

# 都市型シニア向け新コスメブランド開発調査（定性&定量）活動構成

## 活動の目的

- 『都市型シニア向け新コスメブランド』について、定性・定量の両面から、都市型シニア女性の実状、ニーズへのフィット感をさぐる

## 定性・定量調査の考え方

### <定性調査>

- 仮説中のブランドのイメージターゲット層（50代全般）への調査として位置付ける
- イメージターゲットとは？
  - 都市在住の生活エンジョイ型高感度シニア女性
- 比較的高学歴、高所得で可処分所得が高く、自己ニーズを消費に結びつけることに敏感
- 同世代を引っばるイメージリーダーの美容マインド、ニーズを仮説ディテール構築に役立てる

### <定量調査>

- 仮説ブランドを支える都市型シニア（50代後半 団塊層）
- 常にボリュームマーケットとして市場の注目を浴びた世代であり、この層の一般女性の美容実状、意識傾向把握のための指針として情報収集実施

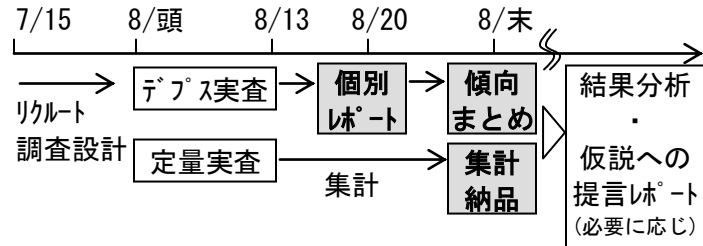
## 調査活動構成案

### <調査サンプル・調査手法>

	定性	定量
サンプル数	・ 50代女性 10名	・ 50代後半女性 100名
条件	・ 23区在住 ・ 生活、ファッション、美容に高額ブランド取り込み活性の高 可処分所得層	・ 1都3県在住
手法	・ 対面デプスインタビュー (本人、コスメ Photo 撮影含む)	・ 郵送、留置式アンケート

## 活動スケジュール&予算案

### <スケジュール>



### <活動予算>

	定性	定量
・ 調査企画、設計	7万	5万
・ 調査モニターリポート	8万	12万
・ 実査費一式 (謝礼、通信費、茶菓、 サプライ、スタッフ費、他)	32万	37.5万
・ 取材個別レポート作成	28万	—
・ 傾向まとめ	15万	—
・ 集計一式	—	58万
・ 進行管理費	9万	16.8万
<b>TOTAL</b>	<b>¥99万</b>	<b>¥129.3万</b>

(消費税別途)

※調査結果分析、および提言レポートは必要に応じ別途

### <調査項目概要> ※詳細は追って調査票にて

定性 (10名)	定量 (100名)
<b>◆プロフィール</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>氏名、年齢、職業</li> <li>可処分所得額とコスメ消費額(月間)</li> </ul>	<b>I. プロフィール</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>氏名、年齢、職業</li> <li>可処分所得額とコスメ消費額(月間)</li> </ul>
<b>◆コスメヒストリー</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>スキンケア、メイクを始めた年頃と購入チャネル</li> <li>年代毎の「メイクフォーム」の変遷と、利用チャネルの変化(特に活性した時期とその後)</li> <li>現行のコスメ購入チャネル スキンケア/ベースメイク/メイク</li> </ul>	<b>II. コスメライフ実状</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>スキンケア</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>購入チャネル、主購入チャネル</li> <li>使用アイテム</li> </ul> </li> <li><b>ベースメイク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>購入チャネル、主購入チャネル</li> <li>使用アイテム</li> </ul> </li> <li><b>メイク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>購入チャネル、主購入チャネル</li> <li>使用アイテム</li> </ul> </li> </ul>
<b>◆コスメプロフィール実状と不満状況</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>現在のコスメライフで重視する要素と理由                      スキンケア → 何を、どのように重視しているか、そのきっかけ                      ベースメイク → や重視する理由は何か                      メイク</li> <li>現状のコスメライフへの不満と状況                      スキンケア → 自己の状態、テクニック                      ベースメイク × → 商品力、種類、価格                      メイク → チャネル対応、情報</li> <li>どんな自分を目指しているか</li> </ul>	<b>III. コスメ情報</b> 情報摂取窓口選択 (女性誌、新聞、テレビ、ラジオ、チラシ、通販web、友人・知人、娘、姉妹、他) 主要窓口選択と主要である理由 (FA)
<b>◆現在のコスメ情報接点</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>美容に対する情報収集結果                             <ul style="list-style-type: none"> <li>信頼する情報窓口と理由</li> <li>自己年代にとって情報とりやすい窓口と理由</li> </ul> </li> </ul>	<b>IV. コスメライフの実状・不満</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>① スキンケアで気になることの有・無                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 気になることの詳細 (FA)</li> <li>→ 解決ニーズの有・無と背景</li> </ul> </li> <li>② ベースメイクで気になることの有・無                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 気になることの詳細 (FA)</li> <li>→ 解決ニーズの有・無と背景</li> </ul> </li> <li>③ メイクで気になることの有・無                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 気になることの詳細 (FA)</li> <li>→ 解決ニーズの有・無と背景</li> </ul> </li> <li>④ 今後、重視していきたいことと理由                             <ul style="list-style-type: none"> <li>スキンケア</li> <li>ベースメイク</li> <li>メイク</li> </ul>                             選択と理由 (FA)                         </li> </ol>
<b>◇Photo 撮影</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>本人パーストショット</li> <li>本人全身ショット</li> <li>コスメ Photo</li> </ul>	