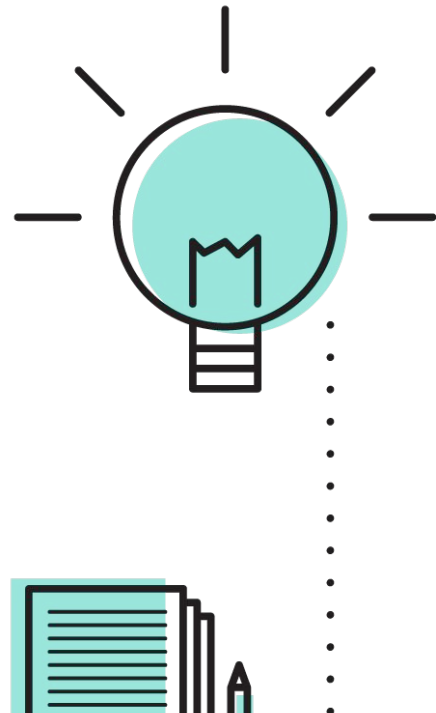
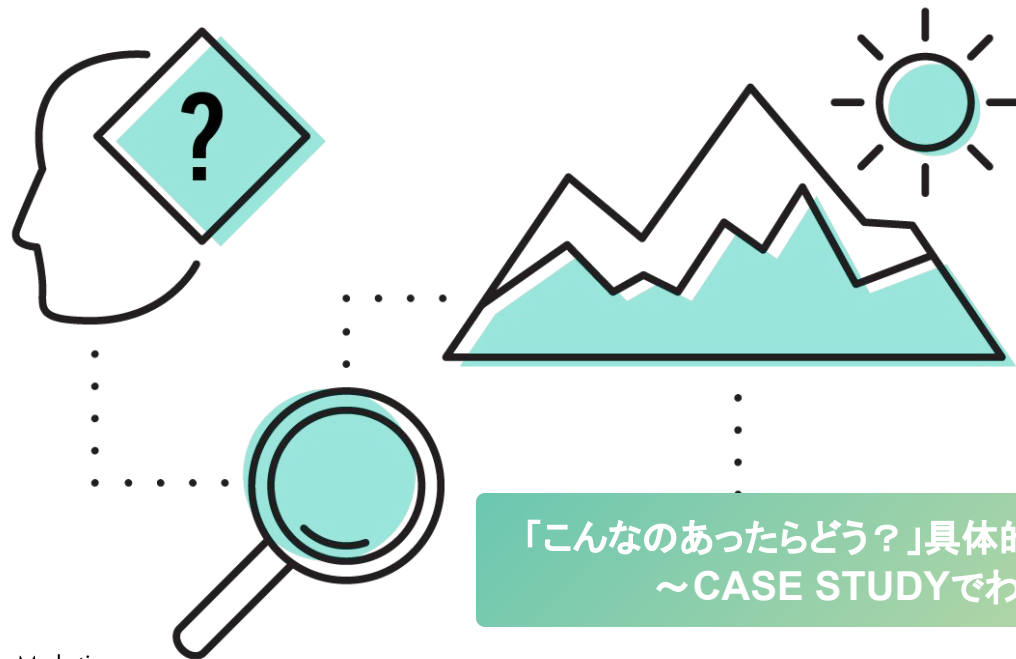


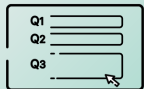
日用品メーカーが コンセプトテスト（受容性調査） にQiQUMOを活用！



「こんなのあったらどう？」具体的な課題解決のための QiQUMO の使い方
～CASE STUDYでわかる、Webアンケートの効果・効能～

QiQUMOとは？

QiQUMO(キクモ)は、アンケート画面の作成や、結果の回収をご自身で操作するインターネット調査ツールです。通常の調査に比べて、費用を抑える事ができ、スピーディに対応が可能のため、手軽に調査業務の効果を実感できます。



