

Campus Store Tamagawa × freecious

“CampuSweat”

商品開発に関する市場調査報告書

2010



2010年10月25日

freecious

(自由研究“企業研究”から誕生した生徒による企業です)

freecious@tamagawa.ed.jp

Ofreeciousについて

企業理念

学生から学生へ、そして社会へ。

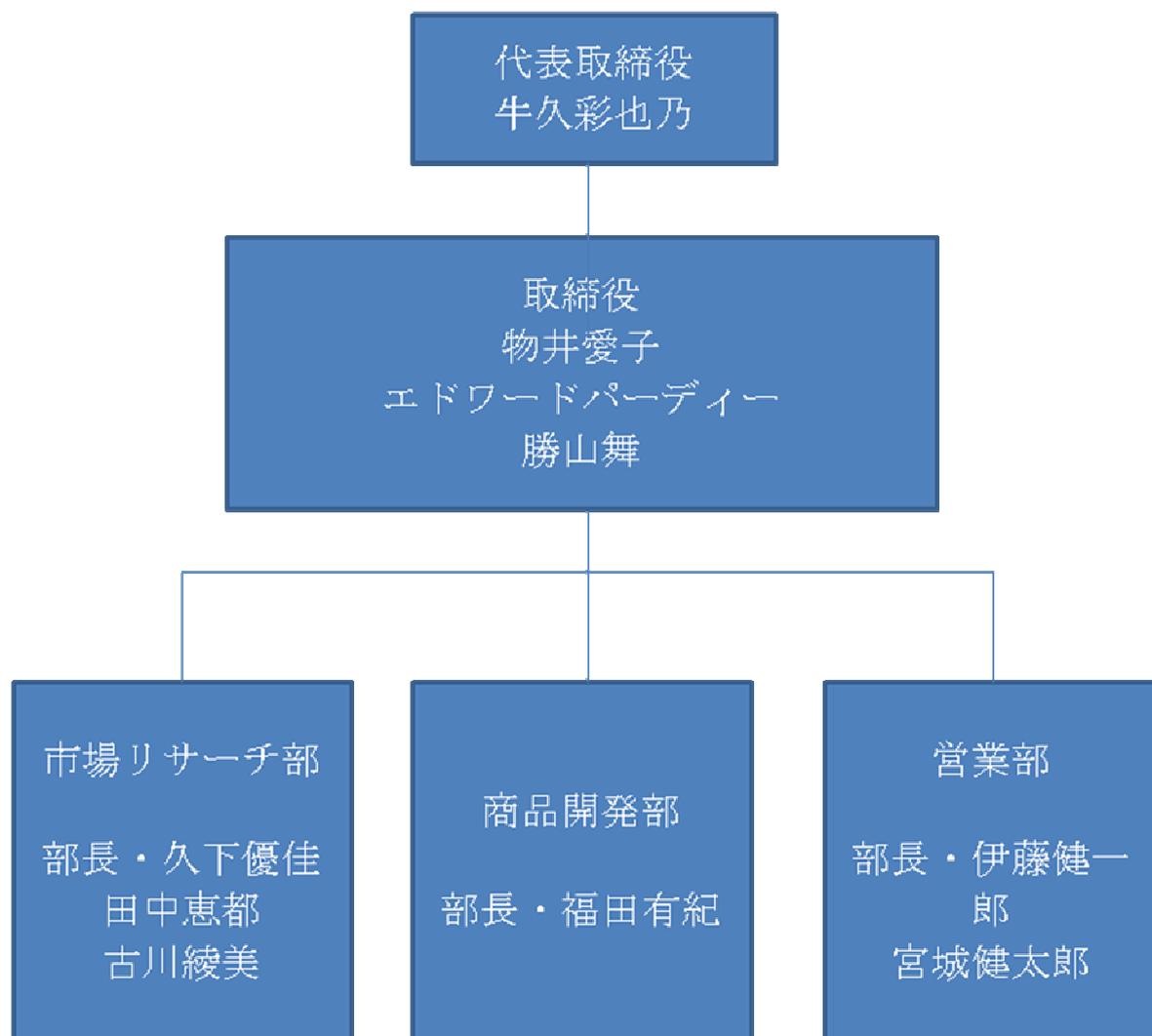
皆のechoを自由な形で提案する会社。

目指すはワンランク上のライフスタイル！

ビジョン

Awesome for everybody

設立 2010年8月1日



はじめに

今回は、私たちが商品のデザインとして提案したものの裏づけとしてどのようなものがあるかを説明させていただきたいと思います。

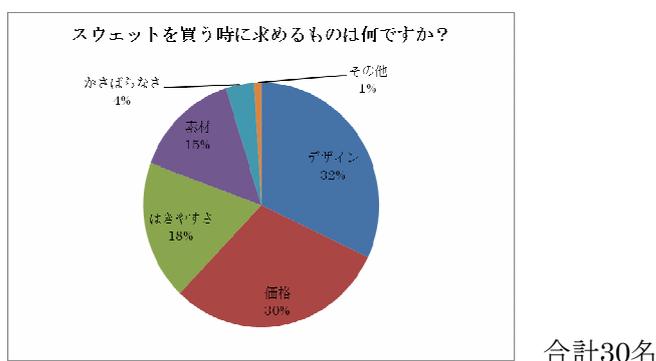
今回の商品デザインを作り上げる際、大きく分けて3つの思考方法がありました。まずは、男女ともにある一定数のアンケートをとる量的な調査を行ったアンケート結果から得たもの、次にfreecious社員の中での多数決で決めたもの、最後に商品開発部の中で提案して生まれたものです。今回はその3つに分けて、どうしてこのような商品が生まれたかについて説明したいと思います。

