

海外生活者のインサイト発掘・アイデア発想を行う 『グローバル デ・サインリサーチ』リリースのお知らせ

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、日本にいながら海外生活者の意識やマインドに迫り、インサイト発掘とアイデア創発のワークショップを行える、新しいサービス「グローバル デ・サインリサーチ」をリリースいたしました。

これまで日本国内を中心に生活者の「サイン」(生活者自身も言語化できない、声にならない声)をカタチにしてきた「デ・サインリサーチ」と、アジア最大級のアンケート調査モニター「Asian Panel」を組み合わせ、海外生活者に向けたマーケティング活動を行う企業の皆様を支援します。

本サービスでは、生活者から収集した画像や、生活者が連想したワードから生成したマップを活用し、日本・海外拠点のメンバーが参加するオンラインワークショップをご提供することで、海外渡航が困難な with コロナ時代における海外生活者の理解と新商品・サービス開発、新たな価値提供のためのサポートをいたします。

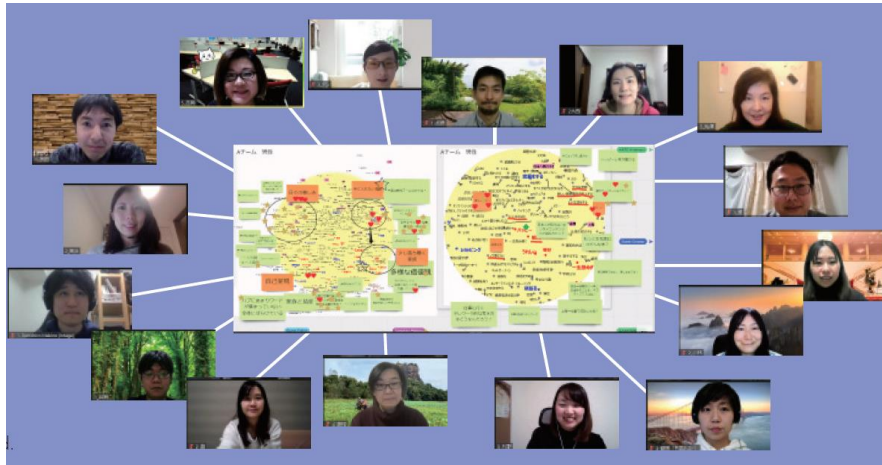


新サービス グローバル デ・サインリサーチの特長

グローバル デ・サインリサーチは、リサーチとワークショップによる2部構成のサービスです。リサーチでは、アジアパネルを活用して数百人規模の定量リサーチを行い、ワークショップでは、日本・海外拠点メンバーが参加し、リサーチデータに立脚したインサイト発掘とアイデア発想を行います。

本サービスでご提供するワークショップは、日本と海外拠点をつなぎ、日本側(弊社リサーチャーおよびクライアント企業様)に加えて現地リサーチャーも参加したリアルタイム・オンラインワークショップを実現している点が特長です。リサーチデータを日本メンバー・現地メンバーそれぞれの視点で読み解き共有することで、海外特有の微妙な空気感やニュアンスを含めた理解と、参加者の共創によるアイデア発想が可能です。

▼グローバル デ・サインリサーチ オンラインワークショップの様子



グローバル課題別 2つのアプローチ

本サービスでは、クライアントのグローバル課題に応じて、2種類のアプローチをご提供します。



既存の自社カテゴリーや商品を、現地生活者のインサイトに合わせて展開したいという課題には、AP Vis-covery (アジアパネル ヴィスカバリー)コースを活用します。インターネット調査で生活者自身が撮影した写真を含むビジュアルデータを大量に収集することで、文字だけでは理解しづらい実在の生活シーンや情景を視覚的に把握します。

ワークショップでは、ビジュアルに投影された生活者の行動や気持ち・心を読み解き、その国・地域の象徴的な暮らしの現場で起きているコトや、モノ・サービスが存在している具体的なシーンをあぶりだし、関係者もそれを“目”で理解し合うことができます。

