

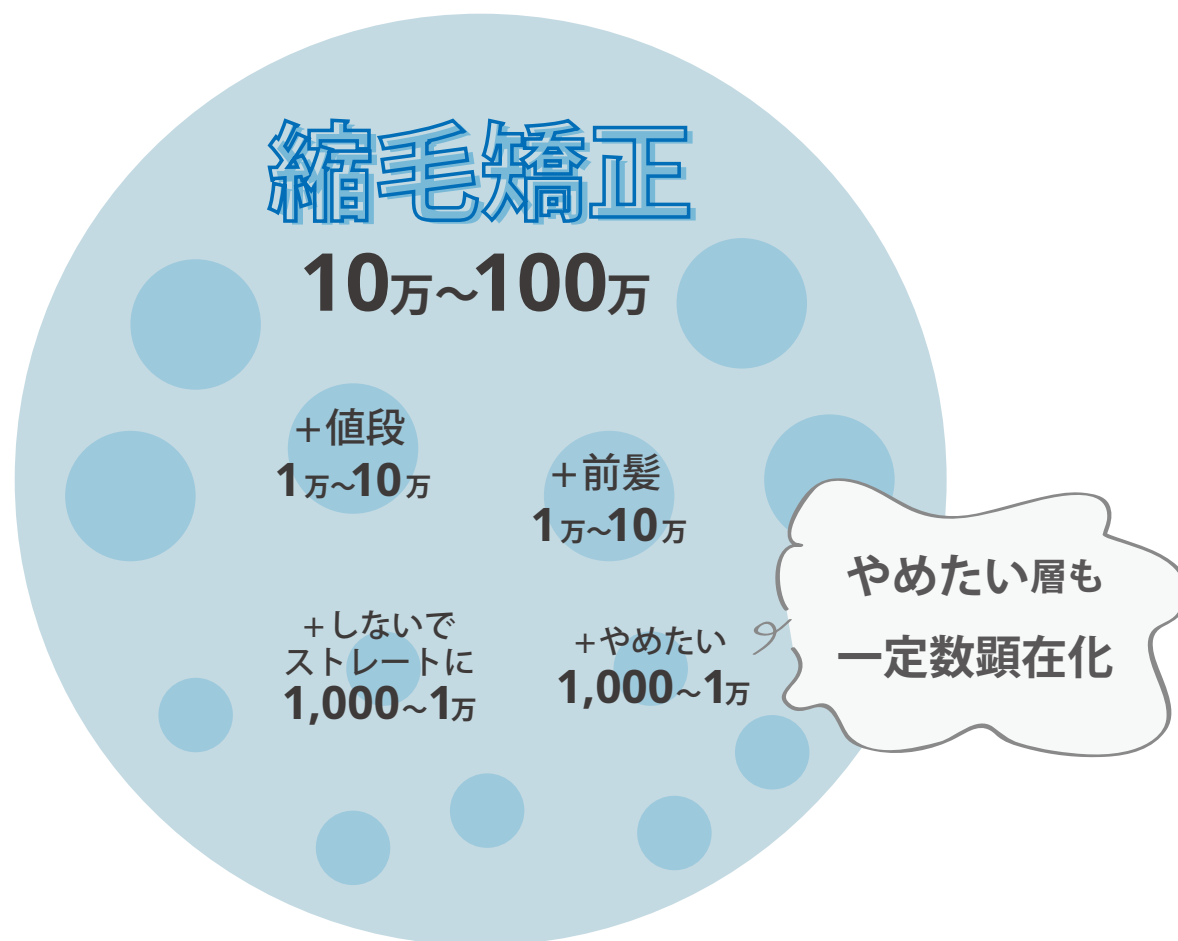


くせ毛用ヘアケアアイテムECサイト

Wave Hair Shop.jp

市場調査 | くせ毛関連の検索ボリュームの比較

悩みについての検索は少なく、解決方法である「縮毛矯正」が圧倒的ボリューム



「くせ毛」のSWOT分析

WEBサイトで信憑性のある情報を軸とし、くせ毛用ヘアケア専門通販を推進

強み

- ・個性的
- ・動きがある
- ・頭の形が良く見える
- ・オシャレに見える

弱み

- ・だらしく見える
- ・校則等で注意される
- ・いじめの対象になることも
- ・自分の思い通りにならない

