



WEB SEMINAR



売れる商品 パッケージが9割？

パッケージテスト — 調査手法と選び方 —

2024.
3.11.Mon
12:00

INDEX

- パッケージが消費者に与える5つの効果
- パッケージテストとは
- メリット・デメリット
- ポイントと注意点
- 調査手法と選び方

PROFILE

営業部 マーケティングコミュニケーションG



畠 紀恵 Kie Hata

マーケティング戦略 2013年・新卒入社

武蔵野大学英文科を卒業後、2013年に新卒入社。

モニターリクルート業務・リサーチディレクター職を経て、

2020年よりマーケティング業務へ従事。

年間200件超開催する自社開催セミナーや

共催セミナーの責任者を務め、

並行しPR領域のインハウスデザインを推進。

ASMARQ

PROFILE

営業部 マーケティングコミュニケーションG



鹿野 俊介 Syunsuke Kano

インサイドセールス 2016年・中途入社

営業として7年間従事し、大手調査会社を中心に
事業会社 代理店など幅広いクライアントを担当し
ニーズに合わせた調査方法を提案・企画。

現在はインサイドセールスチームを立ち上げ、
営業部門と連携しながら新規契約獲得へ向けた
戦略的なアプローチを行う。

パッケージが消費者に与える5つの効果



パッケージが消費者に与える5つの効果

消費者の「買いたい心」を揺さぶる

パッケージだけで買わせる

ジャケ買い

パッケージで作る

トレンド

パッケージが消費者に与える5つの効果

Point1

買いたいと思わせることができる

Point2

商品コンセプトを初見で伝えられる

Point3

企業のブランディングにつながる

パッケージが消費者に与える5つの効果

Point4

機能を持たせることができる

Point5

話題性をつかめる

パッケージが消費者に与える5つの効果

商品はパッケージが9割？

でもその裏にはしっかりとしたコンセプトも必要

—良い商品の真価発揮に「パッケージ」を活用しましょう—

パッケージテストとは

パッケージテストとは

製品のパッケージデザインが
消費者にどの程度受け入れられるか

発売前に市場調査する、調査手法

製品に対する消費者の印象を把握すること

店頭で目立つ？

手に取ってみたい？

新しさを感じる？

味が想像しやすい？

?

そう思う

ややそう思う

どちらともいえない

あまりそう思わない

全くそう思わない

分かること3選

客観的データでわかる

裏付け

市場導入への指標

確度の理解

目線が古くなってないか

改善点

パッケージテストのメリット・デメリット

メリット

消費者の
反応や印象が
瞬時・詳細に
わかる

具体的な
強み・弱みから
改善方向性
がわかる

市場投入時の
リスクを減らす
可能性が高い

デメリット

調査設計次第で
市場の反応と
大きく異なる
可能性

市場での
成功までは
判断できない

パッケージテストのポイントと注意点

パッケージテストのポイントと注意点

その製品だけを基準に評価

絶対評価

色、ビジュアルなどの要素に分けて

相対評価

分解評価

重要！他パッケージとの比較

パッケージテストのポイントと注意点

情報漏洩リスクの考慮

Point1	SNSでの公言
Point2	第三者への伝達
Point3	テスト製品の返却未順守

パッケージデザイン評価の手法と選び方

ASMARO



パッケージデザイン評価の手法と選び方

CLT
(会場調査)

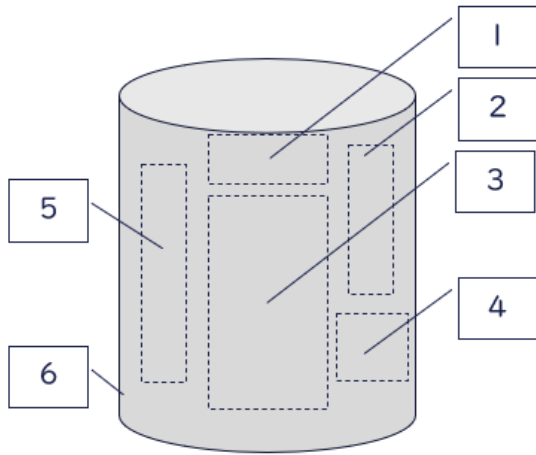
定番は会場調査
模擬店舗を設置・調査するため、データ精度は高い

WEB
シェルフ

ネット調査による
オンラインでのパッケージテスト

パッケージデザイン評価の手法と選び方

絶対評価



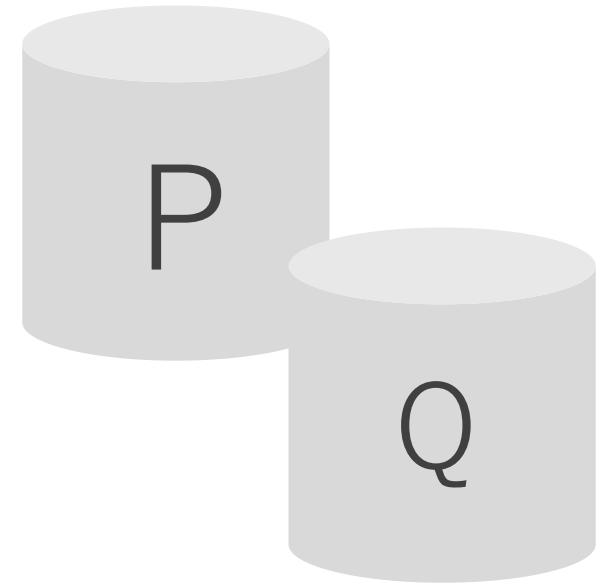
購入意向の評価は？

色は？

ロゴの印象は？

フォントは？

相対評価





NeuroAI
D-Planner

AIで行う パッケージ調査

人がクリエイティブを見た際の脳活動（反応）をAIが予測

コンセプト
伝達度

印象度

クリック率

好感度

D-Planner 9つの予測機能と消費者購買行動モデル (AIDMA)



