

生活者密着、潜在ニーズ探る

駅から自宅に帰るワーキングマザーを3ヵ後ろから尾行。

スーパーのレ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と観察。

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「エスノグラフィー」を用いて、生활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。

凛としている

理系女性の挑戦



私は研究部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つた。マーケティングについてはド素人であつたため異動に

際しては不安で一杯であったが、大学時代から抱いていた「暮らしと科学をつなぐ仕事をしたい」との思いに更に近づくチャンスと気が持つを切り替えた。

潜むニーズを見出す数式はない。一般的には公式的統計、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ながら生活者のホンネに迫る。

そこで冒頭の「エスノグラフィー」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ょっとした癖や他者と違つ行為の中に生活の小さな不満や不安が透けて見える瞬を見逃さない。それはピーカーの中で起

暮らしがと科学つなぐ仕事を

た癖や他者と違つ行為の中に生活の小さな不満や不安が透けて見え

えてくれる。
企画協力・日本女性技術者フォーラム（JWEF）

（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
原 憲子

（プロフィル）
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



る。だが、そうやすやすと私たちに心のうちは見せてくれない。決して生活者が意地悪なのでも嘘つきなのでもない。「こうあるべきだ」という社会的規範や恥ずかしいとの気持ちが無意識のうちに生活者自身の思考や感情を支配し、心のドアを開ざしてしまつ。その結果として「表層的な回答」をしてしまうのだ。

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く生活者の心に寄り添うものになる、と私は信じている。

そこで冒頭の「エスノグラフィー」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とは限らない。しかし、科学がしみ込んだ頭脳は

（プロフィル）
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