

第15回アウラ・コキリコセミナー(研究会)

## Webでの買物のインサイトは何か

リアル店舗での買物との比較から

買物1.0は市(いち)が立つ日にそこにでかけて買うパターンです。八日市とか十日市など地名として残っています。つまり、常設の店舗はありません。買物2.0は店舗が常設された時です。そしていろいろな店舗が集積した商店街ができます。買物3.0は大型店の時代で、デパート、スーパーマーケット、コンビニ、ドラッグストア、SCなどが生まれました。買物4.0はネット通販の登場です。今回は、Webサイトの最適化の問題を越えて、つまり、A/Bテストの問題ではなく、Webでの買物の特性と消費者インサイトを研究します。

### 買物4.0の歴史

ネット通販前史	カタログ通販全盛の時代。紙のカタログ郵送、注文は電話や注文用紙
ふるさと産品の時代	ネット通販で、地方特産品や小規模生産の品物の通販ブーム
楽天市場の時代	楽天市場という仮想商店街での買物。他にも専門ECサイトが登場
アマゾンの参入	書籍販売限定からあらゆる商品を扱うようになる
ネット通販の行方	ボトルネックは物流(コンテンツ商品はリアル店舗はなくなる) アマゾンにAI化を狙っている?(受発注・倉庫物流・決済のIoT)

### 買物の「快樂vs義務感」とネット通販vsリアル店舗

日用品の買物の義務感要素と快樂要素

Web買物の快樂とリアル店舗の快樂

Web買物の「画面」とリアル店舗の陳列棚との比較

#### <開催日時・場所>

2018年12月25日(火) 13:00~17:00

13:00~15:00 Web消費とリアル店舗

15:00~16:30 インタビュー実施

16:30~17:00 まとめ

場所: 青山一丁目B-1インタビュールーム

\*最低催行人数; 3人 12月18日締切予定

#### <費用・参加方法>

1人 10800円(税込)

以下の項目を記入して本メール返信してください。

・参加者氏名(複数参加の場合は代表者を含めた人数)

・会社名(請求書宛先)

\*参加費は前払いです。欠席の場合は代理出席をお願いします。

<お知らせ> 2019年1月に定性調査の本を出版します。

『基本がわかる実践できる マーケティングリサーチの手順と使い方【定性調査編】』

著者: 石井栄造 出版社 日本能率協会マネジメントセンター

\*今回のセミナー参加者には出版され次第本をお送りします。

## リエゾンインタビューの研究

アウラ・コキリコでは「リエゾンインタビュー」の研究を続けています。

調査者対被調査者の力関係が解消され、対象者の「自由で自然な会話の引き出し」に成功しています。

今回も引き続きリエゾンインタビューを実際に行います。

課題だった男性同士リエゾンを予定しています。

Web買物の特性を探るインタビューと同時進行します。

### リエゾンインタビューのコンセプト

「2人の会話が作り出す物語空間のリスニングで市場や消費者心理を分析する」

→ 消費者は、ひとりの「面談」(1on1)よりも、対等な者同士の「会話」の方がリラックスできる

→ 独白・自己語りよりも会話のキャッチボールが豊かな物語空間を生み出す

↑

個人の深層心理(1on1)はコンプレックスに行きつく ← ブランド選択との関係性は弱い

### リエゾンインタビューの理論的背景

リエゾンは「対幻想」を作り上げる 1on1は「個」の幻想 FGIは「共同幻想」

2人の会話は脳の「解釈装置」の活動を促進する → 活発な作話

出てきた物語は、ユーザーブランドストーリーであり、消費者側からのブランディングである

## 今回のリエゾンインタビューのテーマ

- 目的**
- ① フリスクとミンティアの「ブランドの特徴量」を抽出し、評価グリッドを比較する（継続テーマ）  
（男性同士でリエゾンの可能性と問題点への対応を探る）
  - ② Web買物の快樂要素は何かを探る  
（サイトのユーザビリティという考え方をしない）
- 方法**
- ① はリエゾンインタビュー  
（継続内容）
  - ② についてはPCで操作してもらい、その行動観察とインタビューを組み合わせる  
（スマホで実施したいが、観察しづらいのでPCで実施。ビューワーで観察）
- 対象者**
- 通常の機縁法でリクルーティング
- 25~49歳男性（年齢は近く）      Webでよく買い物する人  
ミンティア、frisquユーザーでミンティア好き
- 内容**
- frisqu、ミンティアのインタビューの後にPC画面を操作させ、インタビューする
- \* 取り上げる商品ジャンルについては検討中

<お知らせ> 2019年1月に定性調査の本を出版します。

『基本がわかる実践できる マーケティングリサーチの手順と使い方【定性調査編】』

著者：石井栄造 出版社 日本能率協会マネジメントセンター

\* 今回のセミナー参加者には出版され次第本をお送りします。