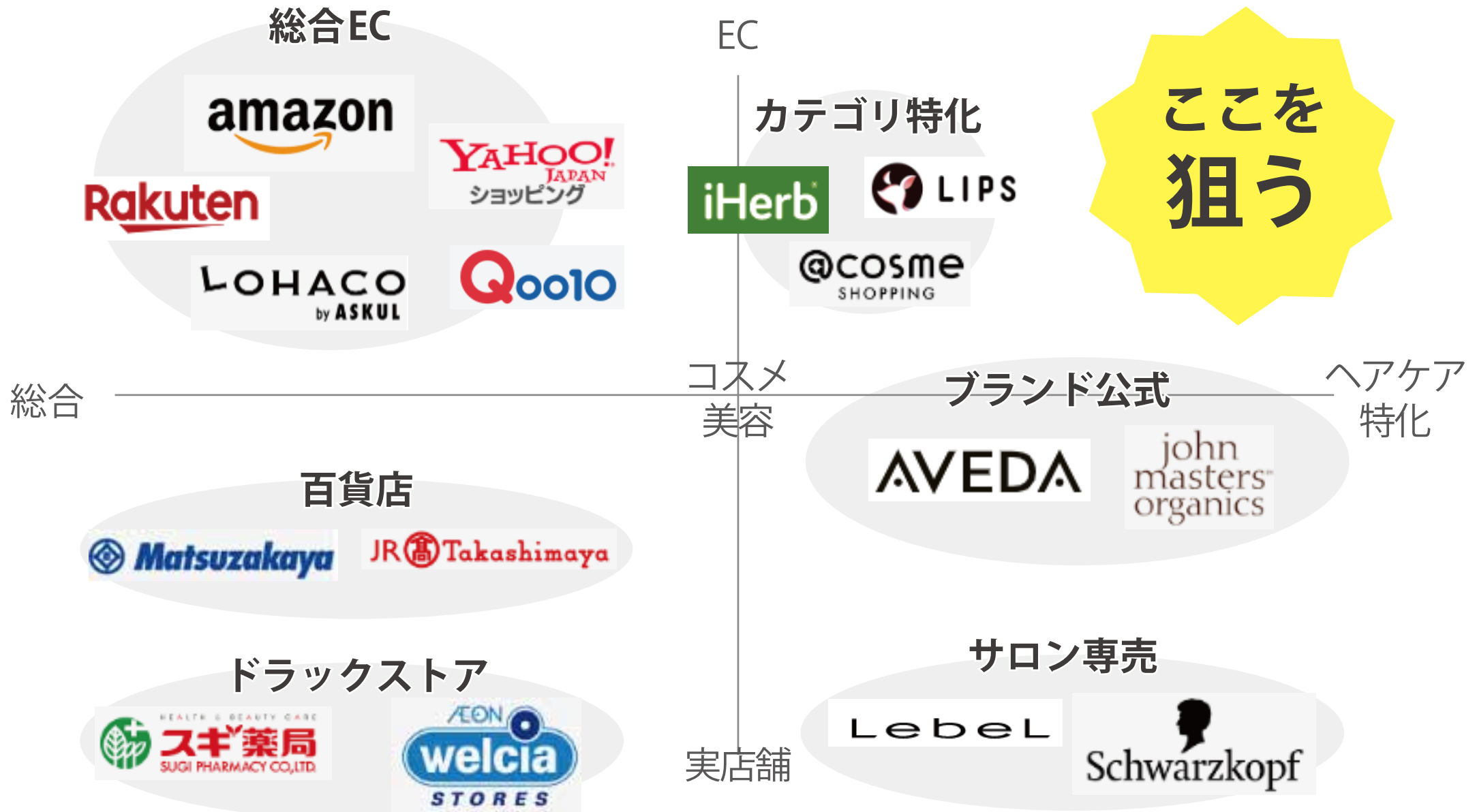
機会

- ・多様性を認める社会風潮
- ・SNSの台頭
個人でくせ毛の魅力を発信できるように
- ・ネットの発達
海外製品の個人輸入やクラウドファンディング商品

脅威

- ・根強いストレートヘア信仰
くせ毛=改善すべきものというマーケティング
- ・くせ毛用商品の流通量が少ない
- ・信憑性の低い情報に惑わされる

ポジショニングマップ | ヘアケア用品購入場所



ペルソナシート

基本情報



名前 : 野中 あき子
年齢 : 43歳
性別 : 女性
職業 : 会社員
年収 : 400万円
居住地 : 千葉県
家族 : 夫・娘(11歳)・息子(8歳)・猫

