



ASMARQ

行動特性とライフスタイルから得る顧客インサイトとは？

# エスノグラフィ(行動観察)調査の 活用方法を解説



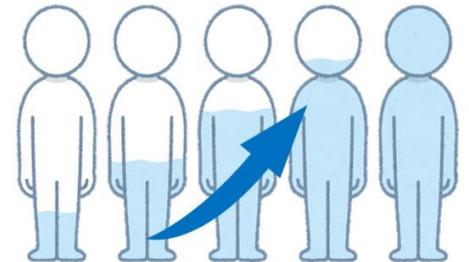
株式会社エスアールエー

## 角 泰範 (すみ やすのり)

代表リサーチャー&モデレーター

### ■ 簡単なプロフィール

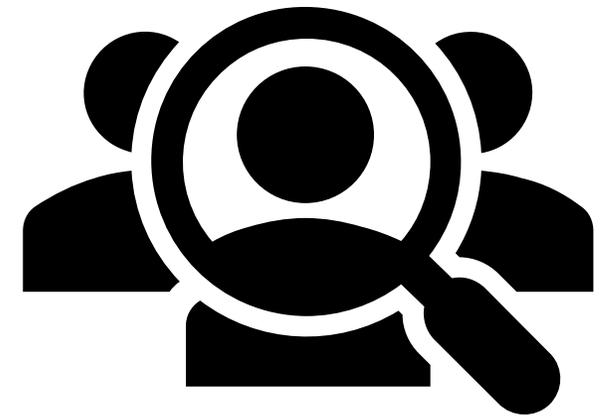
- ✓ 株式会社エスアールエー代表取締役社長。
- ✓ リサーチャーとして10年以上の経験。
- ✓ 定量・定性調査の企画設計から実査、分析・報告まで一貫して対応。
- ✓ 多変量解析などの統計的分析やモデレーターとして定性分析も対応。
- ✓ 年間およそ200セッションのモデレーション実績。
- ✓ 化粧品、自動車、食品、飲料、サプリメント、人材、IT、B2Bなど多くの業界のあらゆる分野の調査を定量・定性問わず行ってきました。



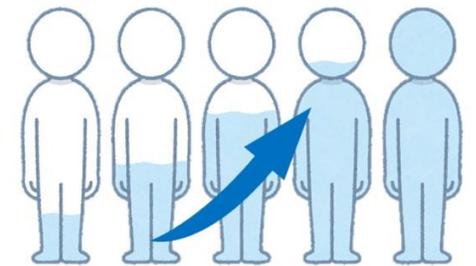
こんなことに困っている方いませんか？

アンケートやインタビューを実施しているが、顧客理解に限界がある。  
インタビューによる意識の把握ではなく、実際の行動から顧客理解をしたい。  
行動観察に興味があるが、どのような調査かわからない。  
行動観察でどのように分析するのかわからない。

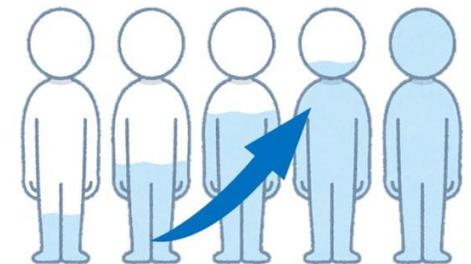
## 行動観察についての理解



1. エスノグラフィ調査（行動観察）とは
2. 成功させるための「調査設計」
3. エスノグラフィ（行動観察）の分析ステップ
4. エスノグラフィ（行動観察）における注意点

