

ピクチャマイニング確立のための 基礎的研究

～写真調査の類型化と
新しい調査方法の課題と方向性～

2012年11月29日

株式会社サーベイリサーチセンター 落原 大治
文化学園大学 准教授 江戸 克栄



＜本日のアジェンダ＞

1. 調査環境の変化
2. 既存の調査方法の限界
3. ピクチャマイニングのコンセプト
4. 事例の紹介
5. 今後の展望

なぜ今、PictureMiningなのか？

社会環境の変化

- 技術力の向上(ハード面)
- 使う側の利便性も向上
 - 画像データの取得が容易になった

マーケティングリサーチニーズの変化

- 社会の成熟化
- 社会の多様化
 - 既存の手法では、消費者のニーズが見えにくくなった

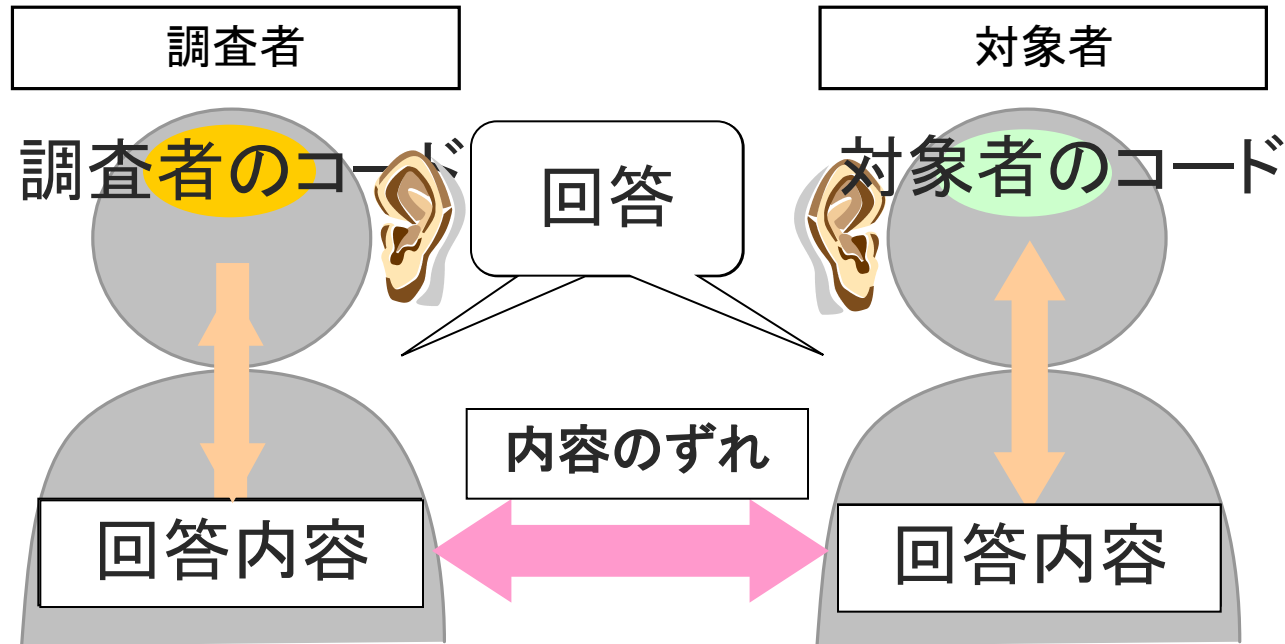
既存の調査・分析法の限界

Marketing の6つの誤り (Zaltman2003)

1. 消費者の思考プロセスは筋の通った合理的・直線的なものである
2. 消費者は自らの思考プロセスと行動を容易に説明することができる
3. 消費者の心・脳・体、そして彼らを取り巻く文化や社会は、個々に独立した事象として調査することが可能である
4. 消費者の記憶には彼らの経験が正確に表れる
5. 消費者は言葉で考える
6. 企業から消費者にメッセージを送りさえすれば、マーケターの思うままに、これらのメッセージを解釈してくれる

