



WEB SEMINAR

ASMARQ

# 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 —

FREE  
ONLINE

# 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

## 登壇者紹介



株式会社アスマーク 営業部

島田 涼（しまだ りょう）

不動産業界にて約4年、物件管理および営業に従事した後、アスマークへ入社。営業担当として、食品・飲料・金融・小売・広告代理店など、幅広い業界を対象とした新規開拓を推進し、顧客のマーケティング課題解決を支援。現在はリーダーとして自ら現場に立ちつつ、チームを牽引。顧客貢献の最大化をミッションに掲げ、日々邁進している。

---

# パッケージが消費者に与える5つの効果

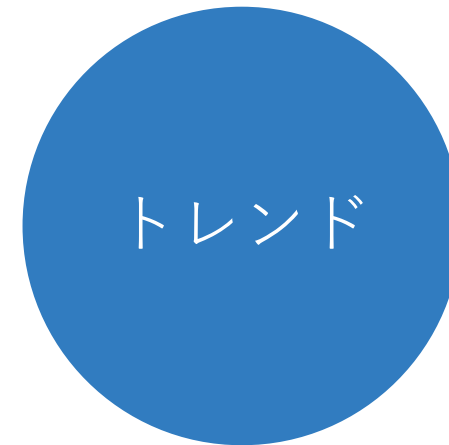
パッケージが消費者に与える5つの効果

## 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



パッケージで作る



## 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

ASMARQ

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

## パッケージデザイン評価の手法と選び方

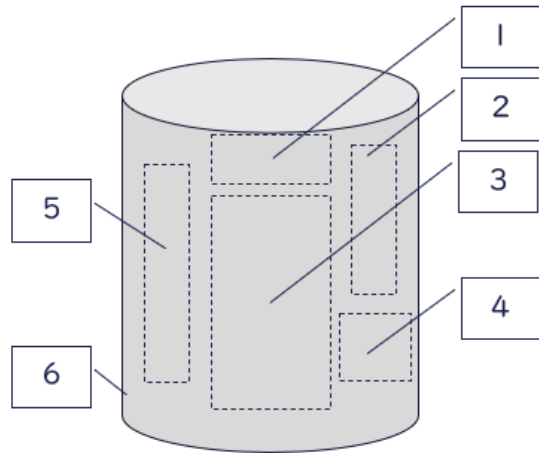
CLT  
(会場調査)

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  
セルフ

ネット調査による  
オンラインでのパッケージテスト

## 絶対評価



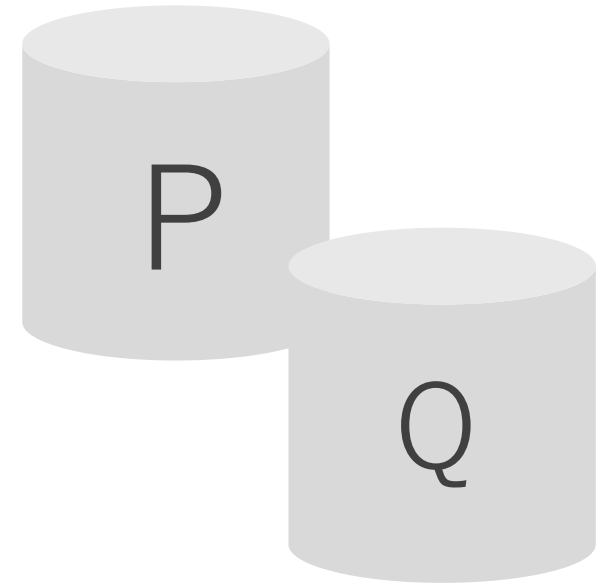
購入意向の評価は？

色は？

ロゴの印象は？

フォントは？

## 相対評価



ASMARQ × NTT DATA



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				

---

おわりに

ASMARO



おわりに

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、上質なり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ニング・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～分析レポートニングまで一貫して対応。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。

# i-PORT voice

## 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  
バックルーム  
を実現

バックルーム同士の  
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





# i-PORT chat

## 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います。

### 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

[調査のご相談はこちら](#)

会社名 株式会社アスマーク

代表取締役 町田 正一

所在地 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

社員数 316名（2025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）

八戸事業所 / 大阪事業所 / 福岡事業所 / 横浜事業所  
中目黒事業所 / 長岡事業所 / 名古屋事業所

創 立 1998年12月

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

設 立 2001年12月

資本金 166百万円（2025年11月末時点）

取得認証



売上高（連結）4,416百万円（2025年11月期）

加盟団体

- ・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）