また、私たちに、アンケートが不十分だと思う点についてもう一度聞きなおし、新しいアンケート結果も付け加えることにしました。

1. 高校生の求める「スウェット」像とは

まず私たちは、消費者である高校生が「スウェット」についてどのように思っているのかを調べるため、二つのアンケートをとりました。

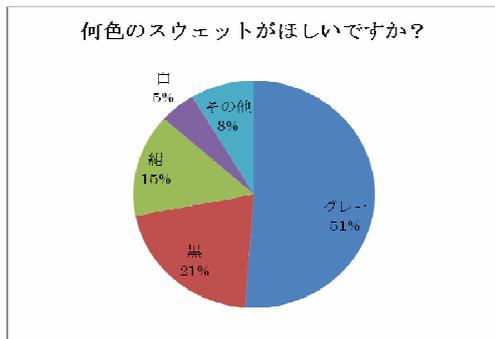
1つ目は、スウェットを買うときに求めるものは何ですか？という質問です。



結果として、高校生は「スウェット」に対して「デザイン」と「価格」を重視するということが分かりました。このことから私たちは、季節ごとに買い替えるスウェットに関してそれほど素材に注目している生徒は多くなく、手軽にかつデザイン性のあるものを求めているのではないかと判断し、価格を抑えた商品や、オリジナルなデザインこそが、私たちのスウェットが売れるひとつの指標となるのではないかと考えました。

2. 高校生の求めるスウェットの色とは

次に質問したのは、何色のスウェットがほしいですか？というものです。スウェットには多くの種類があるため、高校生が本当にほしいと思うスウェットは何色なのか知る必要があったからです。



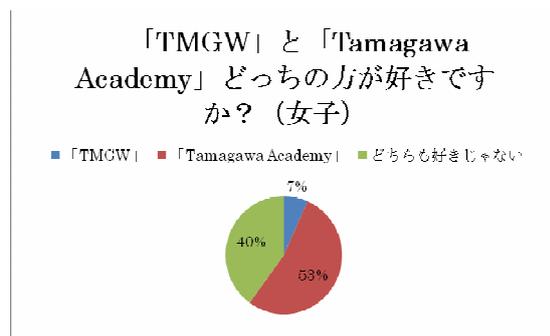
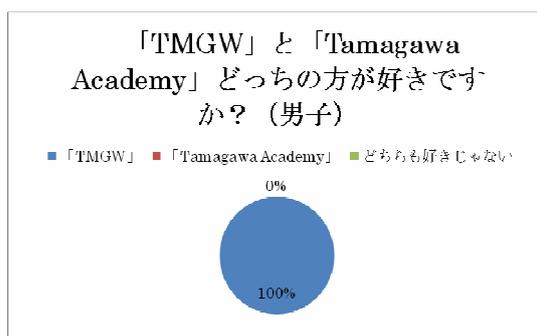
合計30名