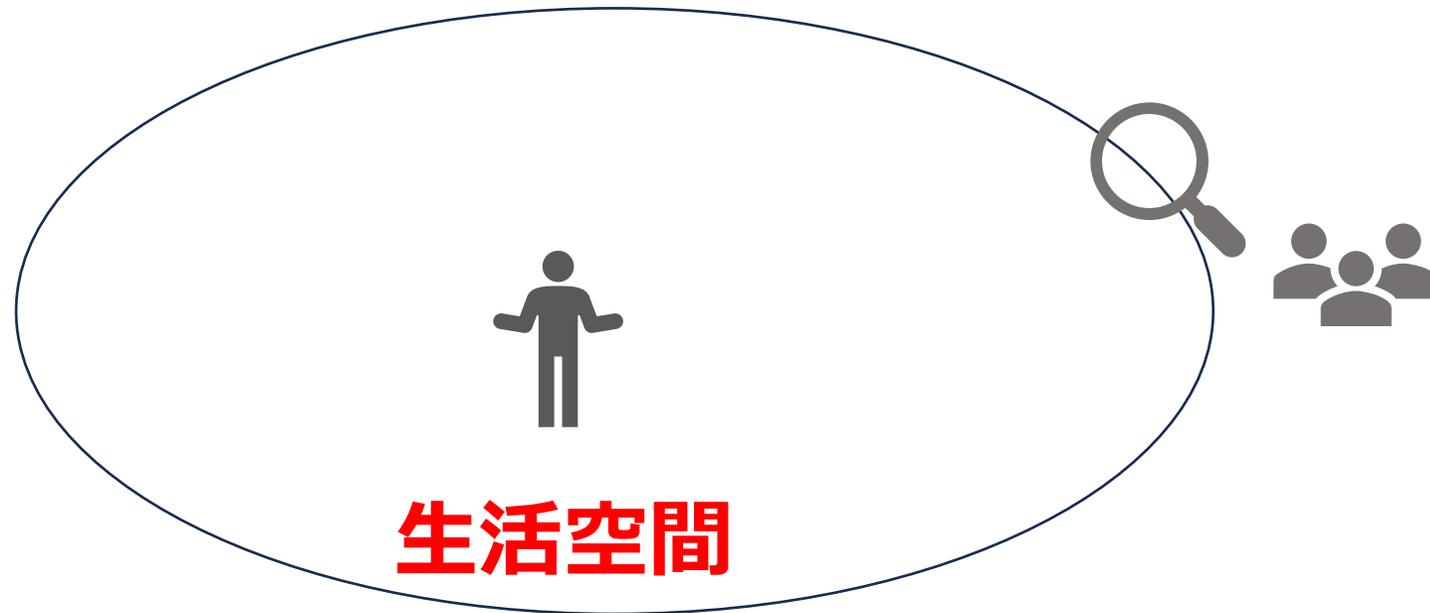


1. エスノグラフィ調査（行動観察）とは
2. 成功させるための「調査設計」
3. エスノグラフィ（行動観察）の分析ステップ
4. エスノグラフィ（行動観察）における注意点



## エスノグラフィ（行動観察）とは

調査対象者の生活の場実際に身を置き、  
行動を共にしながら、観察して記録する調査手法のこと。  
定性調査の一種である。



## アンケートやインタビューでは難しい顧客心理を把握できる

### 良い点

- インタビューやアンケートで得られる「言葉」以外のデータを得られる
- 顧客の生活空間に入ることによって、生々しい生活実感を五感で感じることができる
- なぜそのような行動をするのかの背景を理解することができる
- 意識されていない問題を発見することができる

### 悪い点

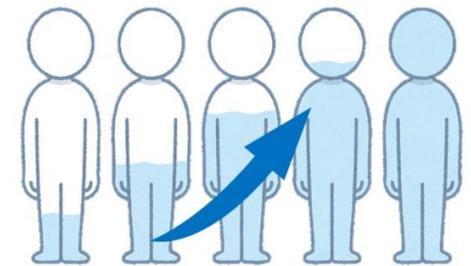
- 対象者の生活空間（自宅など）に訪問する場合、従来のインタビューよりも時間や準備がかかる
- 対象者の生活空間に訪問する場合、訪問してもいいと許諾を得た人にしか訪問できない
- インタビューよりも準備・実査・分析に工数がかかるため、費用も高くなることが多い