ライフスタイル/趣味趣向

- ・仕事はフルタイム勤務。便利なものは取り入れて家事を楽にしたいと考えている。
- ・情報源は主に SNS、Web サイト、Youtube など。雑誌は処分が面倒でここ数年買ってない。
- ・おしゃれにはそこそこ気を使っているが、奇抜すぎるものは躊躇してしまうタイプ。

消費傾向

- ・日用品はアマゾン定期便や、生協、ネットスーパー、Oisixを活用するなど効率重視。便利なサービスは積極的に使いたいと思っている。
- ・化粧品は、色味や使用感を確認したいため百貨店・ドラッグストア等実店舗で購入。
- ・SNS で評判の商品を試すこともあるが失敗することもあり、元の定番に戻ることもしばしば。

余暇の過ごし方

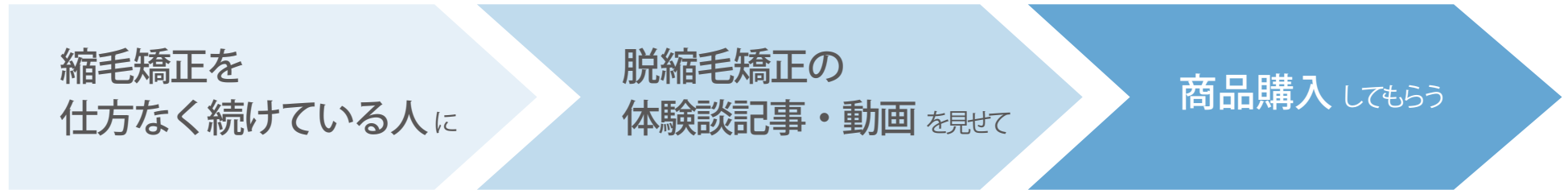
- ・子供たちと遊べるのもあと数年のため、余暇は家族で思い出作り/レジャーを重視。
- ・土日レジャーに出かけない日は、溜まった家事をこなしたり、猫と家でゆっくり過ごす日もある。
- ・平日夜はテレビを流しつつSNSを眺めたり、YoutubeやNetflixで動画コンテンツを見て過ごすことも。

現在の課題やチャレンジしたいこと

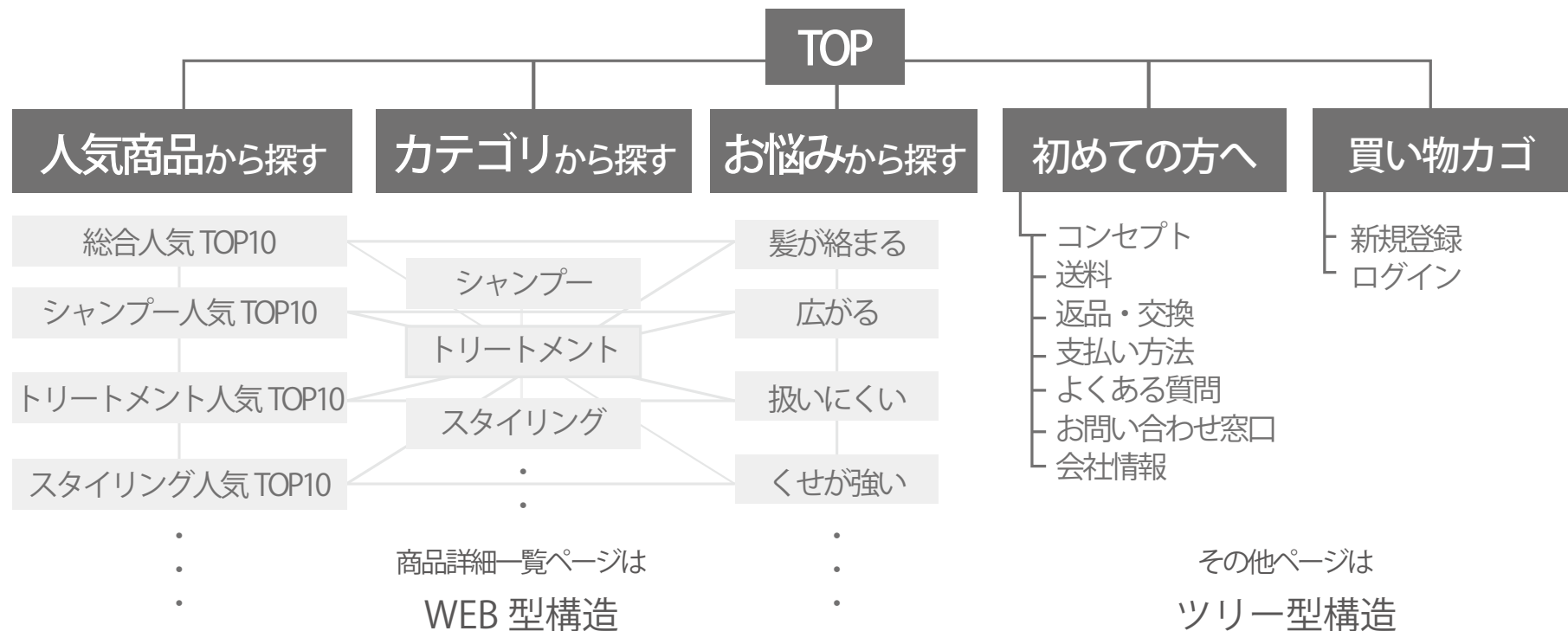
- ・最近話題の骨格診断。自己診断したのでファッションやヘアメイクを見直したい
- ・元々くせ毛で、高校生から長年縮毛矯正をかけ続けている。
ヘアアレンジで変化をつけるが、同じヘアスタイルに飽きてきたなあと感じている。
- ・最近白髪が気になりだしたので髪色は明るめ。矯正+カラーは頭皮に悪い気がする。