結果として半数以上がグレーを希望すると回答しました。このことから、スウェットはグレーの生地に絞るほうが、購買層の獲得につながるのではないかと考えました。

3. 高校生の求めるスウェットの「デザイン」とは

スウェットの生地の色、そして高校生の求める「スウェット像」が分かったことから、次に私たちは高校生の求めるスウェットのデザインとはどのようなものなのか考えてみました。第一に、このスウェットは学校ブランドであるということから、学校名や学校のマークを入れる必要がある、と社員の間での話し合いで決まりました。

そこで私たちは、1つ目の質問として「Tamagawa Academy」と「TMGW」のどちらがよいですか？という質問をしました。最初から英字で2択に絞った理由として、昨年実施したアンケート結果から、「英字で学校名を表示してほしい」「あまり目立たないほうが良い」といった結果が多かったことより、社員の中でこの二つの選択肢からアンケートに答えてもらうことにしました。

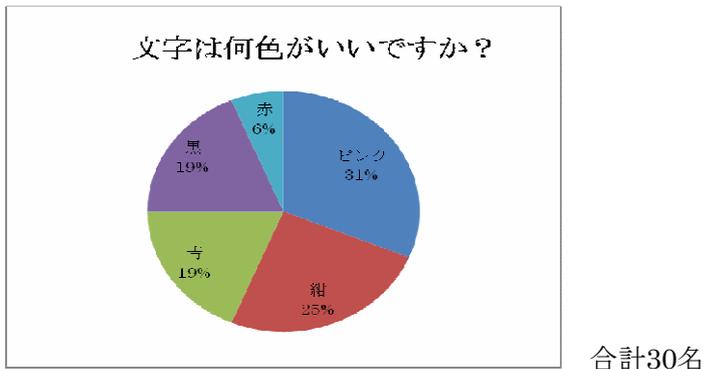


各合計30名

結果として、男子15人に聞いたところ、全員が「TMGW」がよいという結果になりました。女子の方を見てみると、15人中8人が「Tamagawa Academy」のほうを選択しました。このことから、**デザイン1**を男子案に、**デザイン2**を女子案にしました。

4. スウェットに入れる文字の色は何が良いのか

次に私たちは、デザインに入れる文字の色を何色にするべきか考えました。そこで、ライトグレーのスウェットと提示した上で、そのスウェットに一番よく生えると思う生地の色は何がいいと思うか答えてもらいました。



その結果、ピンクがもっとも多く、次に紺色の文字がいいという意見がありました。特に男性の間にピンクがいいとする意見が多くありました。このアンケートでは配色カードなど特定の色を見てもらったわけではないので、大まかにこのような色の系統が人気であるということが分かっただけでした。大まかに分かったことで、私たち社員なりに高校生の好むと思われるピンク色、紺色を判断した上で、デザインを実物にしていきました。

5. 今までのスウェットにはなかった新しい「デザイン」とは何か

私たちは、高校生がスウェットに対して「デザイン」を重視するという結果を得たことから、今までのスウェットにはなかった新しいスウェットを作ること为目标としました。ただの印刷では感単に作ることができ、今までも作られてきたものなのであまり魅力があるとは思わないという意見が社員の間で多くあがりました。そこで、私たちは普段高校生がはいているスウェットのデザインとしてワッペンなどを上から貼って加工している立体的なものが多くあるのではないかとすることに気づきました。

