

「欲しい」の本質 ～人を動かす隠れた心理「インサイト」のを見つけ方～

著:大松孝弘 (デコム 代表取締役)、波田浩之 (デコム パートナー)

人は、自分が欲しいものを説明できない。

消費者は、商品を見せられて初めて、「欲しい」かどうかを感じます。既にいまの時代、消費者に直接聞くことで分かるニーズは満たされており、これまでの延長線上のモノ・サービスでは「欲しい」と思われずに、売れない時代になっています。

これらを解決するのが、人を動かす隠れた心理「インサイト」です。閉塞的な状況にイノベーションを生み出し、新たなアイデアを生み出す武器といえます。

本書では、このインサイトの定義、見つけ方に留まらず、どうやってビジネスで生かすのかといった実践までを、豊富な事例とともに解説します。著者が600件以上の案件で培った、そのフレームワーク、メソッドを体系的に公開しています。

売れなくなっている商品を再生したい、イノベーションを起こす商品・事業を開発したい、今までにないビジネスに生きるアイデアを考えたい、といったすべての方へ。本書は役立つ内容になっています。

ヒットを生み出したければ、ニーズを追いかけるのではなく、インサイトを見つけよう。本人すら気づいていない隠れた欲求。その方法が、この一冊には詰まっています。さあ、イノベーションを生み出すアイデア開発の武器を手に入れよう。



著者:大松孝弘、波田浩之
定価:1,620円
発行:宣伝会議
発売日:2017年12月1日(金)

目次

第1章 人の“欲しい”は隠れている

- ・いま、消費者は「だいたい、良いんじゃないですか?」の時代
- ・人を動かす隠れた心理=インサイト
- ・なぜ先進企業はインサイトに注目するのか

第2章 “人を動かす隠れた心理=インサイト”の構造を理解する

- ・優れた作り手は消費者の心理をどう読んだのか
- ・インサイトを構成する4つの要素
- ・インサイトは3つのタイプに分類できる
- ・人の欲望は天使と悪魔の両面で捉える

第3章 ユーザーや競合ではなく“人間を見に行く”

- ・“人間を見に行く”ことがイノベーションの出発点
- ・イノベーションを実現したアイデアとインサイト
- ・人間を見に行く=ターゲットの興味や関心に寄り添うこと
- ・“人間を見に行く”ための道しるべ

第4章 成熟市場におけるビジネス機会の見つけ方

- ・6つのフェーズで構成されるプロジェクトの工程
- ・インサイトリサーチの前に必要なオポチュニティ発見
- ・オポチュニティ発見のメソッド

第5章 インサイトを発掘する方法

- ・インサイトを明らかにする方法
- ・心理学に基づく感情からのアプローチ
- ・文化人類学に基づく事実からのアプローチ
- ・インサイトの読み解き方

第6章 既成概念を壊してアイデアを手に入れる

- ・ワークショップでアイデアを開発する
- ・アイデア開発の精度を高める“ひとこと化メソッド”
- ・“インサイトマンガ”でインサイトを直観的に共有する
- ・アイデアの実現可能性をコントロールする“技術カード”
- ・キーインサイト・バリュープロポジション・アイデアの検証

第7章 インサイトを活用した業務プロセスの構築

- ・インサイトを起点とする業務プロセスの再確認
- ・インサイトを活用した業務プロセスを構築する際のポイント

著者プロフィール



大松 孝弘 おおまつ たかひろ

株式会社デコム 代表取締役

大手広告会社を経て、2002年デコムを創業。インサイトやアイデア開発支援に関する著書、講演は、海外も含め多数。2006年に日本初のインサイトリサーチに関する書籍「図解やさしくわかるインサイトマーケティング」(共著、日本能率協会マネジメントセンター)を上梓する。株式会社デコムは、設立以来、一貫してインサイトリサーチによるアイデア開発支援を提供している。医薬品・食品・飲料・化粧品・日用品・通信・自動車・エレクトロニクス・メディアなどの領域において、心理学や文化人類学からのアプローチによる独自の調査手法で、アイデアとイノベーションを導きだしている。著書に「マーケティングリサーチの基本」(共著、日本実業出版社) など。



波田 浩之 はだ ひろゆき

株式会社デコム パートナー(元執行役員)

大手広告会社を経て、1998年同社を退社しフリーランスとしてマーケティングやプロモーションの企画を中心に活動。2006年より株式会社デコムに参画し、インサイトリサーチの分析・企画・インタビューの実務などを担当する。著書に「図解 やさしくわかるインサイトマーケティング」(大松孝弘・宇佐美清と共著)「はじめの1冊! 広告の基本がわかる本」「図解 ビジネス実務事典 広告」(大城勝浩・高山英男と共著)(いずれも日本能率協会マネジメントセンター)、「この一冊でわかる 広告の基本」(日本実業出版社)など。

人を動かす隠れた心理“インサイト”を発見し 企業のイノベーションを支援する

アイデア開発の支援領域

新事業開発
新製品、新サービス開発
広告・プロモーション戦略



Insight Research



Idea Development



Data Science

3つの技術

- ①独自のインサイトリサーチ手法
- ②アイデア創出のプログラム
- ③統計解析・データ分析のスキル

2004年の創立以来、
一貫してインサイトリサーチによる
アイデア開発支援を提供しています

600案件以上の実績

クライアント企業

- ・売上高 **1兆円以上** **17社**
- ・東証 **1部上場** **28社**
- ・ニューヨーク証取上場 **1社**
- ・ロンドン証取上場 **1社**

インサイトやアイデア開発支援に関する寄稿、講演は、
海外も含め **多数**



インサイトリサーチにおける
日本で最初の専門書を

2006年に執筆
中国・韓国でも出版されています

