

生活者密着、潜在ニーズ探る

駅から自宅に帰るワンキングマザーを3日間から夕食メニューや家族の好物を推理。

スーパーのレジシートから夕食メニューや家族の好物を推理。

自宅に入り込んで家族団欒の風景をじっくり観察。

まるで2時間ドラマの刑事のようだが、これが私の仕事である(もちろん、対象者の了解を得ている)。生活者に密着して実際の生活場面や行動を観察する手法「エスノグラフィ」を用いて、生活者自身も気付いていない潜在ニーズを探索するのである。

凛としていきる

理系女性の挑戦

暮らしと科学つなぐ仕事を

私は研究部門に配属されたリケジョであるが、約10年前にマーケティング支援部門に異動となった。マーケティングについて「暮らし人であったため異動に



私は研究部門に配属されたリケジョであるが、約10年前にマーケティング支援部門に異動となった。マーケティングについて「暮らし人であったため異動に

潜在的ニーズを発見する数式はない。一般的には公的統計、独自に行うアンケートに加え、最近では眼球運動、脳波などの生体反応なども組み合わせた「エスノグラフィ」の登場だ。家事や歯みがきや手洗いなど毎日何年も行う行動のちよつと

た癖や他者と違う行為の中に生活の小さな不満や不安が透けて見える。私たちはその一瞬を見逃さない。それはビーカーの中で起こる化学反応のその瞬間を瞬きもせずにつと見続けたリケジョの得意技だ。

そこから薄皮を剥ぐようにして丁寧に生活者のホンネに迫るのだ。このようにして生まれた商品は間違いない。生活者の心に寄り添うものになる、と私は信じている。

組織の中ではリケジョがずっと研究や技術部門に所属できるのは限らない。しかし、科学がしみ込んだ頭脳は



原 憲子

△▽ (火曜日に掲載) ライオン 生活者行動研究所 生活者研究担当部長

△▽ (プロフィール) 83年奈良女子大卒、ライオン入社。R&D部門で生活者視点での商品評価を担当。04年生活者行動研究所の発足に伴い、同所に異動。10年より現職。JWEF個人会員。