



MMD  *mobile* RESEARCH

MMD研究所のマーケティングリサーチ

Marketing Research Menu / MMD Laboratory 2009.08

株式会社アップデートマーケティング事業部 MMD研究所

〒150-0011 東京都渋谷区東3-25-11 TANGO33BUILDING4F TEL : 03-5766-3040 <http://mmd.up-date.ne.jp/>

MMDモバイルリサーチの特徴

豊富なモニターボリューム

**約600万
モニター**

(2009年8月現在)

多彩な納品形態

ブラインドリサーチ
MMD公開リサーチ
ロウデータ納品
レポートニング

迅速なリサーチ収集力

**平均600
サンプル／日**

(最大10,000サンプル／日)

MMD研究所自主調査を支えている協賛モバイルメディア各社の潤沢な会員モニターへの実査により、迅速かつ豊富なサンプル回収が可能です。

また、通常のブラインドリサーチ形式の納品だけではなく、調査結果をMMD研究所から市場に向けてニュースリリースとして配信する「公開リリース型」の納品形態にも対応いたします。

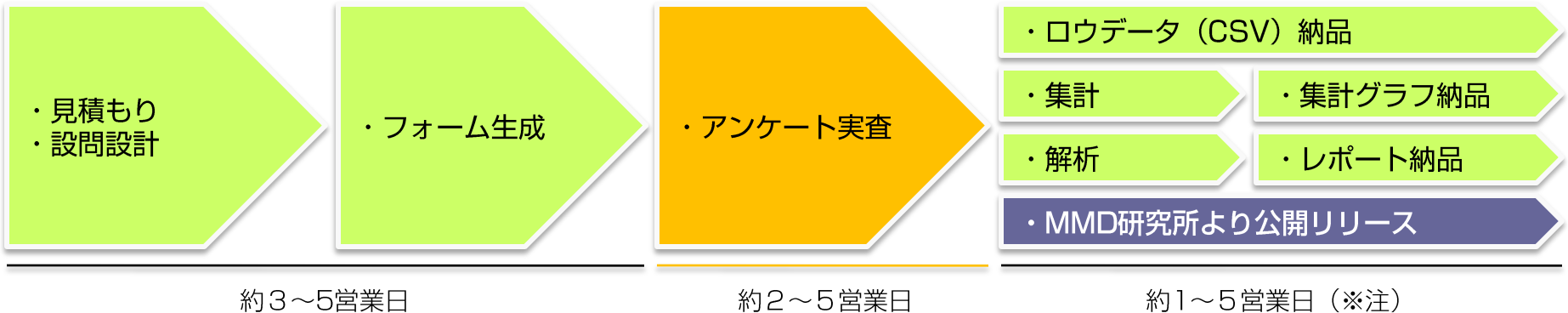
調査結果をより効果的に広報配信する必要がある場合にご相談下さい。

リサーチ価格

◆ 基本リサーチメニュー

MENU	サンプル数	200 sample	500 sample	800 sample	1,000 sample	クロス集計 (XLS)	レポートニング (PDF)
基本セグメント	10設問	100,000	250,000	400,000	500,000	40,000	150,000
基本セグメント	20設問	160,000	400,000	640,000	800,000	64,000	240,000
基本セグメント	@設問追加	10,000	25,000	40,000	50,000	4,000	15,000

スクリーニング調査、特殊な解析メニュー、レポート作成などについては別途お見積りいたします。
上記のサンプル数はメニュー例です。上記外のサンプル数をご希望の場合はご相談ください。



A: ロウデータ納品 (CSV)
B: 集計グラフ+A納品 (CSV/XLS)
C: 解析レポート+A+B納品 (CSV/XLS/PDF)

アンケート取得完了の翌営業日
アンケート取得完了から2営業日
アンケート取得完了から2~5営業日

マーケティングリサーチ解析 ①

クラスター分析

似通ったサンプルや変数のグルーピングを行うための分析手法です。距離や相関係数等の基準により、距離の近いもの、または相関関係値の高いものどうしを集めていきます。分析の結果は、デンドログラムで表して視覚的に捉えることができます。

