

19_4P+誰に何を分析

	自社	競合A	競合B	競合C
誰に (ターゲット)	30~40代 こだわり派の女性	10代後半~20代中盤 大学生を中心とした若者	20代~30代 自立した1人暮らしの女性	30代~40代中心 ママ(主婦)
何を (届ける価値)	こだわり派にぴったりの厳選アイテム	最新トレンドのファッションコーディネート	かっこいい女性になるためのエッセンス	子育てママのおしゃれ生活
製品 Product	厳選された海外のファッションアイテム	トレンドに合った商品を展開。点数も多い	できる女性に思われるファッションアイテムと関連商品	機能面にも配慮したファッションアイテム
価格 Price	相場よりはやや高め	低単価の商品多数。 Webからも購入可能	高くもなく安くもない価格帯で展開	相場よりは低単価のものが多く。ポイント制度を活用
流通 Place	海外のアイテムやトレンドに強い	多数のブランドとつながりがあり、仕入れ力が高い	駅前に店舗があり露出に強み	移動型の簡易ショップを展開。モールとコラボも
販売促進 Promotion	ファッション情報のフリーペーパーを定期発行	大型の自社メディアを保有。Webの集客力がある	インフルエンサーを招いたトーク会を行っている	地元のママコミュニティとの網が多数

19_4P+誰に何を分析

	自社	競合A	競合B	競合C
誰に (ターゲット)				
何を (届ける価値)				
製品 Product				
価格 Price				
流通 Place				
販売促進 Promotion				