



評価型コンジョイントのご案内

属性水準に主観的な水準を用いたコンジョイント手法です

店舗を例に評価の構造を考えてみましょう！

たくさんある近所のお店。

でもよく行くのは1つだけとか、用途によって何らかの使い分けをしたりしていませんか？

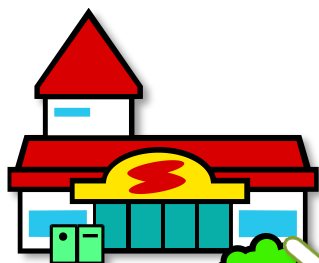
このご提案書では、消費者がどういう基準でお店を選択しているのか、なぜそのお店が良いのか、では今後どのようにお店を変えていったら良いのか。

お店の評価とその評価の構造を探り、今後は自分のお店をどのように変えていくべきなのか調べていくものです。

さらに、どの評価要素をどう変えると、どんな効果があるのか、未来のストーリーをシミュレーションすることもできるのです。

ここでは、店舗を例に取り上げていますが、無論、他の商材やサービスでも構いません。店員やスタッフの評価でもかまいません。

お店A



- ・ 野菜類は新鮮
- ・ 魚は新鮮だけど
- ・ 肉はふつう
- ・ 高級食材の取扱いもありない
- ・ 結構広い
- ・ ポイント制度は普通
- ・ 近さ・距離は近い！
- ・ 駐車場は混んでいて止めにくい
- ・ 営業時間は10時まで早い！

例

- ・ 野菜類はこっちも新鮮
- ・ 魚はふつう
- ・ 肉もふつう
- ・ 高級食材の取扱い多い
- ・ 広さはちょっと狭め
- ・ ポイント制度は充実
- ・ 近さ・距離はちょっと遠い
- ・ 駐車場の止めやすい
- ・ 営業時間は夜遅くまで

お店B



という感じだと思うので
私はこっち派かな？

つまり…

- ✓ 野菜類の鮮度
- ✓ 魚介の新鮮さ
- ✓ 肉の品質
- ✓ 高級食材の取扱い
- ✓ 広さ
- ✓ ポイント制度
- ✓ 近さ
- ✓ 駐車場の止めやすさ
- ✓ 営業時間 等々

と要素に切り分けます



山田さん

それぞれの評価を聴取

切り分けた評価要素についてまとめてみました。

お店AとBについて山田さんの評価は、それぞれ以下になりました。結果、山田さんはお店Aが好みようです。

この評価をアンケートとしてたくさんの消費者に聞いてみます。

おそらく右の表のような質問を各店舗について聴取することになると思います。

要素(属性)	お店A	お店B
		
野菜類の鮮度	新鮮	新鮮
魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう
肉の品質	高品質	ふつう
高級食材の取扱い	少ない	多い
広さ	広い	狭め
ポイント制度	ふつう	充実
近さ	近い	少し遠い
駐車場の止めやすさ・混雑	止めにくい	止めやすい
営業時間(閉店時間)	早い(10時まで)	遅くまで(0時まで)



山田さん

各店舗ごとの評価をアンケート質問にする

例

『お店A』について、以下のそれぞれの項目ごとの評価をお知らせください。

	項目	1	2	3
Q1-1	野菜類の鮮度	新鮮	ふつう	あまり
Q1-2	魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	あまり
Q1-3	肉の品質	高品質	ふつう	あまり
Q1-4	高級食材の取扱い	多い	ふつう	少ない
Q1-5	広さ	広い	ふつう	狭い
Q1-6	ポイント制度	充実	ふつう	あまり
Q1-7	近さ	近い	少し遠い	遠い
Q1-8	駐車場の止めやすさ・混雑	止めやすい	ふつう	止めにくい
Q1-9	営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	早く