既存調査の限界！！

質問紙調査の何が問題か？



調査者が言語を介して(エンコード)問いかけを行い、言語による問いかけを理解し(デコード)、自らの意見や態度を言語を介して回答する(エンコード)

新しい調査・分析法の萌芽

言語に依存しない調査の兆し

ノンバーバルリサーチへの注目

例：ニューロリサーチ・行動観察・アイトラッキング・
生理指標分析

→ 観察法への注目

しかし、

観察法では「具体的な現象を観測する」
のみで意見や行為の理由などの情報までは
聴取することができない。

PictureMining とは何か？

**ピクチャマイニングとは、写真や画像(あるいは動画)を
探索的に分析することによって、有用な知見を得ようと
する調査・分析手法**

コンセプトは

「パツと見」を科学する

PictureMiningのポジショニング

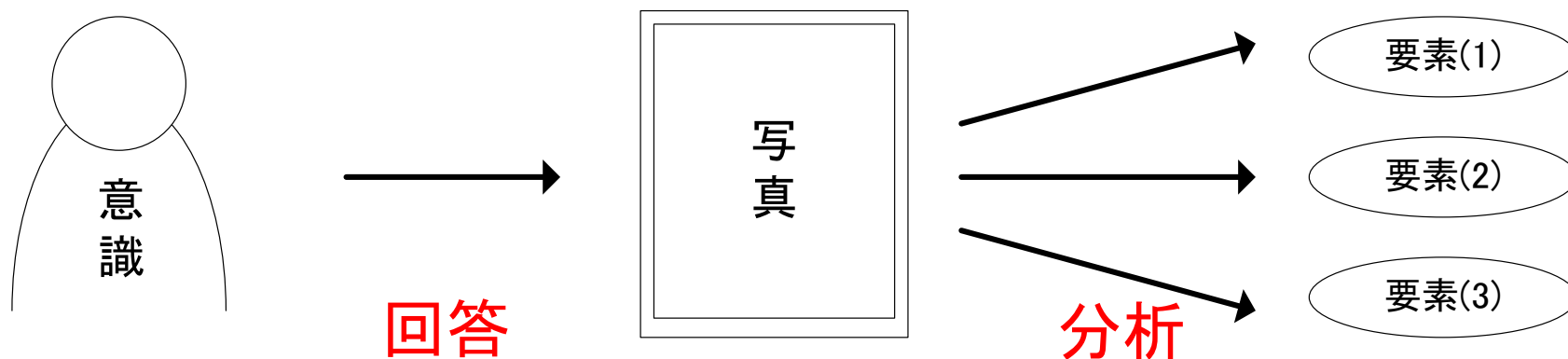
	コミュニケーション法		観察法
	言語依存的	言語非依存的	
探索的	・ZMET法 ・ステレオ・フォト・エッセイ法	・ピクチャマイニング	・ピクチャマイニング
検証的		・ピクチャマイニング ・写真回答型調査	・ピクチャマイニング ・写真による定点観測調査

PictureMining の方法論

画像データを調査対象者の意識が反映したものとして捉え
画像に含まれる「オブジェクト」を抽出する。

画像に含まれる『オブジェクト』を分析することで、回答者の
意識を抽出し分析する。

※写真だけでは読み取れない部分は自由意見などを参考にする。



事例研究①

調査概要

調査日	平成22年度5月1日～5日
調査対象	長者原SA、高坂SA、海老名SA、 パサール幕張PA
調査方法	インターネットモニターによる写真調査
調査内容	個人属性(性別、年齢)、SA利用日時、 高速道路利用目的、行き帰り、満足度、 写真へのコメント
有効数	長者原10件、高坂25件、海老名19件、パサール幕張5件