## エスノグラフィの活用例

1. ファミリー層の自宅に訪問し、洗濯シーンの問題点を把握する
2. シニア層の自宅に訪問し、掃除シーンの困りごとを把握
3. 要介護者と同居している家庭に訪問し、クルマの乗り降りにおける問題点を把握
4. アミューズメント施設で来訪者の行動を観察し、施設の改善点を洗い出す
5. ゲームユーザーの自宅に訪問し、どのような環境・状態・状況でゲームをしているかを把握し、問題点を洗い出す

など

1. エスノグラフィ調査（行動観察）とは
2. **成功させるための「調査設計」**
3. エスノグラフィ（行動観察）の分析ステップ
4. エスノグラフィ（行動観察）における注意点



## エスノグラフィを成功させるための手順

1. 調査目的を明確にする
2. 目的達成のために、「誰」の「何」を見るかを定める
3. 仮説立ての下調べと実査準備をする
4. 適切な対象者を選定する
5. 実査をする
6. 調査の振り返りを行う
7. 分析を行う
8. 次のアクションにつなげるために議論する

## 調査前の準備が大事

1. 「誰」の行動を観察するかを決める
2. 誰の「何の」行動を観察するかを決める
3. 調査テーマについて4Pの観点で調べる
4. 観察する行動について自分でも試してみる
5. 調べた情報と自分の体験を整理し、  
調査目的と照らし合わせて仮説を立てる

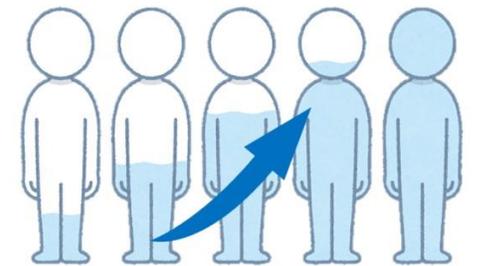
## 実査と分析のプロセス

1. 事前に調べた情報や仮説は頭に入れつつ、  
実査中は先入観を捨て観察することに集中する
2. 観察するパートとインタビューするパートは分ける
3. 写真や動画で記録を残しておく
4. 残しておく写真や動画は各対象者で抜け漏れなくしておく
5. 実査後に調査参加者で振り返りを行う

## 調査設計のポイント

1. 調査する人数は1属性ごとに3名程度が望ましい（目的による）
2. 調査参加者で振り返る時間を別途設定しておく
3. 議論するときには役職や経験年数など立場関係なく話せる工夫をしておく（外部ファシリテーターを用意するのもよい）
4. 複数ラインで観察をする場合は、観察ポイントやインタビューポイントがズレないように事前に練習しておく

