

リサーチからインサイトへ

# 1. 新旧のユーザー・顧客調査

伝統的なマーケティング調査	ユーザーの潜在意識調査
人工的なセッティング	実際の状況
ユーザーが記憶している行動	ユーザーの行動を直接観察
表面的な顧客の好み・意見	顧客も無意識な潜在心理
整えられたデータ	実際の出来事や行動
想定範囲(仮説)に焦点	新しい機会(想定外)にアプローチ
クローズドな質問	オープンエンドな対話
分断されたリサーチ・チーム	企画開発者自身が観察
グラフや説明文	写真や発言そのもの

顧客の期待・要望を聴く「顧客理解」から、  
状況・現象を観察して「顧客インサイト」を得る、時代に。

## 2. 定性調査と定量調査の違い

	定量調査	定性調査
データの性質	反応を数値のかたちにする。	視覚と言語に基づいて詳細に記録する。
コンテクストとの関連性	結果はコンテクストや文化とは無関係で、一般化されると考える。	結果は、特定の時間、場所、人、文化に特有である。
潜在的な要因の性質とコントロール	理想的な状況がコントロールされており、シンプルな因果推論を可能にすべく、変数は操作化もしくは尺度化されている。	観察と議論の対象となる行動を形成する多様な要因を、ありのままに描き出す。
調査道具とした重要なもの	調査者の存在は調査相手からは極力見えないようにして、構造化された尺度や選択肢に対する反応に依存する。	調査者自身が調査道具であり、信頼に基づいた洞察を得るため、対人スキルとラポールが用いられる。