直感的な操作で簡単にアンケートが作成できる

アンケート作成から分析までワンストップ。回答データもエクセル形式で出力可能！



目的に応じて様々な人々の声を聞くことができる

リサーチ対象パネル約1,000万人！自社会員や社員など保有リストへの配信も可能！



低価格の料金体系で安心して利用できる

どんなに使っても設問数x回収数x11円=料金(税込)※前金なし、アンケートを回収した分だけの課金です。



7つの属性情報を組み合わせて配信指定ができる

約1,000万人のパネルに対して属性情報で絞り込んで配信ができる！



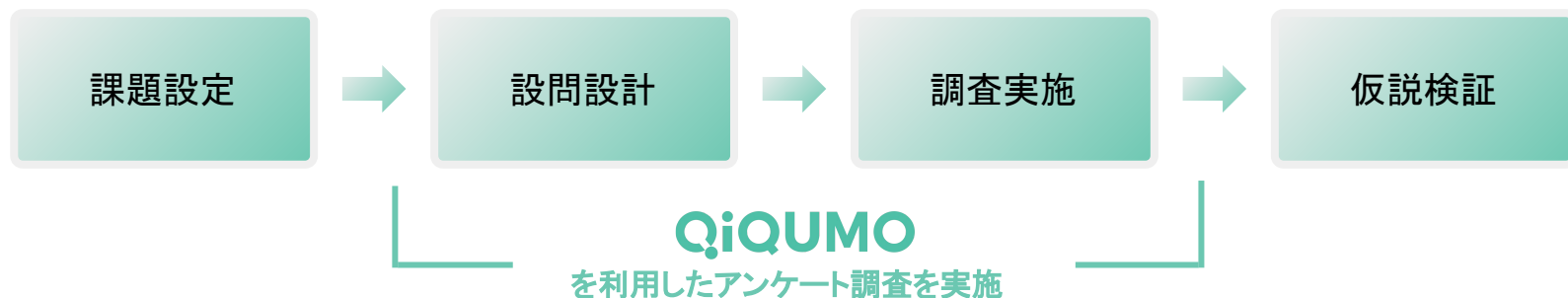
海外のパネルにも配信できる

最大24か国のパネルに配信可能！海外調査をスピーディに実施！

低コストで直感的な操作が可能。スピーディに即日アンケートを実現！

本資料の構成

この資料では、QiQUMOを使ったアンケートリサーチの流れを紹介します。ツールの使い方ではなく、具体的な調査事例（アンケートを実施）を用いて、課題に対する設問設計や仮説検証の方法を知っていただける内容です。セルフ型アンケートツールを用いた調査が、貴社のビジネスでどのように活用できるかをイメージいただければ幸いです。



CASE STUDY: 日用品メーカー 商品企画者の挑戦

新商品のコンセプトは受け入れられるのか？ 消費者の声をきく

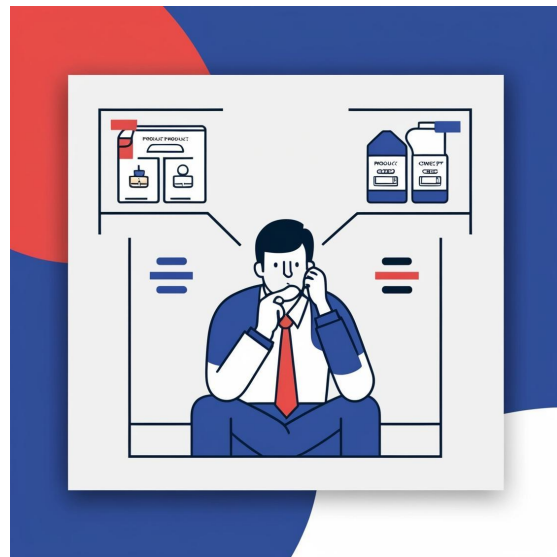
取り組んだ課題

商品コンセプトの市場性を評価したい (コンセプトテスト)

ある日用品メーカーで、「歯磨きした後に唇がカサカサしない・歯磨きした後に唇が潤う」という“練り歯磨き”の新商品コンセプトを企画しました。

現行商品にない機能を追加するため、製造コストが上がり、販売価格が現行商品より高くなる見込みです。

商品企画担当者は、開発プロジェクトを次のステップに進めるにあたり、新たな機能を追加した商品に市場性があるのか、また、消費者が価格上昇分に見合うベネフィット(顧客価値)を認めるかどうかを知りたいと考えています。



コンセプトテストの目的とは



アイデアを企画段階で検証できる

新しい商品のアイデアが市場に受け入れられるかどうかについて、**企画段階で検証することをコンセプトテスト**といいます。

新技術や新しいアイデアがどんなに画期的なものであったとしても、それが消費者に受け入れられるかどうかは、商品化し、実際に販売してみないとわかりません。

商品化フェーズに移行する前に、**消費者を対象としたアンケート調査を行うことで、商品開発が失敗するリスクを抑える**ことができます。

調査企画

商品カテゴリ: 練り歯磨き(歯磨剤)

