

● イメージターゲットの概要

30歳前後の女性。お肌の曲がり角を実感してきて、危機感を覚え始める。
しかし、生活習慣を変えるのは簡単ではなく、具体的なケアはしていない。
たまにパックはくらしいますが、肌・化粧品に対する知識はなく自分で何をしたらいいかわからない。
かつ、自分の肌・生活のどこに問題があるのかもわからない。

● イメージターゲットプロフィール

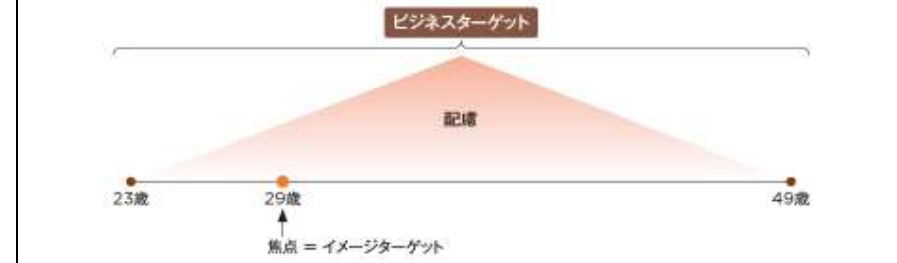
性別	女性	
年齢	29歳F1(20歳～34歳の女性)	
婚姻	未婚	
職業	OL	
職場	丸の内	
収入	28万円/月	
血液型	A型	
美意識	美意識；【意識】 高 【現実】 中 もちろん美に対しては、意識をしている。20代後半になり、お肌の曲がり角を実感。本当の危機感を感じ始めている。でも、まだ本格的なケアをしていないし、何をしたらいいのか具体策も見つかっていない。	
美容代/月	10,000円/月	
ライフスタイル (行動特性)	【日常生活】 6:30 起床 朝ごはん・支度 8:00 出勤 9:00 出勤 12:00 ランチ 18:00 退社 19:00 帰宅 19:30 夕食 20:30 自由行動(趣味・テレビ・本など) 23:00 お風呂 0:30 就寝 スキンケアに使える時間は、退社後か休日。	【集客要因施設】 スーパー 銀行 カフェ・レストラン フィットネスクラブ エステ・ネイル・リラクゼーションサロン 習い事
ニーズや悩み	しみ・しわ・たるみ・くすみなど、肌トラブルが目に見えてわかってきた。 フィットネスクラブもダイエットもその他流行ものも長続きしない。	

● イメージターゲットの理想像

どんな美を得て、どんな自分になりたいと思っているのか。	最近お肌の調子も気になり始めてきた。もっと美に対して意識を持って、内面から綺麗になっていきたい。
美を得ることによって、どんなライフスタイルを実現したいと思っているのか。	綺麗になってどんな事にも前向きに素敵な女性になりたい。休日にはオシャレな街でショッピングを楽しんだり、お友達や彼とパーティを開いたり。

● ビジネスターゲット

仕事にもプライベート(ライフスタイル)にもこだわりを持つ、23～49歳の比較的可処分所得の高い女性



● 現代女性20～30代の特性

- ① 美容に対する関心は高く、費やす金額・労力も高い
→特に肌トラブル等が生じた際はネット・口コミ・友人・雑誌/書籍/TV他で徹底的に調べ、とりあえず「試す」、そして自らの情報発信も行う
(口コミサイトの増加、トライアルセットの増加、サンプル専門店の人気)
※女性間の口コミの威力はかなりの影響力がある
- ② あらゆる情報を網羅し、専門的な知識も持ちえる人が多い
→自らの既知の量も質も高いので、販売側の知識がそれより劣ると信用性を無くし、見切りも早い(商品価値とは別)
また一般常識的な知識しか説明してこないとかわかんるとさらに信用性を無くす
- ③ 自分に徹底的に着目したカウンセリング・商品を望む
→自分の現状を実際に見てほしい(店に行く理由)
実際に自分は何が原因で何をしたら良いのか、自分はどのタイプなのか・・・
自分にマッチすることを徹底的に知りたがる
(トライアル・サンプルの普及、カウンセリング、TIPNESSの事例)
- ④ 行動力・発信力がある
→良いものと思うものには足しげく通う
人に伝えたい、人の体験談が好き
- ⑤ 依存性・中毒性＝「はまりやすさ」をもつ
→依存症にかかるのも女性のほうが多い(摂食・買い物)
はまりやすく、継続や量等で効果が上がるとなるとそれを受け入れる
(より効率が良く、効果も高い方法を望む)
- ⑥ 即効性を好む＝すぐに成果・結果がでることを好む
→即効効果がでるもの、効果を実感できるものを好む
(ゲーム・地図・話等でも結論に直結しているものを好む)
- ⑦ 具体的であることを望む
→目に見えてわかるもの、すべき方法・商品・回数・時間・期間等が明確であればあるだけ手がつけやすく、スケジュールリングしている方が継続できる
自己管理より他者管理もしくは他者監修・共有のほうが継続しやすい
友人・口コミの実体験に信用性を置く