Attention 注意	Interest 関心	Desire 欲求	Memory 記憶	Action 行動
① アテンション予測	⑤ 好感度予測 ⑥ 好み・嗜好	⑦ 広告効果予測 (クリック率)	⑨ 記憶定着度予測	⑧ 行動意向予測 (購買・愛用)
② 知覚・③ 印象予測		⑧ 行動意向予測 (試用意向)		
④ GAP予測				

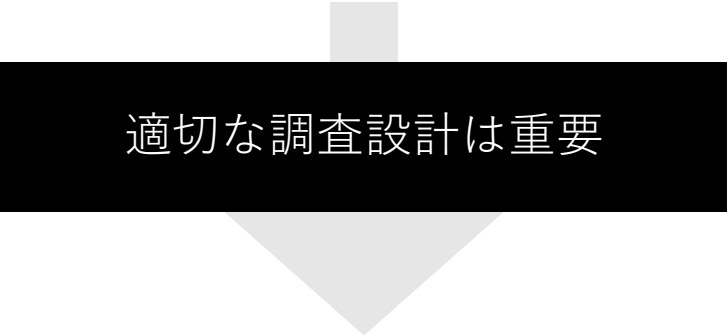
終わりに

ASMARO



終わりに

パッケージテストの活用は、商品の持つ魅力を
最大限に伝えるパッケージの開発が期待できます



適切な調査設計は重要

リサーチの専門家の知識と経験を最大限ご活用ください

ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,700万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター
リクルート
事業

約3,000件超

ネット
リサーチ
事業

約3,000件超

ホーム
ユーステスト
事業

約300件超

会場調査
事業

約250件超

※21期実績

品質

徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、
業務プロセスを徹底的に体系化。
高品質な業務を安定提供いたします。

集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な
クオリティ向上に努めています。

同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした
長年にわたる同業他社との連携も。
また、他社との事業提携も継続的に推進し
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS
Y20252（ISO20252）：2019」も取得。
定期的に全社員を対象とした正しい情報の
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

アスマーク・定性調査の強み

圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No.1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり
案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。
調査会社の目線で質を追求した、上質なリサーチ環境をお届けします。

納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、
無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



アスマーク・定量調査の強み

アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。

更にトップクラスのパネル提携数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。
出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

企画設計からレポート・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しく
リサーチャーが企画設計～分析レポートまで一貫して対応。
機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。
業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。





リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デプスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

5つのポイント

インタビュールーム
ミラールーム
バックルーフ
を実現

バックルーフ同士の
コミュニケーション
が可能

好みの大きさで
画面拡大が可能
オンラインでも
表情を捉えやすく

インカメラ/
アウトカメラの
マルチな切り替え
が可能

モデレーター
2名体制で
インタビュー
できる



リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いてます。

5つのポイント

調査会社視点で開発
インタビュアー・
モニターそれぞれに
フィットしたUI

スマホやタブレット
など
マルチデバイス
対応が可能

便利な
「チャット
テンプレート」で
質問の入力も楽々

動画や画像の
添付も簡単

調査目的・概要と
インタビュー履歴を
1つのファイルで
まとめてDL可能

会社概要

所在地	<ul style="list-style-type: none">・ 本社 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階 TEL：03-5468-5101・ 八戸事業所：実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8階 TEL：0178-20-8638・ 大阪事業所：営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL：06-6809-3457・ 福岡事業所：営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6階 TEL：050-5306-7274・ 横浜事業所：営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2階 TEL：045-225-9063・ 長岡事業所：実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL：0258-86-4381・ 中目黒事業所：実査部 〒153-0043 東京都目黒区東山1-6-2 TPR中目黒ビル3階 TEL：03-6451-2903
創 立	1998年12月
設 立	2001年12月
資本金	139百万円 （2023年12月31日現在）
売上高	4,282百万円 （2023年11月期）

役 員	代表取締役	町田 正一
	取締役	水城 良祐
	取締役	飯田 恭介
	社外取締役	木原 康博
	社外取締役（監査等委員）	鈴木 親
	社外取締役（監査等委員）	大内 智
	社外取締役（監査等委員）	塩月 潤道

社員数 295名（2023年11月末時点）

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.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

- ・ 東京スタンダード市場 上場
- ・ 社団法人 日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）
- ・ 社団法人 日本マーケティング協会（JMA）
- ・ アジア経営者連合会

調査のご相談はこちら

