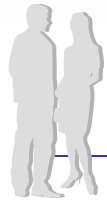


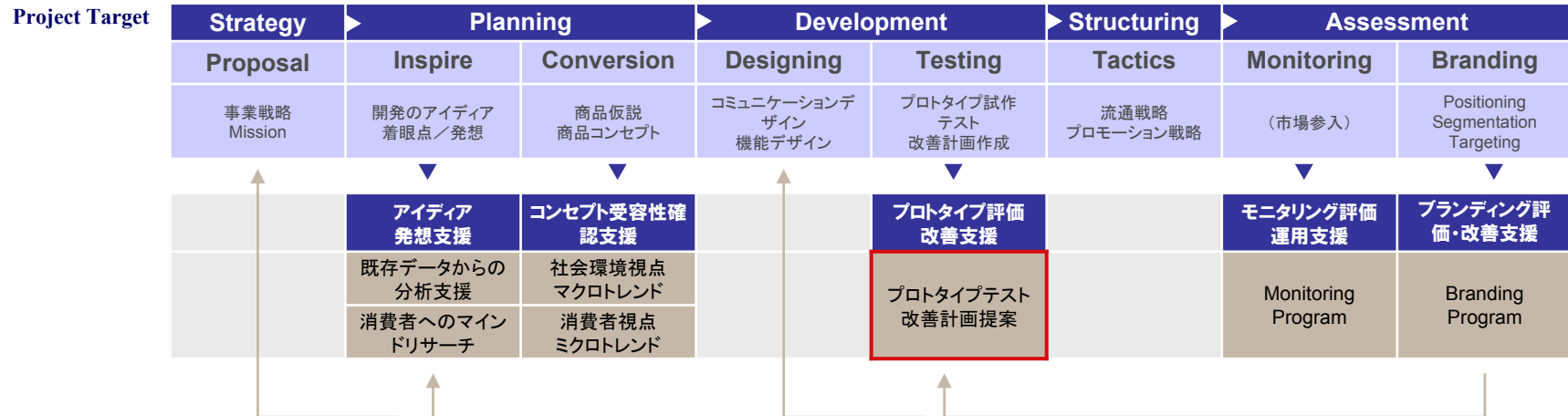
# 市場参入判断のための 受容性評価と分析



Solution Over View

## ソリューションのご紹介

製品評価



## 市場参入判断のための受容性評価と分析

### ■ 概要

CLT調査(Central Location Test) は会場集合調査などとも呼ばれ、予め決められた調査会場に調査対象者を集めアンケート調査やインタビューなどを通して消費者の声を収集する調査方法です。

プロトタイプテストの最終段階において、商品として発売を行うのかそれとも見送る決定を下すべきなのかは企業における意思決定のうちで非常に重要でかつ困難なステップのうちの1つです。

一般的には独自の自社基準を設けた意思決定を行う仕組みを企業内で準備し対応することが多いのですが、重要なのはその基準がより消費者の行動や消費実態をベースにした声(評価)から作成されていることであり、そのようなデータ収集にはCLT調査が最適であると考えています。

ELBでは商品開発プロセスにおける意思決定の為の仕組みづくりの1つとしてCLT調査を利用した重要な選択問題の意思決定の為のソリューションとして、外部調査会社と連携し、対象者のリクルーティングから会場手配と実査、分析結果のご報告までをサポートしています。

#### CLT調査の例:

- ・AとBのプロトタイプのどちらかに絞って製品開発を進めたい
- ・プロトタイプAが競合と比較してどのぐらいの受容性があるのかを見極めたい
- など

### ■ 特徴

#### 調査品質の維持

- 試飲や試食、試作品などに実際に手を触れ利用した上での調査が可能であるので、より具体的な評価を得ることができます。
- 守秘義務契約を結んだ対象者を会場に集めた調査となるので秘匿性の高い試作品や商品コンセプト案などの機密情報の管理が行いやすくなっています。
- 会場内で専門に訓練されたオペレータースタッフが実査の進行やアンケート内容のデータチェックを行い精度の高い回答結果を得ることができます。

