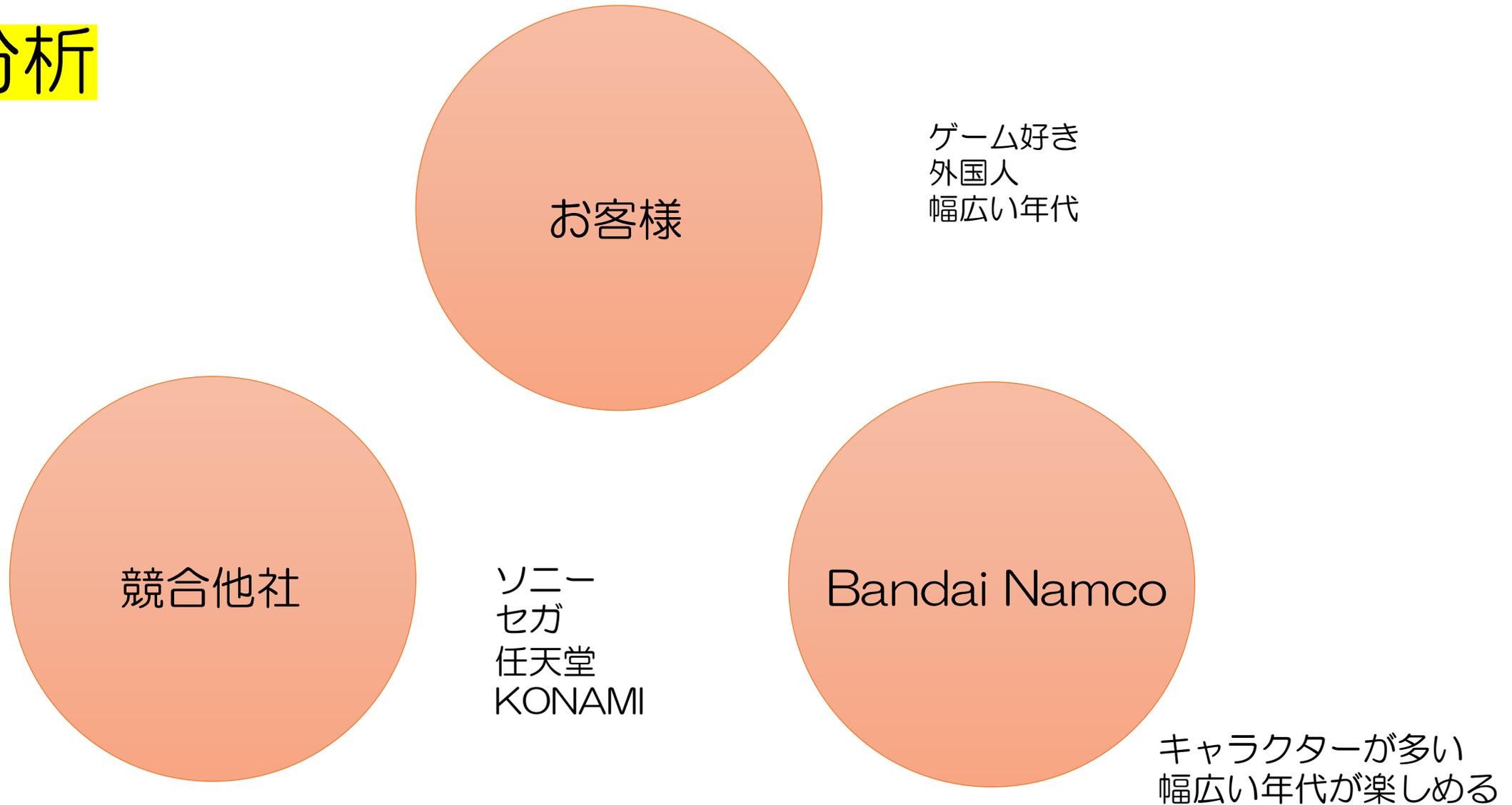




202302043菊池未来
202302146西尾美奈
202302005古木千里
202301967笠原七海

3C分析



SWOT分析

内部環境

外部環境

<p>Strength (強み)</p> <p>キャラクターが多い →価格競争の影響を受けにくい 幅広いジャンルを扱う (ゲーム、フィギュア、ゲームセンターなど)</p>	<p>Opportunity (機会)</p> <p>長期休暇 クリスマス 誕生日</p> <p>スマホゲームの増加 小さい子供たちのスマホの所持率が上がっている</p>
<p>Weakness (弱み)</p> <p>ゲーム会社が多いため競争が激しい</p>	<p>Threat (脅威)</p> <p>ソニー セガ 任天堂 KONAMI</p>

