

評価グリッド法の理論と実際

関東学院大学 人間環境学部
人間環境デザイン学科
讃井純一郎
<jsanui@kanto-gakuin.ac.jp>

顧客ニーズ(価値観)とは？

- 顧客は、許された条件下で、最良の住宅を手に入れたと考えます。
- 顧客ニーズとは、この顧客が考える「最良の住宅を構成するさまざまな条件」と考えることができます。
- 顧客ニーズの階層性



2

「真のニーズ」と「見かけのニーズ」

- 顧客が口にするニーズは、階層の一断面。
- ニーズは階層的に捉えないと危険な場合も！
例) 台所に入入り口が欲しい。
→実は、生ごみ置き場が欲しかっただけ。
- ニーズを階層的に捉えれば、新しい提案も！
例) 出窓が欲しい。
→窓際に棚を付けるだけでOKかも？
→建物のデザイントーンすべてで対応すべき問題かも？

…ニーズ把握は常に階層的に！

3

快適性の発展段階説

- Usable段階 (eg.初期の自動車)
 - 不快はあるが、基本的機能は充足されている段階
 - 個人差はミニマム
- Comfortable段階 (eg.最近の高級車)
 - 不快を解消することで得られる静的な快適状態
 - 個人差は少ない
- Pleasant段階 (eg.オープンカー)
 - より積極的な快適状態。多少の不快を伴っても、余りある快が得られる状態。
 - 個人差が大きい

4

建築(住宅)における快適性の発展段階

- Usable段階: ~戦後復興期
 - 住まいの基本機能が充足されていればOK.
 - せめて人並みであることが重要
- Comfortable段階: 戦後の高度成長期
 - 狭くない、暑く/寒くない、便利 etc
 - どこまで不快を減らせるかは、予算次第。
- Pleasant段階: 1980年代後半、バブル期以降
 - 自慢のお風呂、特大のテラス、夫婦別寝室 etc.
 - 文化的規範の崩壊(→価値観の多様化)

5

建築領域における心理研究の大分類

- 感覚・知覚心理研究(環境工学研究)
「〇〇感」といった特定の心理量に着目し、心理量データとこれを規定する物理量データの関係を定式化するタイプの研究。
→主眼は物理スペックの最適化に!
- 環境心理研究
環境形成の方向性を検討するために環境利用者の要求や価値観を明らかにするための研究。
→人間そのものが研究対象!

6

建築領域における心理研究の歴史(1)

- 環境工学研究(計画原論)がベースとして存在
 - 不便・不満の解消という社会的要請への対応
 - 音、熱、空気、光等の物理要素と快適性の関係
 - 建築基準法をはじめとする建築の性能基準の提供
- 本格的心理研究は、感覚・知覚心理研究からスタート
 - 開放感に関する研究(乾、宮田、渡辺、1972)
 - 快適側の心理量への研究対象の拡大
 - 取り扱う物理量の範囲の拡張
- 環境心理研究の出番はまだない。
 - 不便・不快は自明であり、個人差も少ない

7

建築領域における心理研究の歴史(2)

- SD法の導入(70年代中頃)
 - SD法という手法自体の魅力を背景に一世を風靡
- SD法に対する批判の顕在化(80年代中頃)
 - 研究者が重要と考える形容詞対のみで良いのか
 - 個人差を無視した標準人間を仮定して良いのか
- 環境心理研究の普及と定着
 - 住要求の高度化・多様化という時代変化を反映
 - 多様な価値観を探るための質的調査法
 - 価値観(評価構造)の構造的モデル化手法
 - 標準人間から個人差を前提とした分析へ

8

評価グリッド法誕生の経緯:プロローグ

- 建築学科の設計課題、成績は「C」ばかり
 - 「立地等の与条件は自由」の不思議
 - ユーザーの利益を一生懸命考えているのに...
 - 優秀参考作品は、非現実的なものばかり！
- 建築ジャーナリズムの不思議
 - 居住者の生活を無視した「作品」紹介
 - 予算超過を招いた建築家のこだわりを礼賛

...建築デザイン、これで良いのか!?

9

環境心理学との出会い

- 利用者本位の環境デザインを目指し、作家型建築デザインとの対決を決意。
→武器はどうする？心理学はどうか？
- 環境心理学(東工大、乾先生)との出会いしかし...
 - 当時の代表的な調査手法「SD法」への違和感
→住宅外観の評価項目:『速い(住宅)ー遅い(住宅)』?
→挙句の果ては、「お前は、不適な被験者」!

