

QQ・EXCGインサイトリサーチ® (通称QQリサーチの概要)

定量 / 定性設問同一調査票・同時実行Web調査

QQ : Qualitative & Quantitative

QQインサイトリサーチで商品・サービス、ブランド・広告開発の課題を解決する…?!

「生活文脈(シーン)のルーティンインサイト」

を掴むことがマーケティングソリューションへの最優先のテーマです

QQとは:

Qualitative&Quantitative Research

ルーティンインサイトとは、生活文脈(シーン)にある、本人も気づかない真の欲求です

商品&ブランド開発担当者の悩み

ほとんどが「ルーティンインサイト」を見つけられないことに起因します

QQインサイトリサーチが解決します。

QQインサイトリサーチで生活文脈の中に潜む「ルーティンインサイト」を発見すれば
ヒット商品・サービスを産む確率が格段に高まります

QQインサイトリサーチのメリット

定性(コンテキストグラフCG・OA探索)、定量(エクストリーマー抽出)
の両者の、同時組込み・同一調査票による調査手法です。

【メリット①】

定性、定量を同一調査票で実査、「コンテキストグラフOA / CG・OA」を
「エクストリーマー分析」することで、深いルーティンインサイトに到達することができます
・定性OAの設問数を最大限に増やし、CG・OAという手法で立地な定性回答を得る
・定量設問に、未来、フォロントニアを予兆させるエクストリーマーを抽出する仕組みを
ビルトインし、そのエクストリーマーの回答を丹念に読み込む

【メリット②】

定性調査と定量調査を分けずに、同じ調査票でWeb上で同時実行するので
費用を半減、調査期間を1/3に短縮できます

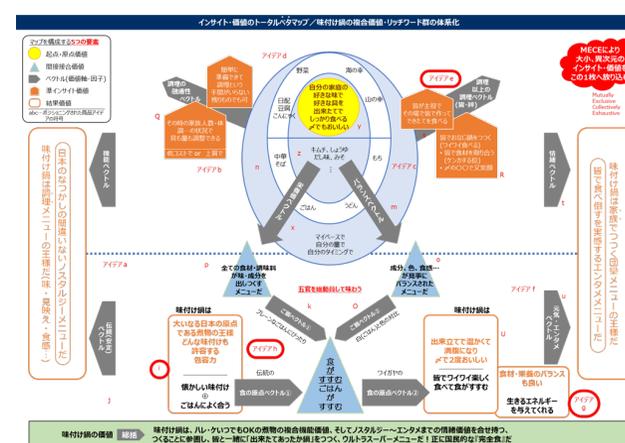
【メリット③】

QQインサイトリサーチでは
大量の定性CGOA回答を得ることができるのが通常の定性調査と違う点です。
量的な頻度処理も可能です

【メリット④】

調査結果をインサイトパノラママップ®で見える化・体系化します
商品・サービスアイデアをマップ上で散布し、商品・サービスによるベクトル(価値の軸)を
同時表示し見える化します

インサイトパノラママップ®事例



- ・「あるカテゴリ」、「ある商品・サービス」の
インサイト(欲求)を1枚のマップに「詰め込み」、5W1Hをストーリー化する。
 - ・ついでこのマップの中に商品・サービスアイデア、諸品・サービスベネフィットなどを
散布して商品とインサイトとの位置関係を明確にする
-
- ・この1枚のマップで当該カテゴリ・商品に関係するすべての当事者が
同じ土俵で商品・サービス開発、広告・販促開発について議論をかわすことが
できるようになる

