

中小へ低価格で モニター調査

■ラビッツ・コーコ

販売促進支援のラビッツ・コーコ（東京都東村山市）は、流行に敏感な消費者と新商品の試用を依頼したい中小企業を結びつけるモニター調査サービス「コレタメプロジェクト」を始めた。数十万円の低コストで開発成果の市場反応などを探りたい企業のニーズを発掘する。まず年60社の顧客獲得をめざす。

同社は、新商品への流行感度が高い30～40代女性を中心に約3万7000人のモニター会員を抱

えている。同社はモニターの活用機会を、化粧品製造や通販サイト運営など多業種の中小企業に広めたい考えだ。

依頼企業は、モニター募集などの作業料を含む基本料金5万円と、1人当たり1500円のモニター利用料を支払う。500人のモニターの意見を得る場合、合計で80万円となる計算だ。

モニター調査会社はすでに数多く存在するが、一般に500人の活用で百数十万円と多額だ。藤原公子社長はモニター調査の敷居を下げたい考えで、「有望な商品を開発していながら販促予算を捻出できない中小企業を応援したい」と意気込む。

