

モニターの声を活用した商品

■イカリソース株式会社

THE 大阪お好み・焼そばソース

ご家庭で大阪の味が楽しめるシリーズ。北海道産真昆布と焼津製造かつお節を使用した、だしの旨み溢れるお好みソースと香ばしくスパイシーな焼そばソース。

利用したもの▶モニターイベント、座談会

★モニターさんに何を聞いた？
ご家庭での意識や味へのこだわり

★どこが変わった？

- 大阪、近畿のご家庭での粉もんに対する意識や味へのこだわりがよく分かった
- 時代の変化や地域差にあわせて、より商品コンセプトにあう開発ができた
- 現代にあわせた、大阪食文化を発信できる商品にできた



■株式会社ミックコスモ

デリケートゾーン用薬用美白クリーム フェミリアル 「Femirial」 ホワイトスタビリティクリーム

デリケートゾーンやボディの黒ずみ、くすみをケアする美白クリーム。お肌にあわせた弱酸性処方です。女性のお悩みに寄り添います。

利用したもの▶モニターイベント

★モニターさんに何を聞いた？
認知度調査

★どこが変わった？

- 「フェムテック」「デリケートゾーンのケア」の認知度を知る事ができた
- 部位を絞らず、ボディ全体への提案もあったほうが伝わりやすいと分かった
- 別のお悩みも聞いた事で今後のブランド展開の参考になった



■有限会社クリーンケア

靴用消臭剤 「KESTAS+」

靴に付着し増殖した菌自体を除菌し、さらに発生した悪臭自体も消臭することで根本的な靴のケアが可能になる商品です。

利用したもの▶お試しモニター

★モニターさんに何を聞いた？
家庭で使ってみた感想

★どこが変わった？

- 「両足分の消臭剤がバラバラになって面倒」という意見→紐で繋ぐデザインに
- 「家族で使うので色分けがあればうれしい」という意見→デザインは合計4種類に
- デザイナーと組んでパッケージを作成し、バラエティショップ等で販売が決定



応募条件 ●実施前に当財団にて審査を行います。内容によっては実施できない場合がございます。

1. 公序良俗に反する商品でないこと
2. 法令順守した商品、販売方法であること
3. 安定的な運営・提供ができる商品・サービスであること
4. 申込企業の商品・サービスであること
5. 配布商品は、原則として販売開始している商品であること

6. 商品の試用・配布を行う場合、指定する提出書類を期限内に提出できなければ、実施できないものとする
7. 試食や試飲を行う場合は、別途定める「食品取扱いに関する注意事項」を順守すること

※効果・効能を謳う商品は対象外です。
※安全性が客観的に保証できるものとします。
※営業目的の利用は不可です。
※その他、公益財団法人 大阪産業局が本企画の趣旨にそぐわないと判断した場合、お断りすることがあります。あらかじめご了承ください。

過去利用企業の声

発売前の商品の価格面や商品の使い方等、お客様の反応や意見が聞けて参考になりました。

効果的なモニターの仕方・分析や活用方法において、回を追うごとに得られるものが大きくなっている。

モニターの声を取り先への説得材料にして商談した結果、大変喜ばれ、前向きに話が進んでいる。

モニターの方がとても真剣に商品について考えてくださり、良い点も悪い点も意見が聞けましたので、弊社といたしましてはとても参考になる点が多く、感謝しています。皆様のご意見を参考に、より良い商品を作っていきたいと思っております。

今まで製品が開発されてから、多くのユーザーの方の反応を得る機会がありませんでしたが、自社の製品が求められている製品なのだという実感がありました。

【お問合せ】

大阪産業創造館

サンソウカン de モニター会事務局

〒541-0053 大阪市中央区本町1-4-5 大阪産業創造館13F
TEL 06-6264-9906 (月～金 10:00～17:30 ※祝日除く)
E-mail moni@sansokan.jp



<https://www.sansokan.jp/monitor/irai/>

詳細・申し込みはこちら



商品開発
改良を
サポート!



使ってみませんか？

サンソウカンdeモニター会

「サンソウカン de モニター会」は、30代～50代女性を中心とするモニター会員が、貴社の商品に対して率直な意見をお伝えるマーケティングサービスです。
消費者の目に触れることで、自社商品の意外な魅力を発見することも！
商品開発、商品改良や、ニーズ調査、営業戦略の策定などにご活用ください。



このような企業におすすめ

- ✓商品に対する意見が聞きたい
- ✓パッケージ・チラシに対する意見が聞きたい
- ✓試食してもらって、感想が聞きたい
- ✓新商品・サービスについてのニーズを調べたい

【サービスの特長】

1

4,500人のモニター会員

20代～80代の男女約4,500人のモニター会員が登録。中でも、消費のカギを握る30代～50代女性がボリュームゾーンとなります。

2024年7月現在（総モニター会員数 4,492名）		
年代	女性	男性
20代	179	33
30代	885	71
40代	1077	78
50代	1074	88
60代	629	75
その他	212	91
合計	4,056	436