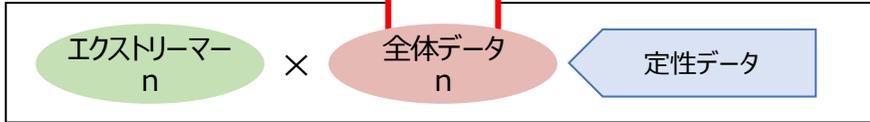
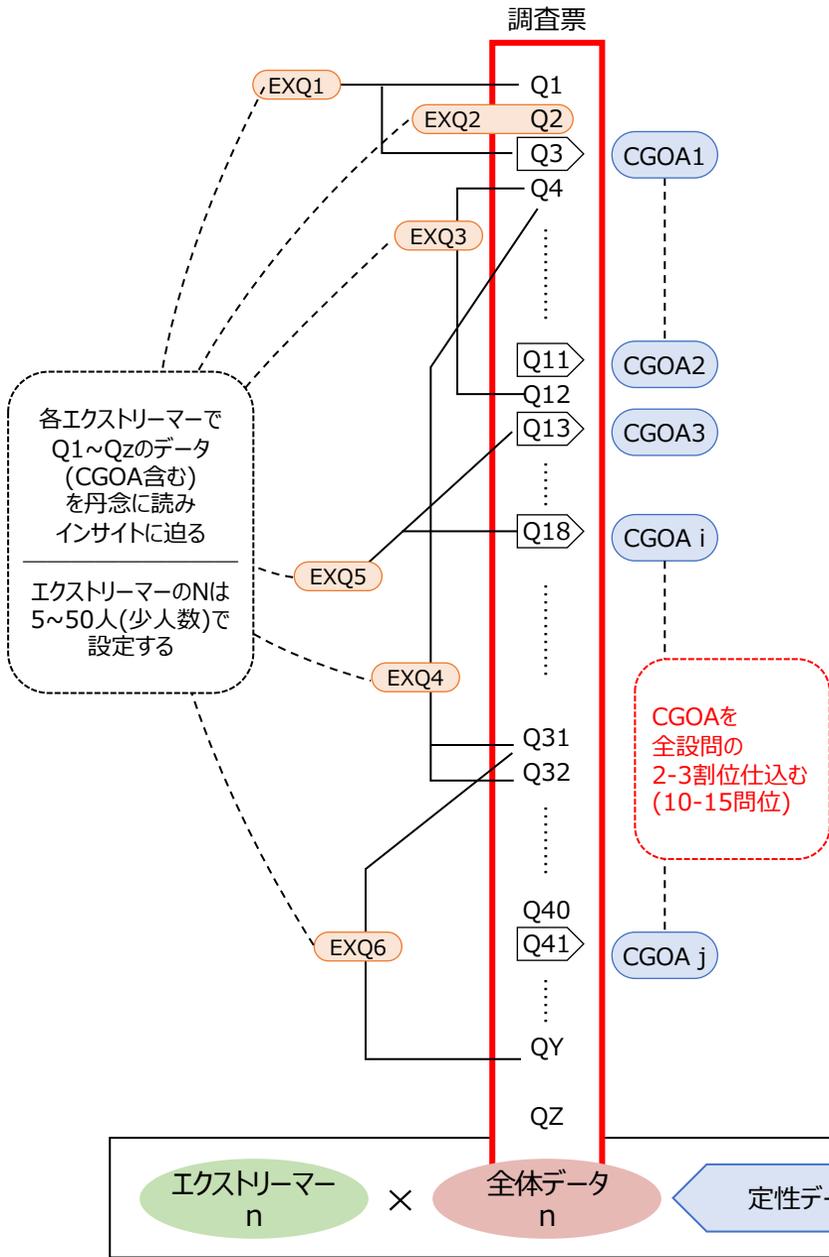
QQインサイトリサーチの手法 / エクストリーマ&CGOAで定量・定性を同時にWebで調査

エクストリーマとは

マーケットの先端にいて
マーケットを刺激する・膨らませる人
「定量設問」から
5~7通りのエクストリーマが
抽出できるように仕込む

エクストリーマの定義

- ① 仮説ターゲットな人
クライアント様がターゲットとした人
- ② フロントニアな人
・ユニークシーン使用者
・流行の先端にいたい人
・ユニークなライフスタイル・スキルの人
・原点回帰の人
・高感受、クリエイティブな人
・オピニオンリーダー
・イノベータ、マニア
・クラスターの中のコアマイクロな人
- ③ 超ネガティブな人
・超非CSな人 / 超非推奨な人
- ④ 変化な人
目的、量層、商品スイッチ、シーン…等
交友・使用シーンで急に行動を変えた人
(例：H → 超Lに)



