SRI BUSINESS INTELLIGENCE CONSULTING
An SRI International Business Partner

FUTURE SQUARE

フューチャー・スクエア

〒102-0082　東京都千代田区一番町２ ﾊﾟｰｸｻｲﾄﾞﾊｳｽ３階　電話:03-3222-6501　FAX:03-3222-6508
URL: http://www.tokyo.sric-bi.com　　発行責任者:土谷庫夫

No.80　　2007.06.01

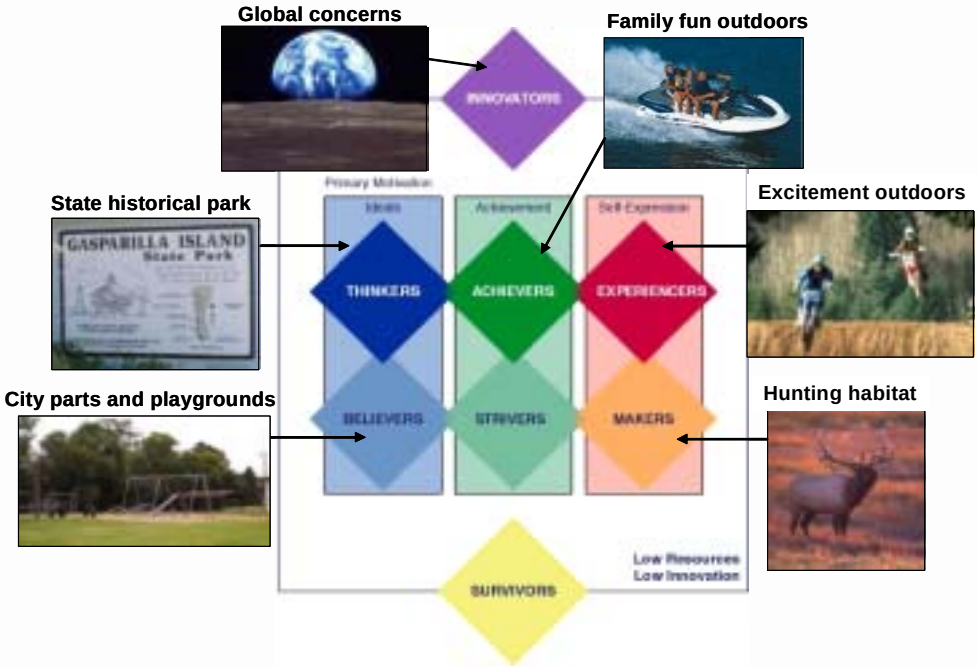
米国人の環境意識と関心のモチベーションを読み解く　（VALS活用事例）

米国人の環境意識や行動に関するリサーチは、数多く行われて来ましたが、リサーチの結果は常に「米国人は環境に対して深い懸念を持ち、なんとしても保護すべきと考えているものの、環境に対する政府の規制レベルは変わらず、かつ、消費者行動に変化はない」という意識と行動の不連続を示すものばかりでした。何故なのか。その理由の一つとして“環境”という言葉から米国の人々が受けているイメージは様々であるということが、US-VALS を用いた調査で明らかになりました。

“環境問題”と聞いて地球温暖化をすぐに思い浮かべることができるのは、“イノベータ Innovators”という 10%程度しかいない、情報、消費の先行層のみなのです。よく本を読み、自分で納得することが大切と考えている“シンカーThinkers”にとっては, 環境と言って思い浮かぶのは“国立歴史公園”レベル。社会的成功者である“アチーバーAchiever”は家族で休暇を満喫できるリゾートの自然なのです。狩猟を男のたしなみとする“メイカーMakers”は、狩りのフィールドと動物が潤沢にあるかが環境問題なのです。彼らにとっていわゆるエコは女々しい奴らのやることで、女子供の仕事と認識しているのです。環境といってもこれだけ見ているものが異なれば、メッセージの届きようがありません。一つのメッセージで皆を生け捕りにはできないのです。

そこで米国で環境意識を高めようと活動している団体では、環境に対する捉え方の異なるグループごとに環境をより身近に感じてもらうための啓発活動が必要と方針を転換してきています。たとえば、環境といえば、ダートバイクを楽しめる山林を思い浮かべる“エクスペリエンサーExperiencers”にアプローチするには、彼らが関心を持っているカーレースの場で、彼らの身近な関心と絡めて訴えかけるなどの試みが、始まっています。

専門家の常識は一般人の常識とはえてして異なるものです。みなさんは、ご自身の専門領域に対する一般の人たちの認識や彼らの行動の背景にあるモチベーションを理解して、彼らの心に響く正しいアプローチをしていますか。VALS の心理セグメンテーションはこうした問題解決のお手伝いもしています。



VALS は、人々の考え方や行動を説明し予測するサイコグラフィックス（心理変数）を用いた SRIC-BI 独自の分析手法です。
今回の VALS 活用事例は、非営利のリサーチ＆マーケティング財団 ecoAmerica と実施した The American Environmental Value Survey に基づいてご紹介しました。
VALS には、日本人の分析に使う J-VALS もあり、毎年 8 月には全国調査を実施しています。

【上記の記事に関するお問い合わせ・詳細資料の請求先】
SRI コンサルティング　ビジネスインテリジェンス
徳重桃子　電話:03-3222-6505
m@il:　mtokushige@sric-bi.com

