

# 競合・自社4P分析 (自社ネット通販事業フルーツShomeidoの事例)

	自社 フルーツShomeido	競合他社
<b>Price</b> 価格 製品やサービスの価格面の特徴	競合よりは低価格 (マスクメロン1個化粧箱入り : 9,800円~)	高価格帯 (マスクメロン1個化粧箱入り : 16,200円~)
<b>Place</b> 流通 販売チャネル・商圏・取引先	静岡県浜松市に実店舗1店 自社サイト、楽天、Yahoo!、アマゾンにも出店	都心を中心に実店舗展開 自社サイト、楽天、Yahoo!にも出店
<b>Promotion</b> 販売促進 顧客との接点をどのようにもっているか	1937年に実店舗を開店し、1999年に多くの競合他社よりも早い段階でインターネット店開店。丁寧な顧客対応により、顧客の不安の解消や当社商品への信用を獲得している	100年以上の顧客との関わり中で強力な独自ブランドを構築し、数多くの消費者からの支持基盤が成立しており知名度が極めて高い
<b>Product</b> 商品 当社商品の特徴	顧客の要望に細やかに応えた、高品質な贈答用ラッピングフルーツギフト	強力なブランド力の下で品質が担保されたフルーツギフト
<b>4P分析を基にした他社との差別化の内容</b>	競合よりもお求めやすい価格のなかで、丁寧な顧客対応を行い、送り先様に喜ばれる贈答用ラッピングフルーツを確実に提供することにより、顧客からの信用を獲得している。	長年培ってきた強力な独自ブランドを用いた高級路線を基に企業や政治家など、品質にこだわる消費者への提供が主となっている。