

商品開発や商品構成(品揃え)における競合のベンチマークを主目的とした調査・分析法をご提案致します。



## MDベンチマーク調査分析

弊社では、リテラー様・メーカー様から、競合他社の調査分析の依頼ケースも多く、そのためのマーケティング支援も行っております。オープンデータや現場での情報把握に加え、その顧客ニーズを基にしたポジショニング分析を行います。生活者のMDにおけるニーズ軸を元に、自社他社のMDを比較し、その優位／劣位性、欠落ポイントを明らかにし、今後のMD戦略に繋げる提案を行います。

### 新商品動向調査

競合他社の新商品の投入背景を、弊社の持つノウハウを活かし、生活行動や歳時、食材の旬などの情報をベースに、分析しレポートを作成いたします。また、調査実績はデータベースとして蓄積し、過去の投入実績を貯蓄することで、より深い分析も可能です。

#### 実績

新商品調査レポート

チェーン名	
商品名	
商品素材詳細	
【商品分析】	
・投入背景	
・商品評価	
・各種データ	

新商品データベース

### 商品比較分析

自社と競合他社における商品の品揃えを網羅的に整理し、「価格」「商品タイプ」「商品形状」「商品特徴」などカテゴリ特性にあわせてポジショニング分析をします。ポジショニング分析をする上での軸の設定は、商品カテゴリの特性に合わせて、カスタマイズいたします。

#### 実績

自社	競合
商品ポジショニングマッピング	商品ポジショニングマッピング
比較分析	
ターゲティングMD詳細分析	ターゲティングMD詳細分析
自社における課題抽出/改善案提示	

カテゴリ別に顧客ニーズに基づいた「商品ポジショニング分析」や「ターゲティング分析」、「MD詳細分析」等を組み合わせて自社における打ち手をご提案します。

### 品揃え欠落MD分析

社会・経済的潮流の中でトレンドとなりそうな事象・キーワードに対して想定される生活行動から今後伸長が見込まれる商品カテゴリについて競合他社との比較分析を行ないます。

#### 実績

社会・経済のマクロ的潮流から今後のチャンスカテゴリを設定し、それに紐づく対象商品を選抜。競合店の品揃えを調査し、自社の課題(欠落MD)と今後の強化MDをご提案します。

リテラー様事例

【実績例】 ■大手CVS

【実績例】 ■大手GMS