

「最近の調査事情あれこれ」

拝復

すっかり秋ですね。朝食は果物とヨーグルトとパンという生活をほぼ20年続けていますが、この季節が一番いいですね。梨を食べることが出来るからです。最近のものはよほど品種改良が進んでいるのでし



←命名「ルーク」可愛いですよ(笑)。

よう、とても甘くてみずみずしい。拙宅の駄犬も梨が好物で、朝食の時は私から片時も離れません(笑)。人間も犬もおいしいものは目がない。



最近、新聞を読むのが非常に楽しみです。政権党となった民主党が全速力で走っているからです。今のところ霞ヶ関は大臣に従う殊勝なポーズを取っていますが、その勢いに押されればなしと言う印象です。ま、したたかな官僚達ですからどこかで逆襲してくるのでしょう。昨日のブログにも書いたのですが、慶応大学教授の片山さんが非常に魅力的な提案をしています。「事務次官ポスト」なくせ、というものです。

詳しくは[ブログ](#)をご覧ください。頂点があるからピラミッドが出来る。頂点をなくし、人事権を大臣が握ればいいと言うものです。霞ヶ関を変えるのには一番の妙策であると感じます。

さて、いつも弊社をご最員にいただき有難うございます。おかげさまで昨日、第六期の決算を締め



←業界では聞いた事ありませんが、決算セールをしますよ(笑)

る事ができました。これもひとえに皆様方の絶大なるご支援のおかげです。本当に有難うございます。m(_)_m。とはいえ、「百年に一度」の影響は甚大で企業環境が非常に厳しい、と言うのも事実です。もちろんこれは弊社だけの問題ではなくまさに日本中の企業が直面している「危機」です。経済に多少の明るさが見えて来てはいますが、これは各国政府の大量の財政出動によるもので本当の意味での景気回復と言うのには10万光年くらいの距離があります(T_T)。現在は在庫調整と生産の調整がよう



やく整ったと言うだけだと思います。米国での7月、8月の新車販売台数は「買い替え補助金制度」がなくなった途端、年換算で1000万代を大きく下回ります(これはFinancial Timesの記事です)。日本の新聞は悪いことはより小さく、明るい話題はより大きく扱います。彼らはマスコミであってジャーナリストではないのだと感じます。

前置きが非常に長くなりました。今回は「**弊社の活動あれこれ**」です^^；。2004年4月にスタートをした弊社ですが、光陰矢のごとしと言いますが、まさにあっという間に5年半が経過しました。今回はそんな弊社が今、どんな仕事をしているのかをレポートします。お願いですからここで読むのをやめないでくださいね(笑)。m(_ _)m

リーマンショック以降、マーケティング・リサーチの依頼は非常に厳しい環境下にありました。ようやくこの4月くらいから立ち直りを見せ、何とか今期もほんの少し法人税が払えそうです^^；。

- ① 一番大きな影響を受けたのは「**広告の効果測定**」業務でした。当然ですよね、**各社とも宣伝経費を大幅に削減しました**。各テレビ局、大手の代理店は軒並み赤字決算です。最近テレビを見てみると非常に多いのが「**ACの広告(?)**」「**パチンコメーカーの広告**」「**自局の番宣**」です。何とか埋めようとしても埋めきれないほど広告がないのでしょうか。元気が見える



←SMAP 全員を一ところに集めるのは驚異的です。

のは「**ソフトバンク**」くらいでしょうか。こう言う状況の中ですから、**今が逆にチャンスと言う見方も出来ます**。今なら放映料も安いんじゃないかな？(笑)。

本当によく新聞広告を出しています。よほど儲かると見た^^→



新聞はもっとひどい。「週刊誌の広告」と「健康食品の広告」ばかり。若年層は新聞を本当に読みません。なぜ「健康食品の広告」ばかりになってしまうか、簡単ですよ。読者層が**健康食品のターゲットとぴったり重なる**からです。これは2年ほど前にこの [News Letter27号](#) で取り上げました。余計な事ですが、メディアで言えば新聞は最悪の危機的な状況にあります。

- ② 新製品開発系の調査はそれほど大きな影響を受けていません(少なくとも弊社では)。新製品を作り市場に投入をしないわけにはいきません。コンセプトチェックの段階での調査が非常に丁寧になって



←新製品開発フローですが分かりにくいですね^^；

いると感じます。以前の「**ここまでやっちゃったから上市してみよう**」的な荒っぽい新製品開発は少なくなったと感じます。そんな中で注目される会社は「**大塚製薬**」です。この会社はしつこい(笑)。新製品を出したら売れるまでやめません。「オロナミンC」「ポカリスエ

このボンカレーのオバサンは今どうしているのでしょうか？都市伝説になりそうです。→




ット」「カロリーメイト」「ファイバーミニ」「SOYJOY」など。以前この会社にお伺いした事があるのですが、大きな違いを感じました。デビューする商品は、必ずこれまでにないユニークなものであることが条件です。「ファイブミニ」は食物繊維が不足しがちな日本人の食生活に提案を持ち込んだ商品ですが、あまり売れていません、**が、やめません^^**；。大きな違いは二つ。一つは「これまでにないジャンルを作り上げて独占をする」。もう一つは「売れるまでやめな