トータルで分析する

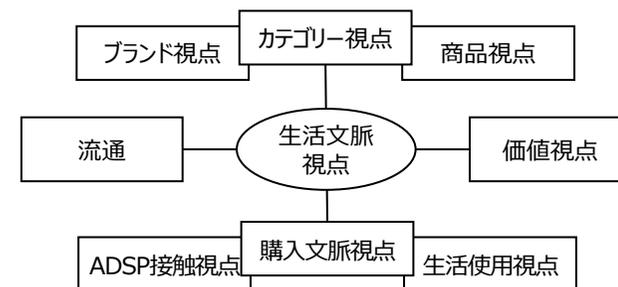
CGOAとは

CGOA : Context Graph OA

CGOAは以下の3点で通常のOAとは異なる

- ① 書き込み量が多くなる
- ② インサイトの本質が書き込まれるようになる
- ③ 商品・サービスそのものは当然ながら、生活文脈・背景等が書き込まれるようになる

CGOA書き込みの領域は以下の通り



CGOA書き込み充実の方法は以下の通り

- ・記入例法
- ・CG・OA解答欄シーン分割法(5W1H別々にOA化)
- ・意見表示、批判法
- ・ラダリング
- ・価値分離法(機能、情緒、人間、心理、絆…)
- ・フレーム交換法 /メタファー法
- ・投影法

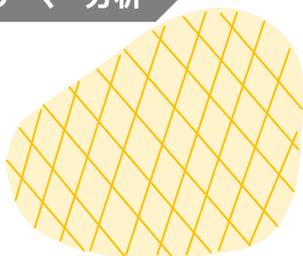
全体データ分析(CGOA含む)
+エクストリーマ分析の
2系統分析を行う

QQインサイトリサーチの分析構造

<エクストリーマー分析>

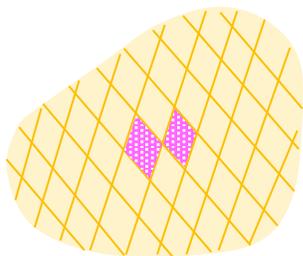
セグメント&エクストリーマー分析

全体データ
 (例えば
 n=1000人とする)



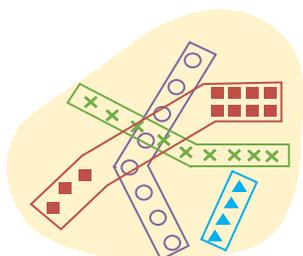
⇒ 1000人の
 GTデータ

各セグメント
 (例えば、
 n=51~120人)



⇒ 各セグメント
 データ

エクストリーマー
 5~7通りを設定
 (n=18
 n=38
 n=71
 n=3
 ...)