...そんなモヤモヤを抱えつつ、英国サリー大学環境心理学コースに留学することに！

10

レポートリーグリッド法との出会い

- サリー大学環境心理学コース、2大花形講師の一人、Peter Stringerの授業にて
 - 臨床心理学者G. A. Kellyが1955年に提案した Personal Construct Theory
+ Repertory Grid Test を習う。
 - P. Stringerは、これら臨床心理学の理論・手法を環境心理研究の一環として、健常者に適用。

...個人差の尊重、個人に固有の評価視点の解明という、留学前のモヤモヤの解がそこに！

11

参考) Personal Construct Theory とは

- 「人間は、個人に固有の認知構造 (Construct System) を持ち、この認知構造によって環境およびそこでのさまざまな出来事を理解し、その結果を予測しようと努めている」という、人間の行動を一種の情報処理の結果ととらえる考え方

認知構造: 「窓が大きいー小さい」「室内が明るいー暗い」等、人間が感覚器を通じて得た情報を意味のある世界として理解する際の認知の単位(認知項目)と、これら間に存在する因果関係が構成する構造。認知構造は経験を通じて後天的に形成されるとされ、本来、個人に固有のものである。

12

参考)レパトリリーグリッド法とは

- 臨床心理場面で、治療や支援の目的で他人の認知構造 (Construct System) を知るために、Personal Construct Theory が提供する技法の総称。
- 代表的な「3個組法」の概要は以下の通り
 - 任意の3個の対象物を提示し、2つに共通し、残りの1つが異なる点を、被験者に述べさせる。
 - この作業を、対象物のさまざまな組み合わせについて反復することで、認知構造の把握をめざす。

13

レパトリリーグリッド法に挑戦！

- 帰国後、レパトリリーグリッド法を用いた環境心理研究に着手(1982)
 - 住環境評価に関する研究(博論の予備調査)
 - A Manual for Repertory Grid Technique
F. Fransella and D. Bannister (1977)
Academic Press. London.
に収録されているさまざまな手法を試行。
 - 結果は？

…効率の悪さに挫折！

14

レパトリリーグリッド発展手法

- レパトリリーグリッド法の改良・発展に着手
 - 効率アップ…評価構造という考え方を導入
 - 欲しいのは、総合評価判断に寄与している認知項目だけで、認知構造のすべてを聞きだす必要は無い。
 - 『比較→類似点/相違点』ではなく、『比較評価判断→判断理由』により、認知構造のうち、評価に関与する部分だけを選択的に抽出
 - ラダリング手法 (Hinkle, 1965)の採用と、関連性のネットワーク形式での表記(評価構造モデル)
 - 環境デザインに活用するためには、評価の階層性をわかりやすく表現する必要あり(→要求品質展開表)

15

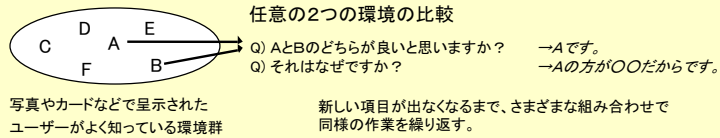
参考)評価構造とは

- レパトリリーグリッド法で得られるのは、理解の単位とその構造(認知構造)。デザインの「良い-悪い」の判断に直接関係のない項目も多数含まれる。
- 評価構造とは、「良い-悪い」等、総合的評価判断に寄与している理解の単位(=評価項目)と、これら之间存在する因果関係が構成する、仮想的な構造。
- 評価構造 ⊂ 認知構造
- 評価構造 ≒ デザインニーズ / 要求品質