河野さん何回もすみませんm(_ _)m→



←リクルートの元上司、社長、会長を歴任現在はリタイアと聞

い」。以前の私の会社の上司  がそうでした。麻雀が好きなのですが、「**勝つまでやめない**」(笑)。周りはいいい迷惑でしたが、その徹底した負けず嫌いは今となってその「すごさ」を感じます。

③ ブランドイメージ、企業イメージ

これも大分減りました。ただ最近お手伝いした事例では一つの調査のやり方を発見しました。イメージアップが目的ですが、これまでは**イメージワードの選択**に頓着していませんでした。今回は、まずその会社に対して、「想起されること、もの」「想起された事に対する感情」を全てフリーアンサーで回答してもらいました。その結果を細かくコーディングし、**イメージの体系(仮説)**を作り上げました。手作業ですので非常に大変だったのですが、結果的にはこれまでとは違う選択肢が出来上がりました。その結果を使って「本調査 企業イメージ調査」を行いました。ポイントはフリーアンサーのコーディングでした。現在は**多くのフリーアンサー解析ソフトが出回っていますが、残念ながら十分な水準なものはありません**。日本語が難しすぎるのがその原因と言われますが、私にはそうは思えません。前後の文脈からこのコメントが何を言おうとしているのかを**細かに考えるのにはソフトウェアでは出来ないのです**。従って弊社ではこの細かい作業を全て複数の人員による**手**変量解析(笑)で行います。大事なのは「**言葉**」です。これについては今更ながら勉強をさせてもらいました。

④ 購入行動の構造化に関する調査。これも最近扱った事例ですが、人は何を見て何を考えて、どう購買行動に結びつけるのか。非常に難しい調査です。なぜなら**通常人間はそんなに面倒な事を考えながらモノを買っているわけではない**からです。この調査はある程度の「Price」と「思い入れ」が必要です。クルマがもっとも典型的な例です。国内の新車販売は現在壊滅的な状況ですが、景気の低



←一度でいいからポルシェに乗って見たい^^;

迷だけではなく、クルマに対する「思い入れ」  が少なくなっていることが大きな原

因です。過去には5年に一度新車に乗り換えるのに合理的な理由がありました。スタイルや性能が5年のサイクルで大きく向上したからです。今は技術的なところを言えば進歩はしているのですが、それが日常生活の中で「差異」を感じさせるほど大きなものでなくなっています。5年前のクルマにもナビはついてますし、ABS、エアバッグも標準装備です。つまり、現在新車を買おうとする合理的な理由は「新品に乗りたい」と言う情緒的な価値意外には存在しなくなっている、と言えます。と、まあこんなことをインタビューや定量調査から組み立てていきます。カード会社のカード作成に至る行動を構造化する、と言うのも難しい。カードにそれほどの差がないからです。でも、消費者は何かを考えある行動を選択します。やったことはありませんが「プロバイダー選択の行動構造」などもやりがいのあるテーマだと感じます。



- ⑤ 定性調査。いわゆるグループインタビュー調査 ですが、これはかなり減りました。明確な原因は分かりませんが、「答えの出ない」調査の優先順位が落ちているのかもしれない。私は自分自身がモデレータとして調査をします。が、最近はいわゆる**定性調査に特有の「発見機能」が落ちている** ことを感じます。自分のモデレーションテクニックの問題かもしれませんが、ミラールームから見ていても同様のことを感じます。ある意味でこの調査手法の限界かもしれません。最近ではむしろ「ワンオンワン」インタビューに可能性を見出しています。一人一人の意見を他人に邪魔されない環境で探っていく「探索」の方が得るものが多いように感じるからです。しかし、この方法は時間がかかるのが最大の欠点。しかしながら、じっくり消費者と向き合う時代にはあっているのかも知れないと感じています。量ならフリーアンサー。

以上、順不動で最近の「マーケティング・リサーチ」に対する日頃、実践している事を列挙してみました。中身はあまりおもしろいとは言えないですね^^;。申し訳ありません。今回は第7期スタート特別号とさせていただきます。次回からは再びいつもの調子に戻る予定です。

相変わらず「百年に一度に」苦しめられております。 何かお考えの事があれ

ば、企画だけでも何でもやります（笑）。つべこべ言っている場合ではありません。FAのコーディング、グラフ作成、集計業務、何でもやります。皆様からのお電話、メールをお待ちしております。

ではでは～ (^ ^) / ~ ~ ~

株式会社アール・リサーチ 〒271-0051 千葉県松戸市馬橋 1896-1 ヴィレッジ K・I 馬橋 3 F

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp

<http://r-research.co.jp/> ブログ、ほぼ、毎日更新しています→<http://rresearch.blog103.fc2.com/>