事例研究②

分析用カード例

表

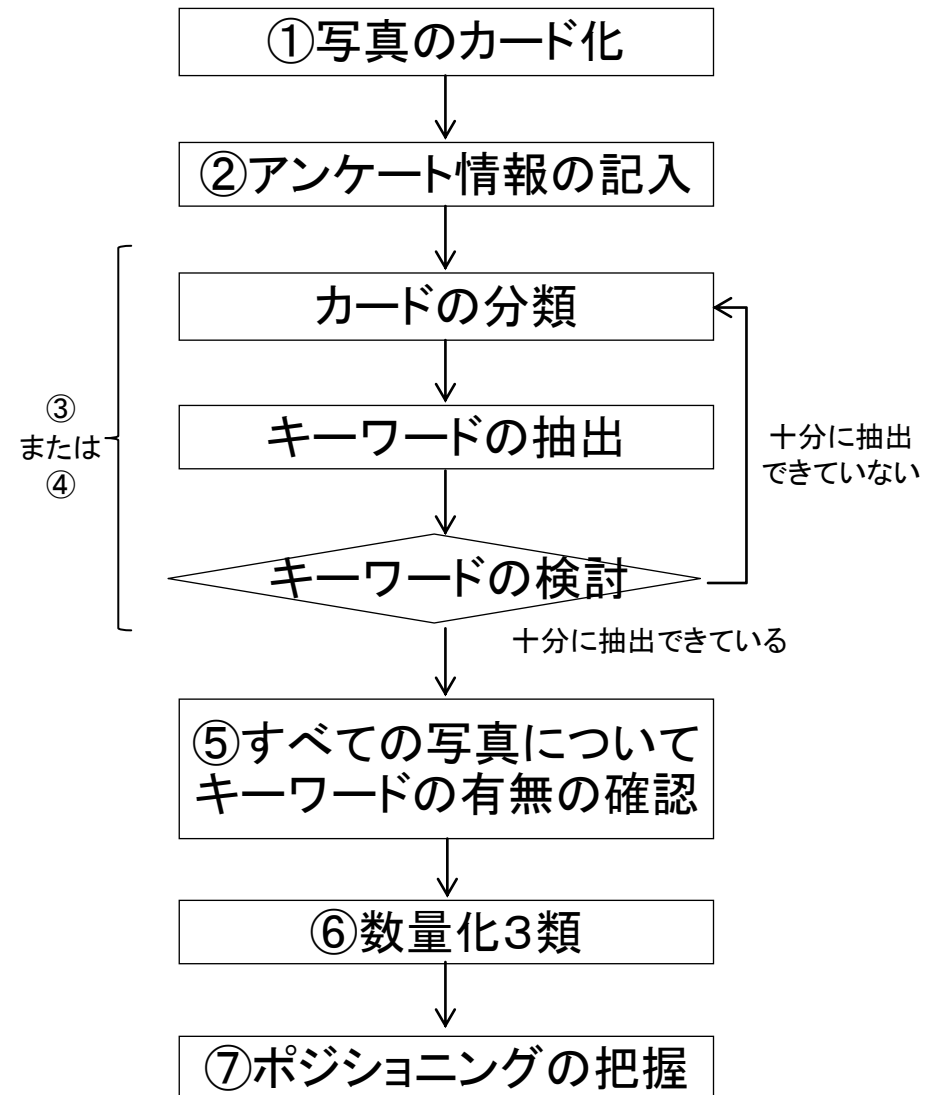
<Sample>



<Sample> 裏

属性	男性 46才	場所	バサー
到着日時	5/3 13時頃		
高速道路の利用目的	レジャー		
目的地に行く途中か帰る途中か	行く途中		
のったIC名	高島平		
「バサー幕張」に行くまでに寄ったSA・PAの有無	×		
おりたIC名			
「バサー幕張」の道路の混雑状況			
「バサー幕張」用満足度			