2

選べる2タイプの調査方法で 定性調査・定量調査も可能！

調査したい内容により個別調査とモニターイベント（展示会形式）をお選びいただけます。

定性調査

少人数にじっくり話を聞く調査方法。
⇒個別調査

定量調査

100人以上から意見を集め、数値的な分析も可能な調査方法。⇒モニターイベント

※個別調査を利用できるのは大阪市内中小企業限定

3

充実したサポート体制

ご希望に応じて、マーケティングの専門家による事前・事後の面談（1時間）を無料で受けていただくことが可能です。アンケートの内容、項目設計から回答結果の活用法まで、専門家がサポートさせていただきますので、事業戦略の策定に役立つ調査を実施できます。



※面談（無料）を利用できるのは中小企業限定。

4

低価格

大阪市の支援事業としてサービスを実施しています。個別調査は無料、モニターイベント（展示会形式）は20,000円と、マーケティングサービス利用の足掛かりとしてご利用いただきやすい価格となっております。

※その他モニターへの謝礼として、商品やプレゼントをご用意いただく必要がございます。

個別調査

- 実施時期** 常時募集
- 対象** 大阪市内中小企業限定
- 利用条件** 年度内（4/1から翌年3/31）3回までの利用とします
モニター内容は、自社の商品・サービスに限ります
- 費用** 無料 ※参加者に1,000円～2,000円程度の謝礼（自社商品など）が必要

小さいお子さんがいる方から、60歳以上の方まで幅広い層のモニター会員が登録しているので、貴社の希望に応じて、年代や属性、趣味嗜好などターゲットの選定、内容のアレンジをすることも可能です。年間約30回の調査を実施しています。

【過去の実施例】

- 肌が弱い方向け洗剤についての座談会
- シニア層を対象とした健康食品についての座談会
- 趣味やペット飼育状況など、ターゲット別の座談会
- 子ども向けインターネット学習サービスのモニター調査
- レイングッズや化粧品のお試しモニター

【こんな時にオススメ】

- ターゲットとなる属性の人のみに聞きたい
- 普段の生活における困りごとを聞きたい
- 商品コンセプトを説明した上で意見が聞きたい
- 商品を実際に一定期間試してほしい

座談会（グループインタビュー）

商品のコンセプトやパッケージに対する評価、ニーズ調査など、6～8人の少人数でじっくりと意見を聞く座談会。アンケートや統計調査などの定量データでは出てこない「どうしてそれを選んだか」「なぜそう思ったか」などの細かいニュアンスを掘んでいただけます。



お試しモニター

化粧品や生活雑貨などの商品を自宅でもってもらい、感想や意見を座談会やWebアンケートで回収する調査です。

※モニターに対して商品の使い方を説明いただく説明会を実施していただく必要があります。

【実施の流れ】



①お打合せ ※調査日の約1.5～1か月前

当館にて実施内容についてお打ち合せさせていただきます。お打合せから最短1か月程度で実施が可能です。（希望内容によっては調査を実施できない場合がございます）



②モニター募集～参加モニターの決定 ※調査日の約3週間前

ヒアリングする内容や謝礼を提示した募集HPをこちらで作成。モニター会員に対して募集を行い、応募者の中から抽選で参加者を決定します。



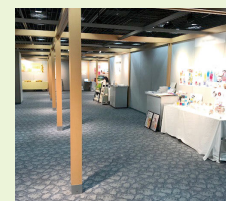
③調査実施

当館の会議室を利用し、スタッフ立ち合いのもと実施します。当日の司会進行は貴社で行っていただきます。進行方法、質問内容の設計に不安がある場合は、事前に専門家との個別面談も可能です。

モニターイベント

- 実施時期** 年3回程度開催
- 対象** 大阪市内中小企業優先
※個人事業主の方はご利用いただけません
- 利用条件** モニター内容は、自社の商品・サービスに限ります
- 費用** 出展料として20,000円 / ブース
※イベント来場者全員の500円以上の謝礼（自社商品など）が必要

展示会形式で10～15社の企業がブース出展。来場するモニターに対してアンケート用紙を通して商品に対する意見を聞いていただけます。サンプル数を多く取りたい時にオススメです。



【過去の実施例】

- 一般女性編：各世代の女性約200人
- 20代・30代女性編：20代・30代女性約100人
- その他

【こんな時にオススメ】

- 既存商品の改善点を聞きたい
- パッケージ案について好みを知りたい
- どの年代にニーズがあるか調査したい
- 価格について多くの人の意見が聞きたい

【実施の流れ】



①出展企業説明会

出展決定後、説明会にてイベントの目的や内容を説明する他、アンケート作成のポイントについてお話しします。



②個別面談

※希望企業のみ
マーケティングの専門家による個別面談を実施。調査目的の確認から、質問・回答項目の内容までアドバイスします。



③アンケート用紙完成

アンケート用紙を貴社にて作成、来場者分をコピーしてください。



④イベント当日

来場モニターに簡単な商品紹介を行い、アンケートを依頼してください。



⑤後日Webアンケート

※希望企業のみ
イベント時に配布した商品の使用感を聞くため、後日来場モニターからアンケートを取ることもできます。参加モニター数より回答数が少なくなる可能性があります。



⑥データの活用

アンケートを分析し、商品開発や営業ツール作成などに活用していただきます。個別面談を受けることも可能です。