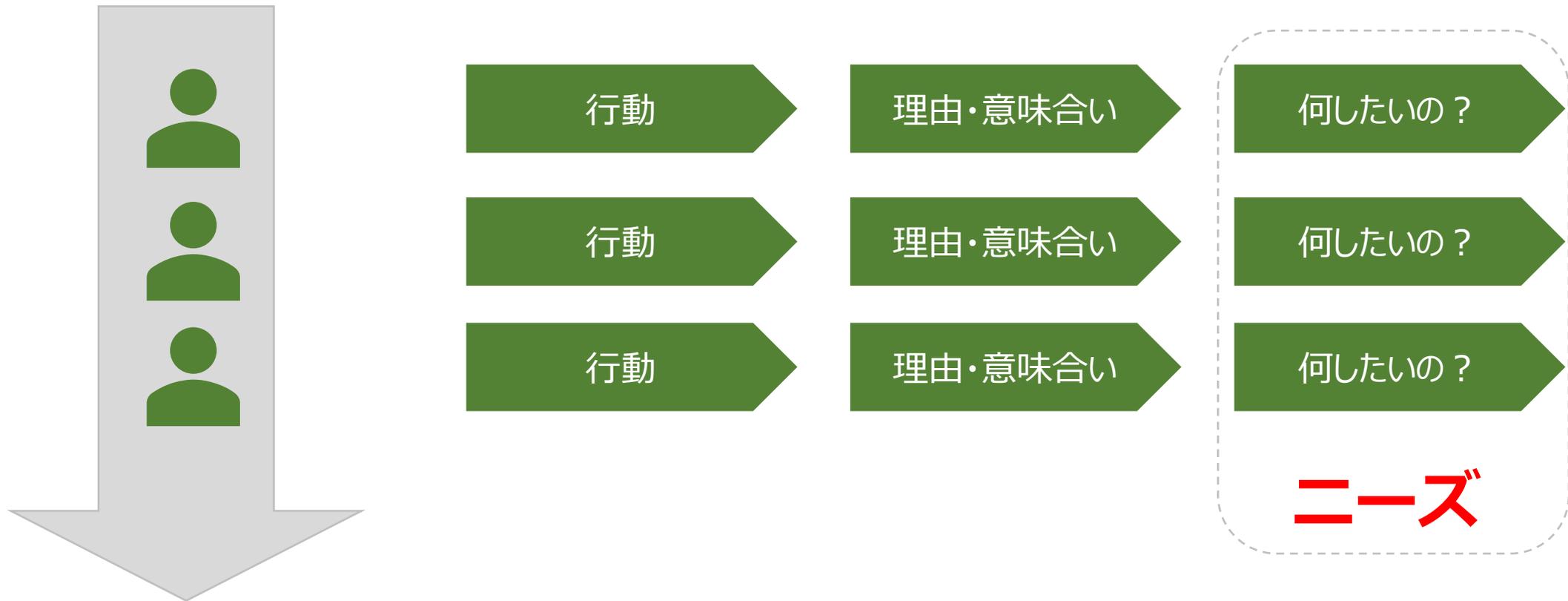
1. エスノグラフィ調査（行動観察）とは
2. 成功させるための「調査設計」
- 3. エスノグラフィ（行動観察）の分析ステップ**
4. エスノグラフィ（行動観察）における注意点



## 分析手順

1. 記録した写真や動画を整理
2. 対象者ごとに行動とその背景にある理由や意味合いを整理
3. 共通する行動や異なる行動を整理
4. 観察された行動に共通する理由や意味合いを抽出
5. 関係者間で分析した内容を共有