要件定義・サイトストラクチャー

■ 要件定義



■ サイトストラクチャー





Youtube 広告 | 動画アクションキャンペーン



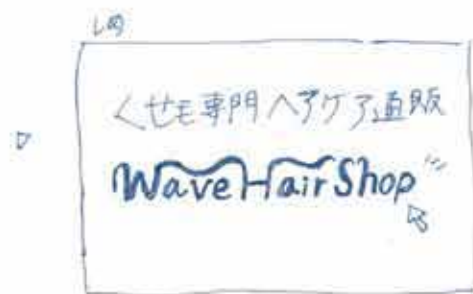
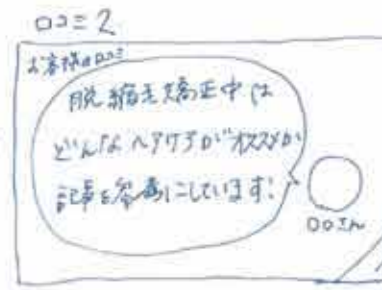
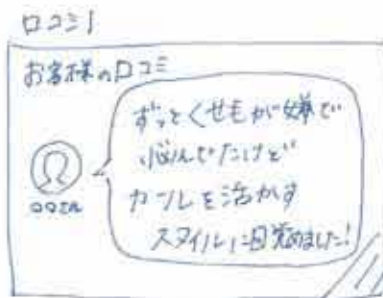
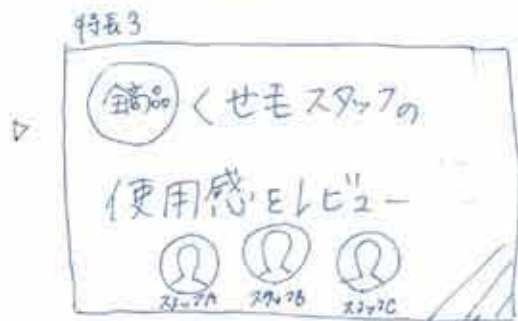
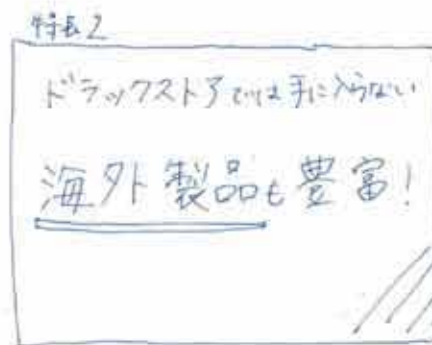
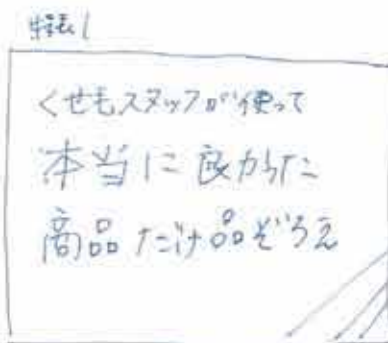
配信対象

