

NICO登録専門家が
ビジネスヒントを伝授

ビジネス虎の巻

トラ

其の六

市場調査の巻

市場調査で 顧客の心をつかむ

1.市場調査 (マーケティングリサーチ)とは

選ばれる商品・サービスを提供するためには、ターゲットとなる顧客ニーズや購買プロセスに合わせたアプローチを図ることが重要になってきています。そこで、経験や勘に頼らず、顧客志向に則ったマーケティング活動を行うために、市場情報、顧客ニーズや行動特性といった客観的なデータを収集する活動が市場調査(マーケティングリサーチ)です。

2.市場調査で重要なのは 「調査目的の明確化」

市場調査は①調査目的・仮説の明確化、②調査対象の選定、③調査方法の選定、④調査項目作成、⑤データ収集、⑥集計・分析、⑦検証の順序で実施します。ここで重要なのは、仮説を検証し自社のマーケティング活動に活かすことが市場調査の目的であり、調査方法や分析はあくまで手段であることです。

今月の専門家

コマスマーケティング株式会社 代表取締役 **今井 進太郎**

PROFILE

長岡市出身。マーケティングのコンサルティング会社の勤務を経て、販売・営業支援会社コマスマーケティング(株)を設立。中小企業診断士・1級販売士として、マーケティングを中心に新潟県内企業の経営サポートを行なっている。独立企画として、子育て支援と企業の販促支援の両立を目指す、いいがた子育て応援団「トキっ子くらぶ」を展開中。

連絡先

〒950-0965 新潟市中央区新光町10-3
技術士センタービル117F
TEL.025-378-6812 FAX.025-378-6835
URL <http://www.komasu-marketing.jp>
E-mail imai@komasu-marketing.jp



商品・サービス提供の流れには、図表の様にマーケット選定からリピート客獲得まで6段階ありますが、どの段階に課題があるかにより調査方法が異なります。そのため、自社のマーケティング活動にどのような課題があり、どんな改善策があるのか、十分な仮説を立て調査目的を明確にできるかが市場調査の成功の鍵を握ると言えます。

3.市場調査の主な手法

市場調査の手法は様々ですが、収集するデータは「定量データ」と「定性データ」に分類できます。定量データとは、アンケート調査などにより収集する多数の意志や行動な

どを数量で記述したデータで、市場や顧客全体の構造を把握することができます。定性データとは、グループインタビューなどにより少人数から詳細情報を言葉として収集したデータで、消費者の深層心理を探ったり、新しいアイデアを得たりすることができます。

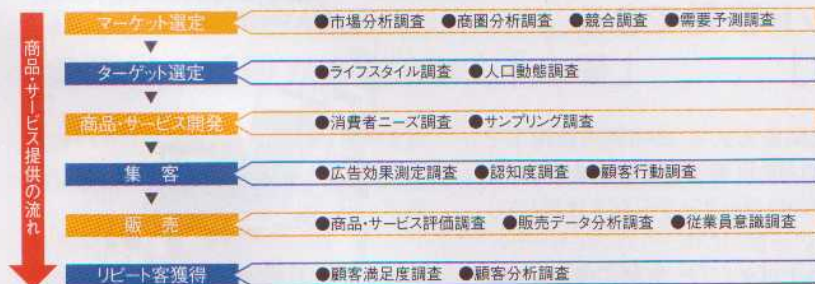
市場調査の多くは、消費者やターゲットの声を聴くことが基本です。まずは消費者の声を注意深く聴くこと、ターゲットの購買行動を徹底的に観察することに取り組んでみましょう。

4.市場調査の意義

市場調査を行うには、人員や費用がかかるため、「コスト」であると認識してしまう場合も多いようです。確かに市場調査は広告のように直接的な利益をもたらすわけではありません。しかし、顧客や市場情報を十分に把握し、顧客の心をつかむマーケティング活動を行えば、間接的に利益の拡大につながります。とは言え「調査結果を参考に商品開発や広告をしたが売れなかった。」といった非難もつき物です。これらは、「消費者がこう言ったから…」といった単純な対応をしていることが原因と考えられます。調査によって得たデータを基に、仮説の検証を繰り返し、より精度の高いマーケティング戦略・戦術の立案、サービスの改善につなげるからこそが市場調査を行う意義なのです。

企業のマーケティング活動における段階に応じた市場調査の種類と手順

<企業のマーケティング活動>



<市場調査(マーケティングリサーチ)の手順>

