

講師：株式会社シー・ユー
代表取締役 早尾 恭子氏



LIVE SEMINAR

今必要な"ユーザー視点"の リアルなコンセプト

FREE

参加者限定
配布資料

 ASMARQ

■ 講師紹介

株式会社シー・ユー代表取締役

モデレーター歴 20 年以上

モデレーター実績年間 300 本以上

マーケティングの定性調査として行われる、グループインタビュー・

デプスインタビューのプロ、「モデレーター」

調査プロジェクトの企画設計から実施、分析までトータルに行う

2001年より、自社にてモデレーター養成講座を開講し、

後進のモデレーター育成を開始

ビジネス講座講師、大学のマーケティング授業講師、企業向けの講習も担当

著書 「モデレーター聞き出す技術」すばる舎

趣味：料理・美味しいものを食べに行くこと、オペラ・古典曲を歌う事、車の運転、旅行、磁器作陶

ブランドコンセプトと商品コンセプト

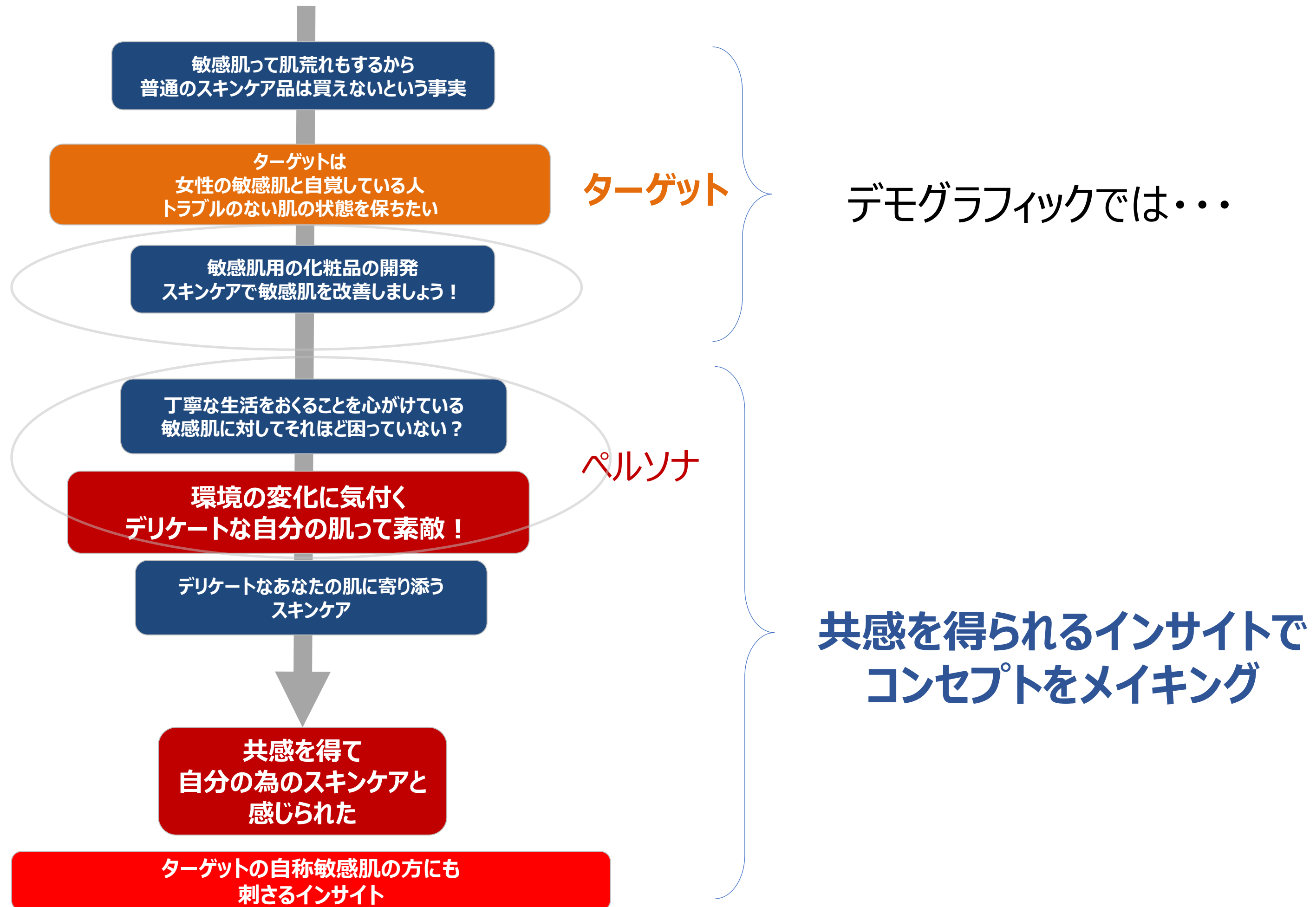
- ✓ 「ブランドコンセプト」とは、
ブランドの価値を具体的に言語化したもの
- ✓ 「商品コンセプト」とは、
商品の「ペルソナ・ニーズ・提供する技術」の
3要素を明確に表現したもの