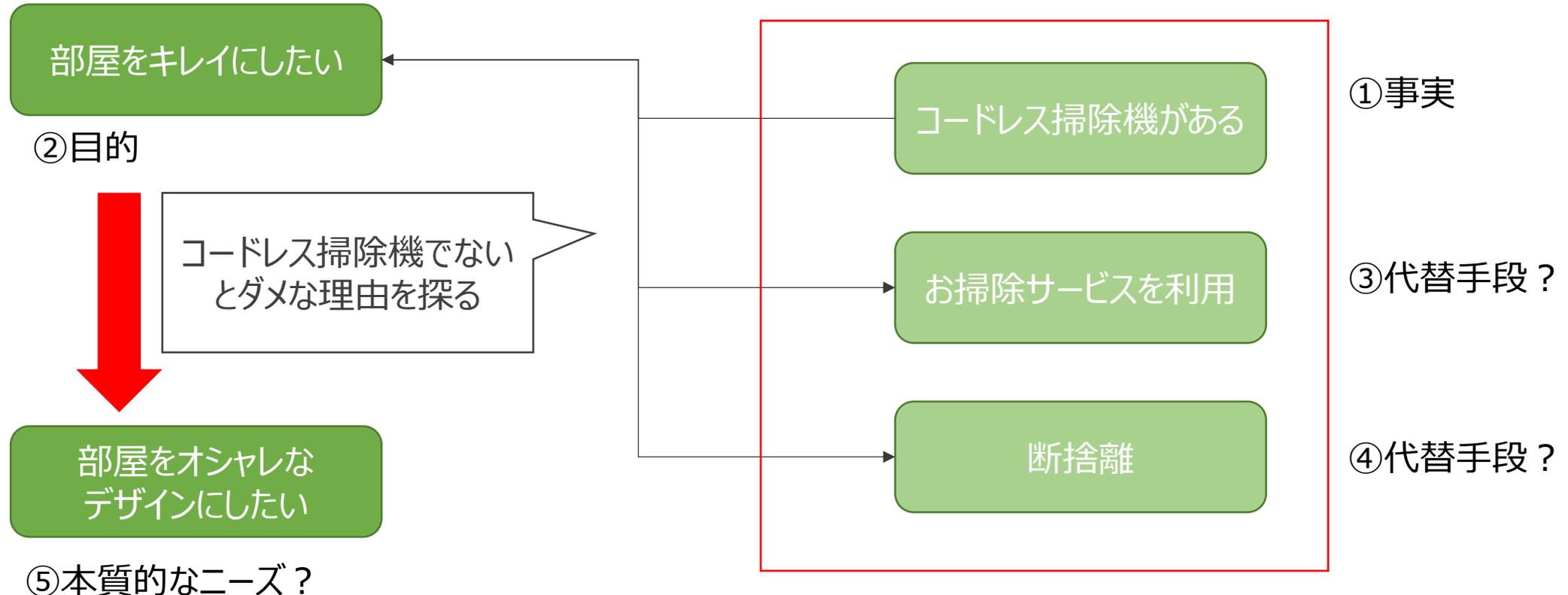
## 行動の背景にある意味合いから、真のニーズを探索する



## ニーズとウォンツの関係性を理解する

ニーズ

ウォンツ



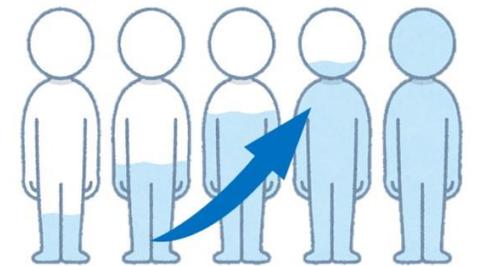
## ウォンツ・ニーズ・インサイトを分類し、消費者を理解する

- 行動や体験について把握 → ウォンツの洗い出し
- 当時の思考・感情の把握 → ニーズの整理
- 多角的に対象者の価値観の把握 → インサイトを探る



消費者も気づかないことを探っていくことが大切  
（＝消費者インサイト）

1. エスノグラフィ調査（行動観察）とは
2. 成功させるための「調査設計」
3. エスノグラフィ（行動観察）の分析ステップ
4. **エスノグラフィ（行動観察）における注意点**



## 無駄な調査にしないために

- 調査に協力してくれた対象者には敬意を払って適切に対応する
- オープンにフラットに議論できる環境づくり
- 分析した後は、次のアクションを意識して議論する時間を取る
- アイデアの受容性を見るには別途定量調査が必要

ご清聴ありがとうございました

定性調査・自主調査

# i-PORTチャンネル

インタビュー調査が見放題！

アスマークオリジナル開発のオンラインインタビューシステム



無料視聴はこちら



ASMARK

## ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,700万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター  
リクルート  
事業

約3,000件超

ネット  
リサーチ  
事業

約2,000件超

ホーム  
ユーステスト  
事業

約300件超

会場調査  
事業

約200件超

## 品質

### 徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、  
業務プロセスを徹底的に体系化。  
高品質な業務を安定提供いたします。

### 集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。  
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に  
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。  
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な  
クオリティ向上に努めています。

### 同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした  
長年にわたる同業他社との連携も。  
また、他社との事業提携も継続的に推進し  
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

### 外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を  
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS  
Y20252 (ISO20252) : 2019」も取得。  
定期的に全社員を対象とした正しい情報の  
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

