

# MaxDiff (Best-Worst Scaling) 法



MaxDiffは、複数の項目の選好度/重要度スコアを得るためのアプローチです。MaxDiffはコンジョイント分析と共通点が多くありますが、より使いやすく、より多様な調査に適用できる簡単さが特徴です。MaxDiffは、「ベスト・ワースト・スケーリング」としても知られています。



Q. コンセプト開発やリニューアル時に、多数ある商品/サービスの特徴を簡易に評価できないか？

1. 商品やサービスの多々ある項目（特徴）の中で、優先順位や魅力度（重視度）を把握できます。
2. 項目は、全てスコア化され、魅力度（重視度）を項目間同士で比較することも可能です。
3. 各項目のベネフィットや機能の優先順を明らかにし、好まれる商品/サービスのコンセプト開発や、リニューアル時の改善ポイントの把握に活用できます。

- MaxDiff法は、1回に提示される4～5項目について、「最も重要」「最も重要でない」を選択するだけ。順位法や全項目を聴取する尺度法に比べ、回答者負担が少ないため、回答精度が高い
- 単純なベスト/ワーストを聴取するだけなので、重要な要素、重要ではない要素が明確になる
- 大量にある項目の順位付けが可能
- 解析後、100点満点でスコア化されるため、魅力度（重視度）を項目間で比較することが可能（「最も重要」「最も重要ではない」と回答された割合から評価得点を算出）

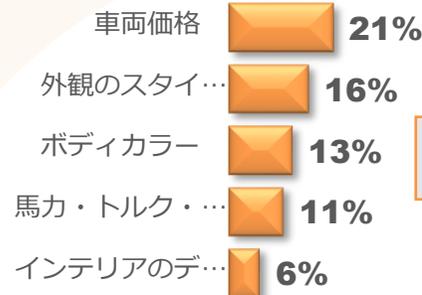
### 簡単な質問

最も重視する	1つ選択	1つ選択	あまり重視しない
<input type="radio"/>	外観のスタイル・デザイン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	インテリアのデザイン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	車両価格	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	燃費の良さ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

上記のような質問をひとり10～15回程度実施

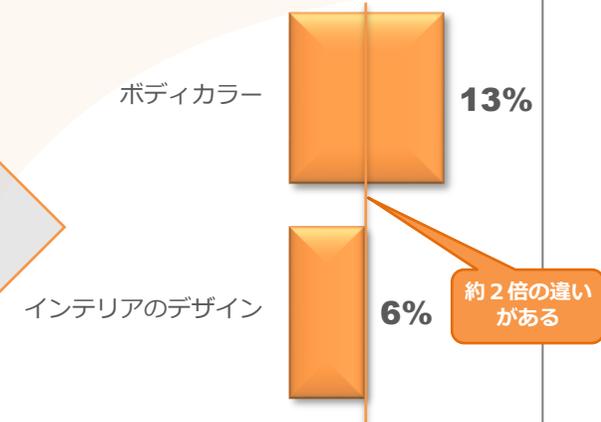
「重要」「重要でない」を選択（例：20項目を評価する場合、4項目のセットを15回提示で聴取）

### 優先順位が分かる



項目（特徴）に対する重視度をスコア化重視されている価値がクリアに！

### 項目間比較が可



100点満点でスコア化され、項目間で比較可能

# MaxDiff (Best-Worst Scaling) 法の概要

MaxDiff (best-worst scaling) は、複数の項目（ブランドの好み、ブランドイメージ、製品の特徴、広告宣伝文句など）の選好度/重要度スコアを得るためのアプローチです。MaxDiffはコンジョイント分析と共通点が多いのですが、（調査実施主体、回答者、エンド・クライアントにとって）使いやすく、理解しやすく、そして、より多様な調査に適用できます。

ただし、コンジョイント分析に代わるものではありません。コンジョイント分析は、複雑な機能を組み合わせて構成された製品やサービスを研究する際に、独自の利点を提供するからです。MaxDiffでは、組み合わせではなく「項目」を使います。

MaxDiffでは、回答者は、全項目の一部である数個の項目のセット（サブセット）を見せられ、（このサブセットの中で）最良の項目と最悪の項目（または最も重要な項目と最も重要でない項目など）を示すように求められます。

