

2000年春～夏関心コスメ、コスメニーズについてのGIチェックシート

スケジュール：5月30日(火)PM6:00～(高校生)

6月 1日(木)PM6:30～(大学生)

会場：リーセント青山

時間	ヒアリング内容	チェックポイント
5M	<p>※雑誌類記事、カクガを当社より提示、各自気になるPhoto、商品の記事など、手元用紙への貼り込みを進めてもらう</p> <p>◆自己紹介 居住地/小遣い月額/メイク月額/購読雑誌/</p>	→ショッピングプロフィール把握
20M /25M	<p><u>I. ショッピングプロフィールとメイク近況について</u></p> <p>(1) 買い物行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・洋服 ・化粧品 ・アクセサリ <p style="margin-left: 20px;">┌ 主な購入場所(街、エリア) └ 購入チャネル(店舗形態)</p> <p>(2) メイクポーチの内容チェック →おすすめアイテムと理由 (発色がよい、使い勝手がよい、メイクの持ちがよい、など) →この春(3月～)購入アイテムと選択理由</p>	→携帯メイクのすぐれものチェック どんな部分(色、サイズ、形状、使い勝手、など)に使いやすさを感じているか
10M /35M	<p><u>II. これからの注目メイク、アイテムチェック</u></p> <p>(1) 春の雑誌、パフより関心内容、チョイス記事、情報について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①メイクのパターン ②春・夏のNEWコスメで 購入したいもの <p style="margin-left: 20px;">┌ チョイスした記事、Photoの内容確認 └ 購入したい品目の理由(何に注目したか、何故注目したか)</p>	→各自Pick UPの記事、Photoから →どんな記事に魅かれているか ・チョイスメイクの傾向 ・チョイスコスメの傾向(色味・パターン) ・購入希望品目の傾向(アイテム、特長)

時間	ヒアリング内容	チェックポイント																
10M /45M	<p>III. 競合ブランドイメージチェック</p> <p>— 各ブランド商品提示 —</p> <table border="1" data-bbox="300 358 486 683"> <tr> <td>提示ブランド</td> <td>(1)ブランド認知の有無(挙手)</td> </tr> <tr> <td>・フーデル</td> <td>(2)ブランドの印象、イメージ</td> </tr> <tr> <td>・F・S・P</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・ファソ</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・パラドゥ</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・スージーNY</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・シンシアローリー</td> <td></td> </tr> <tr> <td>・トニー&テイ</td> <td></td> </tr> </table>	提示ブランド	(1)ブランド認知の有無(挙手)	・フーデル	(2)ブランドの印象、イメージ	・F・S・P		・ファソ		・パラドゥ		・スージーNY		・シンシアローリー		・トニー&テイ		<p>→新規参入競合ブランドパッケージによるイメージ確認</p> <p>どんなブランドが受容されるのか</p> <p>“自分達にフィットする”ブランドとはどんなものか</p>
提示ブランド	(1)ブランド認知の有無(挙手)																	
・フーデル	(2)ブランドの印象、イメージ																	
・F・S・P																		
・ファソ																		
・パラドゥ																		
・スージーNY																		
・シンシアローリー																		
・トニー&テイ																		
5M /50M	<p>IV. アイカラー カラーニーズについて</p> <p>(1)これからほしいアイカラー(シャドウ)について 各自カラーチップによる選択</p>	<p>→“これから”のアイカラーニーズ抽出</p> <p>ex)色の組み合わせ、トーン、ニュアンス、など</p>																
20M / 1H10M	<p>V. KATE NEWパッケージ& 既存品受容性チェック</p> <p>(1)リップスティックNEWパッケージ嗜好について — パッケージ案4案提示 —</p> <table border="1" data-bbox="300 1108 486 1288"> <tr> <td>提示案</td> <td rowspan="2">①4案における嗜好デザインと 選択理由</td> </tr> <tr> <td>P,Q,R,S</td> </tr> <tr> <td>既存品(黒)</td> <td>②選択案の価格想起</td> </tr> <tr> <td></td> <td>③選択案VS既存品の嗜好</td> </tr> </table> <p>(2)既存リップのカラーイメージ ・10色全体の印象について</p> <p>(3)ネイルNEWパッケージデザイン案について — ボード提示 —</p> <table border="1" data-bbox="300 1523 486 1691"> <tr> <td>提示ボード</td> <td rowspan="2">①嗜好デザイン案と選択理由 ex)デザイン、形態上のメリット・ デメリット</td> </tr> <tr> <td>5~6案</td> </tr> <tr> <td>ラメネイル提示</td> <td>②ラメ入りネイル保有の有無</td> </tr> <tr> <td></td> <td>③今後ラメ入りネイルを購入したいか →必要性の背景</td> </tr> </table>	提示案	①4案における嗜好デザインと 選択理由	P,Q,R,S	既存品(黒)	②選択案の価格想起		③選択案VS既存品の嗜好	提示ボード	①嗜好デザイン案と選択理由 ex)デザイン、形態上のメリット・ デメリット	5~6案	ラメネイル提示	②ラメ入りネイル保有の有無		③今後ラメ入りネイルを購入したいか →必要性の背景	<p>→Q~S どのタイプの質感が受容されるか 金属質感(マット~光沢)受容の背景</p> <p>→金属タイプVS黒:嗜好の傾向</p> <p>→既存リップのカラー展開の受容度把握</p> <p>→ネイルパッケージ選択背景の具体化</p> <p>→ラメ入りネイルラインナップ化ニーズの確認</p>		
提示案	①4案における嗜好デザインと 選択理由																	
P,Q,R,S																		
既存品(黒)	②選択案の価格想起																	
	③選択案VS既存品の嗜好																	
提示ボード	①嗜好デザイン案と選択理由 ex)デザイン、形態上のメリット・ デメリット																	
5~6案																		
ラメネイル提示	②ラメ入りネイル保有の有無																	
	③今後ラメ入りネイルを購入したいか →必要性の背景																	

