

# NICOpress

創設  
法人 にいがた産業創造機構 vol.1.73

特集 消費者の心をガッチリつかむ

## 市場調査で 選ばれる企業へ

「売れる商品・サービスを作りたい」。  
これは全ての企業にとっての目標だろう。  
売れるものとは、買い手に選ばれるもの。  
そして、選ばれるものを生み出すために  
不可欠なのが「顧客を知る」ことだ。  
その顧客ニーズをつかむために  
取り組むべきなのが市場調査。  
今号ではその手法解説や事例紹介を通して、  
有効な市場調査の在り方を特集する。  
市場調査を効果的に行うことで、  
消費者の心をつかむマーケティングが実現するはずだ。

### 連載

NICOをフル活用して会社に活力を!

- チャレンジの舞台裏
- ビジネス魂の巻

県内企業や団体の活躍を紹介!

- いかに元気企業
- ネットでチャンス
- すぐれもんファイル

2010

4



▶ ▶ ▶ まずは消費者の声を聴くことが基本!

## 市場調査活用の メリットと効果

### 調査を通し、商品コンセプトの方向性を確認

事例1



阿部幸製菓株式会社

〒947-8585 小千守市上/山4-8-16 TEL.0258-83-3210 FAX.0258-82-2639  
E-mail info@abeke.co.jp URL http://www.abeke.co.jp/

#### OL世代をターゲットに 市場へ送り込む新製品

阿部幸製菓株式会社は業務用米菓の生産でトクブツヘアを誇る一方、自社のブランド化を視野に新分野への挑戦を進めている。その中で

約1年前に発売したが、ひとくちサイズのスイートポド風菓子「ほてるち」だ。

コンセプトは、OLが仕事の合間に食べてストレスを癒すスイーツ。サツマモは好きだけれど、人前で食べるのは恥ずかしいという女性が多いことから、コンビニなどで気軽に買って食べられ、バッグや机に忍ばせて小腹も満たせるお菓子を狙って開発した。



モニター調査の意見で大きめ、形状、食感、味を改良して製品化した「ほてるち」。

#### 消費者の率直な意見で 製品をブラッシュアップ

試作品を作った同社は「我々の考えたコンセプトが受け入れられるのか知りたい」と、NICOの首都圏消費者モニター調査に参加。ターゲット世代から「コンビニで買っておやつに食べ

「生活者と密に接し合うことの大切さを実感しました」に感謝する企業開発部の丸山さん。



たい」とコメント通りの反応を得た一方、味や形状などには多くの注文が付いた。「課題を見つけたかったので、意見はありがたかったです。消費者の声をに合わせた商品開発は今まで経験がなくて、ぼてぼての市場調査経験は財産になりました」と企画開発部の丸山さんは話す。

今春からは、同じターゲットを狙ったフルーツ菓子「コンフィール」を新発売。この製品でも市場調査を運動させて商品開発を進めるなど、その経験が活かされている。

事例2



株式会社はあとふるあたご

〒951-8051 新潟市中央区新島町通3/甲2284番地 TEL.025-228-5000 FAX.025-228-4000  
E-mail post@heartful.jp URL http://www.heartful.jp/

#### 地元企業と連携し、 香りつき折り紙を製作

県内11ヵ所の事業所を拠点に、デイサービスや訪問介護、ショートステイ、グループホームなど、さまざまな在宅介護サービスを提供している株式会社はあとふるあたご。同社では以前から介護の現場でアロマテラピーを活用し、その香りでお客様がリラックスする効果があると確認していたことから、2年前から

アロマを応用した商品開発に取り組んでいる。商品開発のためには、効果を裏付ける検証が必要となる。そこで、NICOの「新進構ゆめづくり支援助成金」を活用し、アロマ事業者など地元企業と連携しながら、香りを吸着させた折り紙の試作品を製作した。これをショートステイのお客様に使用してもらい、心身にどのような変化があるのかをスタッフが毎日チェック。このデータを大阪大学の名誉教授が検証した結果、リラクゼーション効果があるという結論が出された。



毎日のレクレーションの一環として、香りつき折り紙の利用を取り入れ、香りの効果を検証を進めた。

#### 商品開発に向けて、 新たな実証実験を開始

この調査結果を受けて、昨年から新潟大学と地元研究機関と連携し、枕カバーなど織

「アロマテラピーの活用は当社のオリジナル。新たな付加価値サービスとして注目し、本村社長。」



織に香りを吸着させる技術開発にも着手。4種類の香りを使用した試作品の実証実験を、認知度の高齢者が生活するグループホームで今年1月から開始している。「今回の結果をもとに商品化につなげ、介護現場で役立ててもらうことが第一の目標です」と本村社長。今後も商品開発に向けてひとつひとつ取り組みながら、新たなサービスの展開を目指している。