## アスマーク・定性調査の強み

### 圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No.1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

### 幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

### 自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。調査会社の目線で質を追求した、上質なリサーチ環境をお届けします。

### 納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



## アスマーク・定量調査の強み

### アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

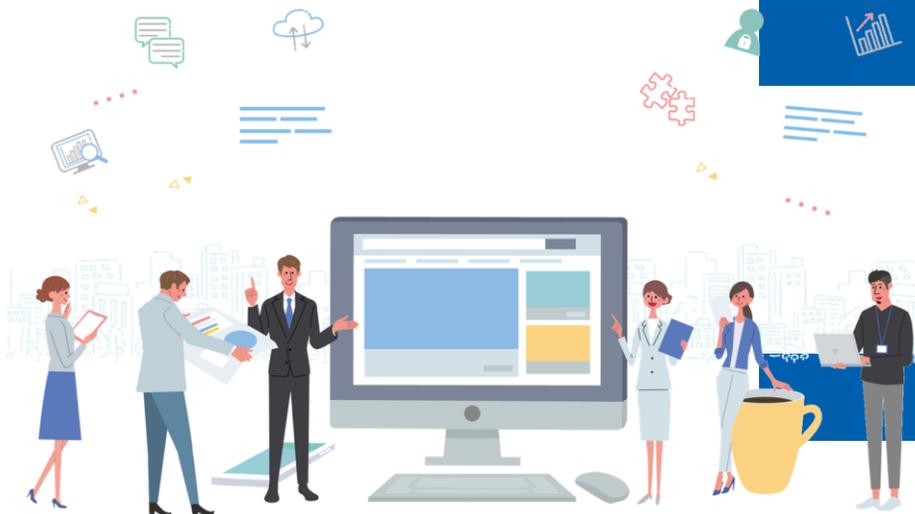
カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。更にトップクラスの提携パネル数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

### 企画設計からレポートニング・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しくリサーチャーが企画設計～分析レポートニングまで一貫して対応。機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

### 幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。



# i-PORT voice

## リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デブスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

### 5つのポイント

インタビュールーム  
ミラールーム  
バックルーム  
を実現

バックルーム同士の  
コミュニケーション  
が可能

好みの大きさで  
画面拡大が可能  
オンラインでも  
表情を捉えやすく

インカメラ/  
アウトカメラの  
マルチな切り替え  
が可能

モデレーター  
2名体制で  
インタビュー  
できる





# i-PORT chat

## リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いています。

### 5つのポイント

調査会社視点で開発  
インタビュアー・  
モニターそれぞれに  
フィットしたUI

スマホやタブレット  
など  
マルチデバイス  
対応が可能

便利な  
「チャット  
テンプレート」で  
質問の入力も楽々

動画や画像の  
添付も簡単

調査目的・概要と  
インタビュー履歴を  
1つのファイルで  
まとめてDL可能

# 会社概要

所在地	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 本社 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階 TEL：03-5468-5101</li><li>・ 八戸事業所：実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8階 TEL：0178-20-8638</li><li>・ 大阪事業所：営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL：06-6809-3457</li><li>・ 福岡事業所：営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6階 TEL：050-5306-7274</li><li>・ 横浜事業所：営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2階 TEL：045-225-9063</li><li>・ 長岡事業所：実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL：0258-86-4381</li><li>・ 中目黒事業所：実査部 〒153-0043 東京都目黒区東山1-6-2 TPR中目黒ビル3階 TEL：03-6451-2903</li></ul>
創 立	1998年12月
設 立	2001年12月
資本金	139百万円 (2023年12月31日現在)
売上高	4,282百万円 (2023年11月期)

役 員	代表取締役	町田 正一
	取締役	水城 良祐
	取締役	飯田 恭介
	社外取締役	木原 康博
	社外取締役 (監査等委員)	鈴木 親
	社外取締役 (監査等委員)	大内 智
	社外取締役 (監査等委員)	塩月 潤道

社員数 295名 (2023年11月末時点)

事業内容

- ・ 市場調査
- ・ HR Techサービス
- ・ RPA導入・運用支援
- ・ 労働者派遣事業 (許可番号：派13-311841)

運営サイト

- ・ アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・ 買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・ 外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

- ・ 東京スタンダード市場 上場
- ・ 社団法人 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)
- ・ 社団法人 日本マーケティング協会 (JMA)
- ・ アジア経営者連合会

調査のご相談はこちら



ASMARK