

Sirojam事業戦略

ULSSASフレームワーク分析

ULSSASフレームワークとは

- **Uniqueness:** 独自性・差別化要因
- **Logic:** 論理的な根拠・理由
- **Story:** ストーリー・物語性
- **Strategy:** 戦略・アプローチ
- **Action:** 具体的なアクション
- **Success:** 成功指標・成果

U: Uniqueness（独自性）

差別化要因

Sirojamモール

- 自社ビルでの複合施設運営
- マッサージ・美容・カフェの統合体験

SDGs取り組み

- 空き瓶の再利用による環境配慮
- アクセサリー・花瓶への転用

商品多様化

- 部位別ケア（ひざ、ひじ、かかと）

L: Logic（論理的根拠）

事業拡大の理由

市場拡大

- 既存顧客のニーズ多様化
- 新規顧客層の開拓
- リピート率向上

店舗戦略

- オンラインとオフラインの融合
- 体験価値の提供
- ブランド認知度向上

商品開発

S: Story（ストーリー）

ブランドストーリー

🌟 Sirojam研究所

- ポーラ研究所のような研究機関
- 科学的根拠に基づく商品開発
- 専門性のアピール

🎁 ギフト戦略

- 特別な日のケア商品
- 贈り物としての価値
- 感情的なつながり

👥 コミュニティ形成

S: Strategy (戦略)

多角的アプローチ

ターゲット戦略

- 既存顧客の深掘り
- 新規顧客層の開拓
- シニア市場への参入

デジタル戦略

- アプリ開発（ポイ活、ルナルナ連携）
- オンラインイベント
- ライブ配信

パートナーシップ

A: Action（具体的アクション）

実行計画

店舗展開

- ☐ 自社ビルでのモール運営
- ☐ マッサージサロン開設
- ☐ 美容クリニック併設
- ☐ カフェ運営

商品開発

- ☐ 部位別ケア商品開発
- ☐ 世代別商品ライン
- ☐ メンズ用商品

S: Success (成功指標)

KPI設定

売上指標

- 総売上高
- 商品別売上
- 新規商品売上比率

顧客指標

- ロイヤルカスタマー数
- リピート率
- 新規顧客獲得数

優先順位マトリックス

高影響・低コスト

1. 商品ジャンル拡大 - 既存リソース活用
2. SDGs取り組み - ブランド価値向上
3. オンラインイベント - 低コストで高効果

高影響・高コスト

1. Sirojamモール - 大きな投資が必要
2. アプリ開発 - 技術的リソース必要
3. Sirojam研究所 - 研究開発投資

次のステップ

短期（3ヶ月）

- [] 商品ジャンル拡大の詳細計画
- [] SDGs取り組みの具体化
- [] オンラインイベント企画

中期（6ヶ月）

- [] Sirojamモールの設計・準備
- [] アプリ開発の要件定義
- [] パートナーシップ構築

長期（1年）

まとめ

ULSSAS分析結果

- ✓ **独自性:** 複合施設運営とSDGs取り組み
- ✓ **論理性:** 市場拡大と顧客ニーズ対応
- ✓ **ストーリー:** 研究機関とコミュニティ形成
- ✓ **戦略:** 多角的アプローチ
- ✓ **アクション:** 具体的実行計画
- ✓ **成功指標:** 明確なKPI設定

次のアクション: 優先順位の高い施策から実行開始