

Maces_新規事業案件_提出シート

◇申請日	2025年 2月 3日	
◇会社名	株式会社VAZ	
◇申請者	部署：アカウントDiv	氏名：鎌田優雅
◇事業名	α世代・Z世代向け商品開発事業	
◇事業内容	<p>本事業は、α世代・Z世代を主力ターゲットにしたデータ×トレンドを活用した新世代コスメブランドの開発・展開を目的としています。LINEを活用した顧客データ収集・分析と、SNS・インフルエンサーマーケティングを掛け合わせ、リアルな消費者の声を迅速に商品化し、トレンドに即したコスメを提供します。</p> <p>まずは、「めるぷち」のファンをターゲットに若年層向けにリップを開発します。</p> <p>初年度の売上目標は1,500万円、2年目には1億円達成、全国のドラッグストア・バラエティショップ10000店舗展開を目指します。2027年には、LINE登録者50万人、年間4回の新商品リリース体制を構築。市場調査の結果、α世代・Z世代に特化した低価格帯コスメブランドは未だ確立されておらず、本事業はその市場開拓を狙います。</p> <p>競争優位性として、VAZが持つ強力なインフルエンサー・メディア基盤を活用し、効果的なPRと販売チャネルを確立。また、Y世代を巻き込むことで、競合との差別化を図ります。オンライン（ECサイト・SNS）とオフライン（ドラッグストア・ポップアップストア）の二軸で展開し、Z世代・α世代が手に取りやすく、親世代にも信頼されるブランドを目指します。</p>	
◇事業目標 (定量的数値)	売上	初年度：1000本完売 売上160万円 2年目：売上1億円
	販路拡大	初年度：自社EC/イベントのみで1000本完売 3年目：10000店舗展開（全国ドラッグ&バラエティショップ）
	顧客データベース拡大	2027年 VAZ LINE会員 50万人
◇事業リーダーとメンバー	○事業リーダー	鎌田優雅
	○事業メンバー	清水里佳
		鈴木礼子
		共同ピーアール株式会社：松尾藍
◇事業リーダー（責任者）のコメント	○熱意と動機（ソフト）	<p>私はこれまで、コスメヲタちゃんねるサラ、星乃夢奈、しなこをはじめ、多くの女性クリエイターのマネジメントを手がけてきました。彼女たちのように、人々の注目を集め、人気を得るスター性や人間的な魅力に間近で触れる中で、私自身も深い憧れを抱くと同時に、「自らの手でヒットを生み出したい」という強い思いが芽生えました。</p> <p>2024年にVAZ公式LINEアカウントを開設し、タレントの背後にいる「ファン」の存在を可視化し、直接コミュニケーションを取れる体制を作った際、その「ファン」が持つ圧倒的なエネルギーとアクティブさに驚かされました。この驚きこそが、本事業を立ち上げたきっかけです。</p> <p>私たちが目指しているのは、単なるコスメの開発ではありません。SNSで広がるトレンドをいち早く捉え、顧客のリアルな声をキャッチし、ファンと共に“売れる商品”を生み出すことです。一方的に商品を与えるのではなく、一緒に作り上げることこそが、これからの時代における本当のイノベーションだと確信しています。</p> <p>VAZはオドロキと共感のあるエンターテイメントを通じて、人々の可能性を広げ、輝く社会を創るマーケティングカンパニーです。本事業はこの理念に基づき、驚きと共感を届ける商品づくりを目指し、圧倒的な熱量で挑戦してまいります。</p>
	○必要事項（ハード）	<p>商品開発費用の確保（メーカー・パートナーとの提携費用）</p> <p>販売チャネルの整備（ECサイト、ECモール、店頭展開）</p>
○市場動向	○市場動向	<p>【化粧品市場】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内化粧品市場は回復基調 <p>特にメイクアップやフレグランス市場の伸びが顕著に</p> <p>2023年度の国内化粧品市場規模：前年度比104.6%の2兆4,780億円</p> <ul style="list-style-type: none"> α世代の参入により、メイクに興味を持ち始める年齢が低年齢化している。（初めてメイクをした年齢の平均：α世代10歳、Z世代12歳） <p>【若年層マーケティング】</p> <p>α世代・Z世代は、インフルエンサーの影響を受け購買行動に直結しやすい傾向。</p>
	○競合状況	<p>若年層をターゲットにした、インフルエンサーコラボ商品を展開している企業を調査。</p> <p>低価格帯かつ低年齢層(特に中学生)に特化したコスメブランドは、いまだ確立されていない。</p> <p>新しいコスメ市場のセグメントとして成長の可能性を秘めている。</p> <p>◆主なベンチマーク</p> <ul style="list-style-type: none"> 株式会社yutori (https://yutori.tokyo/) minum ターゲット：10代-20代前半 価格帯：500円 Z世代向けのアパレルを中心に展開し、比較的手頃な価格帯。コスメ展開があるものの、α世代や中学生向けには明確なポジションを取っていない 2024年3月期の売上高は、前期比74.9%増の43億2000万円 今後の成長戦略①既存のアパレル×Z世代 ②アパレル×Y世代 ③別商材×Z世代 <ul style="list-style-type: none"> 株式会社Rainmakers (https://rainmakers.jp/) 有名メイクアップアーティストや美容系YouTuberをプロデューサーに迎える売り切れ続出の大ヒットブランドを複数企画運営。 cipicipi ターゲット：10代-40代 価格帯：1000-3000円 muice ターゲット：10代-20代前半(初心者向け) 価格帯：1000円以下 ターゲットがZ世代より上で、若年層にはアプローチが弱い。
		Z世代女性に特に強い影響力を持つクリエイター・メディアを抱えているVAZの強みを活かし、

	<p>○事業展開での自社の強み</p>	<p>商品開発プロジェクトを展開。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社運営メディアを活用した効率的なPR ・トップクリエイター「サラ」の強力な影響力 ・顧客データをLINEで収集・分析する体制 ・共同PRのメディアリレーション 																																																																																																																	
◇3 C分析	<p>○想定顧客+想定チャネル</p>	<p>◆想定顧客：α世代～20代前半 女性 [補足]アルファ世代とは、2010年～2024年頃に生まれた世代を指す。生まれた時からスマホやタブレットが日常に存在し、テクノロジーが普及している時代に育つため、Z世代よりもさらにデジタルネイティブな世代。</p> <p>◆想定チャネル：オンラインとオフラインの二軸</p> <p>①オンラインチャネル</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳SNSプラットフォーム ↳ECサイト ・YouTube Shopping (BASE連携) ・Amazonや楽天: 幅広い顧客にアプローチできるプラットフォームを活用 ・@cosmeやLIPSに商品情報を掲載し、顧客の信頼感を醸成 <p>②オフライン (バラエティショップ/ドラッグストア)</p> <p>初期はめるぶちイベントや、VAZ主催のコスメ展示会イベントで展開し、テストマーケティングを実施</p> <p>商品がSNSで話題になった後、店舗の棚展開を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ドラッグストア (学生層が利用しやすいプチプラコスメ売り場) <p>例：マツモトキヨシ、サンドラッグ、スギ薬局、ウエルシア</p> <p>【ペルソナ】 名前：山田 あかり (Akari Yamada) 年齢・属性：15歳、中学3年生、千葉県松戸市在住 家族構成：両親+妹 (小学生) 平日は部活 (バドミントン部) や塾で忙しいが、夜にSNSやYouTubeで「推し」の動画を見るのが日課 休日は友達とショッピングモール (例：イオンモール) や駅近のファッションビルに遊びに行く InstagramやTikTokで「流行」を常にチェック 月の小遣い：4,000～5,000円 コスメ、雑貨、友達と行くカフェ代 消費行動：地元のショッピングモール (イオンやラポートなど) でコスメを買うことが多い。