商品開発部からの提案で、玉川学園の創立年である「1929」をワッペン風にしたものをデザイン1に取り入れてみました。

6. 第1回デザインリサーチ（2010年9月第2週実施）

以上の事柄を私たちが総合的に判断し、2つのデザイン案を実物にしてみました。

デザイン1（男子案）

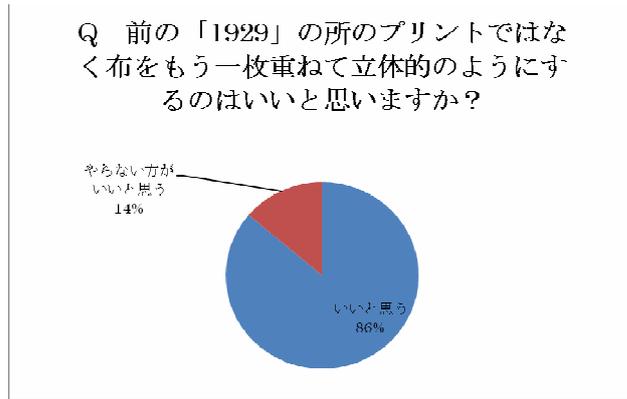


デザイン2（女子案）



まず、**デザイン1**は、高校生に人気のスウェット色、グレーに、もっとも人気のあった「TMGW」の文字を左足に設定し、珍しいデザインとしてワッペンを取り入れた「1929」を後ろに設定しました。

この状態で次のようなアンケートを実施しました。前の「1929」の所のプリントではなく布をもう一枚重ねて立体的のようになるのはいいと思いますか？



合計30名



ワッペン案

このアンケートの結果として、86パーセントがこのデザインに好印象を持つことが分かりました。従来、玉川学園展の実行委員会や部活でつくるスウェットは印刷されたもののみであるため、ワッペンと言うデザインは新鮮味があったのだと思います。

以上より、私たちは「デザイン1」についてよいと思う高校生が多いのではないか、という結論に達しました。ワッペンについては、価格のことを考えると決して実現は簡単なことではないと思いますが、freeciousらしさとして売り出すためにワッペンを取り入れることは必要不可欠なのではないかと思いました。

7. 前回のアンケートで足りないと思った点

○ピンクはピンクでもどのようなピンクの種類が良いのか？

前回のアンケート結果では、フォントの色をピンク色にしたいという意見が多くを占めました。しかし、ピンクには何種類もあるため、アンケートに答えた人が具体的にどのようなピンクを求めているのか分からないという問題点が挙げられました。

そこで、今回のアンケートでは、ピンク色だけでなく、提示したすべての色について具体的に目で見て分かるよう配色カードを準備し、より具体的に人気のある色について調査していきたいと思いました。

○ どのようなフォントがより人気であるといえるのか？

第二に調べるべきなのは、フォントについてです。前回アンケートを実施した際に使われた文字は、社員が手書きで書いたもののため、アンケートに答えた人には具体的なフォントを示すことができませんでした。その時のアンケートではあくまでも筆記体とブロック体のどちらが人気なのかを調べただけなのであまりフォントを重要視していません

んでした。

そこで社員たちの間で複数のフォントを選び、最も人気のありそうなフォントを厳選してサンプル案に貼りつけることとなりました。あくまでもフォントは社員の多数決で決まったものなので、本当に消費者の好みに合うものなのかはわかりません。そこであらたに別の票で同様に文字の書かれた表を用意し、より高校生が好むフォントについても調べたいと思いました。