※お店B、C、D、E、F・・・についても同様に聴取します。



評価をまとめ、店舗の現状を知る

得られた結果を集計してみました。

消費者の平均像としては以下のような結果が得られます。

お店Aは「高級食材の取扱い」でやや難があるようです。

野菜の鮮度、ポイント制度や近さ、駐車場の止めやすさも悪くはありませんが、さほど良い評価でもありません。

これだけだと、ふつうのアンケート調査ですが……

n=1000	集計結果	お店A			お店B			お店C		
Q1-1	野菜類の鮮度	新鮮	ふつう	あまり	新鮮	ふつう	あまり	新鮮	ふつう	あまり
		19%	67%	14%	74%	24%	2%	6%	41%	53%
Q1-2	魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	あまり	新鮮	ふつう	あまり	新鮮	ふつう	あまり
		89%	10%	1%	20%	60%	20%	50%	20%	30%
Q1-3	肉の品質	高品質	ふつう	あまり	高品質	ふつう	あまり	高品質	ふつう	あまり
		82%	15%	3%	14%	81%	5%	25%	60%	15%
Q1-4	高級食材の利扱い	多い	ふつう	少ない	多い	ふつう	少ない	多い	ふつう	少ない
		13%	20%	67%	63%	23%	14%	55%	39%	6%
Q1-5	広さ	広い	ふつう	狭い	広い	ふつう	狭い	広い	ふつう	狭い
		5%	89%	6%	96%	59%	-55%	28%	65%	7%
Q1-6	ポイント制度	充実	ふつう	あまり	充実	ふつう	あまり	充実	ふつう	あまり
		15%	84%	1%	1%	99%	1%	5%	77%	18%
Q1-7	近さ	近い	少し遠い	遠い	近い	少し遠い	遠い	近い	少し遠い	遠い
		13%	44%	43%	25%	20%	55%	4%	72%	24%
Q1-8	駐車場の止めやすさ・混雑	止めやすい	ふつう	止めにくい	止めやすい	ふつう	止めにくい	止めやすい	ふつう	止めにくい
		26%	58%	17%	65%	24%	11%	15%	13%	72%
Q1-9	営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	早い	遅くまで	ふつう	早い	遅くまで	ふつう	早い
		79%	4%	17%	20%	58%	22%	55%	41%	4%

例

一般的な評価質問に加えて、コンジョイント質問も行っておきます。ここが違います。

これにより現状の店舗の評価が改善された場合の利用意向の変化をシミュレートすることも可能です。
ポイントは前ページで聞いた評価と**全く同一の要素及び基準をコンジョイント属性水準として使う**ことです。
コンジョイント質問では、前述の様々な店舗評価要素を属性水準としてそのまま利用します。
様々な組み合わせをランダムに提示し、消費者の各要素(属性)に対する好みの強さや大切さを測定します。

コンジョイント 質問例

コンジョイント属性水準表 = 前ページの評価基準をそのまま使います

	属性	水準1	水準2	水準3
1	ブランド	A	B	C
2	野菜類の鮮度	新鮮	ふつう	あまり
3	魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	あまり
4	肉の品質	高品質	ふつう	あまり
5	高級食材の取扱い	多い	ふつう	少ない
6	広さ	広い	ふつう	狭い
7	ポイント制度	充実	ふつう	あまり
8	近さ	近い	少し遠い	遠い
9	駐車場の止めやすさ・混雑	止めやすい	ふつう	止めにくい
10	営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	早い

※この評価型コンジョイントでは、コンジョイント**水準は「ふつう」等の「主観的な価値基準」で大丈夫です**。各回答者の思う評価基準は一般質問で押さえておくことでどう「かわいさ」なのかは後で分かるからです。

以下

各店
のを

さら
思う

お選
うを

以下のような特徴のスーパーマーケットの店舗例を提示いたします。

各店舗ブランドとも様々な特徴がありますので、注意深くご覧頂き、以下4つの中で最も利用したいものを一つお選びください。(一番お気持ちに近いものをお選びください)

さらに下の質問で、お選び頂いたお店を実際にご利用になりたいと思う場合は、「実際に利用したいと思う」をお選びください。

お選び頂いたプランが、利用する程魅力的ではないと思う場合は「選んではみたが利用はしないと思う」をお選びください。

	[1]	[2]	[3]	[4]
ブランド	B	C	A	A
野菜類の鮮度	新鮮	あまり	ふつう	ふつう
魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	あまり	新鮮
肉の品質	ふつう	高品質	あまり	あまり
高級食材の取扱い	多い	少ない	ふつう	少ない
広さ	ふつう	狭い	広い	狭い
ポイント制度	充実	ふつう	あまり	ふつう
近さ	近い	少し遠い	遠い	近い
駐車場の止めやすさ・混雑	止めやすい	止めにくい	ふつう	止めやすい
営業時間(閉店時間)	ふつう	早く	遅くまで	早く
	○	○	○	○