ネットで情報を調べた後、実店舗で試してから購入する傾向 Z世代やインフルエンサーのレビューを見て、友達と相談して買う。「親と一緒に買い物する」ケースも多く、親が購入を後押しするポイントが重要 課題・悩み： 「自分に合う商品」が分からないので、試しやすい価格の商品を探している 部活や学校で使えるナチュラルなアイテムを求めている ブランドへの期待： 身近で買える商品 (オンライン+地元のモール展開) 親も安心できる価格や品質 (プチプラで肌に優しい) 友達と「一緒に使える」商品ライン SNSで簡単に最新トレンドを知れる仕組み</p>																																																																																																																	
	<p>○事業コンセプト</p>	<p>「顧客の声を形にする、新世代コスメブランド」</p> <p>α世代、Z世代を主力ターゲットに、顧客との対話を通じて、未来のスタンダードを作る。</p> <p>キーワードはデータ×トレンドです。</p> <p>LINEを活用して顧客の声をリアルタイムで収集・分析。</p> <p>SNSで圧倒的な認知を誇るインフルエンサーのプロモーションを組み合わせ、α世代・Z世代が欲しいと思う商品を届けます。</p>																																																																																																																	
◇投資金額と想定リスク	<p>○投資金額</p>	<p>初回ロット1000本 初期投資200万円以内 内訳：(原価850円+手数料100)*1000=95万円 販管費 85万円</p>																																																																																																																	
	<p>○想定リスク</p>	<p>在庫の管理</p>																																																																																																																	
◇リターン	<p>○回収金額と期間</p>	<p>0～6か月 商品開発期間 初回ロット完売 売上160万円 営業利益0円 7～9か月 店舗展開スタート 売上3200万円 営業利益 1100万円 10～14か月 店舗展開 ドラッグに拡大 売上1.2億円 営業利益 2400万円 15か月～以降 SKU追加し30万個生産 売上2.4億円 営業利益 3900万円</p> <table border="1" data-bbox="745 2101 1774 2309"> <thead> <tr> <th rowspan="2">生産個数</th> <th rowspan="2">売上</th> <th colspan="2">原価</th> <th rowspan="2">手数料/諸経費</th> <th rowspan="2">粗利</th> <th rowspan="2">販管費計</th> <th rowspan="2">広告費</th> <th colspan="3">販管費</th> <th rowspan="2">営業利益</th> </tr> <tr> <th>原価計</th> <th>コスト単価</th> <th>諸経費</th> <th>人件費</th> <th>営業利益</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>1600</td> <td></td> <td></td> <td>100件</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="3">什器やデザイン</td> <td></td> </tr> <tr> <td>★</td> <td>1,000</td> <td>1,600,000</td> <td>950,000</td> <td>850</td> <td>100</td> <td>650,000</td> <td>650,000</td> <td>共商ビジュアルとVAZのリソースにより削減できる</td> <td>500,000</td> <td>150,000</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5,000</td> <td>8,000,000</td> <td>4,000,000</td> <td>700</td> <td>100</td> <td>4,000,000</td> <td>2,800,000</td> <td></td> <td>500,000</td> <td>2,000,000</td> <td>1,200,000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>10,000</td> <td>16,000,000</td> <td>6,000,000</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>16,000,000</td> <td>4,000,000</td> <td></td> <td>500,000</td> <td>3,000,000</td> <td>6,000,000</td> </tr> <tr> <td>★</td> <td>30,000</td> <td>32,000,000</td> <td>16,000,000</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>16,000,000</td> <td>5,000,000</td> <td></td> <td>1,000,000</td> <td>3,500,000</td> <td>11,000,000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100,000</td> <td>80,000,000</td> <td>50,000,000</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>30,000,000</td> <td>15,000,000</td> <td></td> <td>3,000,000</td> <td>10,000,000</td> <td>15,000,000</td> </tr> <tr> <td>★</td> <td>150,000</td> <td>120,000,000</td> <td>75,000,000</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>45,000,000</td> <td>21,000,000</td> <td></td> <td>3,000,000</td> <td>15,000,000</td> <td>24,000,000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>300,000</td> <td>240,000,000</td> <td>150,000,000</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>90,000,000</td> <td>51,000,000</td> <td></td> <td>18,000,000</td> <td>25,000,000</td> <td>39,000,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>備考：送料は顧客負担のため省略</p>	