

## 質的調査の魅力とその重要性

株式会社 ラパンアジル  
代表取締役 寺内美知子

ラパンアジルは、企業の商品開発に関わるマーケティング支援を効率よく行う、小規模で独自の活動をする会社として設立24年になる。ウェブ調査が活用されるようになり、マーケティング調査はコンパクトで素早いのが当たり前になった今も、小規模に合う独自の仕事があると考えて行動するベンチャーであり、質的研究のスピリットと心を忘れないブレイン集団であろうとしている。

営業内容は主として、グループインタビュー、デプスインタビューの定性調査。それらの分析を通じて、①商品コンセプトを開発する、②コンセプトの受容性を確認する、③コンセプトと商品（パッケージデザイン、ネーミングやキャッチフレーズ等のコミュニケーション、中身の製品）の受容性の確認、④商品の市場導入後の受容性の確認、⑤リニューアルの方向を見極める、という点に注力してきた。

ラパンアジルという社名は、パリ・モンマルトルにあるシャンソニエ(店名)から発音と字画がいい(!)と付けた名で、まだ進む方向が定まっていない時点での感覚的なネーミングだった。

会社設立の遙か前、<売られているものはセンスの悪いものばかり>といった不満を持っていた。なぜ売られているものと欲しいものが違っているのか?多くの人は本当にそれを欲しいのか、知りたいと思った。この疑問が仕事の出発点になっている。

また、鉛筆や木炭を使って描くデッサンに熱中したことがあり、これも出発点になった。デッサンには、修練で獲得するものと、感覚的なものがあること。また、客観視から対象と一体化したり、視点を変えたりする楽しみもあることを知った。これが「観察」の基礎になっていると思う。

グループインタビューは、グループごとに数名の同じ属性の人に集まってもらうが、スタート段階で自己紹介をしてもらい、みんなで簡単なゲームをする。この15分前後の時間は刺激的だ。自己紹介にはその日のテーマとなる商品カテゴリーの中で、よく買う商品を紹介してもらう。

「今日はチョコレート菓子が好きな方に集まっていただきました。これから2時間、お菓子を前に皆さんで話し合ってくださいますが、まずはひとりずつ自己紹介をお願いします。自己紹介では、最近ハマっているチョコレート菓子も紹介してください。何にハマっていますか?そのどこが好きなのでしょう?一番最近に食べたときはどんな時でしたか?など思いつくことを話してください。」と願う。

自己紹介が苦手な人も、好きなチョコレート菓子については語る事ができる。語られたエピソードからは、プロフィールだけでは見えてこない、立体的なその人が浮かび上がってくる。この時のお互いの理解の可否が、その後の時間に安心

して意見を言い合えるか、と大きく関わるので、モデレーターにとってはリラックスした雰囲気を作りながら、内心は緊張している時間になる。

時としてグループインタビューへの不信が起きることがあるが、大きくは2つの要因に起因する。1.参加者が偏っているのではないか。2.話し合いでは本音は出ないのではないか。1.の解決策は、ウェブアンケートで参加希望者を募り、対象者条件に合う人を抽出した後で、電話での適切な会話をして、対象者条件に合う人を得る精度を上げる。2.の解決策は、自己紹介に続いて「簡単なゲーム」をうまく準備しておき、共同作業の面白さを感じてもらう。

この2つがうまくいくと、グループインタビューの本テーマを提示できる良い場が生まれることになる。

質的調査のデータ収集については1997年頃からTASC(公益財団法人たばこ総合研究センター)の依頼で行ったビデオを使った行動観察とログの定性調査で得たことが多い。(\*TASCレポート1998年3月『生活生態学からのアプローチ』)この調査では、就学前児童を持つ家庭の食卓にビデオを設置してもらって記録した食事風景を、丹念に書き起こした。長時間のビデオから、家族の食事の様子を、ありありとして読みやすく、分析しやすい文字記録にする作業の中で、体勢や態度が言葉とともに、ときには言葉以上に気持ちを表すことを知った。

どのような定性調査を理想として目指しているか、という点では、絵画で徹底した写実を追求すると、描写を超えて崇高なあるいは前衛的な何かが現れてくることがある、そういう写実性を理想に描いている。

「マジック・リアリズム」と言われる現代スペインの画家アントニオ・ロペス・ガルシア、グスタボ・イソエ=磯江毅の写実描写は徹底した観察眼をもって精緻に描かれ、不思議な超現実を見せて、見る者の感覚を刺激する。この感覚を刺激する感じを、調査のクライアントである開発者、研究者、クリエイターに提供したい。

以前には、調査の分野を超えたことと思われていたが、現在の調査者には、調査から導き出せる多様な可能性を発見し、開発者とともに検討して、次のコンセプトを作っていくといったことも場合によって求められるし、そういう開発者視点の大切さを増していると思う。

成熟した消費社会の日本にモノはすっかり充足して、モノからコトへ価値がシフトしている。そこで定性調査の重要性はますます高まる傾向にある。質的研究は、奥の深い魅力的な分野であり、ラパンアジルはこれからも誠実に、情熱をもって取り組んでいきたいと願っている。

…………… 当社ウェブサイト <http://www.lapin.co.jp/>