では、上記でお選び頂いたお店を実際に利用されたいとお思いですか。以下より一つお選びください。

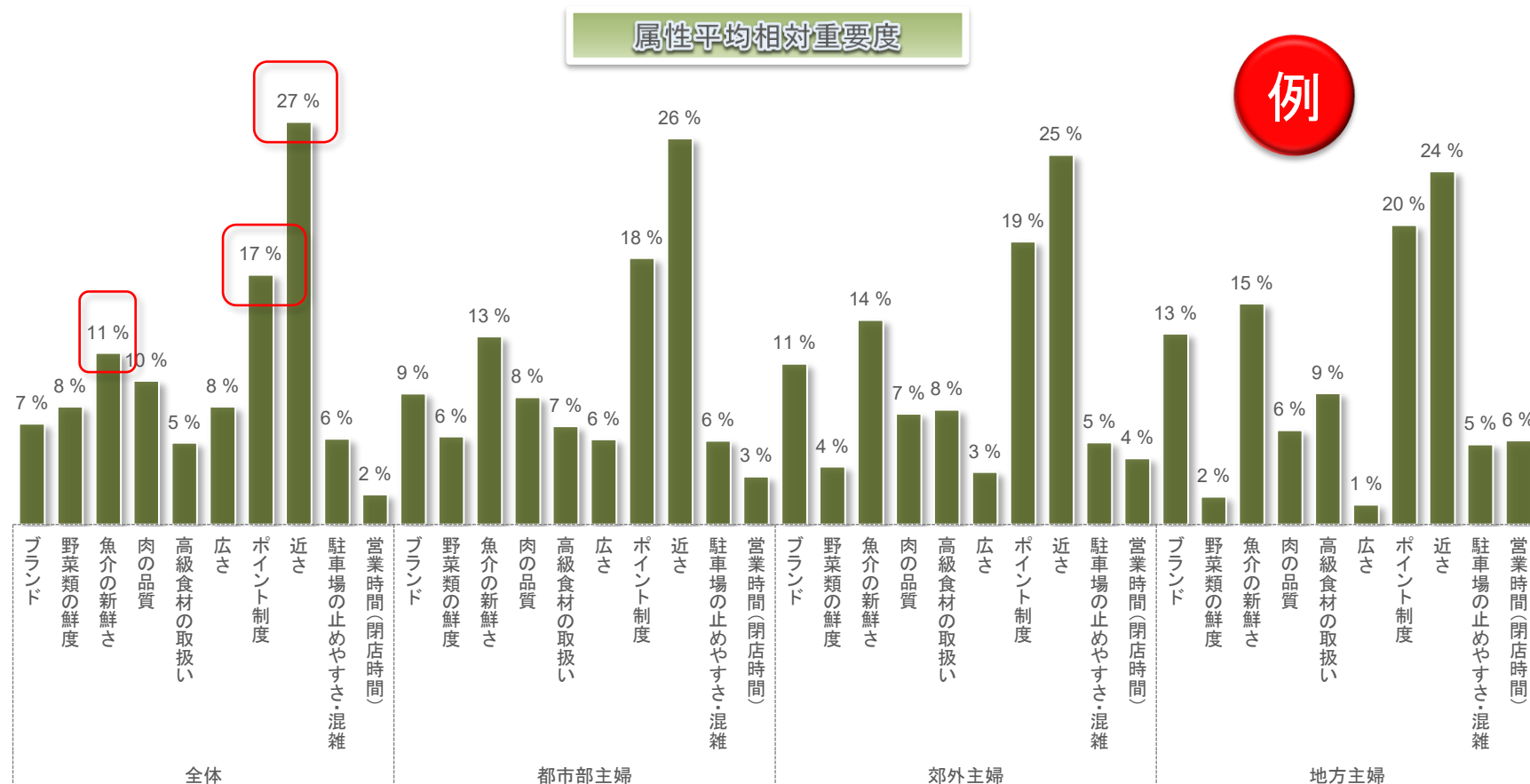
- 実際に利用したいと思う
- 選んではみたが利用はしないと思う

様々なカードを提示しながら15問程度



コンジョイント結果① 平均重要度

コンジョイント質問の解析から第一の指標である属性の重要度が求められます。
これにより、評価の要素の内、何が最も効いているのかが分かります。
以下の例では、「近さ」のインパクトが一番大きいことがわかります。次いで「ポイント制度」、そして「魚介の新鮮さ」と影響度の大きい項目が続きます。
このように都市規模別などのクロス集計も可能です。