生産個数	売上	原価		手数料/諸経費	粗利	販管費計	広告費	販管費			営業利益	原価計	コスト単価	諸経費	人件費	営業利益		1600			100件				什器やデザイン				★	1,000	1,600,000	950,000	850	100	650,000	650,000	共商ビジュアルとVAZのリソースにより削減できる	500,000	150,000	0		5,000	8,000,000	4,000,000	700	100	4,000,000	2,800,000		500,000	2,000,000	1,200,000		10,000	16,000,000	6,000,000	500	100	16,000,000	4,000,000		500,000	3,000,000	6,000,000	★	30,000	32,000,000	16,000,000	500	100	16,000,000	5,000,000		1,000,000	3,500,000	11,000,000		100,000	80,000,000	50,000,000	500	100	30,000,000	15,000,000		3,000,000	10,000,000	15,000,000	★	150,000	120,000,000	75,000,000	500	100	45,000,000	21,000,000		3,000,000	15,000,000	24,000,000		300,000	240,000,000	150,000,000	500	100	90,000,000	51,000,000		18,000,000	25,000,000	39,000,000
生産個数	売上	原価			手数料/諸経費	粗利					販管費計	広告費	販管費			営業利益																																																																																																			
		原価計	コスト単価	諸経費			人件費	営業利益																																																																																																											
	1600			100件				什器やデザイン																																																																																																											
★	1,000	1,600,000	950,000	850	100	650,000	650,000	共商ビジュアルとVAZのリソースにより削減できる	500,000	150,000	0																																																																																																								
	5,000	8,000,000	4,000,000	700	100	4,000,000	2,800,000		500,000	2,000,000	1,200,000																																																																																																								
	10,000	16,000,000	6,000,000	500	100	16,000,000	4,000,000		500,000	3,000,000	6,000,000																																																																																																								
★	30,000	32,000,000	16,000,000	500	100	16,000,000	5,000,000		1,000,000	3,500,000	11,000,000																																																																																																								
	100,000	80,000,000	50,000,000	500	100	30,000,000	15,000,000		3,000,000	10,000,000	15,000,000																																																																																																								
★	150,000	120,000,000	75,000,000	500	100	45,000,000	21,000,000		3,000,000	15,000,000	24,000,000																																																																																																								
	300,000	240,000,000	150,000,000	500	100	90,000,000	51,000,000		18,000,000	25,000,000	39,000,000																																																																																																								
◇備考	<p>めるぶち https://www.youtube.com/channel/UCeQlGbiueh0BwYCC4VV4TA</p> <p>コスメヲちゃんねるサラ https://www.youtube.com/@CosmeWotaSara</p>	<p>○収支シミュレーション</p> <div data-bbox="745 2347 1774 2653"> <p>事業計画</p> <p>フェーズ1 初回ロット 1000個</p> <p>フェーズ2 生産 30000個</p> <p>フェーズ3 生産 10万個</p> <p>1店舗あたり1日1本売ると3か月で完売</p> </div>																																																																																																																	