

商品力調査

消費者ニーズを商品に活かす、消費者調査のご提案

消費者の意見は、**新商品の市場導入**や、**既存商品の改善**、**小売・卸業など流通対策の資料**として、効果的な情報です。消費者の生活行動から、**購買需要期**や**消費者ニーズ**を探ることで、競合他社との**差別化戦略の構築**が可能です。商品戦略の**ベンチマーク**としても活用できます。

- 【利用用途】
- 新商品開発の為、市場動向・対象消費者のニーズが知りたい。
 - 小売業・流通業へ売込みの際、提案書資料としての活用したい。
 - 売上げが低迷している既存商品の改善点を知りたい。
 - 補助金や助成金事業の際に、市場調査報告書が必要。
 - 消費者の購入先要望から、売り込むべき販路を選定したい。

- 【調査実施例】
- ・新商品の消費者購入意向調査・ブランド認知調査（インターネット調査・サンプル郵送調査）
 - ・売上げが低迷している既存商品の改善調査（サンプル調査・座談会形式調査）
 - ・該当商品市場の購買動向や消費者意識の情報の収集（インターネット調査）
 - ・商店街・商業地域・店舗の消費者利用調査（覆面調査・座談会形式調査）
- その他ご要望に応じて調査設計し、ご提案します。

【実施方法】

調査メニュー	内容	効果的な項目
商品開発前の事前調査 インターネット調査	インターネット上での消費者ニーズ調査です。 ※50名より実施可能です。	商品開発時点での情報収集、利用する消費者のニーズを探る、等に適しています。 ・消費者行動（購買時期／購入価格など） ・消費者ニーズの把握 ・ロゴ・デザイン等ブランド認知度調査 ・パッケージデザインへの意見
開発商品の市場調査 サンプル郵送調査	商品を郵送して、実際に家庭で試食・試供していただき調査します。 書面・またはインターネットにより試食・試用に関しての意見収集をします。 ※20名より実施可能です。	販売前の商品の消費者意見や販売価格の要望、パッケージに対する意見などが聞けます。 消費者が買いたいと思う価格、流通販路のイメージ、パッケージデザイン、実際の家庭での利用状況を知る事ができます。
試作品の使用意見の収集 座談会形式調査 (グループインタビュー)	募集モニターに会場に集合してもらい、会場で実際に試食・試用していただきながら座談会形式（グループインタビュー）により、直接意見を聞きます。 ※6名/1グループ以上で実施が可能です。	商品試作時点での消費者ニーズの深堀り、改善商品の課題に対する具体的な意見を聞く事ができます。

北海道のくらしアンケート くらしく
http://www.kurashic.com



商品開発・流通政策など、商品計画の指標となる 消費者調査を小規模・低予算で行えます。

- 【特徴】
- 北海道を中心として、全国に約1,500人の登録モニターがいます。
 - 少人数からの調査が可能なので、低価格での実施が可能です。
 - 自由回答（定性情報）が豊富です。消費者の生の声が聞けます。
 - インターネット調査、郵送調査、面談調査（グループインタビュー）が可能です。
 - 実施から3週間程度で結果が出ます。*インターネット調査の場合

【調査価格の例】

調査メニュー	費用と調査内訳<例>	実施規模・報告
商品開発前の事前調査 インターネット調査	105,000円～ 基本内訳： 50名以上でアンケート実施 質問7問（内自由回答3問） モニターの選定 質問内容作成/報告書の作成	地域：全国対応 期間：実施より報告書提出まで 約3週間 提出物：報告書類（紙面・パワーポイント） 分析前データ（エクセルデータ）
開発商品の市場調査 サンプル郵送調査	160,000円～ 基本内訳： 50名以上でアンケート実施 質問10問（内自由回答4問） モニターの選定 質問内容作成/報告書の作成 ※サンプル商品の郵送料は別途かかります。	地域：全国対応 期間：開始より報告書提出まで 約3～4週間 提出物：報告書類（紙面・パワーポイント） 分析前データ（エクセルデータ）
試作品の使用意見の収集 座談会形式調査 （グループインタビュー）	200,000円～ 基本内訳： 6名/1回45～60分の座談会実施 質問内容作成/会場設定 モニターの選定/実施/司会進行 インタビュー原稿起こし 報告書の作成	地域：主に札幌市内で実施 期間：開始より報告書提出まで 約3～4週間 提出物：報告書類（紙面・パワーポイント） 分析前データ（エクセルデータ） インタビューの音声データ

