

売場からみた期待

日常料理を担当する消費者が評価していることを項目にして売場を評価したレポートです

=当社プランナーの思考

	売 場					
	① 肉料理 のたれ	② ソース	③ 洋風 ソース	④ つゆ たれ	⑤ ドレッ シング	⑥ ごはん& 惣菜の素
1. 肉類を美味しく食べることができる	●	◎	◎	●	△	
2. 野菜を美味しくたくさん食べることができる	○	◎/○	△	●	●	
3. 味付けや調味が簡単にできる	●	◎/○	○	○	△/.	●
4. 本格的なメニューに応用しやすい	△/.	◎/○	◎	.	.	.
5. いろいろなメニューに応用しやすい	○	○/.	△	◎	.	
6. いろいろな食材に合わせやすい	./あ	./あ		△	.	

②のソース売場は、肉・野菜類のバランスや簡便ニーズ、本格ニーズなど、消費者のあらゆるニーズと接点がある。

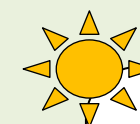
言い換えれば、特定のイメージに左右されていない売場であり、新しい分野の商品も抵抗なく配置できる強味がある。

- 70%以上のニーズが目安
- ◎50%以上のニーズが目安
- 40%以上のニーズが目安
- △30%以上のニーズが目安
- ・20%台

消費者の認識が売場ごとにひと目でわかるレポート

※ヘビーユーザーと全体に差があるケースは、ヘビーユーザー／全体で表示

考察できることを一見してわかるよう表の中に盛り込む



開発もプロモーションも対応できる
当社プランナーの活用をおすすめします

→[企画評価の声はこちら](#)

→[企画ワーク活動提案書のページはこちら](#)