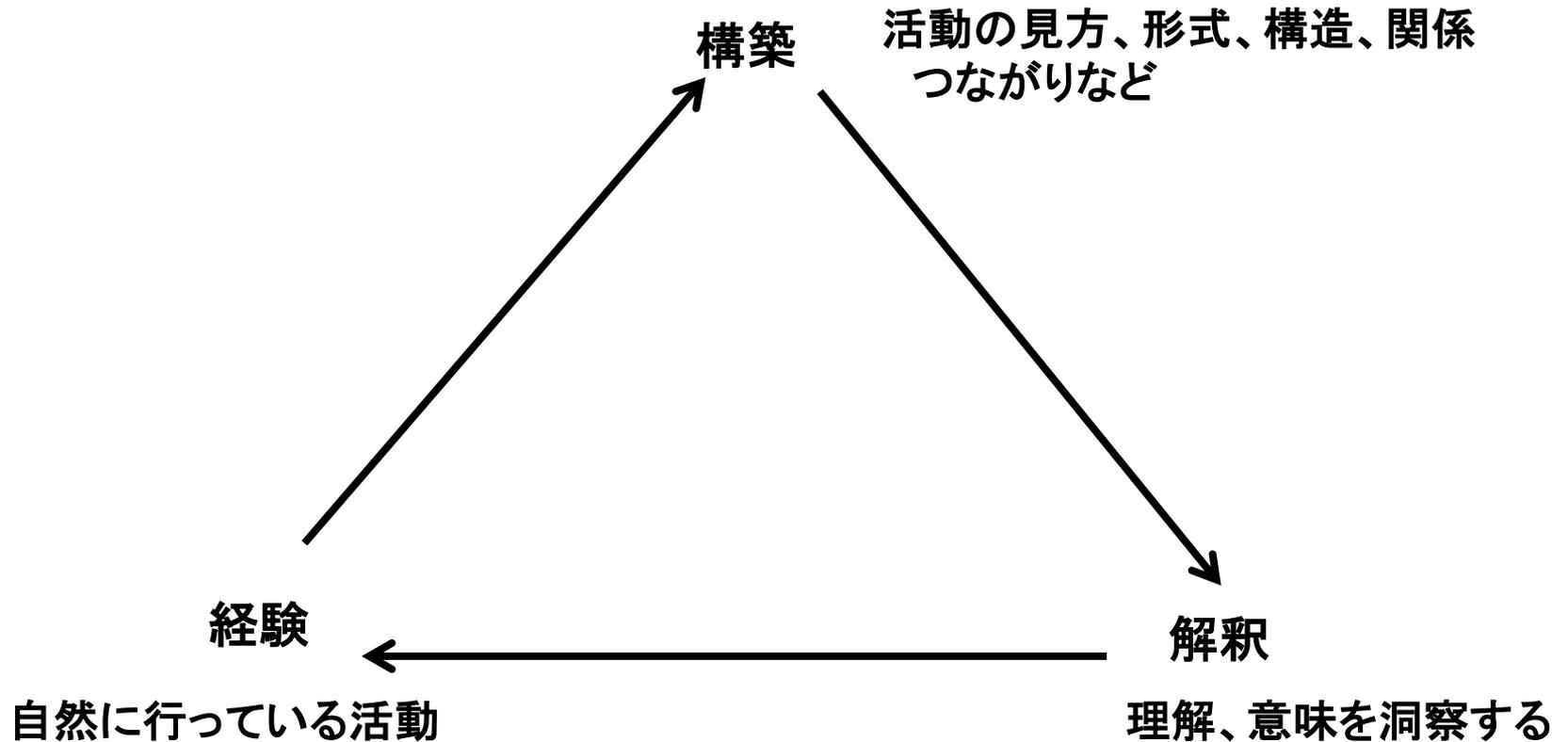
### 3. 定量・定性・エスノグラフィー

手法	定量調査	定性調査	エスノグラフィー調査
調査形式	構成法：質問、聴取順序など構成が事前に決定している調査票を用いる	構成、非構成のミックス型：インタビュー・ガイドは用意するが、対象者の回答によって臨機応変に変更・追加しながら進める	非構成法：ヒストリーやテーマについての考え・行動以外は、被験者の自発的発言や行動観察が中心
仮説	調査前に設定	対象となる問題点を事前に設定したうえで調査を通じて仮説を設定・検証	調査前には仮説を持たず、調査プロセスで課題となるテーマを設定し、仮説を組み立てる

# 4. 質的調査法と量的調査法の特徴

比較のポイント	質的調査法	量的調査法
研究のポイント	質（特性、本質）	量（どのくらいの量や数か）
哲学的ルーツ	現象学、象徴的相互作用論	実証主義、論理的経験主義
関連用語	フィールドワーク、エスノグラフィック、自然主義的、グラウンデッド、構築主義的	実験主義的、経験主義的、統計的
調査の目標	理解、記述、発見、意味づけ、仮説生成	予測、統制、記述、確証、仮説検証
デザインの特徴	柔軟性、発展的、創出的	事前に決定された、構造化された
サンプル	小集団、ノンランダム、目的 的、理論的	大集団、ランダム、代表的
データ収集	調査の主たる道具としての調査者、インタビュー、観察、文献	無機的な道具（尺度、テスト、サーベイ、質問紙、コンピュータなど）
分析のモード	帰納的（調査者による）	演繹的（統計的手法による）
調査結果	理解的、全体論的、拡張的、分厚い記述	正確、数字を用いる

### 3. インサイトのイメージ



# 4. ストーリー把握

Mimesis

=事象の象徴的次元への変容

構築

世界のバージョンとしてのテキスト  
(見方、形式、構造、関係、つながり)

ミメーシス2

テキストへと加工  
される  
Configuration

ミメーシス3

テキスト世界と受  
け手の世界の接  
点化

ミメーシス1

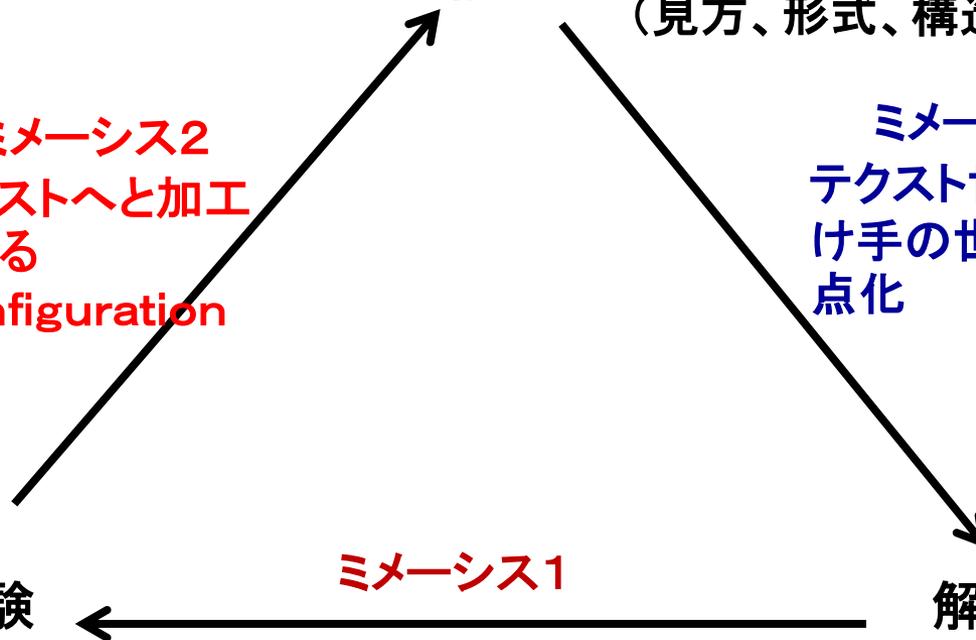
経験

解釈

自然的・社会的環境  
出来事、活動

意味論、象徴性、時間性  
に関する先行理解

理解、意味付与、コン  
セプト～ストーリー把握



# 5. インサイトの問題意識(上)

	それはどんなタイプか？	その構造はどのようなか？	それはどのくらいの頻度か？
意味			
実践			
エピソード			
出会い			
役割			
関係			
グループ			
組織			
居住地			
世界			
ライフスタイル			