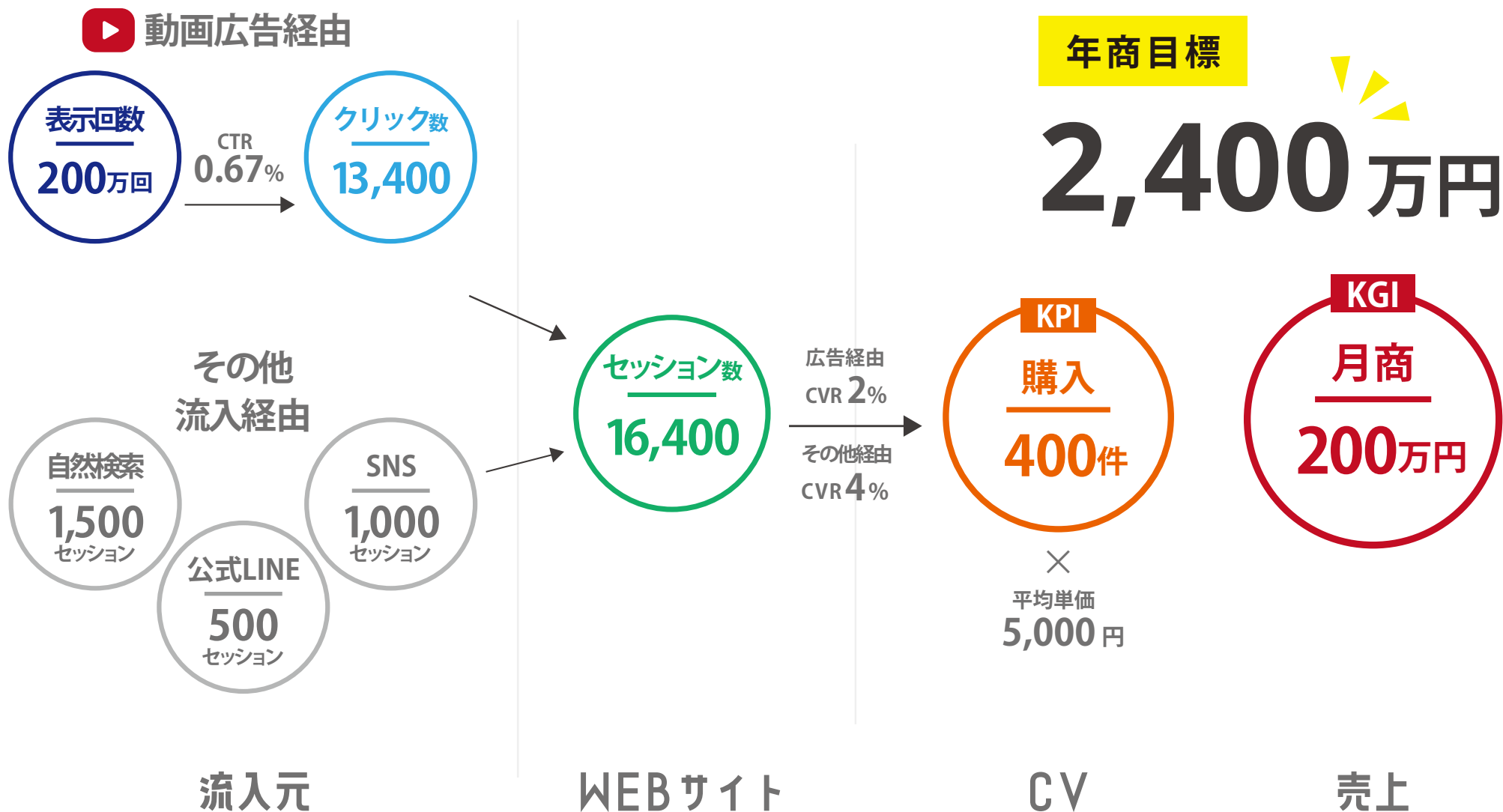
「縮毛矯正」と検索した女性

選定理由

- ①縮毛矯正と検索した人に広く表示
- ②「仕方なく縮毛を続けている人」はクリエイティブ内容でリーチ
- ③数ある動画広告の中でも、再生・認知拡大のみならずアクションに特化した配信手法

プロモーションイメージ・手書きラフ





この企画に至った背景

自分自身がくせ毛（天パ）として34年間生活
20年（！）縮毛矯正をかけ続けてきた



最近「カーリーガールメソッド」を知る



課題も ...

くせ毛向け商品の
ショップがない

自力で商品を探るのが大変

使わないと自分の
くせ毛に合うか
わからない

くせ毛をポジティブに楽しめるサービスが欲しい

という思いを満たす企画を考えました