商品コンセプト: 「歯磨き後に唇がカサカサしない・歯磨きした後に唇が潤う」練り歯磨き

調査企画

・調査目的: 新コンセプトの
商品に対して、市場ニーズ
の有無を調べたい

・調査対象: 一般消費者

・調査地域: 全国

・対象属性: 全年代

・アンケート回収数: 300

※年代別の異なるニーズを想定した
最低限のサンプル数

・質問数: 5問程度

質問項目の構成

・歯磨きした後の唇の乾燥や肌荒れの
有無(2項目択一)

※潜在ニーズの定量化

「歯磨き後の唇の乾燥や肌荒れを解消したい」という
潜在ニーズがそもそもあるかどうかを評価するための
質問です。

・「歯磨き後に唇が潤う練り歯磨き」の 購入
意向(5段階評価)

※市場性評価

潜在ニーズを満たす新しい練り歯磨きに対して、消費者
がお金を払うだけの価値を感じるかどうかを5段階で
評価してもらいます。

・「歯磨き後に唇が潤う練り歯磨き」の 許容
価格(多項目択一)

※価格受容性評価

新しい機能を持つ練り歯磨きに支払ってもよい金額の
目安を想定してもらいます。

・練り歯磨きに求める効果(複数選択)

※実態調査

消費者が既存の練り歯磨きの機能(ホワイトニング、
口臭予防など)に求めているニーズの実態を把握します。

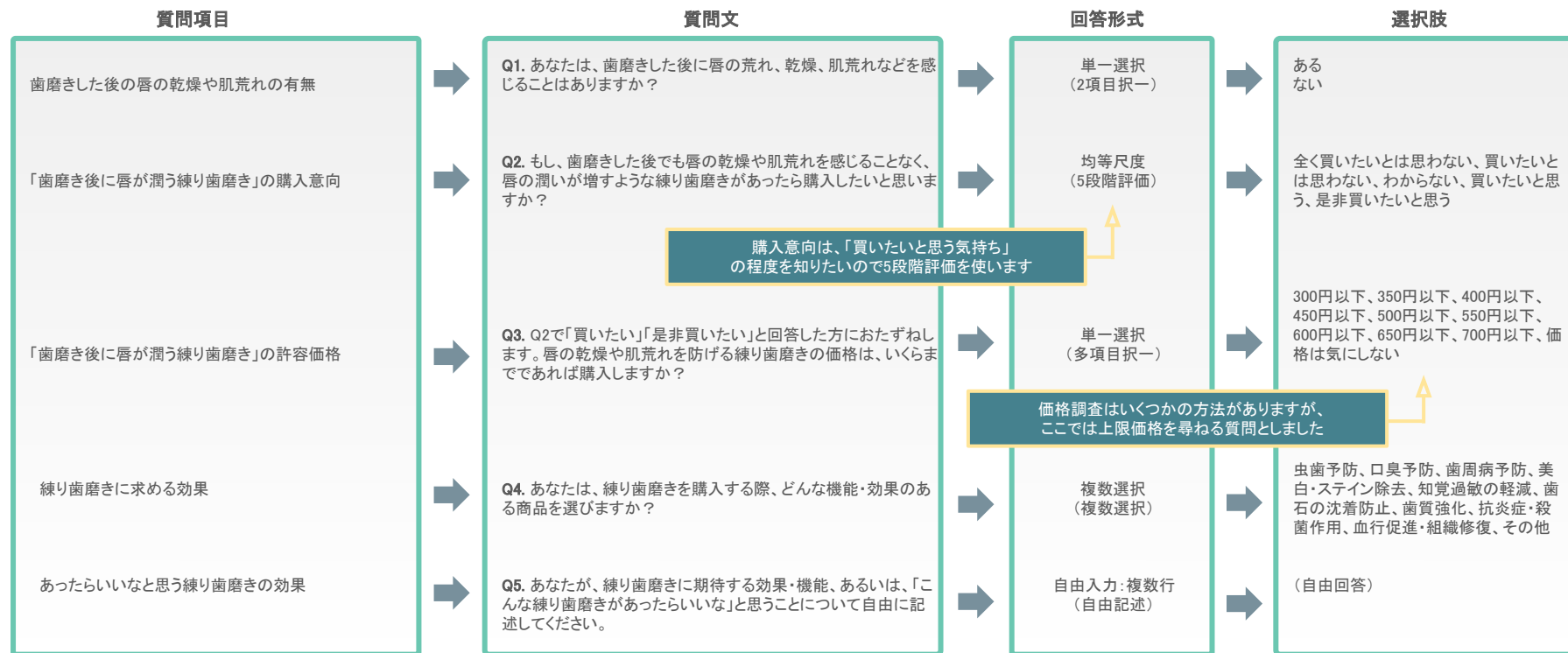
・あったらいいなと思う練り歯磨きの
効果(自由回答)

