

# パッケージデザイン シェルフインパクトテスト

Package Design Shelf Impact Test



## 領域

飲料、食品、菓子、シャンプーなどのパッケージデザイン開発。  
とくに最終的なチェックとして。

## 目的

テスト品を含めた店頭を再現し、普段の購買行動を行ってもらう。  
パッケージデザインの印象から、次の点を明らかにする

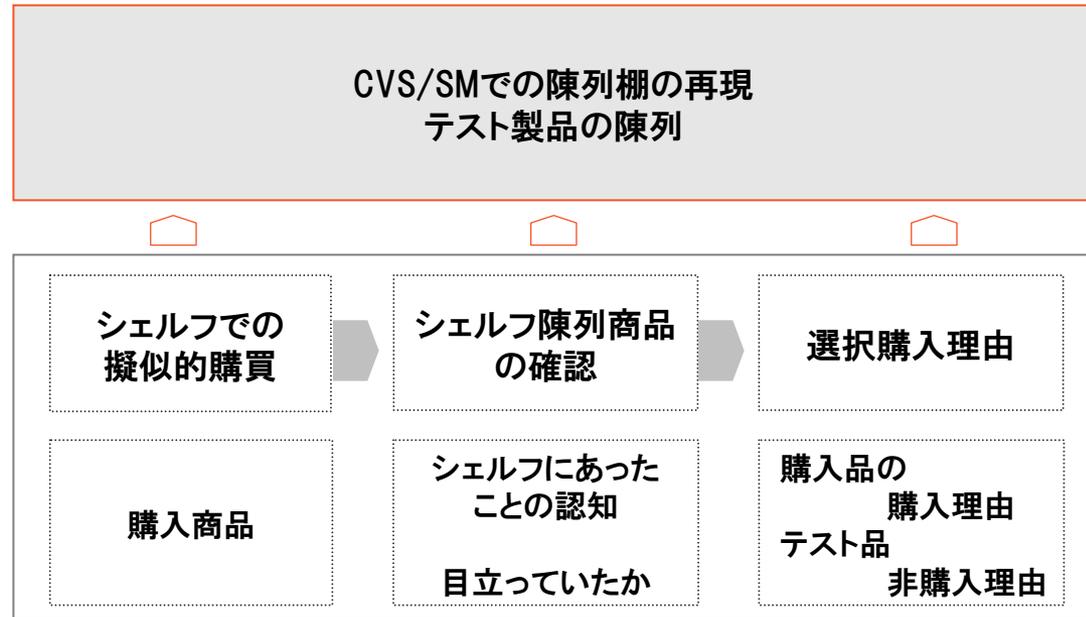
- ① シェルフでの選択(擬似購入)率
- ② 競合品の中での目立ち度

## 方法

|         |  |
|---------|--|
| 実査方法    | セントラルロケーションテスト(会場調査)<br>CVS/SMの棚を再現しテスト製品も陳列 |
| 対象者条件   | 対象商品カテゴリー・ユーザー                               |
| サンプル数   | 200~300                                      |
| 対象者抽出方法 | プレリクルーティング                                   |
| 全体期間    | 1か月 (企画から報告まで)                               |

# Package Design Shelf Impact Test

## 調査内容



## 分析内容

