

3C 分析

Customer : ゲーム好き、ライトゲーマー、前世代機を持ってた人、幅広いが

3DS より大人より

Competitor : Sony/PS5、スマホゲーム、パソコン

Company : SWOT

SWOT 分析

Strength : タイトル, IP (マリカ、エアライダー等)、高機能化 (サイズ、充

電、画面、マイク、モード変形)、安定、研究開発

Weakness : 値段が高い、1で満足、カラバリ、地味、デカい、スペック、供

給、期待がでかい

USP

1をプレイした人 従来のファン 懐かしさ、ノスタルジー 高性能 持ってると

自慢できる 人権 タイトル 体験の向上 出先でも家でも 楽しい エアライダー

「いつでも、どこでも、誰とでも」

Evidence : 高性能 新しい 改善 サイズ 充電 画面 取り回し マイク VC エア

ライダー

Benefit：みんな（家族・友達）で楽しい自慢できる

Scene：出先、でも家でもフレキシブル 家族で Opportunity ゲームの人気が

上がっている 前作ハードのインフラ 円安→海外 8年ぶりのハード

Threet 円安→国内 転売・流通 コスト増 半導体供給

CSWOT

SO：海外に新作タイトルで訴求できる

ST：大きい企業であるから販売ルートを熟知している。→転売対策

WO：昔はやっていたタイトルを2に登場させ購買意欲を高める

WT：高くとも価値があるから値段を上げる

最終的に考えた USP

「家でも出先でも 最新ソフトを最先端の画面と画質で 体験できる」