## 6. インサイトの問題意識(下)

	その原因は何か？	その結果はどのようなか？	人々の戦略はどのようなか？
意味			
実践			
エピソード			
出会い			
役割			
関係			
グループ			
組織			
居住地			
世界			
ライフスタイル			

# 7. 口頭データ収集法

## 1. 半構造化インタビュー

基準	焦点インタビュー	半標準化インタビュー	問題中心インタビュー	専門家インタビュー	エスノグラフィック・インタビュー
インタビューの主観的見方への開放性を確保する策	非構造化質問による非指示	オープンな質問	対象とプロセスへの志向性/ナラティブのためのスペース基準	限定されている(人ではなく、専門にのみ興味を向けるため)	描写的質問
対象の構造化(例えば深化)を確保する策	刺激剤を与える/構造化質問/感情に焦点を当てる	仮説志向の質問/直面的質問	インタビューガイドによるテーマの切替と非生産的な提示の中断	インタビューガイドによる舵とり	構造的質問/対照質問
インタビュー法の発展一般への貢献	インタビューデザインのための4基準/二種類目のデータとしての対象分析	構造敷設テクニックを用いた内容の構造化/非明示的知の説明のための提案	簡単な質問紙/インタビュー後記	指示の明確化/専門家へのインタビューに限定	インタビュー状況形成に関わる問題の明確化
適用領域	主観的意味の分析	主観的理論の再構成	社会的にまたはライフヒストリー的に意味のある問題	組織内の専門家の知識	開放的フィールドでのフィールド調査の枠内で
実施の際の問題点	基準を組み合わせるときのジレンマ	広範な方法的投与/解釈の問題	ナラティブから問答形式への非体系的な切替	インタビュイーの役割拡散/専門家による妨害	有効的な会話と公式のインタビュー間の媒介
方法の限界	対象の客観的特徴が知られているという仮定は怪しい/純粋な形ではほとんど適用されない	構造の導入/方法を研究対象とインタビュイーに合わせて修正する必要性	問題志向性/様々な部分要素の非体系的組み合わせ	専門知の解釈という限界	観察とフィールド調査との組み合わせで意味が出てくる

## 2. ナラティブ法、グループインタビュー/ディスカッション

	ナラティブ法		グループ・インタビュー/ディスカッション		
基準	ナラティブ・インタビュー	エピソード・インタビュー	グループ・ディスカッション	グループ・インタビュー	共同ナラティブ
インタビューの主観的見方への開放性を確保する策	一旦始まったナラティブへの非干渉	意味ある経験のナラティブ/インタビューによる選択	ディスカッションの非指示的司会/寛容な議論の雰囲気	グループの文脈を考慮に入れる	ナラティブ刺激と方法的介入の放棄
対象の構造化(例えば深化)を確保する策	ナラティブ生成質問/補足質問部分の最後/総括部分	ナラティブと論証の結合/語られるべき具体的な状況の指示	グループ内で発展するダイナミクス/インタビューガイドによる舵とり	インタビューガイドによる舵とり	共同ナラティブのダイナミクス/人口統計学的データのチェックリスト/観察記録
インタビュー法の発展一般への貢献	インタビューの構造化を最初と最後に局限/手段としてのナラティブを検証する	ナラティブと論証のデータ種を体系的に結合/目的を絞ったナラティブ生成質問	グループダイナミクスを用いた単独インタビューへの代替策	談話と社会的表象が多様な形で生成する道筋のシミュレーション	ナラティブと相互作用分析との結合/ナラティブにおける構築を強調
適用領域	ライフストーリー的経緯	日常生活における変化、ルーティン、状況	意見と姿勢の研究	マーケティングとメディア調査	家族研究
実施の際の問題点	極端に一方的なインタビュー状況/語り手側の問題/拘束の問題	原則の説明/インタビューガイドの扱い	無口な人とお喋りな人との間の媒介/経過の計画はほぼ無理	グループとそのメンバーをいかに選ぶか	ナラティブのテーマを絞ることの放棄
方法の限界	経験とナラティブの相同性仮説/対象を語られ得るものまで還元	日常知への限定	段取りにかかる大きな手間/比較可能性の問題	データの記録/話者の同定	段取りの放棄/単独の方法としての自立性/事例分析の拡大