※アイデア収集

既存の潜在ニーズ、想定した潜在ニーズ以外の練り歯磨き
に対するニーズ、想定した潜在ニーズを考える上で参考に
すべき情報を収集します。

質問文・選択肢の具体例

質問文と選択肢の作成: 調査企画の段階で考えた調査項目(質問項目)を質問文・回答形式・選択肢に落とし込みます。

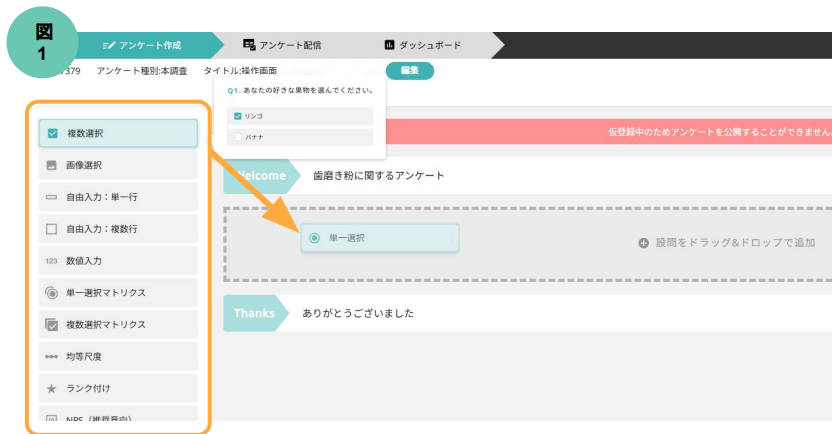


アンケート調査票のポイント① 質問文・選択肢

設問と選択肢の作成方法については[QiQUMOサービス資料概要・QiQUMO操作マニュアル](#)で詳しく解説しています。

ポイント1 ⇒ 質問文・選択肢の設定

図1の左側の設問形式を下の点線にドラッグ&ドロップし、各質問の編集ボタン(図2: 鉛筆マーク)をクリックして質問文と選択肢の設定画面を開きます。質問文と選択肢の設定画面から設問形式を変更することもできます。



アンケート調査票のポイント② 表示条件

ポイント2 ⇒ 表示条件を設定

Q.3「もし、歯磨きした後も唇の乾燥や肌荒れを感じることなく、唇の潤い感が増すような練り歯磨きがあったら購入したいと思いますか。」という質問は、新商品を買いたいと思わない人に聞いても意味がありません。Q.2で「買いたい」「是非買いたい」と回答した回答者のみにQ.3の質問を表示させるようにします。

Q.3の設問文と選択肢の入力画面の上部に表示される「表示条件を設定する」をクリックします。

上の操作を行うとQ.2で設定した内容が表示されます。Q.2は5段階評価の質問で、そのうちの「買いたい」「是非買いたい」を選択した人のみにQ.3の質問を表示させます。この画面の選択肢「買いたいと思う」「是非買いたいと思う」をチェックします。

The screenshot shows the 'Q.3 設問文と選択肢の入力画面' (Q.3 Question Text and Option Input Screen). The top section is titled '設問表示条件' (Question Display Conditions). It includes a '複数選択' (Multiple Choice) dropdown, a '表示条件を設定する' (Set Display Conditions) button, and a '回答必須' (Answer Required) checkbox. The question text is: 'Q.2で「買いたい」「是非買いたい」と回答した方にあずかします。唇の乾燥や肌荒れを防げる練り歯磨きの価格は、いくらまでであれば購入しますか。' (For those who answered 'I want to buy' or 'I really want to buy' in Q.2, I will give you a chance. For the price of a lip balm that prevents lip dryness and skin irritation, how much are you willing to pay?). The options are: '350円以下', '400円以下', '450円以下', '500円以下', '550円以下', '600円以下'. The bottom section shows the '5段階評価' (5-point evaluation) scale with options: '全く買いたくないと思う' (I don't want to buy at all), '買いたいとは思わない' (I don't think I want to buy), 'わからない' (I don't know), '買いたいと思う' (I want to buy), and '是非買いたいと思う' (I really want to buy). The '表示条件を設定する' button is highlighted in the top section, and the '買いたいと思う' and '是非買いたいと思う' options are highlighted in the bottom section.