商品コンセプト作りの法則

✓ リアルな事実をベースとする

✓ 共感を得るコンセプトのインサイト

商品コンセプト作りの法則



事例コンセプトメイキング

タイトル

インサイト

生活者が無意識に感じている課題、
未充足ニーズなどに対する問題提起で共感を得る

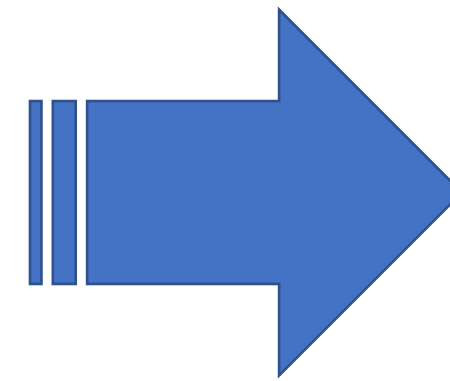
ベネフィット

インサイトを満たす商品の価値
何を提供してくれるのか

商品特徴

事例コンセプトメイキング

タイトル



【 * * * * * 】

デリケートなあなたの肌によりそう

スキンケア

事例コンセプトメイキング

タイトル

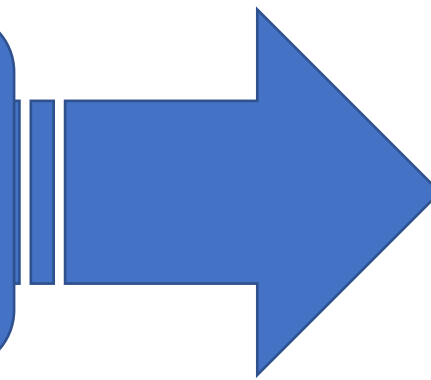
インサイト

生活者が無意識に感じている課題、
未充足ニーズなどに対する問題提起で共感を得る

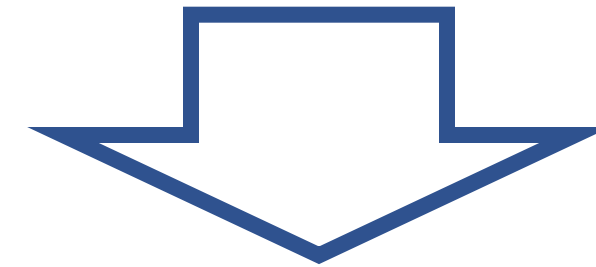
ベネフィット

インサイトを満たす商品の価値
何を提供してくれるのか

商品特徴



季節の変わり目や疲れ、ストレスからも肌トラブルが発生しやすいなど環境の変化によって揺らぎやすいのも敏感肌の悩み。お手入れで自信のある肌になりたい。



日々のスキンケアは丁寧に行っているつもりでも肌が揺らぐことがある。

肌変化は季節の変わり目や疲れ、ストレスなどが影響しているサイン。そんな時にもいつものお手入れで翌日には整っていて欲しい。

事例コンセプトメイキング

タイトル

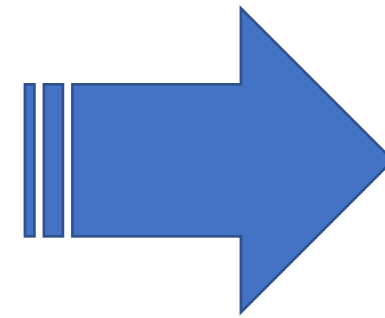
インサイト

生活者が無意識に感じている課題、
未充足ニーズなどに対する問題提起で共感を得る

ベネフィット

インサイトを満たす商品の価値
何を提供してくれるのか

商品特徴



環境変化に敏感で、デリケートな
あなたの肌に寄り添うオールインワンで
お肌を整えます