※1 Visual+Discovery の造語

▼生活者から収集したビジュアルデータの例



で「火鍋」は未来に向けて継承したい大切な“人と集う食シーン”として心に棲み着いていると読み解けるのではないでしょうか。

※4 自主研究でまとめた3つの「ライフスタイルテーマ」は、Inspire Book(インサイトをエッセンスとしてまとめ、対象者自身が撮影した写真およびビジュアルとともにショートストーリーをブック化した本プロジェクトのアウトプット)としてまとめており、インテージの海外情報サイト Global Market Surfer にてダウンロード可能です。<https://www.global-market-surfer.com/report/detail/72>

▼自主研究プロジェクトのアウトプット例 (Inspire Book)



グローバルでのインサイト発掘は様々な調査を行ってきた企業でも難しい課題だとされ、コロナウイルスの感染拡大により海外渡航のハードルが上がっていることから、さらに困難を極めています。このような状況の中で今回リリースするグローバル デ・サインリサーチは、日本にいながらにしてグローバルでのローカルインサイト発掘に特化したサービスです。

インテージはアジア No.1 のリサーチ会社として、グローバルのフィールドにおいても、“企業のありたい姿”、また“生活者のありたい姿”を起点にした、新しい商品やサービス開発を支援してまいります。

AP Vis-covery コースでのインドネシア自主研究事例はこちら(<https://www.global-market-surfer.com/solution/>)

アジアの働く女性の5年後のありたい姿を比較した自主研究事例はこちら(<https://www.global-market-surfer.com/pickup/detail/160>)

今回紹介した未来への期待を日本でも行った過去の自主研究結果はこちら(<https://www.intage.co.jp/gallery/2020seikatsusha/>)

ミレニアルのマーケターが思い描く2025年への期待はこちら(<https://www.intage.co.jp/gallery/2025marketing1/>)

自主企画調査設計(モデルケース)

調査手法: インターネット調査(PAC-i・画像収集)、ワークショップ ※『グローバル デ・サインリサーチ Mind Discovery Map コース』による調査とワークショップの複手法

調査地域: 中国・上海

対象者条件: 22-29 歳 未婚 男女

調査時期: 2020 年 10 月

標本サイズ: 男女各 n=480

標本抽出方法: インターアジアンパネルモニターより抽出しアンケート配信

調査手法・分析手法

【グローバル デ・サインリサーチ】 <https://www.global-market-surfer.com/solution/>

動画リンク(日本語: https://youtu.be/nzPTGTbT_JI 英語: <https://youtu.be/iJDPrhR7Vn0>)

本自主企画プロジェクトでは、PAC-i 調査を実施し生成したマインドディスカバリーマップを活用しながらインサイト発掘を行い、コンテキスト生成も含む独自メソッドでのワークショップを行いました。

【デ・サインリサーチ】 <https://www.intage.co.jp/solution/process/concept-development/design/>

インテージでは、「デ・サインリサーチ」(デザインの語源に着想した造語)という言葉掲げ、リサーチデータを基に多様なプロフェッショナルメンバーでワークショップを行う 2 部構成のソリューションを提供。生活者の声なき声(サイン)を見極め、カタチにして開発を支援することで生活者と企業をつなぐことを目指した、新しい商品/サービス/コミュニケーション開発を支援するプログラムです。2015 年、国内でのサービス提供を開始し、多くのお客様のインサイト発掘、開発課題に対応しています。

【Asian Panel】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/asian-panel/>

インテージグループが保有する、アジア最大級 1000 万人超のアンケート調査モニター。10 代~60 代と幅広い年代ヘリーチでき、信頼性の高いデータを集めるための品質管理を行っていることが特長です。特定の職業やライフステージ、趣味、居住地域など、細かな条件に合致する方へのアンケート調査も可能です。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩)は、「Create Consumer-centric Values ~お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【本件に関するお問い合わせ】

具体的なご依頼・ご相談は、営業担当窓口へ、または お問い合わせフォーム(<https://www.intage.co.jp/contact/>)よりご相談ください。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原

TEL: 03-5294-6000

「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>