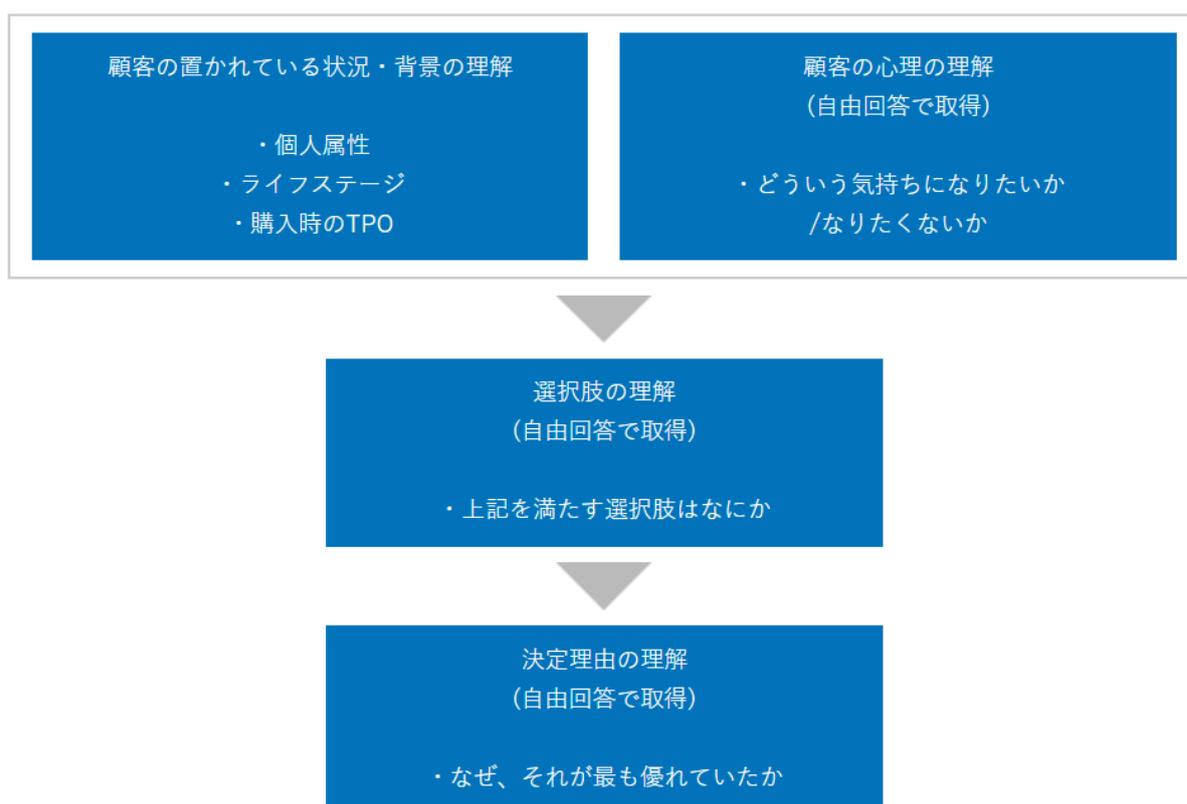


「なぜ、その商品を選んだのか？」  
お客様視点で行動の理由を解き明かす新サービス  
「顧客インサイト発掘調査」(CIMS)をリリース

2021年6月10日  
株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：福本 敏彦）は顧客が商品を選ぶ理由を、顧客が置かれた状況と心理から明らかにする新サービス「顧客インサイト発掘調査」(CIMS=Customer Insight Mining Survey)をリリースしました。

CIMSは商品を選ぶという顧客の行動を、顧客が置かれた状況・背景と心理・意識をセットで理解することにより、最終的に顧客は何を求め、どんな理由が決め手となってその商品を選んだかを解き明かす独自の調査サービスです。



顧客視点での商品企画・開発やコミュニケーション戦略の展開などにご活用いただけます。



CIMS は実査から分析、報告、施策提案までまとめて提供する調査パッケージです。

商品カテゴリーまたは個別ブランドに関するアンケート調査を、一般の消費者（最低 1000 人以上）を対象にウェブで実施します。分析に際しては、顧客をロイヤル層、一般層などセグメント別に分類し、その違いを当社独自の分析手法 KeyExplorer を使って明らかにします。さらに、分析結果に基づき、顧客インサイトの仮説を検討、施策を提案します。

例えば、商品カテゴリーの調査なら、「アイスを多く食べる人は、なぜ、ジュースなどでなくアイスを選ぶのか」、個別ブランドの調査なら、「A社のアイスを多く選ぶ人は、なぜ、他社ブランドでなくA社を積極的に選ぶのか」といった行動の背景を明らかにします。

価格は商品カテゴリーごとの調査・分析の場合、1カテゴリーにつき80万円～、個別ブランドごとの調査・分析の場合、1ブランドにつき100万円～。ただし、調査対象者の出現率や回答者数、選択肢の細かさによって価格は変わります  
サービスの詳細はこちらをご覧ください。

[https://www.nikkei-r.co.jp/service/analysis/cims/?utm\\_source=prtimes&utm\\_medium=release&utm\\_campaign=cims](https://www.nikkei-r.co.jp/service/analysis/cims/?utm_source=prtimes&utm_medium=release&utm_campaign=cims)

■リリースを機に、具体的な事例を紹介するウェビナーを開催しますので、ぜひご参加ください。

6/30、7/14 開催:「顧客インサイト発掘セミナー」のご案内

顧客の本音聞き出せていますか？ 独自手法「KeyExplorer」を使った“発掘”事例一挙公開

[https://www.nikkei-r.co.jp/news/seminar/id=7886?utm\\_source=prtimes&utm\\_medium=release&utm\\_campaign=cims](https://www.nikkei-r.co.jp/news/seminar/id=7886?utm_source=prtimes&utm_medium=release&utm_campaign=cims)



## ■会社概要

株式会社 日経リサーチ

住所：東京都千代田区内神田二丁目2番1号 鎌倉河岸ビル

代表者：代表取締役社長 福本敏彦

事業内容：顧客満足度(CS)調査や、ブランド調査、デジタルマーケティングなど各種市場調査を国内外で幅広く展開しています。また、定期的に実施する世論調査や企業調査の結果は日本経済新聞などの媒体に多く掲載されています。

URL：<https://www.nikkei-r.co.jp/>

## 【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

営業本部 担当：山田、川島

TEL:0120-980-181 (平日 9:00~12:30、13:30~17:30) FAX:03-5296-5110

弊社 HP お問い合わせフォーム:

[https://www.nikkei-r.co.jp/contact\\_mr/](https://www.nikkei-r.co.jp/contact_mr/)