# 8. 視覚データ収集法

基準	観察	参与観察	エスノグラフィ	写真の使用	映画分析
被観察者の主観的見方への開放性を確保する策	インタビューの併用	インタビューの併用。参与による共感	観察とインタビューの結合	撮影者としての非調査者	転倒的解釈は主人公の視点に焦点を当てる
行為/相互行為のプロセスへの開放性を確保する策	観察のフィールドに影響を与えない	参与しても距離をとる。なるべくオープンな観察	観察される生活世界への参与	連続した写真への記録	映画中のストーリーとプロセスの分析
分析の構造化(例えば深化)を確保する策	徐々に焦点を絞る。選択的観察	キーパーソンの統合。徐々に焦点を絞る	用いられる方法の多様性	写真の一部分とアングル。決定的瞬間の撮影	現実的と転倒的解釈の対照
視覚データ法への発展一般への貢献	フィールドへの干渉の断念。フィールドワークのジェンダー特定性を提起。反省のための自己観察	参与と距離の葛藤を提起	対象に適した方法を強調。記述と提示の問題を追及	他の方法(観察、インタビュー)を補強	視覚データの固定化。非言語的要素の記録と詳細な分析
適用領域	開放的なフィールド。公共の場	限定されたフィールド。施設/機関	日常生活世界	異文化。ライフヒストリーの経験	社会問題。文化的価値
実施の際の問題点	公共の場で観察される(見知らぬ)人々の同意	ゴーイングネイティブアクセスの問題。溺れるほど多量の情報	方法論的な具体性のない調査の姿勢	メディアとその利用法の選択性	映像レベルあるいはテキストレベルの解釈
方法の限界	隠れた観察の倫理上の問題	データ内の発話と行為の関係	方法論的問題への少ない関心	テキスト分析としての写真分析	映像データに特定のな方法の不在

# 9. インサイト能力

	できること	アウトプット
素人	勘と経験による思考	整合性の低い、しろうと理論、当たり前解釈、フレームの固定化
気づき	ファクト・ファインディング	誰もがうなずくアイデアを出せる（しろうと理論を使わない）、ジャスト・アイデア・レベル
インサイト	知見による解釈、リフレームされたインサイト	根拠あるソリューションから新たな仮説へ
ソリューション提案	インサイトを基に具体的なソリューションのアイデアやコンセプトを提案	新たな仮説に基づき、発想の転換を行いながら、オリジナリティの高いソリューション（イノベーション）
ソリューション実現	価値を具現化、実現できる	リーダーシップによりイノベーションを実現

# 10. 顧客インサイトの例

	顧客インサイト
P&G石鹼(アイボリー)	石鹼⇒入浴⇒気分転換
ミラー(ビール)	飲食施設で観察⇒グループ飲み多い⇒表現変更
レゴ(ブロック)	子ども観察⇒兄弟げんか⇒競争コンセプト
味の素	調理観察⇒水計量せず⇒製品改良
サントリー(ダカラ)	宅配便ドライバーに密着観察⇒疲れた時飲む
ケロッグ(コーンフレーク)	朝食⇒夕食(メキシコ)⇒新たな食べ方
ユニチャーム(衛生用品)	家庭に入り、一緒にオムツ交換⇒状況や価格を実感
ペプシコ	スナック食べ方男女の違い⇒女性用パッケージ

# 11. インサイトとプロセス

事例	インサイト	プロセス
ニューヨーク市警本部	スラム化地区観察	割れ窓理論の応用
アート引越センター	雨天の引越し観察	荷づくり、荷ほどき
マリオット	レストラン帰りに食べ物やスナックを買う客	機内食
旭山動物園	水族館の行動展示を観察	命を伝える動物園
フォード	食肉解体所スイフトを観察	ベルトコンベア
バーズアイ	生魚を凍らせる現地ガイド	冷凍食品

## 12. インサイトとコンテキスト

事例	常識的コンテキスト	インサイト
ディズニー	遊園地	ファミリー・エンターテインメント
ホンダN-BOX	雨天自転車は駐輪場に置き、翌日取りに	雨天でも、自転車を持って帰りたい(クルマに載せて)
スターバックス	喫茶店	第3の場
ホギ・メディカル	手術用品	手術室の効率化
フェデックス	輸送	空飛ぶ倉庫
ミルクシェイク	子どもの飲み物	出勤途上の男性が退屈しのぎ兼軽い空腹対策