事例コンセプトメイキング

タイトル

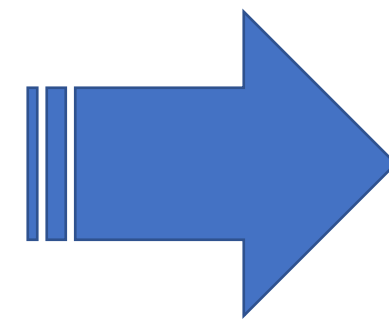
インサイト

生活者が無意識に感じている課題、
未充足ニーズなどに対する問題提起で共感を得る

ベネフィット

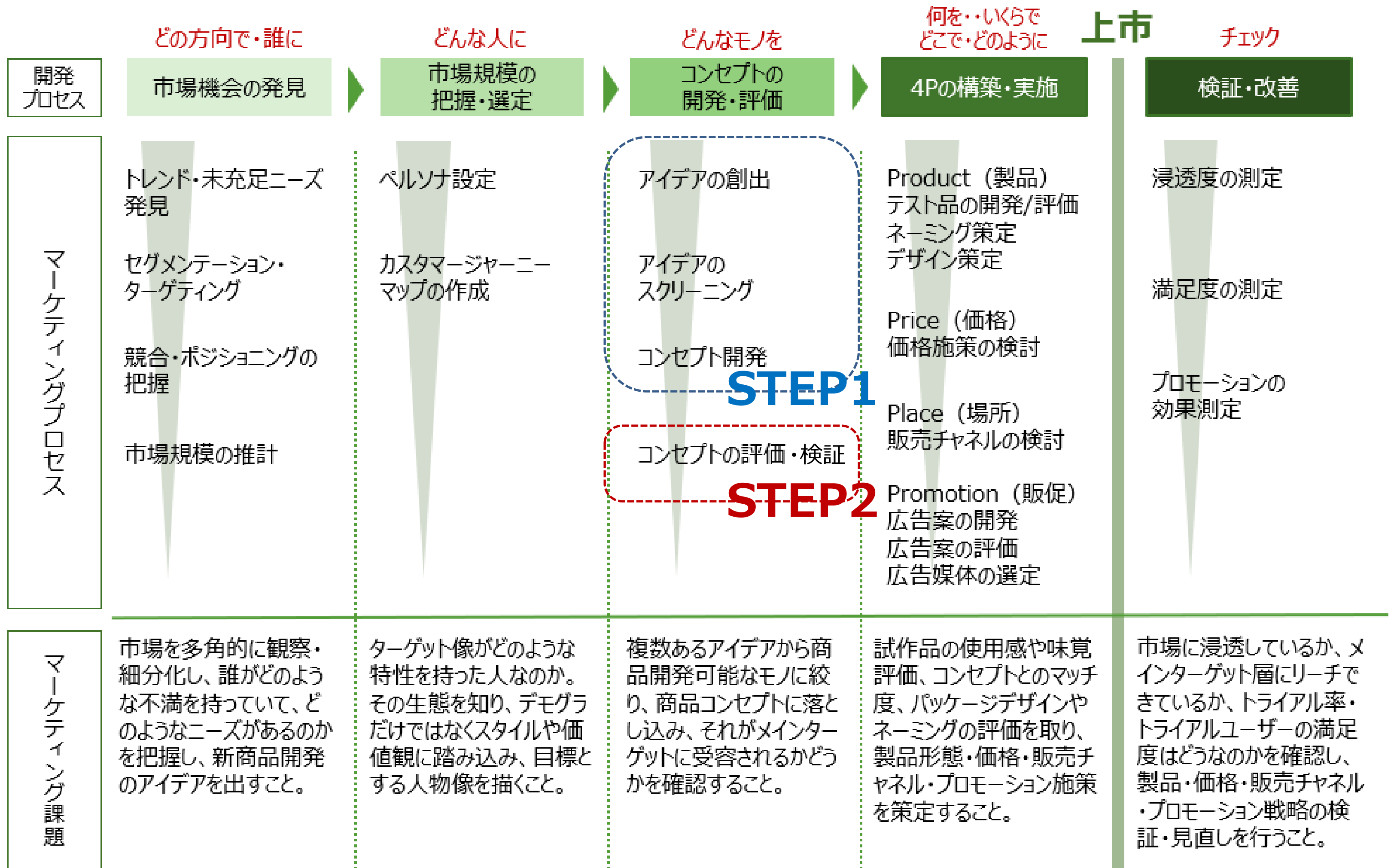
インサイトを満たす商品の価値
何を提供してくれるのか

商品特徴



商品スペック

コンセプト調査 事例紹介



コンセプトメイキングの課題別に行うべき調査例とは？

課題例	定量調査	定性調査
コンセプトを作成したい	✓	✓
コンセプトが複数できてしまい、どれに絞ったらよいか迷う	✓	✓
コンセプトの評価がどの程度であれば受容されると判断すべきか迷う	✓	
最終的なコンセプトが、メインターゲットに受容されるか知りたい	✓	✓

例

定量調査

1. コンセプト評価

- ・目的：初期段階のコンセプト評価をデータとして定量的に把握する
- ・対象者：自称敏感肌（5段階評価でTOP3に該当）

TOP3…

「敏感肌」項目に対し下記赤字を回答

「とてもあてはまる／あてはまる／どちらともいえない／あてはまらない／全くあてはまらない」

P案

敏感肌に悩むあなたのための
”敏感肌専用”のオールインワン
日常のスキンケアで敏感肌を改善

Q案

環境変化に敏感で、デリケートな
あなたの肌に寄り添うオールインワン
日常のスキンケアで翌日には整う肌へ

1. 文書提示

主にはペーパー提示でラインを引かせる。

オンラインの場合、テキストを画面共有することもある。

例:「自分ゴトと思う点」を直線、「購入意欲が高まった点」を波線 等
モデレーターと相談の上で導いた指標を基に、ラインを引かせインタビューで掘り下げる

例

定性調査

P案

敏感肌に悩むあなたのための

”敏感肌専用”のオールインワン

日常のスキンケアで敏感肌を改善