コンジョイント結果との比較

先ほどの「一般質問で聴取した評価」と「前ページのコンジョイント属性重要度」の結果を合わせて「お店A」について見てみましょう。

重視度1位の「近さ」では今回の対象者については「少し遠い」という評価でした。
2位の「ポイント制度」についても、「ふつう」との回答が大多数でした。
3位に重視されている「魚介の新鮮さ」については概ね及第点のようです。

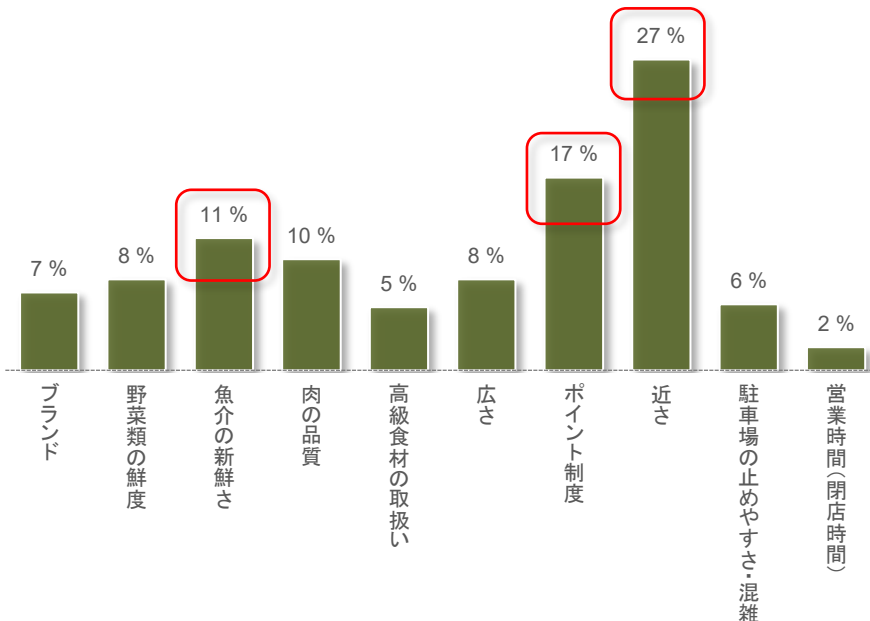
さらにコンジョイントではシナリオを描けます……

これにより自社店舗の現状の問題点が浮き彫りになります。

※コンジョイント重要度は、段階評価などの一般的な重視度の聞き方に比べ、はっきりと何が重要かがより鮮明になります。

例

属性平均相対重要度



n=1000	集計結果	お店A		
Q1-1	野菜類の鮮度	新鮮 19%	ふつう 67%	あまり 14%
Q1-2	魚介の新鮮さ	新鮮 89%	ふつう 10%	あまり 1%
Q1-3	肉の品質	高品質 82%	ふつう 15%	あまり 3%
Q1-4	高級食材の利扱い	多い 13%	ふつう 20%	少ない 67%
Q1-5	広さ	広い 5%	ふつう 89%	狭い 6%
Q1-6	ポイント制度	充実 15%	ふつう 84%	あまり 1%
Q1-7	近さ	近い 13%	少し遠い 44%	遠い 43%
Q1-8	駐車場の止めやすさ・混雑	止めやすい 26%	ふつう 58%	止めにくい 17%
Q1-9	営業時間(閉店時間)	遅くまで 79%	ふつう 4%	早い 17%

