

■ 簡易行動観察調査 「ヒント・ムービー」

調査概要	おすすめポイント	利用シーン
生活者に撮影を依頼することで、WEBを介して1分程度の動画を簡単に収集することができます	<p>①安価な料金設定 生活者の実際の行動を、少数サンプルから通常の行動観察と比べ物にならない安価で取得することができます。</p> <p>②非訪問によるバイアス排除 生活者自身が撮影をすることで、より普段通りの行動の観察に繋がる可能性を高めます。</p>	企画段階でも、定性、定量調査終了後でも、一連のリサーチステップの中において、あらゆる段階で付加情報としてご活用頂けます。

■ リサーチ後のターゲット像の理解促進の場合（例）

【定量調査／分析 → ヒント・ムービー】

<例> トイレお掃除の新製品コンセプト調査
「分厚いトイレ拭きシート」

- ① 定量調査を通して、コンセプト受容層／非受容層の理由が明らかになった
受容層→「ごしごし拭けてよりきれいにできそう！」
非受容層→「これではきれいにならなそう」
- ② 『ヒント・ムービー』にて各層のトイレ掃除動画を入手
- ③ 各層の実態比較を通して、今回の定量調査の結果の解釈を深める

■ 企画段階でユーザーからヒントを得る場合（例）

【スクリーニング調査 → ヒント・ムービー】

<例> トイレお掃除用の新製品のヒント開発

- ① エクストリームユーザーの定義として「1日に3回以上トイレ掃除をする人」と設定
※エクストリームユーザーの定義は別途ディスカッションにて設定させていただきます
- ② 『ヒント・ムービー』にてトイレ掃除動画を入手
- ③ 気づきから新商品開発のヒントを膨らませる



⇒素材提供まで、動画を踏まえた分析を行う場合等、必要に応じてプランニングいたします。