

# 高校生が絆・感謝と いったらリポDだよね！

---

親子を結ぶリポD～感謝の気持ちを忘れない～

進藤、増田、安藤、樋口、小山

# 目次

1. リポDの効果・効能
2. 世間一般的なりポDのイメージ
3. 若者がリポDを買わない（飲まない）理由
4. アンケート調査
5. アンケート結果
6. 動画
7. SWOT分析
8. 社会問題（コロナ）
9. まとめ



# 世間一般的なイメージ

味に好み分けられる	価格が高い	量が少ない	<b>若者のイメージが 少ない</b>
競合他社がある	種類が豊富でない	デザインが古い	効能の理解がない
商品の宣伝がない	味を知らない	グッズなどが無い	名前などの インパクト

※SNSにてのイメージ

**若者のイメージが少ない点に焦点**

# 若者が購入していない理由

- 疲労回復が早い
- 他の商品に目がいく
- 飲みやすい味ではない
- 価格がお手頃ではない

**疲れを取りたい時にリポDを飲むことに価値があると  
以前まで思っていた**

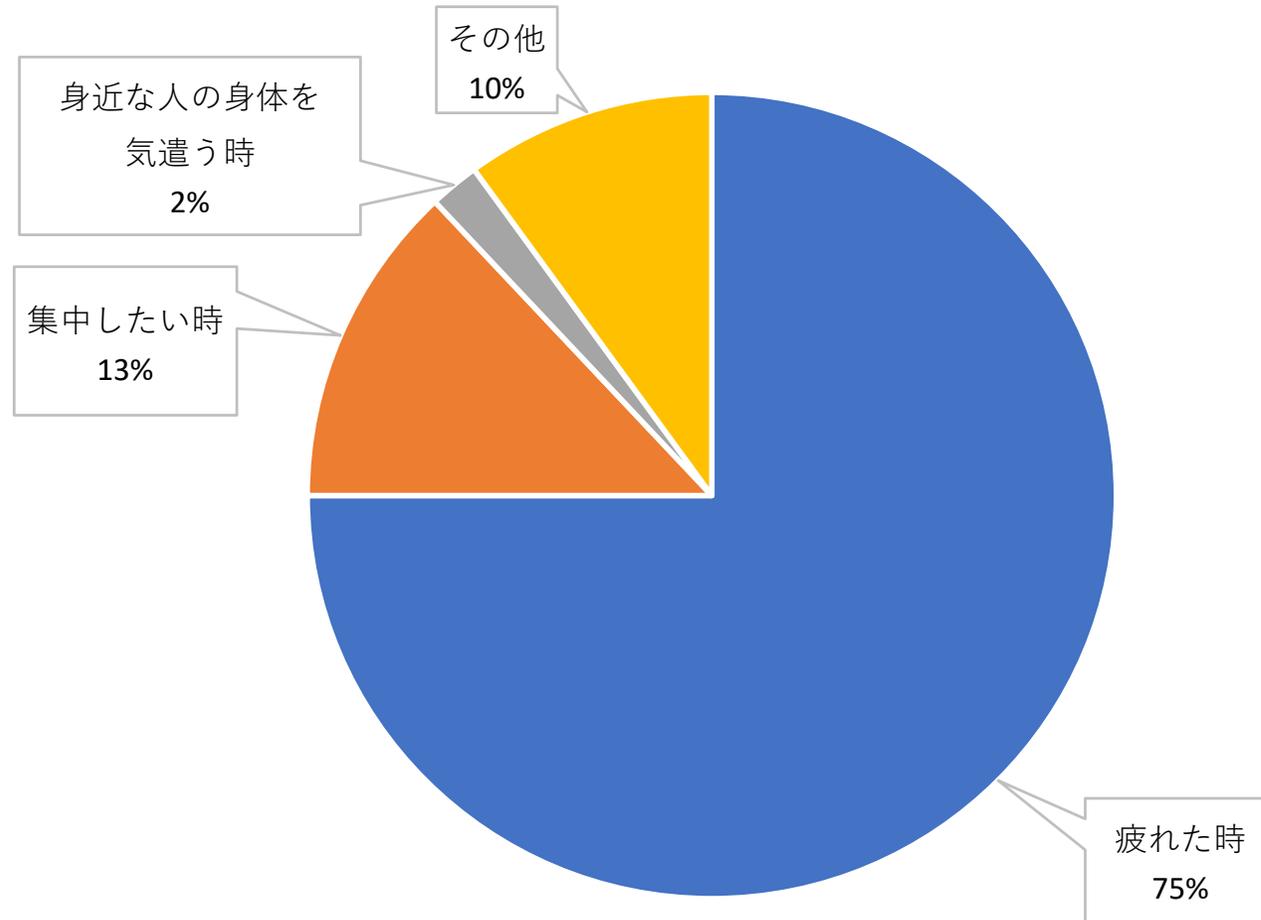


**身近な人の身体を気遣って、人と人との絆を繋ぐことに価値がある！**

# アンケート調査

- 実際に若者たちがリポDを手にとらない理由を調べるために、  
**リポDはどのような時に手を取るイメージがあるのか**について、  
アンケート調査を行った
- データの収集は、Instagramを用いて調査を行った
- 手にとる場面については、下記の項目を選択肢とした
  - 身近な人の身体を気遣う時
  - 疲れを取りたい時
  - 疲れた時
  - その他
  - 集中したい時

# アンケート結果



※出典：城西大学 学生による  
Instagramアンケート  
N = 260人

**自分のためにリポDを手取るのではなく、身近な人の身体を気遣う時にリポDを渡すことで力になるという価値を作りたい**

# ～親子の絆・感謝～

- TikTokやSNSなどを通じて、若者の目に留まるような親子のストーリーを考案
- 思春期の時期でも、言葉以外で支え合う力を実感することができる
- 辛い時こそ励まし合い、支えていくことの重要性
- 人と人との絆をつなぐ

# SWOT分析

機会

脅威

強  
み

築き上げてきた歴史・信頼

×

宣伝方法に余地あり

築き上げてきた歴史・信頼

×

多くの競合他社

弱  
み

若者へのアプローチ

×

宣伝方法に余地あり

若者へのアプローチ

×

多くの競合他社

# 社会問題（コロナ）

## 新型コロナウイルスによる弊害

医療崩壊	不景気	学校行事中止
文化的行事中止	人と交流しづらい	マスク必須
緊急事態宣言	重症化	外に出れない

このような現状だからこそ

**「絆・感謝」**忘れてはいけない！！

# まとめ

- 身近な人の身体を気遣って、人と人との絆を繋ぐことに価値がある

