰っていたのでいます。彼女たちにとって、マーケティングとしての学びや自信、達成感を感じてもらえたらうれしいですね」とこれまでの活動を通じた感想を語っている。

「オーガニックランドリー」は、市場でもワンランク上の価格帯で、中でもオーキッドの香りがファンから支持されていることを背景に、普段使いではなく、気分を高めた時々の使用をイメージし、新生活を始める人たちの利用が想定される場所でのサンプリングを提案した。

「米ぬか配合クレンジングペースト」は、新しいことに気が付かせていただく場となつていきます。薬袋先生からは、正解は市場お客様だけが知っているからこそ、仮説検証を踏まえたプランニング提案だけでなく、結果にもコミットできることが学びになっていくと仰っていたのでいます。彼女たちにとって、マーケティングとしての学びや自信、達成感を感じてもらえたらうれしいですね」とこれまでの活動を通じた感想を語っている。



ブランドの世界観を打ち出した「オーガニックランドリー」の個性的な店頭

関しては導入した店舗の売り上げが確実に伸びたという実績も残している。

新型コロナウイルスで影響受けるも新たな提案。最新の20年10月～21年1月期は、先日最終