アンケート調査票のポイント③ ランダマイズ機能

ポイント3 ⇒ ランダマイズ機能の活用

Q.4では、回答者が現在使っている練り歯磨きの機能・効果を聴取することで、どんな種類の練り歯磨きが売れているのかを把握します。画像右側にスマートフォンに表示される画面が表示されます。このケースでは選択肢が10個と多めです。

選択肢が多いと上のほうに表示された選択肢が選ばれやすいという傾向が見られます。

QiQUMOでは、回答者ごとに選択肢の順番をランダムに表示させることで回答の偏りを防ぐための「ランダム表示機能」が搭載されています。

選択肢の数が多い場合には、この機能の活用もご検討ください。



アンケート調査票のポイント④ 自由入力

ポイント 4 ⇒ 自由入力の設定

Q.5は、練り歯磨きについて自由に記入してもらう設問です。

QiQUMOでは自由記述欄の設定は「自由入力：単一行」と「自由入力：複数行」が設定できます。

2つの違いは入力できるテキストの分量です。

思いつく単語やキーワードなどを想定した設問では「単一行」、文章でより多くの情報を記述してもらいたい場合には「複数行」を選択します。単一行は文字数を制限することで、集計をやりやすくします。

今回のケースはより多くの情報を収集することが目的なので「複数行」を選択します。

 画像選択

☒ 自由入力：単一行

☐ 自由入力：複数行

123 数値入力

アンケート調査票のポイント⑤ 配信設定

ポイント 5 ⇒ 配信設定

モニター配信か事前抽出アンケート、回答者属性(性別、年齢、居住地)、回収目標総数、配信セグメントを設定し配信します。

それぞれの具体的な設定方法は、[QiQUMO操作マニュアルの『STEP2「作る」～抽出条件の設定 事前抽出調査Ver』と『STEP3「集める」～配信条件の設定 モニター配信Ver』](#)をご覧ください。

具体例のケースでは、

- 属性で指定できない回答者の条件はないため ⇒ 「アンケート配信」タブの「対象モニターの配信方法」は「**モニター属性から設定する**」を選択。
- すべての**一般消費者を調査対象とする** ため ⇒ 「性別」「年齢」「居住地(47都道府県)」はすべて選択。
- 今回の**目標設定総数は300** としました。
- 割付設定は、男女別、年代別の分析は行わないため「設定しない」を選択します。

実施したアンケート調査が課題を解決

「割付設定」を完了し「配信依頼」をクリックすると、回収目標数通りに回収ができた場合の最大利用料金が表示されます。
料金を確認し、「同意して配信を依頼」をクリックすると、15:00までであれば当日中に作成したアンケート票がモニターに配信されます。

調査結果の確認 — ダッシュボード

回答結果はリアルタイムで確認することができます。マイページで、作成・配信したアンケート名の「ダッシュボード」をクリックすると、各設問ごとに自動で集計・作成されたグラフが表示されます。

課題①: 新たな機能を追加した商品に、市場性があるかどうかを知りたい。



判断材料①

- Q.1「あなたは、歯磨きした後に唇の荒れ、乾燥、肌荒れなどを感じることがありますか」
Q.2「もし、歯磨きした後も唇の乾燥や肌荒れを感じることなく、唇の潤いが増すような練り歯磨きがあったら購入しますか」

課題②: 価格上昇分に見合うベネフィット(顧客価値)があるかどうかのバランスを評価したい。



判断材料②

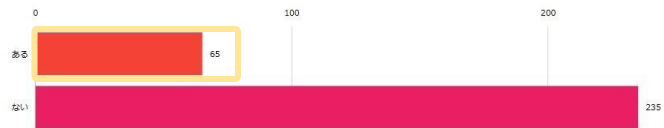
- Q.2「もし、歯磨きした後も唇の乾燥や肌荒れを感じることなく、唇の潤いが増すような練り歯磨きがあったら購入しますか」
Q.3「唇の乾燥や肌荒れを防げる練り歯磨きの価格は、いくらまでであれば購入しますか」