※上記価格はあくまで一例です。調査人数/質問数により価格は変動します。お打合せ後、詳細のお見積もりを提出致します。

※価格は消費税別です。*調査人数/質問内容等ご要望に応じて調整可能です。お気軽にお問い合わせください。

【調査内容例】

商品の形態	対象属性（年齢/性別/住地域/既婚独身）に対して、商品がどのように見られているかを調べることができます。 調査例：パッケージデザイン、大きさ、荷姿、商品の開封、利用方法
購入指向	商品がどのように受け入れられるかを調べることができます。 調査例：味の趣向、量、味覚に関して、商品コンセプト（自然志向/手作りなど）、色あい、食べやすさ
価格に対して	商品を購入する際に、どこに着目しどれくらいの価格で購入するかを調べることができます。 調査例：価格競合商品、購入範囲の価格、価格に対する付加価値
販路と利用法	対象商品がどのような販路で購入するイメージがあるか、商品をどのように利用したいかを調べることができます。 調査例：販売チャネル（量販店/百貨店/ネットショップなど） 利用方法（ギフト、贈り物として利用/自宅・自分用に購入）

自由回答を重視し、単なる「評価」ではなく、商品の良い点と、改善すべき点を調べることで、商品の改善や施策に利用できる調査を行います。

【調査設計】

お気軽にご連絡ください。ご連絡いただきましたら、直接お会いし、お打ち合わせさせていただきます。

お打ち合わせ後、調査希望内容、規模にあわせて、調査内容の設計とお見積もり、実施スケジュールをご提案いたします。

市場調査・生活行動調査・販売促進企画

株式会社オミセネット

<http://omisenet.com>

〒003-0027 札幌市白石区本通4丁目北 1-23-203

お問合せ：担当者 紫藤

Mail: info@omisenet.com

Tel: 011-598-8712 Fax: 011-598-8713

2015/3

北海道のくらしアンケート くらしく 参加モニター

集計日時 2015年3月1日

くらしくモニター総数1496名(男性283名 女性1213名)

運営サイト <http://www.kurashic.com/>

運営者 株式会社オミセネット

くらしくのモニター特徴

登録男女比は、8対2で女性登録者が多い。

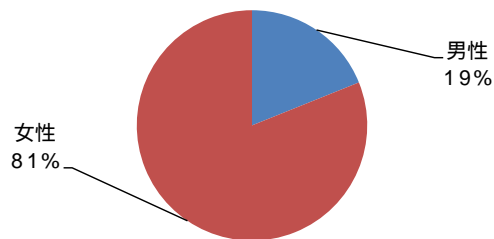
登録者年齢構成では、全体の約7割が30～40代が占めている。

既婚独身割合は、全体の7割が既婚者。

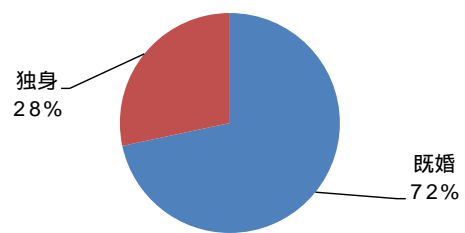
住地域分布は、北海道が49%、北海道以外が51%となっている。

北海道のくらしアンケートくらしく 登録モニター様属性傾向

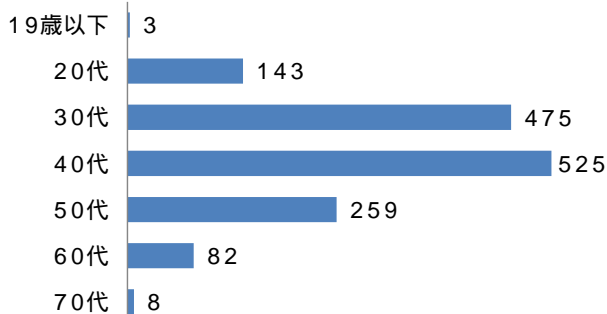
モニター様男女構成比
(n=1496)



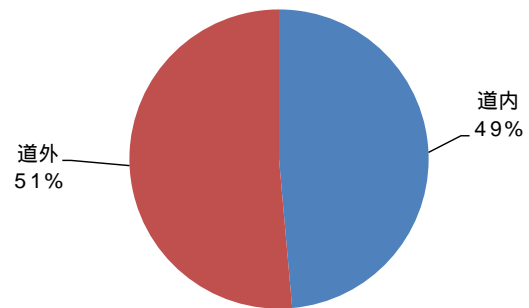
モニター様独身既婚
(n=1496)



モニター様年齢構成 (n=1496)



地域分布 (n=1496)



モニター様住居地域の分布 (n=1496)