時間	ヒアリング内容	チェックポイント
20M / 1H30M	<p>(4)グロスNEWデザイン案について — ボード提示 —</p> <p>提示案 ①どんなデザイン、組み合わせを 5～6案 嗜好するか →嗜好の理由</p> <p>(5)既存アイテム(アクアシャドウ、ハートリップ、ファンデーション、 トールマスカラ)評価 — 既存商品提示 —</p> <p>①アクアシャドウ →認知、購入有無(挙手) →商品評価(イメージ、印象、興味)</p> <p>②ハートリップ →認知、購入有無(挙手) →商品評価(イメージ、印象、興味)</p> <p>③ファンデーション →認知、購入有無(挙手) →商品評価(イメージ、印象、興味)</p> <p>④トールマスカラ →認知、購入有無(挙手) →商品評価(イメージ、印象、興味)</p> <p>(6)これからのKATEについての期待、意見 ・こんな商品/こんなカラー/こんなパッケージ</p>	<p>→2色組みの構成チェック ex)発色×グロス</p> <p>→KATE既存ラインナップについての評価 認知要素のチェック 受容</p>
30M / 2H	<p><u>VI. 洗顔料受容性チェック</u></p> <p>— 既存商品提示 —</p> <p>洗顔料(チューブ) ①パッケージデザイン、商品特長が 15～16点提示 第一印象で魅力的なアイテム</p> <p>②「スクラブ洗顔」認知有無(挙手) →認知者の認知内容確認</p> <p>③洗顔料に「スクラブ」が入っていることについて の受容性、反応 →状況により既存品提示</p> <p>④「ジェル洗顔」認知有無(挙手)</p> <p>— ジェルタイプ既存品提示 —</p> <p>⑤ジェルタイプの洗顔料への興味、反応</p> <p>⑥洗顔料に「パックもできる」と表記があったら どう思うか</p> <p>⑦「パック効果(毛穴の汚れ落ち、潤い成分の吸収)」 の説明後の反応</p> <p>⑧COOLな使用感の洗顔料に対する嗜好有無 →無嗜好者の理由</p>	<p>→フェイスにおけるチェックポイント、商品チェックポイント ex)色、デザイン、成分訴求</p>
<p>参加各自 Photo & 持参メイク品 Photo 撮影</p>		