実施したアンケート調査が課題を解決

調査結果の確認 — グラフ

集計結果をグラフで確認し、QiQUMOで行ったアンケートの調査結果を判断材料として課題に対してどういう結論を出すべきかを検討します。

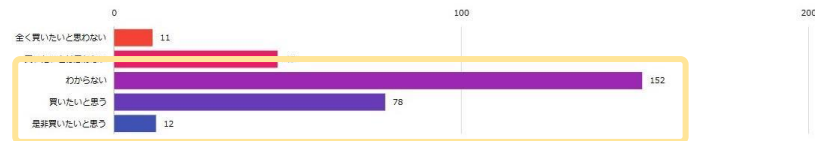
Q1 あなたは、歯磨きした後に歯の荒れ、乾燥、肌荒れ感などを感じることがありますか。



想定した潜在ニーズがあるという回答は21.6% (65/300)と低い。

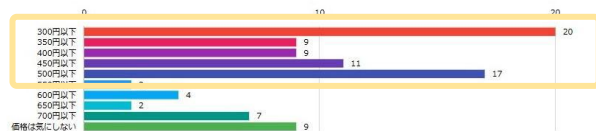
一方で、

Q2 もし、歯磨きした後でも歯の乾燥や肌荒れ感を感じることなく、歯の潤い感が増すような練り歯磨きがあったら購入したいと思いますか。



「わからない」が最も多いのは、コンセプトだけでは判断できないと考える回答者の心理であり、納得できるもの。「買いたい」「是非買いたい」の合計30.0% (90/300)が「全く買いたいと思わない」「買いたいと思わない」の合計19.3% (58/300)を上回っていることはポジティブに受け止められる。

Q3 Q.2で「買いたい」「是非買いたい」と回答した方におたずねします。歯の乾燥や肌荒れを防げる練り歯磨きの価格は、いくらまでであれば購入しますか。



練り歯磨きの平均価格は350～360円。近年、口臭予防や美白効果などの高機能化が進んでおり、高機能商品が売れ筋。500円以下であれば、価格受容性が十分あるのではないかと。

調査結果の分析と解釈～結論

グラフの数値を総合して調査結果の分析して解釈し課題に対する結論を出します。

分析と解釈

- 想定した「歯磨き後の唇の荒れや乾燥の解消」という潜在ニーズが認められたのは全体の約2割。
- その一方で、購入意向を示したのは全体の3割であった。
- 500円程度までであれば価格受容性はあると考えられる。
- 練り歯磨きに対するニーズの実態としては、虫歯予防、口臭予防、歯周病予防へのニーズが高い。
- 自由回答に見られる練り歯磨きに対する意見としては、「爽快感」「刺激性」「風味」「香り」「味」などに関するものがあつたので今後の商品開発の参考にする。

結論

想定した潜在ニーズはそれほど多くないと考えられるが、購入意向は「買いたい」が「買いたくない」を上回っている。このことは、歯磨き後の口腔周りの身体的な感覚の打ち出し方によっては市場性があると考えられる。また、練り歯磨きに対するニーズの実態としては、虫歯予防や口臭予防、歯周病予防に対する選好度が高いため、これらの現行商品に「潤い効果」を付加する形の商品も考えられる。自由回答では爽快感、風味など感覚に関する意見が複数見られたため、潤い効果と官能評価の観点から、商品コンセプトの詳細を改めて検討する。

日用品メーカーがコンセプトテストに QiQUMOを活用したメリット

【スピーディー】- 迅速な市場反応の把握

- 従来の調査では調査設計から結果が出るまで1カ月以上かかることが一般的。
- QiQUMOでは、設問設計から配信、回収までが数日で完了するため、スピード感のある市場検証が可能。
- 「歯磨き後に唇が潤う」というユニークなアイデアの市場性を迅速に確認でき、開発継続の判断を素早く行えた。

調査結果から、潜在ニーズは2割と限定的でしたが、3割の購入意向が確認できたため、「口腔ケアの新たな切り口としては十分市場性がある」と判断できました。これにより、発売タイミングの前倒しが可能になり、競合他社に先駆けて市場投入の検討が進められました。

【リーズナブル】- 低コストでの市場調査

- 調査会社に依頼すると1回のコンセプトテストで数十万円～100万円以上かかることがある。
- QiQUMOでは3万円前後から調査が可能で、必要な分だけ質問を追加してコストを調整できる。
- 自由回答から「爽快感」「風味」などの感覚的要素も拾えたことで、コストを抑えつつ質の高いデータが収集できた。