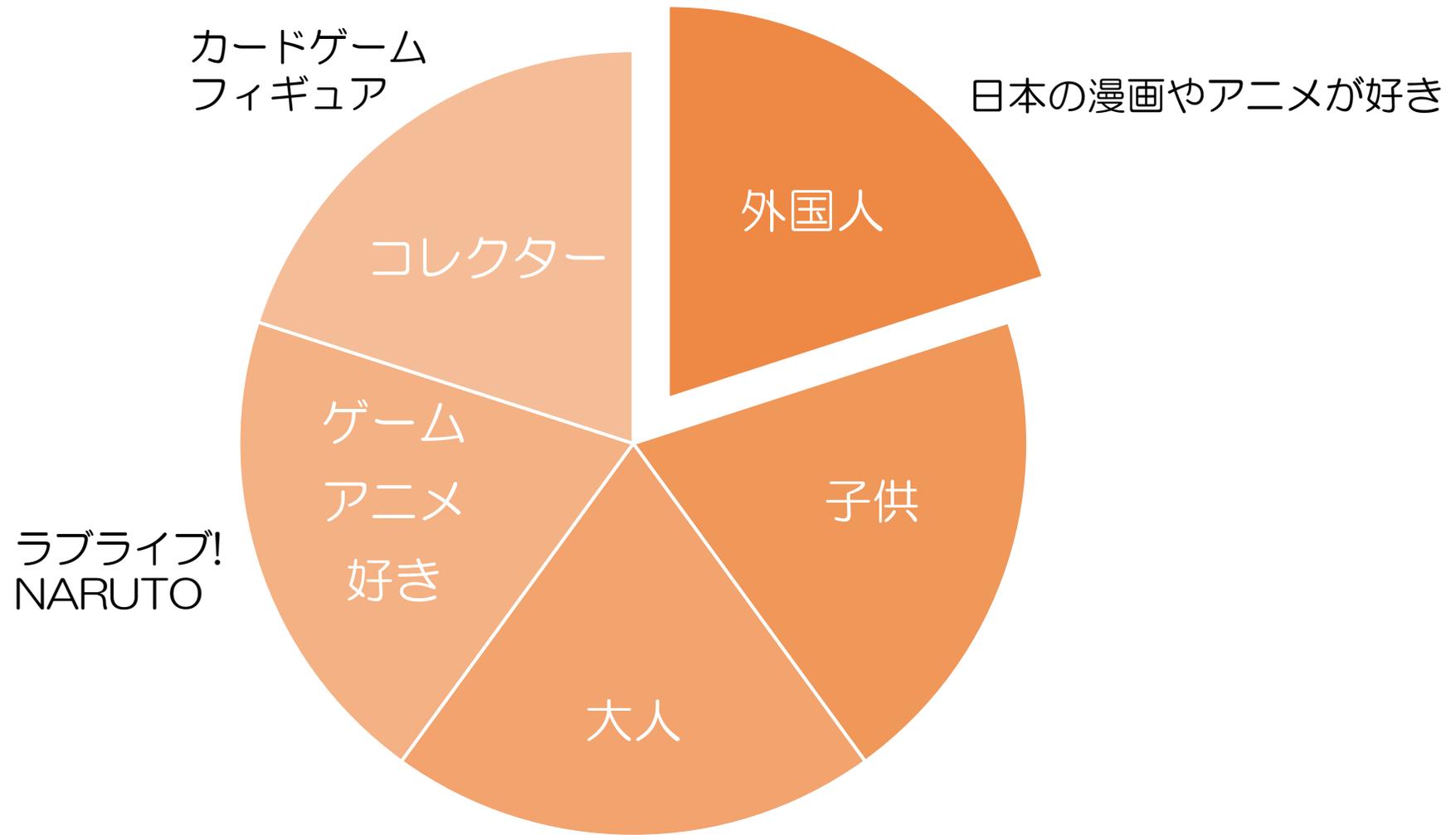
Cross-SWOT 分析

<p>Strength (強み)</p>	<p>Opportunity (機会)</p> <p>強み×機会</p> <p>自社のキャラクターのスマホゲームや子供も集めたいくなるようなフィギュアを作る</p>
<p>Weakness (弱み)</p> <p>強み×弱み</p> <p>他社にはない自社のキャラクターの多さを活かして、キャラクターのゲームやフィギュアを販売する</p>	<p>Threat (脅威)</p> <p>強み×脅威</p> <p>価格競争の受けないジャンル（フィギュアやカードゲーム）の数を増やす</p>

マーケティング上の課題💡

- ターゲット層の拡大
(少子化、グローバル化に対応した商品)
- 競合他社が多いため、戦略や商品の工夫が必要。(差別化)

Segmentation



Target Customer

ターゲット 

世界中の人々



日本から世界に発信されていった漫画文化を象徴する
”吹き出し”でもあり、世界中の人々と繋がってアイデアが飛び交うブランドの可能性を表現

Positioning

個人向け



Bandai Namco

厳選した事業展開

幅広い事業展開

Nintendo



ファミリー向け