

商品評価によって消費者が重視するポイントを明らかにする

研究のねらい

消費者ニーズに適合した商品を開発するためには、消費者による商品評価の結果を適切に分析し、重点的に改善すべきポイントを明らかにすることが重要である。そこで、商品評価の分析過程にロジスティック回帰モデルを取り入れた分析ソフトを開発し、調査から分析結果の解釈までをパッケージにした商品評価分析システムを構築する。

成果の内容

- ①消費者の商品に対する評価を調査し、総合評価に影響を及ぼす項目と影響力の大きさを判定する商品評価分析システムを構築した(図1)。その手順は以下のとおり。
- 1)まず、消費者による商品評価を実施する。対象となるサンプルAの他に、コントロールとして一般的に流通しているサンプルBを用意する。回答者に双方のサンプルを比較させ、提示した各評価項目および総合評価について、サンプルBを基準に、サンプルAがよい場合には○、そうでなければ×と回答してもらう(図2)。
 - 2)Excelのワークシートにデータの入力を行う。調査で得た評価結果を、○の回答は1、×の回答は0として入力する。
 - 3)分析ソフトを用いてロジスティック回帰モデルの分析を行う。個々の評価項目は統計的検定が施され、影響力の低い項目から順次除外していくことで、最適なモデルを構築することができる。
 - 4)分析結果のオッズ比(各評価項目の独立した影響力)から、どの評価項目が総合評価に対して大きな効果を及ぼすかがわかる(図2)。
- ②本システムは、回答者への負担が少ない調査方法と、操作可能な分析ソフトを組み合わせることで、専門的な知識がなくとも消費者の商品に対する評価に強い影響を及ぼす評価項目を簡単に抽出することができる。これにより、商品開発において重視すべきポイントが明らかとなる。

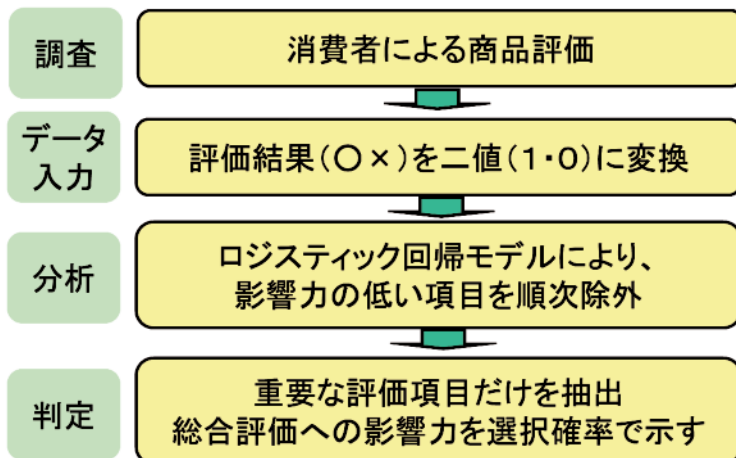


図1 商品評価分析システムの流れ

回答形式

評価項目	評価する
見た目	○
食感	×
風味	○
青臭み	×
えぐみ	×
コク	○
甘み	○
総合評価	○

商品Bを基準として、商品Aについて..

分析結果

評価項目	p値		オッズ比
見た目	0.0505	+	6.6056
風味	0.0114	*	10.0385
甘み	0.0061	**	10.3436

図2 回答形式と分析結果

成果の利活用

- ①消費者の嗜好に配慮した商品開発を行う際に、重点的に改善すべき点が明らかになる。