#### 分析の特徴

- 評価を行う商材によりませんが、最寄品であれば実際の売り場を模した棚を作成し消費者からどのぐらい気づくのか評価を行います。
- 受容性の評価においては競合品や対抗する試作品との間の差について統計手法による検定を行い有効な差であるかどうかを検証します。

# 市場参入判断のための受容性評価と分析

## 主要なアウトプットと解釈例

### ■実際の売り場を模した商品棚による認知率の把握



- ・商品棚は販売されている商品とプロトタイプを陳列しただけ実際の売り場をイメージしやすく設定
- ・評価対象となるプロトタイプは不利な場所にて配置した上でどれだけ認知を得ることができたか評価を行う
- ・認知率と購入意向の強さによりプロトタイプのポテンシャルを分析する

調査対象となる商材によって商品陳列棚の種類は異なりますが、消費者が実際の売り場を想像しやすいように商品を並べます。

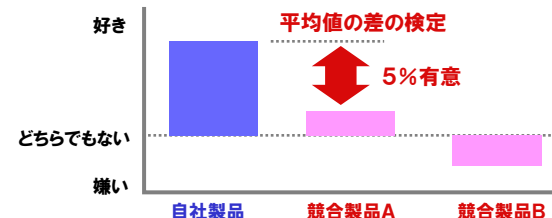
調査会場内での配置となるので、会場の照明による明るさや周囲の状況など実際の売り場を完全に再現することはできていませんが、新商品にとって多くの不利になる状況下においてもパッケージなどの外装のインパクトから消費者が気づくことができるかどうかと言う点で分析を行います。

※実際の店舗を利用したテストマーケティングを行うことが理想ではありますが、1回の調査コストが莫大になることが改善を繰り返し必要とする製品開発プロセスには不向きであるので、模擬棚を利用した上記の方法は実用的な調査手段となります。

