

NCDターゲット感性研究

「女性の感性・価値観研究 vol.1」

ピンクの好み、デザインの好みから見てくる女性の感性

女性のライフスタイルが多様化し、その感性、価値観もますます複雑になってきています。NCDでは女性ならではの嗜好色であるピンク色や、デザインの嗜好を切り口に、その感性や価値観を読み解き、女性の感性に訴えかける商品作りに役立つ資料をご提供します。

確かな裏づけに基づく本資料は、デザイン・企画のアイデアソース、説得材料、イメージの共有化の為にツールとして様々なシーンでご活用いただけます。

■ 概要

女性400名を対象としたカラー & デザイン嗜好調査を実施し、嗜好タイプを抽出。ピンク色の嗜好分析、買い物における価値観分析、買い物スポット単純分析など女性に特化した嗜好調査を通し、女性をターゲットとした商品開発に有効な資料を作成。

■ アウトプットイメージ

・嗜好タイプの傾向がひと目で分かるイメージパネル



・女性はピンクを敏感に見分けている！



■ 活用方法

デザインの方向性の確認だけでなく、打合せ時のイメージの共有化や、詳細データと合わせて提案時の説得材料などとしてもご活用頂けます。

■ こんな方に・・・

- 『男性の上司にピンク色の微妙な違いを理解して貰う為の説得材料が欲しい！』
- 『提案したい商品企画に、データの裏づけが欲しい！』
- 『商品のターゲット層の女性に合うデザインコンセプトのヒントが欲しい！』
- 『チーム内でのイメージの共有化を図りたい！』

実際にコスメ、婦人雑貨、子供用品など、様々な業界の方から反応を頂いております。

■ 発行 / 2008 .6月上旬発売予定

定価 / ￥150,000(税込)

体裁 / 報告書・PDFデータ

お問い合わせ

株式会社日本カラーデザイン研究所 03-3818-0071 <http://www.ncd-ri.co.jp/> 開発部 村越

■ 詳細

•研究対象 : 大学生から50代までの女性
各年代80名 計400名

•研究内容 : 1)調査設計

パネル提示によるビジュアル嗜好調査
(単色、配色、インテリア、置時計、クルマ、カップ、柄、ピンク)
生活意識項目
価値観質問項目
消費についての価値観項目
嗜好デザインイメージのSD法

2)調査方法

調査員訪問調査
調査時期 2008年2月

3)分析計画

嗜好要因の抽出
感性ライフスタイル分類
ピンク評価軸の抽出
ピンク感性グループの作成

■ コンテンツ

.研究概要

.総括

.属性別にみたテイストと意識

- 1.嗜好の傾向と変化(嗜好色、インテリア、素材感等)
- 2.意識と価値観(理想像、生活意識等)
- 3.デザイン嗜好

.ピンクを探る

- 1.商品カテゴリー別に見るピンクの嗜好(嗜好、ファッション、小物、メイク)
- 2.要因軸の説明(好きなピンク)
- 3.ピンクの嗜好タイプ分析

.女性の感性ライフスタイルクラスター

- 1.要因軸の説明
- 2.クラスター概要
- 3.感性ライフスタイルクラスター説明