消費者実態調査・追跡調査
消費者のタイプをグループ化したりするときに用います。

コンジョイント分析

商品やサービスの評価をする際、それらを構成する要素がどの程度購買者に影響力をもつのかを探る手法です。その結果、商品を選ぶ際に重視している項目を把握し、組み合わせによって評価がどのように変わるかを予測したりする際に用います。

コンセプト受容性調査
商品・サービスが受け入れられるポイントを解析します。

PSM分析

商品やサービスの適正価格を探る分析手法の一つで、消費者視点から見た理想的な価格を算出する分析手法。4つの質問から、最高価格、最低品質保証価格、妥協価格、理想価格を割り出します。

価格受容性調査 (Price Sensitivity Measurement)
新商品の妥当な価格を探るときに用います。

CSポートフォリオ分析

満足度を縦軸に、重要度を横軸にとり、各評価項目をプロットし、「重点維持分野」「維持分野」「改善分野」「重点改善分野」を把握する手法。

顧客満足度調査
商品、サービスの満足度を聞くことによって、問題点、改善ポイント等を探る時に用います。

マーケティングリサーチ解析 ②

判別分析・重回帰分析

判別分析は、対象者の特性（回答データ）から、その対象者がどのような群に属するかを判別する手法です。

購入意向者調査

商品の購入金額に影響している要因を探り需要予測をするような場合に使います。

コレスポンデンス分析

自社や競合ブランド・商品・サービスなどに対して、複数のイメージワードを提示し、当てはまるかどうかをリサーチし、結果をポジショニングマップとして表すものです。似ているものが近くにプロットされ、ブランド等がどのように評価されているかが分かります。

ブランドイメージ調査

ブランドイメージの違いを探りたいときなどに用います。

因子分析／主成分分析

関連しあう複数の項目を、いくつかの項目にまとめてわかりやすくするために使います。（項目数を決めて分析する場合は因子分析、1つまたはできるだけ少ない項目にまとめる場合は主成分分析）

ライフスタイル調査

様々な意識やイメージ評価の中から、ある傾向をもった軸を抽出してまとめるような場合に使います。

テキストマイニング

アンケートの自由記入などに書かれたテキストデータの中から、出現単語の傾向や、単語間の相関関係を分析することによって、有用な情報を抽出する手法です。

問い合わせ・苦情等の内容から満足度の状況を把握したり、今後欲しい商品の回答から潜在的なニーズを探ったりするときに使います。

ご相談・ご用命は下記までお気軽にどうぞ

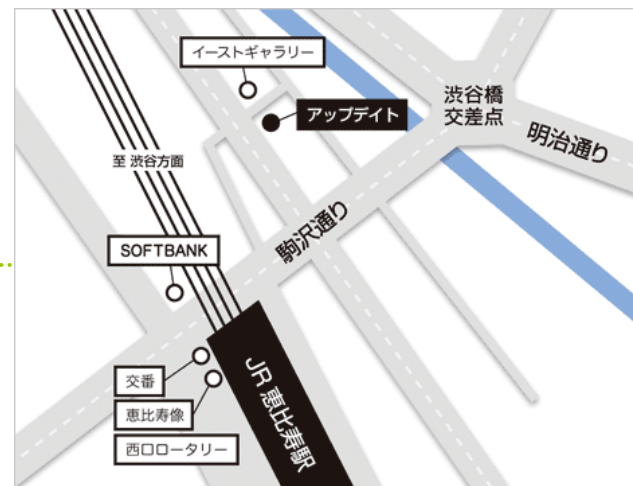


03-5766-3040

mmd@update.ne.jp / 担当：妹尾（せのお）



運営元：株式会社アップデート・マーケティング事業部
所在地：〒150-0011 東京都渋谷区東3-25-11 TANGO33ビル4F
連絡先：03-5766-3040 / FAX 03-5766-3041
代表者：田川 悟郎



<http://mmd.update.ne.jp>

MMD研究所のリーサーチによる自主調査は上記WEBサイトにて公開しています。