- 回答者は通常、各セットが異なる項目のサブセットを含む8~15のセットを完了します。
- 項目の組み合わせは、**各項目が同じ回数表示され、項目のペアが同じ回数表示されることを目標に、非常に慎重に設計**されています。
- 各回答者は通常、MaxDiff セット全体で各項目を 最低2 回以上見ます。MaxDiff の設問は、通常約15から40の項目の選好度または重要度スコアを推定することに焦点を当てています。
- なぜ標準の評価尺度（スケール評価）ではなく、MaxDiff を使用するのでしょうか？ 研究によると、MaxDiff のスコアは、項目間および項目の回答者間でより大きな差別を示すことが示されています。評価尺度を使わないことにより**スケールバイアス（5段階の内の4を多く付けてしまう等）が発生せず**、より高精度な評価結果が得られます。
- このように尺度のバイアスがかかることはありません。これは、**海外調査含め、異文化での研究調査にとって非常に貴重な特性**です。
- MaxDiff の**質問は理解しやすいので、さまざまな教育的および文化的背景を持つ子供から大人までの回答者が信頼性の高いデータ**を提供できます。
- MaxDiff の結果は、複数項目の尺度化のための特に高度な統計知識がなくとも、簡単に扱うことができます。
- MaxDiffで使用されるトレードオフ技法は、堅牢で適用が容易です。結果として得られる項目スコアは、0から100ポイントの共通スケールに配置され、合計が100になるので、解釈も簡単です。
- MaxDiffでは**1票からスコアを算出**できます。必要サンプル数の指定はありません。

メッセージのテスト、ブランドの好み、好みの商品、顧客重視点、製品の特徴等、様々に応用が可能です。

# その他MaxDiff (Best-Worst Scaling) の応用



1. MaxDiff結果は個人別に出力されるので、性別年代別、地域別など**自由にクロス集計が可能**です。
2. MaxDiff結果を用いて**クラスター分析等を行い様々な被験者のグルーピングが可能**です。
3. MaxDiff結果を用いて**シェア・シミュレーションが可能**です。MaxDiffにて複数のブランド（製品）を項目として入れ評価を行い、実査後の解析スコアを用いて、自社+競合のシェア予測が得られます。競合は1社の場合、2社の場合、さらに複数社の場合などのシナリオに対応します。
4. MaxDiff結果を用いて最適な棚割りやパッケージに含めるフレーバーの最適化など**Turf分析を行うことが可能**です。5つしかない棚フェイスにどの商品を入れるべきか、4つのフレーバーパッケージにどの4つを入れるべきか等の課題を解決します。
5. MaxDiffではオンライン調査の際、**リアルタイムで個人別スコアを簡易算出できます**。この結果を用いて動的に以降の質問を切り替えたり、割付を行ったりすることも可能です。例えば、「デザイン」がTop3以内で重視している対象者にのみ「デザインの質問」を行う等です。



デモ画面：<https://www.cjtsv.net/t/maxdiff/>

（デモのため試行数を減らしております）

※このデモでは最後のページで回答した結果からリアルタイム計算を回答1人ごとに行い概算スコア（あくまでも概算です）とランキングを算出して表示いたします。こちらの例はスイーツ20アイテムとなっております。

デモの解析スコア例：添付(Excel)をご参照ください。



# 弊社の紹介

〒162-0842

東京都新宿区市谷砂土原町3-4-2 市ヶ谷グリーンプラザ011

0120-88-2648

<https://m-te.com>

[info@m-te.com](mailto:info@m-te.com)

[@MarketingTech](https://twitter.com/MarketingTech)



## マーケティングテクノロジー株式会社

1. 販売予測モデルの作成、マーケットシミュレーションを中心して、市場調査全般を実施する。シミュレーションモデルの作成等は年間100本以上。
2. ネットリサーチ~リアルリサーチ（郵送調査、対面調査、集合調査）等全般をカバー
3. 定量・定性調査全般
4. 分析手法は、通常の分析手法に加え、高度な多変量解析~コンジョイント分析等をカバー
5. 調査設計・企画・調査票設計、ネット調査画面プログラム、他調査票のカスタムプログラムの作成、対象者リクルート、フィールドワーク全般、集計・分析報告業務の全般あるいは部分の業務を実施