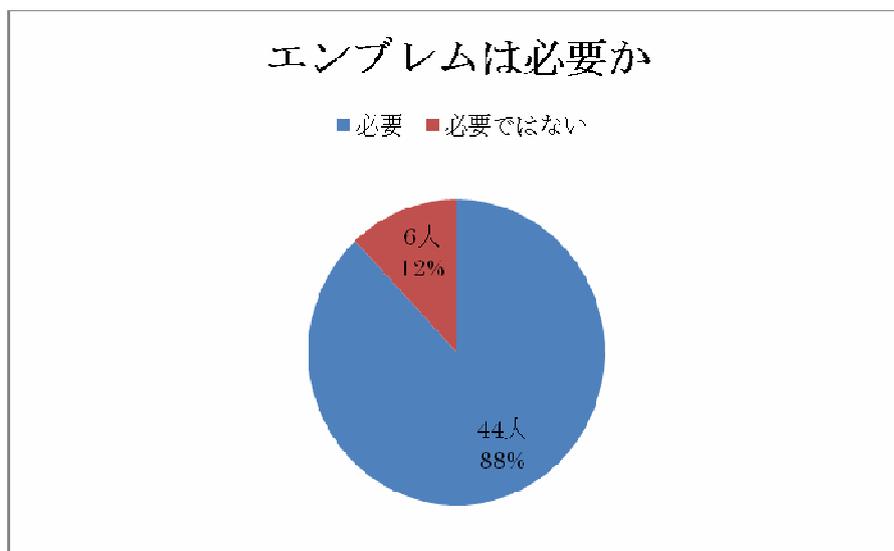
8. 第2回デザインリサーチ（2010年10月16日実施）

デザイン1（男子案）について

前回のアンケートでは、手書きのアンケートに基づいたものでした。その反省から、もっと分かりやすく見てもらおうと、今回は実際に生徒が履き、体育祭の時間を使ってアンケートを行いました。男子は学年を問わず50名から回答を得ました。

①スウェットについているエンブレムについて

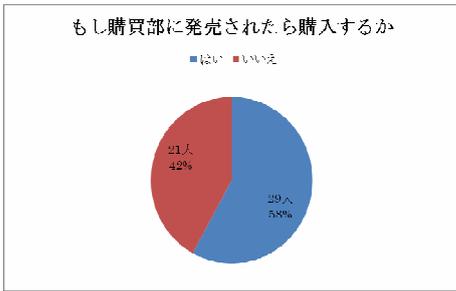
まず、スウェットについているエンブレムについて具体的に聞いてみるためにスウェットについているエンブレムは必要だと思いますかという質問をしました。



すると、50人中44人（88%）の男子がエンブレムは必要であると回答しました。このことから、私たち freecious が売り出そうとしている新しいデザインのスウェットが受け入れられているということが分かりました。

②本当にこのスウェットは売れるのか

スウェットの横についている文字については色、フォント、大きさ共に好評で、色に関しては50人中43名（86%）の支持を得るほどでした。最後に、もし、このスウェットが購買部で発売されていたら購入しますか、という質問をしました。

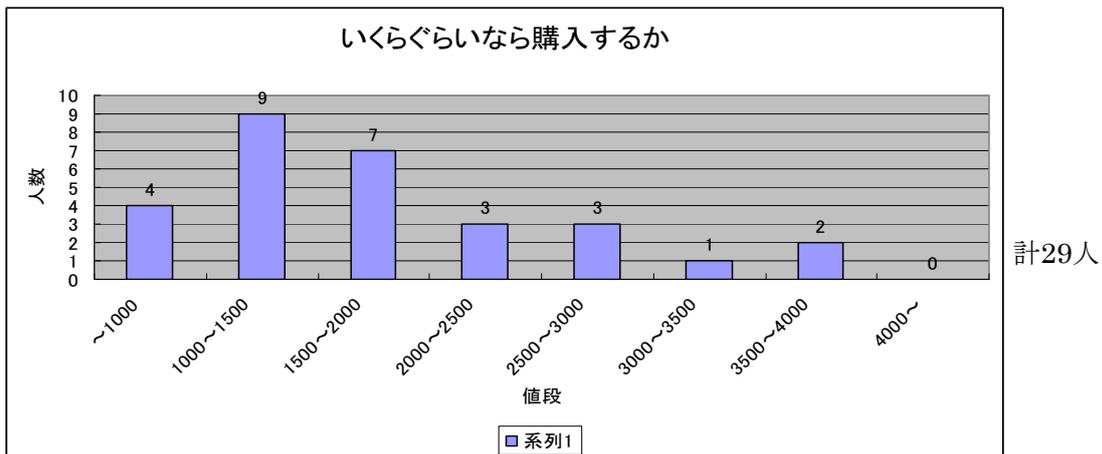


合計 50 名

すると、50人中29人（58%）が欲しいと回答しました。これは、母数を全学年の男子427名中248名に当たる割合であることから、250枚販売することが可能と言えます。