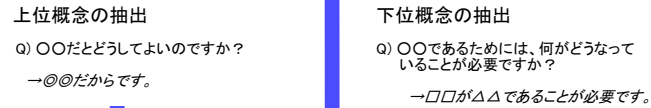
16

レポートリーグリッド発展手法/評価グリッド法の調査手順概要

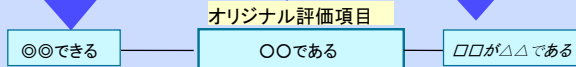
第1ステップ: オリジナル評価項目の抽出



第2ステップ: ラダリング

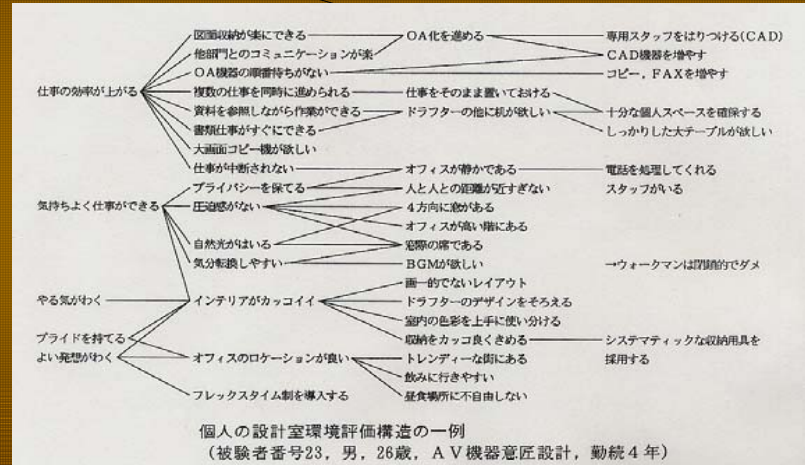


まとめ: 評価構造モデル作成

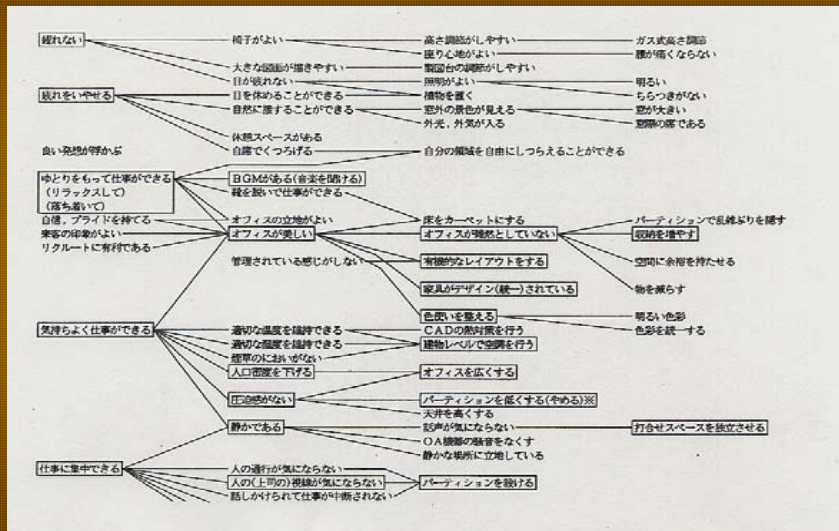


実務適用事例: 設計室環境評価調査

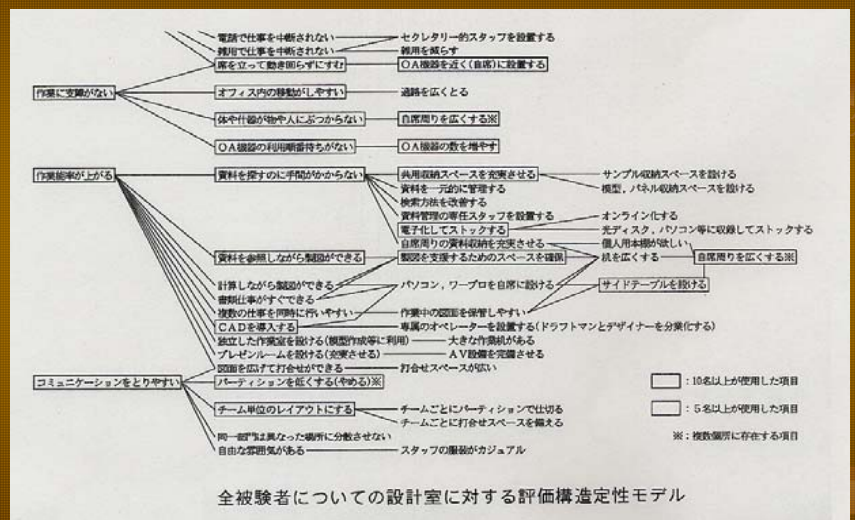
結果の一例: 個人の評価構造



結果の一例: 対象者全体の評価構造



対象者全体の評価構造(つづき)