仮想空間、次世代 Web となるか？

仮想空間の登場

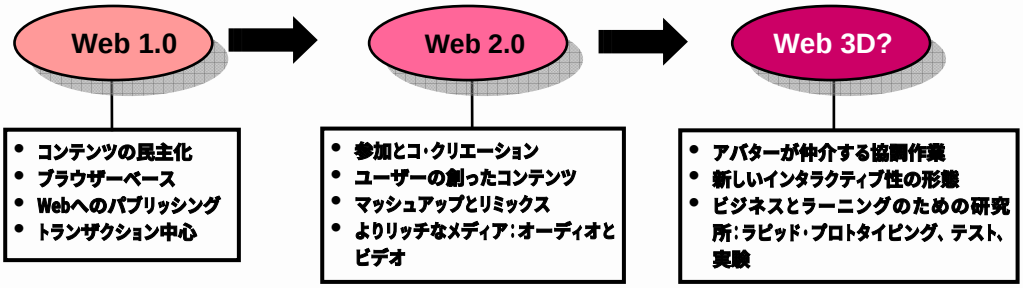
シミュレーション技術として発展してきた三次元 CG 技術、情報検索やコミュニティ構築を可能にするインターネットの高機能化、そしてビデオゲームの高機能化などの要素が絡みあって、仮想空間という新たな市場機会が訪れようとしています。2006 年（日本では 2007 年）は、仮想空間のリーディング・プラットフォームである「Second Life」が数多くメディアで取り上げられ、人気雑誌の表紙を飾るというセンセーショナルな出来事もありました。

話題になって間もないということもありますが、そもそも仮想空間が市場機会になり得るということ自体に違和感を覚える方々も多いのではないでしょうか。しかし、既に Second Life には 600 万人を超えるユーザーが存在し、その数が急激に拡大していて、1 日で 100 万ドルを超える取引が行われ、更には、この空間で 100 万ドルを超える収入を得ているユーザーが存在しています。仮想空間といえば、オンライン・ゲームの世界でも武器やアイテムがリアルマネーで取引されていますが、この Second Life の経済活動規模は、実に小国の国家予算レベルにまで達しているのです。これらの事実を目の前にしてもなお、仮想世界はわが社のビジネスには関係ないと言っていられますか？

仮想空間はイノベーション創出のプラットフォームとなるか？

SRIC-BI の Scan プログラム（http://www.tokyo.sric-bi.com/programs/scan/index.html）では、イノベーションの創出もしくは創造性の維持に大きな危機感を抱き、オープンソースの研究開発、顧客との共創、クラウドソーシングを指向し、多様なイノベーションの源泉を求める大企業の兆候を捉えています。また同時に、イノベーション獲得のための効率的なツールもしくはプラットフォームとしての「仮想空間」も企業活動の視野に入ってきている兆候も捉えています。仮想空間には、商品を市場投入する前にデザイナー、開発者、マーケターに消費者の反応を調査する機会を提供する機能があるという認識が出現しており、様々なトライアルが始まっています。例えば、Starwood Hotel が新しいタイプのホテルを展開する前にセカンド・ライフでユーザーに体験を提供したり、トヨタがサイオンの仮想バージョンを販売したりする例に見られるように、現実世界に反映できる製品改良のアイデアが生まれるか見極めようとしています。ハーバード大学などは、講義を Second Life 内で提供しており、教育の世界でも新しい試みが始まっています。

一方で、様々な初期の取り組みが現実世界のビジネスにどのような効果があるのか、またその効果をどう測定するのかといった課題も数多く存在します。仮想空間を巡るこういった動きは、ハイプ（新しい技術やサービスが多くメディアに露出することで、過剰な期待が巻き起こっている状態）であることは否めません。



しかし、90 年代半ばに既に形を現していたインターネットが現在のような進展を遂げると誰が想像したのでしょうか？生活の隅々にインターネットが入り込むとは誰が想像したでしょうか？一昔前には、イーコマースは安全上から普及しないという予測もありました。しかし、現実のビジネスはインターネット無しで存在できなくなっています。IBM、Google, Cisco, Sun といった現在のインターネット世界を築きあげてきた多くの企業が様々な技術の実験場と捉えている仮想空間が、次世代のインターネット、Web となる可能性は無いのでしょうか？確かに、今現在は誰でも簡単に 3 D オブジェクトを作成できている訳ではないし、仮想世界に群がっている人たちは、広範な消費者市場の中の特定のセグメントでしかありません。仮想空間には不確実性が多く存在することも事実です。しかし、今、不確実性があるからといってそっぽを向いて門を閉ざして良いという理由にはなりません。

Virtual Worlds Consortium for Innovation and Learning

SRIC-BI では、イノベーションとラーニングに供する仮想環境の現在および将来的な利用について考察することを目的とした Virtual Worlds Consortium for Innovation and Learning と称する、先進的な実践者および研究者を中心としたグローバルなコンソーシアム活動を開始します。

そこでは、仮想空間の革新的なビジネス・アプリケーションや新たな機能を実現する技術など、仮想空間のトレンドと、進展について継続的にモニターし、分析評価を実施する予定です。詳細については、下記宛是非お問い合わせください。

［「仮想空間、次世代 Web となるか？」の記事に関するお問い合わせ・詳細資料の請求先］
SRI コンサルティング　ビジネスインテリジェンス
氷室　万晴　電話:03-3222-6504
m@il: atakauchi@sric-bi.com