### ■統計的検定による競合品との差の有効性の判断

#### 好意度評価

好意度の平均点比較

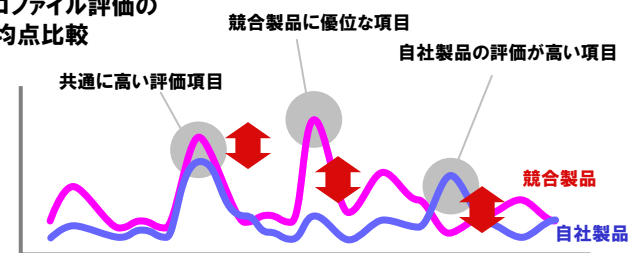


平均値にて指標化された好意度の2製品間の差を平均値の差の検定を行い、統計的に有意な差があるのかどうかを判断します。

意思決定のあり方としては好意度の平均値が「～以上」でかつ競合製品との「有意差がある」ことを判断基準にすることが考えられます。

#### プロフィール評価の競合との比較

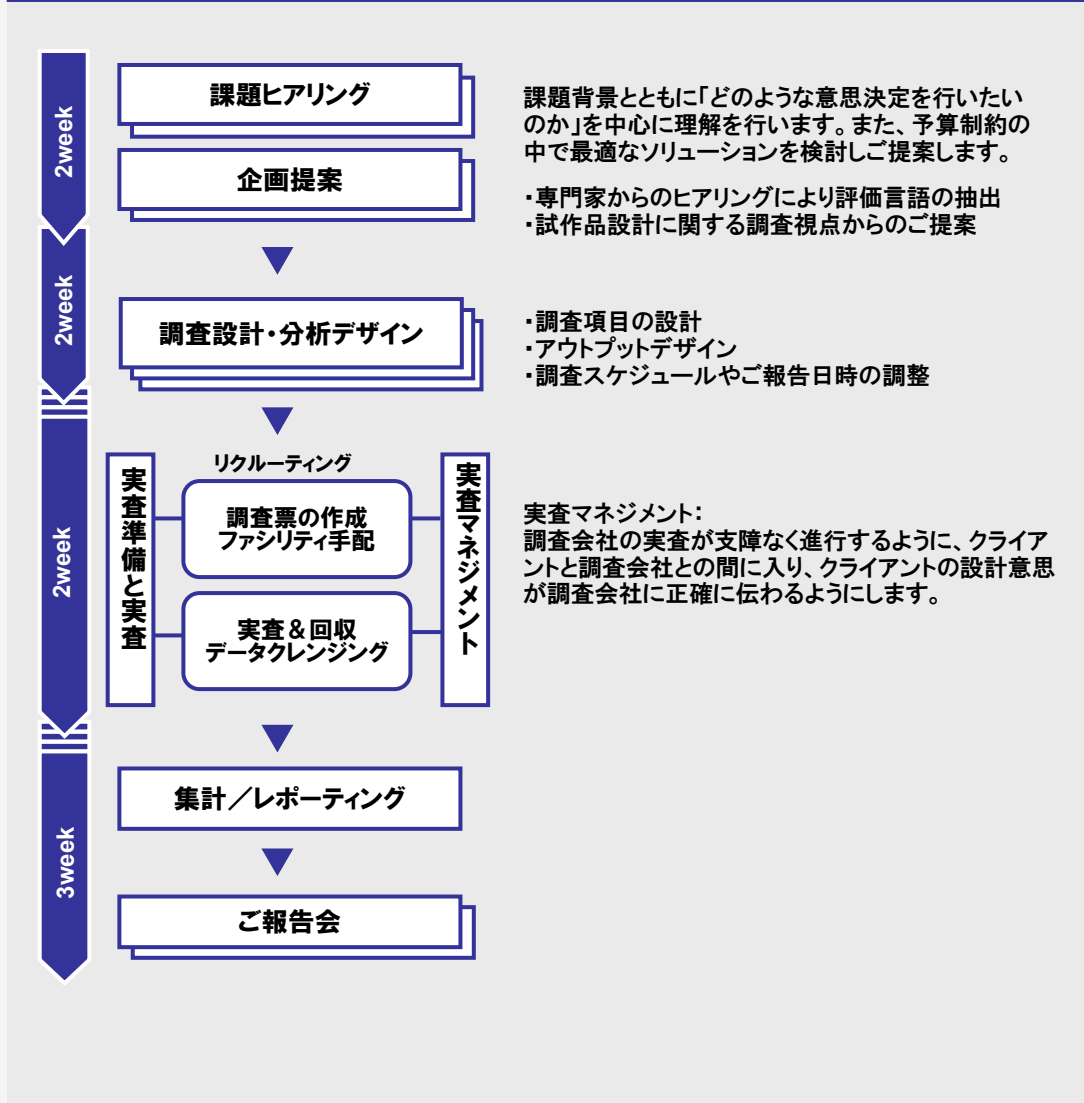
プロフィール評価の平均点比較



平均値にて指標化されたプロフィールにおいても同様に、それぞれの評価項目で競合製品との差があるのかどうかを平均値の差の検定を利用して判断を行います。

# 消費者による感性評価からのポジショニング分析

## ■ PJワークフロー



## ■ 備考

- ・1回の調査で取得できる評価銘柄は、対象となる商材によって異なりますが、対象者1人あたりで最大でも1時間以内の調査時間にて評価可能な数に限定されます。
- ・より多くの評価銘柄を取得したい場合には、1人の対象者について2日間に渡り実査を行うなどの方法があります。

## ■ 導入実績

導入実績の記載欄です。

## ■ 関連する他のサービス

関連する他のサービスの記載欄です。

## ■ 概算お見積もり

概算お見積もりの記載欄です。