



イプソス ヘルスケア通信 #15

～2020.3.18 発行～

こちらのメール配信につきましては、イプソス担当者とお名刺を交換された方、ご連絡先を頂戴した方へ弊社の最新情報等をお伝えする趣旨で配信しております。

第15号 目次 イプソス独自のアプリポテンシャル評価のご紹介 特別号

1. 開発（コンセプト）段階のアプリのポテンシャルってどうやって評価するの？
2. 具体的な調査事例のご紹介
3. その他のイプソス独自のアプリ評価ツールで出来ること



いつも大変お世話になっています。ヘルスケア通信編集部です。

3月になって寒さが少し和らいできましたね。

コロナウィルスの感染拡大については、なかなか収束する兆しがみえません。会場で実施する調査についても一部に影響が発生しております。このような状況下におきましても、イプソスでは中継によるインタビュー配信や、先般ご紹介したシンジケートコミュニティをはじめ、デジタルを活かした様々なサービスを提供しております。

さて、今回のヘルスケア通信では、さまざまな企業がこぞって出しておりますアプリケーションに関する調査を取り上げます！

まるまるすべてアプリ評価に関する**アプリ調査特別号**です！！

「アプリ開発やアプリを使った事業に関わっている」という方、こんな悩みをお持ちではありませんか？

- アプリを開発しているが、本当にユーザーに響くコンテンツになっているか少し不安（ポテンシャルがあるのかわからない）・・・
- アプリ改善のために、何を改良したらよいかかわからない・・・
- アプリに必要な機能とそうでない機能の見極めが、社内ではなかなか決められない・・・

当てはまる悩みがあった方、そうでない方でも「アプリの評価調査」についてご興味のある方は是非ご一読くださいませ。

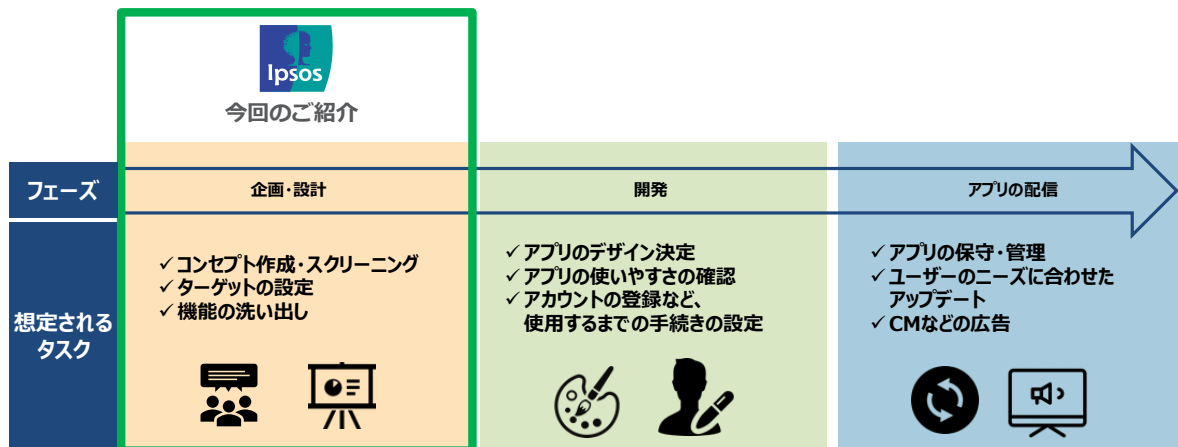
開発（コンセプト）段階のアプリのポテンシャルってどうやって評価するの？

今日、市場には200万以上ものアプリが存在し、1人当たりがインストールしているアプリは平均して80種にも上ります。

しかし、その70%以上は、「**ダウンロードされても月に1回も使われていない**」と言われています。

そのような激しいアプリ市場の中で勝ち抜いていくために、ただ闇雲にアプリケーションを開発するのでは効率が悪く、先ほど挙げたようなお悩みをお持ちのお客様も多いのではないのでしょうか。

イプソスは独自のアプリ評価ツールとノウハウを有しており、アプリに関するお悩み解決のお手伝いをさせていただいております。特に**アプリのアイデアスクリーニング・ブラッシュアップなど、アプリの開発段階において数多くの調査実績を持ち、イプソスの得意領域です。**