2. 製品提示、その後コンセプト合致度をはかる

事前に見せたコンセプト案との製品の合致度について、優先度が上がった/落ちたコンセプト案についてその理由をヒアリングする。

(どの点が合わなかったのか、意欲が下がったか等を具体的に聴取)



P案

敏感肌に悩むあなたのための

”敏感肌専用”のオールインワン

日常のスキンケアで敏感肌を改善

Q案

環境変化に敏感で、デリケートな

あなたの肌に寄り添うオールインワン

日常のスキンケアで翌日には整う肌へ

例

定性調査

コンセプト調査のポイント

- 提示数

集中力と記憶力の観点から
3案程度に絞り込むことを推奨

- 提示順

有力な案より提示する。
特にない場合は、ローテーションを掛ける

- データの見方

インサイトとどの位リンクしているかの流れを観る
特に定性の場合、票数ではなく刺さった点のインサイトから、有益だと思うものの絞る

- リトライ・再検討を行う：

コンセプトが全て響かなかったということも。
提示品に関するベネフィットを再度見直し、
インサイトを基に磨き上げる



沿革 株式会社アスマーク

本社所在地：〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティタワー4F

TEL：03-5468-5101 FAX：03-5468-5102

創立：1998年12月

設立：2001年12月

資本金：50百万円（2019年11月末時点）

売上高：2,991百万円（2019年11月期）

事業内容：

- ・市場調査
- ・HR Techサービス
- ・RPA導入・運用支援
- ・労働者派遣事業（許可番号：派13-311841）

運営サイト：

- ・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruting」の運営・管理



ASMARQ

