

属性水準の決定上の注意点

●選好の際に重要なもの・理解できるものであること

(CBCの場合は特に重要でACAの場合は、魅力度・重視度質問を前段で行えるため、重要かどうか判断に迷うものを含めることができ自由度が高い。)

●属性間にトレードオフの関係があること

(属性は生活実態に根ざしたもの(メインバンク、メインキャリア等)や、変更が難しいものなどは向かない。企業努力等で単純に改善や変更できないような属性も不向きと言える。また否定的な水準、例: 悪いなど全体を否定してしまうような水準を含む属性もNG)

●各属性が独立していること

(別属性の要件に他の属性が影響を受けないことが望ましい。例えば、入り数や容量と価格などは一般的に相関が強い。無論、多くて安い、少なくても高いなどの組み合わせが可能であれば問題ない。同様に属性水準と関係のない項目をあたかも属性水準かのように含めて提示することはできない)

●水準間(特に価格属性)に大きな落差がないこと

(あまりにも大きな落差があると重視度が高くなりすぎる。100円のガムと1万円のガムでは一般的に「味」についての話はく議論俎上にあがらない。金額は市場で流通している価格の最大最小値の両端からそれぞれ1.2倍した程度で提示すると良いかも知れない。ただしこれも商品によるので注意が必要)

●水準は客観的な基準に基づいていること。(×きれい、×良い、×すぐ、×さらに)

(誰にとっても明白に同じ基準での判断ができることが望ましい。「×良い」→「〇人が良いと評価」のように数値化できるとなお良い。)

△販売チャネルや流通に関わる属性(外部要因的なもの)は含めない方がよい

(基本的にコンジョイント属性水準で望ましいものは機能・性能である。商品の本質機能と直接関係のない「店員の態度」や「在庫が多い」などは店舗評価でない限りは入れるべきでない)

△品揃え、バラエティなども店舗評価やイメージ評価以外では入れない方がよい

(3つのサイズから選べる、4色から選べる等々は、一つの商品ではないので商品コンセプトと組み合わせるのは避けるべきである)