常に4~5台分
ありました。



事例研究③

<抽出されたキーワード>

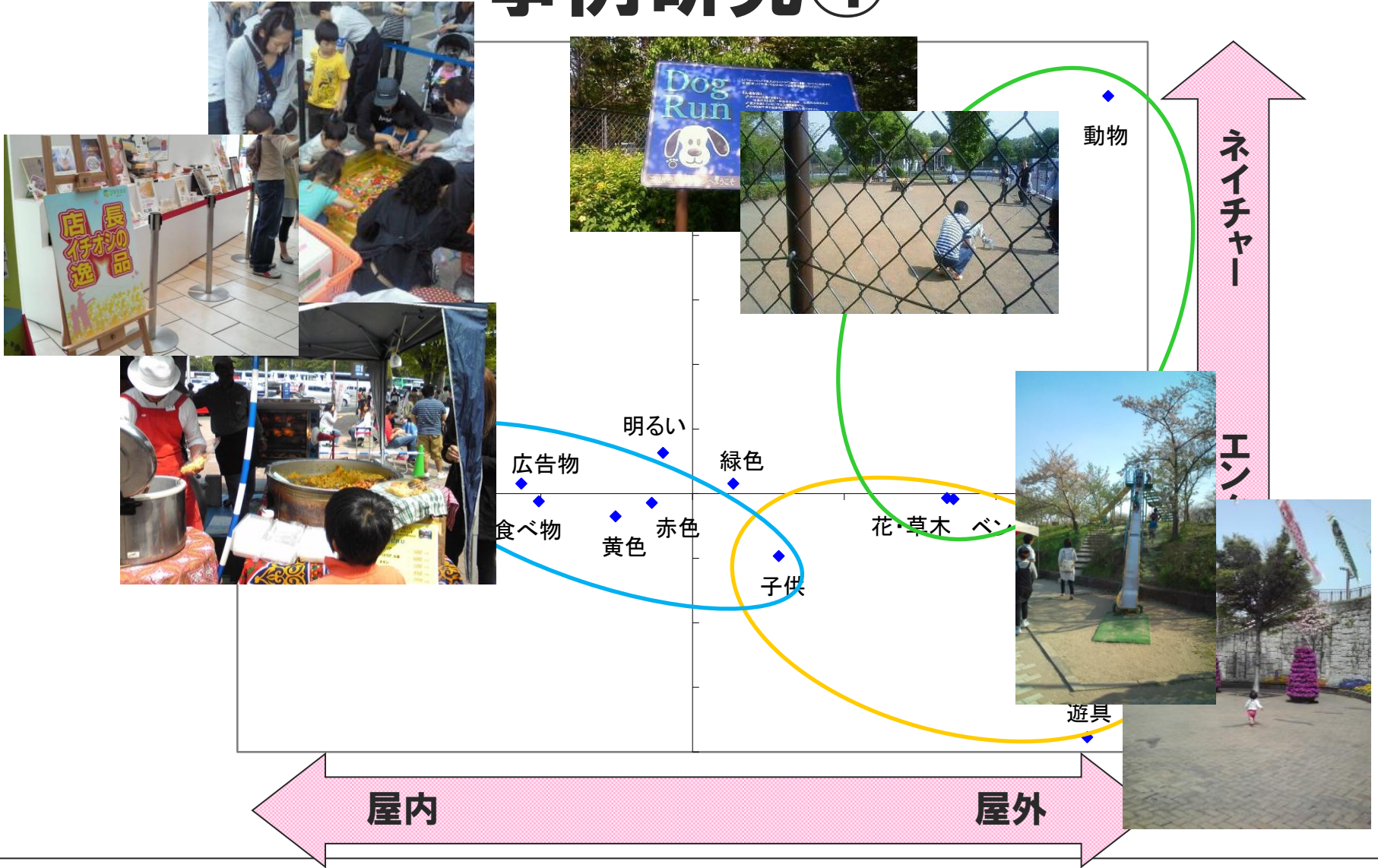
「子供」、「商業物」、「食べ物」、「明るさ」、「草木花」、
「ペット」、「遊具」、「ベンチ」、「お土産」

<色彩>

三原色である「緑」、「赤」、「黄」



事例研究④



今後の展望

サンプリング データ 収集

サンプリング

分析に耐えうるサンプル数などの検討

データ収集

サンプル写真の提示、調査の指示の出し方
写真の大きさ、解像度についての課題について検討

分析 手法

オブジェクト分析

カテゴリカルデータを扱う統計手法(数量化理論、データマニングなど)、オブジェクトの数値化(集計表など)の検討

カラー分析

RGBによる分析、色から広さ、奥行きなどの秀出
カラー心理学などからの応用

定性分析

ノンバーバルリサーチ(行動観察など)やKJ法、ブレストなどの方法論の検討、環境心理学なども考慮する