コンジョイント結果② シミュレーション

集計結果から各店舗ごとの現状の評価状況は分かりました。
また、コンジョイント結果から何を優先的に改善していくべきかもわかりました。

ここでは現状の評価状況をコンジョイント・シナリオ・シミュレーターに入れて、実際にシミュレーションしてみます。

- ①現在の評価から、ベースのシナリオを作ります。ベースシナリオです。現在の評価マインドシェアはお店Aでは25%と他2店に比べやや劣っています。
- ②そこで重視度の高いポイント制度を改善してみます。シナリオ1です。これにより10%マインドシェアがアップしています。お店B、Cそれぞれから4%、6%のシェアを奪っています。
- ③さらに思い切って駅前近くに店舗移転を行った場合を想定してみました。近さは重視度の高い、つまり影響の大きい改善ポイントです。17%ものシェアアップが実現されています。

①集計結果からの現状ベースシナリオ 現在市場	お店A	お店B	お店C
ブランド	A	B	C
野菜類の鮮度	ふつう	新鮮	あまり
魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	新鮮
肉の品質	高品質	ふつう	ふつう
高級食材の利扱い	少ない	ふつう	多い
広さ	ふつう	広い	ふつう
ポイント制度	ふつう	ふつう	ふつう
近さ	少し遠い	遠い	少し遠い
駐車場の止めやすさ・混雑	ふつう	止めやすい	止めにくい
営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	遅くまで

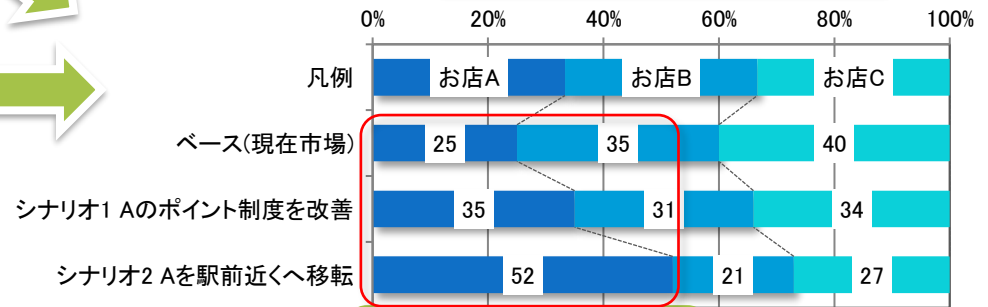
例

※■は重視度の高い項目。赤字は課題。

②シナリオ1ポイント制度を改善	お店A	お店B	お店C
ブランド	A	B	C
野菜類の鮮度	ふつう	新鮮	あまり
魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	新鮮
肉の品質	高品質	ふつう	ふつう
高級食材の利扱い	少ない	ふつう	多い
広さ	ふつう	広い	ふつう
ポイント制度	充実	ふつう	ふつう
近さ	少し遠い	遠い	少し遠い
駐車場の止めやすさ・混雑	ふつう	止めやすい	止めにくい
営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	遅くまで

③シナリオ2 さらに近くへ移転	お店A	お店B	お店C
ブランド	A	B	C
野菜類の鮮度	ふつう	新鮮	あまり
魚介の新鮮さ	新鮮	ふつう	新鮮
肉の品質	高品質	ふつう	ふつう
高級食材の利扱い	少ない	ふつう	多い
広さ	ふつう	広い	ふつう
ポイント制度	充実	ふつう	ふつう
近さ	近い	遠い	少し遠い
駐車場の止めやすさ・混雑	ふつう	止めやすい	止めにくい
営業時間(閉店時間)	遅くまで	ふつう	遅くまで

利用マインドシェアの変化



改善によりマインドシェアアップ！

✓ 実際のシミュレーションでは各対象者個人ごとの好みが異なるため、一人一人ごとにシナリオを作成し、全体としてシミュレートします。非常に高精度なシミュレーションを行います。

※色々な改善シナリオを試すことができます。※競合のシナリオ変化もちろん可能です。
※実際の利用頻度等からリアル・シェアヘウエイトバックシミュレーションを行うことも可能です。

この調査(相対水準コンジョイント)の特徴

- 一般質問での評価と全く同一の評価基準を組み込んだコンジョイント質問を行う
- これにより、現状の利用シェアを算出できる
- また、重視される要素及びその優先度が分かる
- さらに、現状の要素が改善された場合などの未来の利用シェアを予測できる

という点になります。