～イプソス独自のアプリ評価ツールでお悩み解決～

お悩み 1

「アプリを開発しているが、本当にユーザーに響くコンテンツになっているか少し不安（ポテンシャルがあるのかわからない）・・・」

→ **Market Success Score**という総合指標で開発段階のアプリのポテンシャルを測ります

イプソスでは調査結果の総合指標として、Market Success Score（MSS）を算出します。

これは調査したデータを、30,000件以上の過去の調査ケースと比較し算出されるスコアで、市場での成功率と高い相関を持っています。MSSが133を超える場合は市場での成功率が高いと言えます。

過去の調査ケースをもとに算出されるため、競合となるアプリが分からない、開発したいアプリが今までにないようなアプリという場合においても、**ベンチマークを設定せずともポテンシャルを算出することが可能です。**

MSSによるアプリの評価

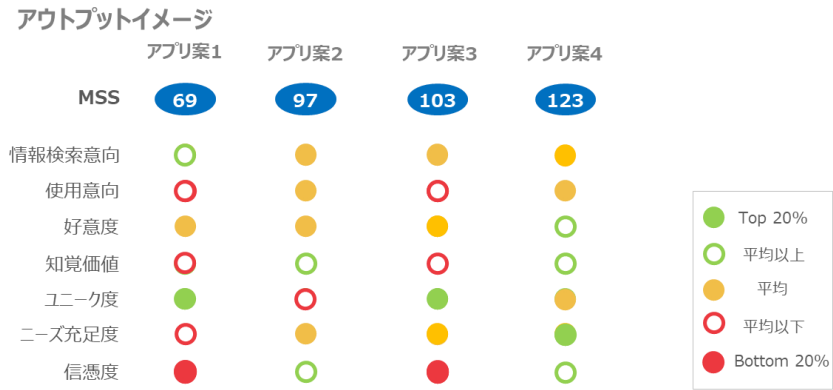


お悩み2

「アプリ改善のために、何を改良したらよいか分からない・・・」

→**キー指標のブレイクダウンで改良ポイントや今後の方向性を明らかにします**

MSSは複数の指標から総合的に算出されます。各指標の評価を把握することによって、そのアプリが持つ強みや弱みから今後の方向性の示唆が可能です。

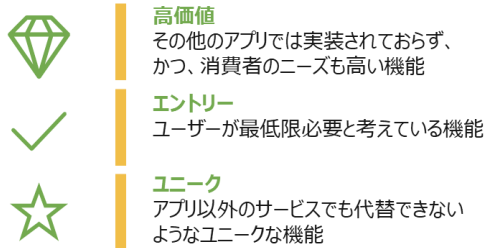


お悩み3

「アプリに必要な機能とそうでない機能の見極めが、社内ではなかなか決められない・・・」

→**アプリの課題にあわせたモジュールで必要な機能の判断を行います**

“Modified Kano”分析では、アプリに必須の機能、ユニークな機能など判定し、実装すべきがどうかの判断をすることができます。



フィットネスアプリの例

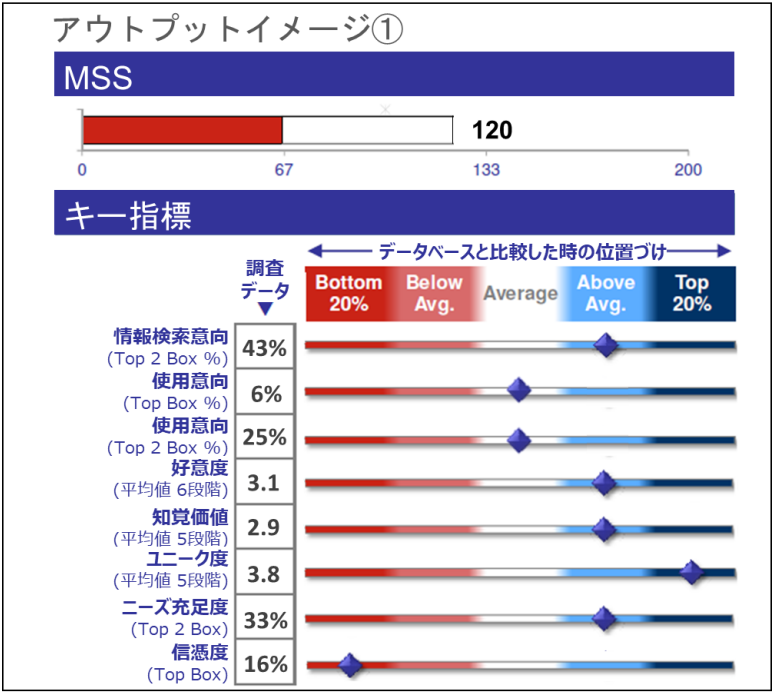
アプリの機能	評価	実施
食事制限中の代替食の提案	◆ ☆	実装すべき
毎日の献立の提案	✓	実装すべき 付加価値が必要
不足している栄養素のお知らせ		実装不要
...		