「歯磨き粉の香りや味」に関する自由回答が得られ、次回の商品開発にも活かせる追加のヒントが得られました。1回の調査で多方面のデータが取れるため、コストパフォーマンスの高い調査が実現しました。

【簡単に結果を分析】- 分析結果を即座に商品開発へ活用

- QiQUMOは自動でグラフ化されるため、収集したデータを即座に視覚化できる。
- 専門的な分析スキルがなくても結果が読みやすいので、担当者が直接レポートを作成可能。
- 「購入意向が3割」「500円までなら受容性あり」という明確なデータが得られたことで、会議での議論がスムーズに進んだ。

調査結果を即座にスライドや社内報告書に反映できたため、迅速に意思決定が行われました。「現行の虫歯予防や口臭予防に潤い効果をプラスする」という新しい方向性を打ち出し、企画段階での修正がすぐに可能となりました。

QiQUMOの利用方法

簡単4STEPでアンケートが可能！

無料でアカウント登録をして、すぐにアンケートを作成いただけます。当日15時までの依頼で即日配信、最短でその日に回収が完了することも。回答データはExcel形式で出力することができるので、すぐに結果をお手元で確認できます。

STEP 01

登録



QiQUMO アカウント登録

法人/個人
☒ 法人 ☐ 個人

会社名
会社名

メールアドレス
Email

担当者(姓) 担当者(名)
姓 名

担当者(セイ) 担当者(メイ)
セイ メイ

- ・メールアドレスと名前を入力して、無料でアカウント登録
- ・アカウント作成後、即時アンケート作成可能

STEP 02

作る



設問編集 設問表示条件

設問タイプの選択
単一選択

表示条件を設定する

設問オプション
☒ 回答必須 ☐ ブルダウン形式

設問文
あなたはクロス・マーケティングをご存じですか？

選択肢 (改行で選択肢追加)
はい
いいえ

- ・ドラッグ＆ドロップで設問形式を選択
- ・質問と選択肢をテキスト入力するだけで簡単に作成

STEP 03

集める



配信条件

性別
☒ すべて ☒ 男 ☒ 女

年齢[10歳刻み]
☒ すべて ☒ 15歳以上 ☒ 20代 ☒ 30代 ☒ 40代 ☒ 50代 ☒ 60代 ☒ 70歳

都道府県
☒ 全国 ☒ 北海道・東北 ☒ 北海道 ☒ 青森県 ☒ 岩手県 ☒ 宮城県 ☒ 秋田県 ☒ 山形県 ☒ 福島県 ☒ 茨城県 ☒ 栃木県 ☒ 群馬県 ☒ 埼玉県 ☒ 千葉県 ☒ 東京都 ☒ 神奈川県 ☒ 新潟県 ☒ 山梨県 ☒ 長野県 ☒ 富山県 ☒ 石川県 ☒ 福井県 ☒ 岐阜県 ☒ 静岡県 ☒ 愛知県 ☒ 三重県 ☒ 滋賀県 ☒ 京都府 ☒ 大阪府 ☒ 兵庫県 ☒ 奈良県 ☒ 和歌山県 ☒ 徳島県 ☒ 香川県 ☒ 高松市 ☒ 愛媛県 ☒ 高知県 ☒ 福岡県 ☒ 佐賀県 ☒ 大分県 ☒ 熊本県 ☒ 鹿児島県 ☒ 沖縄県