実務領域での評価グリッド法

- 評価グリッド法の実務適用事例
 - 1987年、北海道住宅に関する定性調査
 - 1988年、高額所得者の住要求に関する調査
 - 1988年、ビデオテープパッケージデザイン評価
 - 1989年、オフィス環境評価
 - 1990年、設計業務従事者のオフィス環境評価
 - 1991年以降、自動車商品企画のための調査他
- 2000年前後より、適用事例の急速な増加
 - 大成建設FM推進室の継続的取組み(大成 Tパレット)
 - 2003年、JR東日本「駅の快適性に関する研究」
 - 2004年度より、国土交通省において、官庁施設整備における入居者ニーズ調査標準手法に採用！

21

評価グリッド法の特長

- 「比較評価→その理由」という形式を採用したことで、回答者の本音を、回答者自身の言葉で抽出できる。
- 評価に関わる項目だけを選択的に抽出することで、調査の効率化と結果の冗長性回避が実現できる。
- 回答者には100%の自由を確保しつつも、調査自体は一定の手順に従って進められる結果、インタビュアーの個人的能力の影響、主観の混入を最小限に抑えられる。
- 結果を階層的ネットワーク図として表現することで、回答者のニーズを構造的に、わかりやすく表現可能。

22

評価グリッド法の限界・課題

- 評価グリッド法が機能するのは、ユーザーの頭の中に評価構造が存在する場合のみ
 - 非熟慮型消費行動、ユーザーが未体験の商品、新技術等には不向き。
- 認知心理的仮説内でのみ成立
 - 消費行動の状況依存性やそこでの葛藤などへの対応は、評価グリッド法自体では困難
- 手法として整備不十分 (不徳のいたすところ、、、)

23

評価グリッド法、最新バージョン

Step-1: スクリーニングに際しての評価構造の解明

- あなたがご存知の〇〇の中で、「良いな／買いたいな」と思うものを、いくつか挙げてください。 → カードに記入
- カード全体を示し、「世の中にさまざまな〇〇がある中で、これらを良い(買いたい)と思った理由を、どんなことでも結構ですので、思いつくまま、ひとつひとつ順番に教えてください。
- ラダーリング

Step-2: 最終選考に際しての評価構造の解明

- これらの〇〇を、もっとも良い(買いたい)ものから順位を付けてください。
- (最下位Gr.と一つ上のGr.を比較して)こちらのGr.の〇〇は、なぜもう一方のGr.よりも良い(買いたい)とお考えになったのですか。
- 以下、順次、同様に、Gr.間の評価判断の差の理由を聞く。
- 理想の〇〇で補完した後で、ラダーリング

24

評価グリッド法の最近の動向

- グループインタビュー形式による効率アップ
- ポジティブ/ネガティブグリッドの活用
 - 当たり前品質、魅力品質の識別
- IT時代の評価グリッド法
 - 自由記述式WEB調査の活用(例: ので・から法)
 - テキストマイニングの導入による分析の合理化
- 作り手の情熱、先見性が問われる状況下で、どこまで調査に依存するのかという問題も

.....スローな調査にしてくれ！

25

環境心理研究の今日的課題

- 回答者にとって未知の環境や新技術をいかに評価すべきか？
 - 調査・実験を行うことに意味があるのか
 - 意味あるものにするための環境・技術提示法
- 統計手法は高度化したが(例えばSEM)、データの精度は大丈夫か？
 - 変数間の交絡に対して無警戒すぎないか
- 調査・実験結果が、無理なく、意味ある形で意思決定に反映されているか？
 - 調査・実験結果の活用法

26

まとめ(あるいは蛇足)

- マーケティングリサーチには、できることとできないことがある。
- マーケティングリサーチは使わないのも馬鹿、丸呑み、迎合するのはもっと馬鹿！
- 感動を生むのは、作り手の熱い想い、もてなしの心。
- マーケティングリサーチの最大の役割は、熱い想いやもてなしを的外れにしないために、相手を良く知ることにある。
- 調査に依存するのではなく参考にすることで、物づくりのプロフェッショナルリズムを発揮していただきたい！
- コミュニケーション戦略も忘れずに！

27

<参考文献>

- 商品企画のためのインタビュー調査:従来型インタビュー調査と評価グリッド法の現状と課題、「品質」Vol.33, No.3, 2003
- 今、マーケティングリサーチに何を期待すべきか、「流通情報」No.470, 2008.8
- 環境心理調査手法入門 日本建築学会編 技報堂出版 2000年5月
- 魅力工学の実践:ヒット商品を生み出すアプローチ 朝野熙彦編 海文堂出版 2001年8月
- ヒットを生む商品企画七つ道具1&2 神田範明他編著 日科技連出版社 2000年6月

<お問合せ>

- jsanui@kanto-gakuin.ac.jp

28