

コンジョイント分析



株式会社インテージ

『コンジョイント分析』とは

「もの」に対する全体評価から「もの」を構成する要因の
個別効果を測定する手法

- ・商品のどの特性(価格、機能、デザインなど)がどの程度重視されているか
- ・どの水準(価格なら500円、600円、700円など)にどの程度魅力を感じているのか
など、「消費者の選択行動」がわかります。



コンジョイント分析が利用されるケースとは・・・

- ①効果的なコンセプトが知りたいとき
設定したコンセプトがどの程度魅力的に感じられるのかが事前に確認できます
- ②マーケティング戦略をたてる時
年代や性別ごとに重視する特性が異なるのか、などセグメント別に選択行動がわかります
- ③最適な商品(サービス)企画を立案するとき
プランニングしたいいくつかの商品(サービス)企画について、どれが一番消費者に受容されるのかシミュレーションができます

アウトプットイメージ

調査手順

- ①知りたいと思う特性項目(通常3~6)を選ぶ
- ②各特性項目について水準(500円、600円、700円などのように通常2~4)を設定する
- ③各特性の水準を組み合わせ8~12通りの組み合わせを選定する
- ④選定した組み合わせを対象者に提示し、好ましい順に順位をつけてもらう
- ⑤弊社所有のプログラムによりコンピュータ処理をし、消費者の選択行動を明らかにする

【テーマ:住宅について】 ※この分析例は実際の調査結果に基づくものではありません

特性項目	水 準
価 格	① 4000 万円 ② 5000 万円 ③ 6000 万円
間取り	① 2DK ② 3LDK ③ 4DK
駅からの距離	① 徒歩5分 ② 徒歩15分 ③ バス10分+徒歩5分
通勤時間	① 40分 ② 1時間10分



各特性項目の水準を組み合わせ、10種類程度のカードを作る

価 格	5000万円
間 取 り	4DK
駅からの距離	徒歩15分
通 勤 時 間	1時間10分

作成したカード全てを提示して、以下のような質問に答えてもらう

Q あなたが新しく家を購入するとしたら、どのような条件の物件が望ましいですか。望ましい順に1～10位まで順位をつけてください。提示した4つの要素以外は、外観等すべて同じ条件とお考えください。

結果

選択時に重要視されている特性は？

	全体	30才代	40才代		全体	30才代	40才代
価格	3.00 (27%)	3.10 (28%)	2.90 (26%)	駅から (徒歩5分) の (徒歩15分)	0.90 -0.10	1.10 -0.15	0.80 -0.05
間取り (2DK)	-1.40	-1.30	-1.50	距離 (バス10分 +徒歩5分)	-0.80 (15%)	-0.95 (18%)	-0.75 (12%)
(3LDK)	-0.50	-0.40	-0.60		通勤時間 (40分)	1.60	1.60
(4DK)	1.90 (29%)	1.70 (26%)	2.10 (32%)	(70分)	-1.60 (26%)	-1.60 (26%)	-1.60 (26%)

数値は効用値……その水準に対する魅力度 ()内は寄与率……各特性の重要度

・4つの特性のうち、全体では間取りの占めるウェイトが29%と最も高く、30代よりも40代の方が間取りを重視している

・価格の効用値は1000万円につき3.00ポイント。通勤時間で40分と70分の差は3.2ポイントであるから、他の条件が同じであれば、価格換算で約1070万円分($3.2 \div 3.0 = 1.067$)通勤時間40分の方が魅力度が高い

想定する3タイプについての受容性予測(応募シェア)は？

	価格	間取り	駅からの距離	通勤時間
Aタイプ	4500万円	3LDK	徒歩10分	40分
Bタイプ	4800万円	3LDK	徒歩5分	30分
Cタイプ	5400万円	4DK	徒歩15分	60分



	全体	30代	40代
	27.0%	28.2%	25.8%
	40.6%	41.4%	39.8%
	32.4%	30.4%	34.4%

・Bタイプが全体で最も人気が高く、全体の4割の人が支持している

・30代ではAタイプとCタイプの差が2ポイントしかないが、40代では約9ポイント差とCタイプが好まれやすい

コンジョイントの説明

◎消費者の選択行動が分かる手法

質問項目イメージ

Q あなたが新しく家を購入するとしたら、どのような条件の物件が望ましいですか。望ましい順に1～10位まで順位をつけてください。提示した4つの要素(価格・間取り・駅からの距離・通勤時間)以外は、外観等すべて同じ条件とお考えください。

特性項目	水 準
価 格	① 4000 万円 ② 5000 万円 ③ 6000 万円
間取り	① 2DK ② 3LDK ③ 4DK
駅からの距離	① 徒歩 5 分 ② 徒歩 15 分 ③ バス 10 分+徒歩 5 分
通勤時間	① 40 分 ② 1 時間 10 分

各特性項目の水準を組み合わせたカードを10枚用意

価 格 5000万円
間 取 り 4DK
駅からの距離 徒歩15分
通 勤 時 間 1時間10分

コンジョイント OUTPUTイメージと分析結果例

	全体	30才代	40才代		全体	30才代	40才代
価格	3.00	3.10	2.90	駅から(徒歩5分) の(徒歩15分)	0.90	1.10	0.80
	(27%)	(28%)	(26%)		-0.10	-0.15	-0.05
間取り(2DK) (3LDK) (4DK)	-1.40	-1.30	-1.50	距離(バス10分 +徒歩5分)	-0.80	-0.95	-0.75
	-0.50	-0.40	-0.60		(15%)	(18%)	(12%)
	1.90	1.70	2.10		通勤時間(40分)	1.60	1.60
	(29%)	(26%)	(32%)	(70分)	-1.60	-1.60	-1.60
					(26%)	(26%)	(26%)

数値は効用値……その水準に対する魅力度 ()内は寄与率……各特性の重要度

①物件選択時の選択行動の特徴

- ・4つの特性のうち、全体では間取りの占めるウェイトが29%と最も高く、30代よりも40代の方が間取りを重視している
- ・価格の効用値は1000万円につき3.00ポイント。通勤時間で40分と70分の差は3.2ポイントであるから、他の条件が同じであれば、価格換算で約1070万円分(3.2÷3.0=1.067)通勤時間40分の方が魅力度が高い

	価 格	間 取 り	駅からの距離	通 勤 時 間
Aタイプ	4500万円	3LDK	徒歩10分	40分
Bタイプ	4800万円	3LDK	徒歩5分	30分
Cタイプ	5400万円	4DK	徒歩15分	60分

全 体	30代	40代
27.0%	28.2%	25.8%
40.6%	41.4%	39.8%
32.4%	30.4%	34.4%

②受容性予測

- ・Bタイプが全体で最も人気が高く、全体の4割の人が支持している
- ・30代ではAタイプとCタイプの差が2ポイントしかないが、40代では約9ポイント差とCタイプが好まれやすい