②いくらなら購入するのか

次に、前の質問で購入すると回答した人に向けて、いくらぐらいなら購入するかという質問をしました。



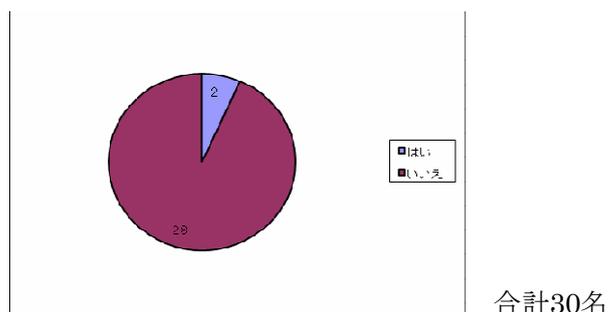
すると、1000~1500円台なら買うと答えた人は50人中9人（18%）、1500~2000円台では50人中7人（14%）という結果となりました。これは、全校の男子として換算すると、1000~1500円台は76枚、1500~2000円台であれば59枚売ることが可能ということが提示できると思います。

9. デザイン2（女子案）について

次に、女子のデザインについても同様に、体育祭のとき実際に社員が履いて友人たちなどに調査を行いました。女子は学年に関係なく30名からアンケートを行いました。

女子のアンケートで足りないと思った点の一つに、具体的なカラーを示せていないというものがありました。そこで私たちは社員の一人が持っていた配色カードを実際に手に取ってもらい、より詳細な色を調べ、具体的に高校生の欲しいと思う色を知ることができました。

次に、キャンパスストアから以前提示された「2500円」という価格をもとに、この商品を2500円で買いますかという質問をしてみました。



すると、買わないと答えた人は30人中28人にも及びました。買わないと答えた人の中には、1000円以上2000円以下なら買うと答えた人がとても多く、シンプルな分価格を低く設定する必要があるのではないかと感じました。

10. デザイン1男子案とデザイン2女子案に関するまとめ

①現状

私たちは今回、実際に体育祭でスウェットを履き、直接高校生に見てもらうことによって本当に高校生がほしいと思えるスウェットとは何なのかを調査してきました。この調査は私たち「freecious」にしかできないものであり、ここから得た結果はとても貴重なものであると考えています。

今回の結果の中で両方の案において最も特徴的だったのは、**全体のデザインが良いと評価した人でも、2500円で買うという判断は難しい**と考えていることでした。しかし、これを言いかえてみると、**価格をもう少し低く設定すれば購入してくれる人数が大幅に増えるのではないか**、という期待にもつながります。

②リスクとその対応について

このようなリスクに対して私たちが考える対応策として次のようなものがあります。

第一に、低価格路線に移るということです。男子案でも女子案でも価格を下げることによって購入する人数を増やすことができるのではないかと、ということから、スウェットの原価を低くしたり、デザインをより安価な素材で作ったりと、より低価格なスウェットにする努力してみる必要があるように思います。

第二に、よりデザイン性の高いものを作ることです。男子案と女子案ではデザインに大きな差が見られ、これらを同じ価格で販売することは難しいのではないかと感じました。デザインについては学生である私たちにはこれ以上良いと思えるものを作るのは難しいので、デザインのプロであるDTP課の方など、プロの方のお力をお借りし、今のデザインをブラッシュアップすることで、よりデザイン性の高いものになるのではないのでしょうか。

2500円では買うと答える人が少なかった以上、私たちとしては価格をもっと下げることが絶対条件だと思います。しかし、企業理念にもあるように、私たちはこのスウェットを「ワンランク上のライフスタイル」に見合ったものとして販売していきたいと考えています。そのため、どうしても今のデザインを価格のためにあきらめるということはしたくないのです。たとえば、ただの印刷ではなく、上からワッペンを貼るなど新たな取り組みが、たとえ価格の上昇につながるかもしれませんが、しかし、今までのスウェットにはなかった新しい取り組みが「freecious」社の提供するスウェットの価値であり、「ワンランク上のライフスタイル」の提供にもつながると思うのです。だからこそ、価格を下げるためにあきらめるということはしたくないという気持ちがあります。

また、これ以上価格を抑えることができないとなった場合、デザイン性の向上や、皆が望む価格でなくても買ってくれるために広報活動に力を入れたり、どのようなことが必要なかもっと考えていったりしたいと思います。

以上です。

文責：牛久彩也乃
Freecious代表取締役