調査事例のご紹介

調査背景

A社は皮膚がんのリスクを啓発するためにあるアプリを開発しました。このアプリはほくろの位置を写真で撮り、送信することで、皮膚がん発症のリスクを測定し、リスクが高い場合は医者への受診を推奨する機能を持っています。

ところが、このようなアプリは今までにはないため、どの程度のポテンシャルを持つか分からない、ということで弊社にご相談をいただきました。



アウトプットイメージ②



コンセプトの部分	評価	実施
ほくろのスク্যানで皮膚がんのリスクの診断	☆	実装すべき
医者への受診をお勧めします	✓	実装すべき ただし、付加価値が必要
...		
...		

調査結果

このアプリの総合指標（MSS）を見ると、120となっており、これはデータベースと比較すると平均よりもやや高いスコアです。また、総合指標を構成する各指標で見ると、他のアプリと比べて、とてもユニークだと感じられていることが分かります。

ただ、信憑度はデータベースと比較すると低いスコアとなっており、消費者はこのコンセプトに対して、正しいサービスを得ることができるか心配に感じていることが分かります。

このアプリの成功可能性を上げるには、強みであるユニークさは維持しつつ、サービスについての信頼度を高めるように改良・訴求することが重要となります。

Modified Kano分析からも、「ほくろのスク্যানで皮膚がんのリスクを診断できる」という機能は、ユニークで消費者にとってもニーズの高い機能であることが分かりました。一方で、「医者への受診を進める」という機能については消費者にとっては最低限必要な機能程度の位置づけであり、改良の余地があることも把握できました。

その他のイプソス独自のアプリ評価ツール

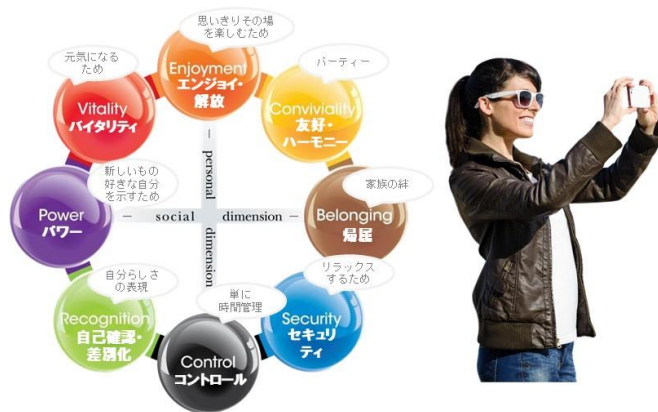
◇ Cognitive Salience

タッチポイント分析により、ユーザーにとってのハードルがどこに存在しているのか分析し、どのようなプロセスのアプリ設計が良いか検討することが可能です。



◇ Emotional Resonance

アプリに対するモチベーションを、社会軸と個人軸から評価し、アプリがユーザーにとってどのような認識をされているのか把握することで、現在のユーザーの不満点などを分析することも可能です。



イプソスのアプリ評価ツールや調査について、興味のある方やもう少し詳しく知りたいと思った方、その他アプリケーションについてお困りの方など、弊社までお気軽にお問い合わせください。（ご連絡は[コチラ](#)まで！）

お問い合わせ

■ イプソス ヘルスケア通信で取り上げてほしいテーマや、調査でお困りのことはございませんか？

その他ご意見・ご感想・配信停止のご連絡につきましても、以下までお寄せください。

イプソス ヘルスケア通信 編集部

メール：hec_newsletter@ipsos.co.jp

電話：03-6867-8110

イプソス株式会社 <http://www.ipsos.com/ja-jp>

〒105-0001

東京都港区虎ノ門4-3-13 ヒューリック神谷町ビル