- ・クロス・マーケティングの1,000万人のアクティブモニターへアンケート配信が可能
- ・配信当日～翌日には回収が完了

STEP 04

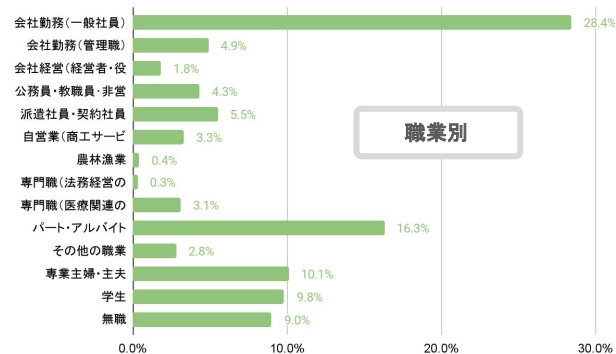
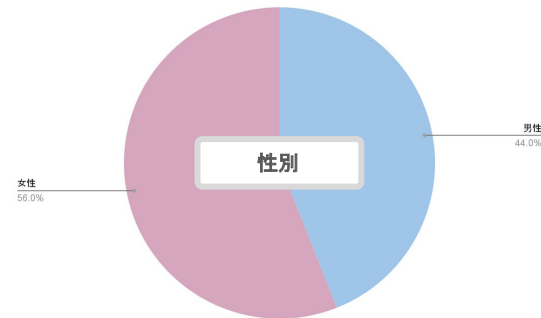
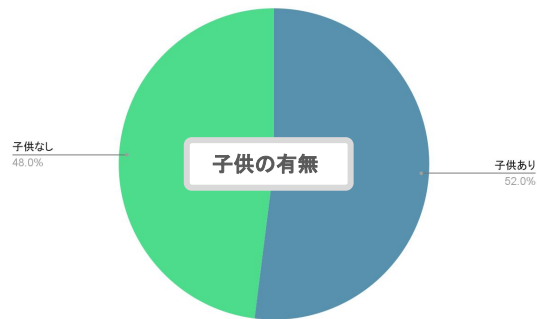
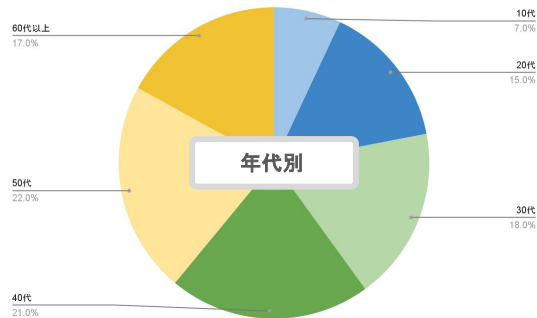
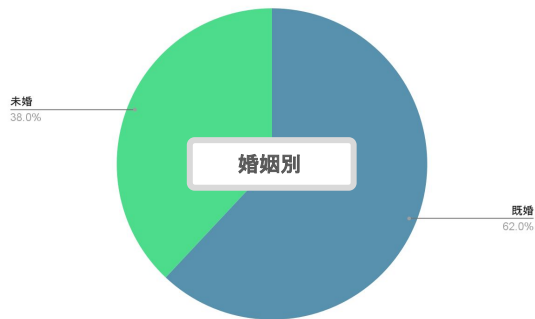
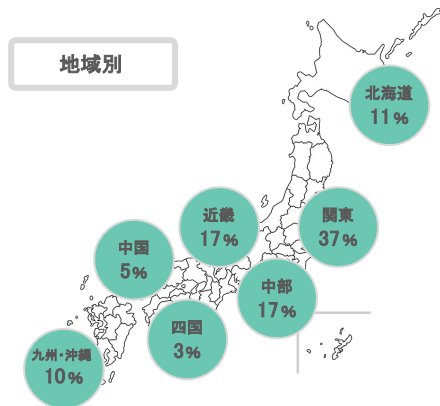
探る



- ・リアルタイムでダッシュボードから回答内容を確認
- ・無料集計ツールで意図した分析も可能

QiQUMOの優れた回収力

リサーチ対象アクティブパネルは、国大最大規模の「1,000万人」年間約10,000件以上のリサーチ実績のあるクロス・マーケティングが、普段使用しているパネルへのアンケートが可能です。



単純で明快な QiQUMOの料金体系

本調査

設問数 ✕ 回答人数 ✕ 11円(税込)					最低利用料金: 2,200円以上				
設問数	100人	500人	1,000人	3,000人					
3問	3,300円	16,500円	33,000円	99,000円					
10問	11,000円	55,000円	110,000円	330,000円					
20問	22,000円	110,000円	220,000円	660,000円					

画像・動画の差し込みなど、他社では追加費用、月額会員登録が必要な機能も追加費用は一切発生しません。以下の機能が追加料金なしでご利用いただけます。
※お支払方法は、クレジットカード決済もしくは請求書払いからお選びください。

事前抽出調査

サンプル数 ✕ 5.5円(税込)
例) 1,000人 × 5.5円 = 5,500円
※事前抽出調査は、1,000サンプル以上から



画像・動画提示



回答条件制御



繰り返し設問



豊富な配信属性



回収数の割付



集計ツール



ダッシュボード



性年代・居住地情報付与



事前抽出調査機能



<https://qiqumo.jp/>

無料アカウント登録

お問い合わせ: QIQUMO事務局 info@qiqumo.jp