⇒ エクストリーマー

設問

Q1

Q2

Q3

Q4

Qz

<CGOA分析>

CGOA分析

Qi.あなたの〇〇の失敗談は…
 いつ、どんな顛末に…

Qj.あなたの△△のとりもつ縁・出会いは…

CGOAローデータ分析

- 生の回答そのものの **熟読分析**
- エクストリーマーOAの **列挙俯瞰分析**

Q1~QzまでCGOAも含めて

QQインサイトストーリー分析

5~7通りのエクストリーマー毎にQ1からQzまで一気通貫で
 ストーリーとしてインサイトを導出

通常のトータル・各セグメント・エクストリーマーのクロス集計・分析へ

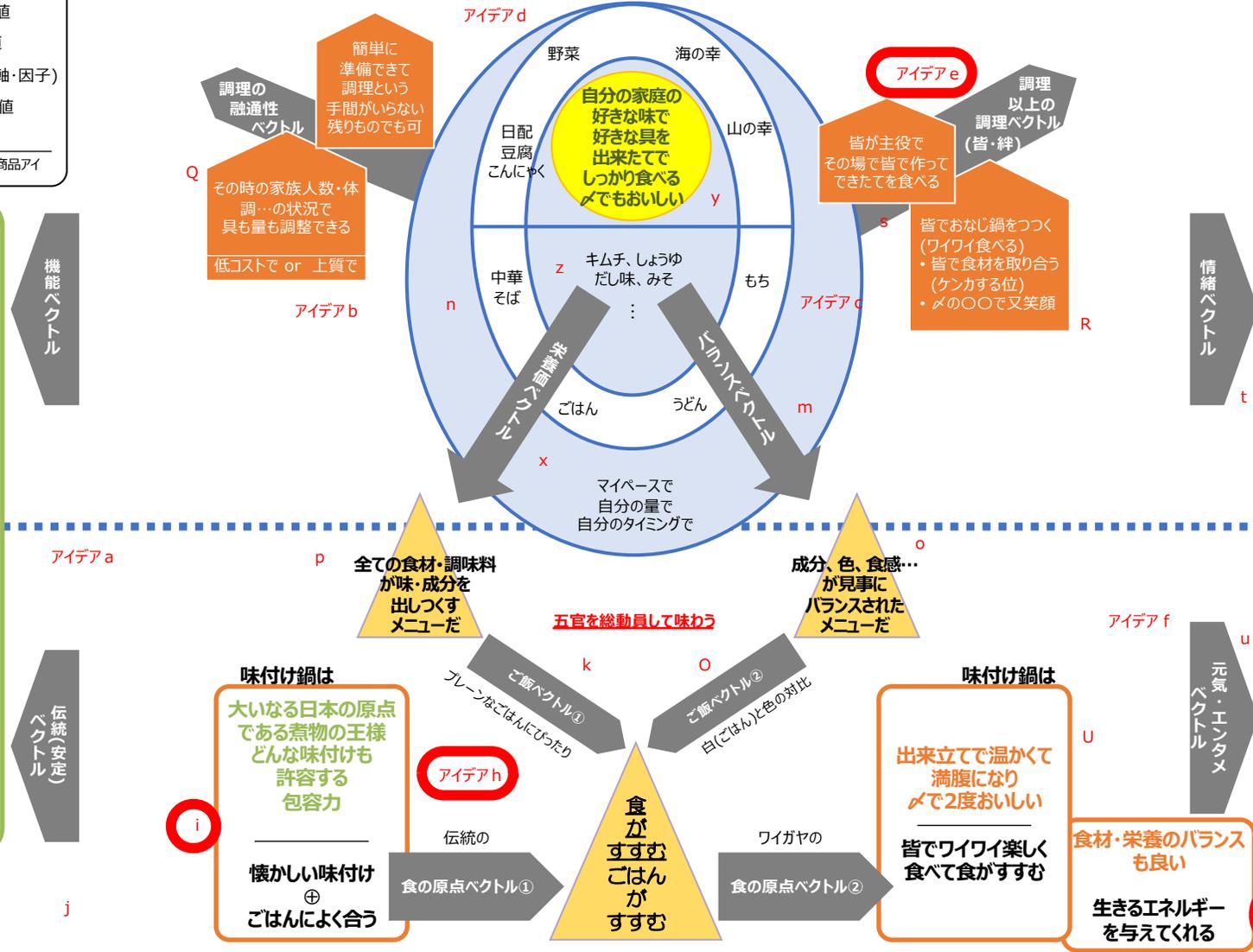
エクストリーマーによるQ1~Qzまでのインサイトストーリー分析、テキストマイニング&熟読分析へ

マップを構成する5つの要素

- 起点・原点価値
- ▲ 間接接合価値
- ▶ ベクトル(価値軸・因子)
- 準インサイト価値
- 結果価値

abc...ポジショニングされた商品アイデアの符号

日本のなつかしの間違ったイノスタルジーマニューだ
味付け鍋は調理メニューの王様だ(味・見映え・食感...)



味付け鍋は家族でつくく団欒メニューの王様だ
皆で食べ倒すを実感するエンタメメニューだ

味付け鍋の価値 総括 味付け鍋は、ハレ・ケいつでもOKの煮物の複合機能価値、そしてノスタルジー～エンタメまでの情緒価値を合せ持つ、つくることに参画し、皆と一緒に「出来たてあつたか鍋」をつつく、ウルTRASーパーメニューだ！ 正に国民的な『完全食』だ

■ 有望商品アイデア群 & 所属カテゴリーのインサイト・ニーズを具体的に言葉で記述する。(味付け鍋物・味付け鍋つゆの素の事例)

