

2021年3月

【新刊発売のご案内】

デジノグラフィ

インサイト発見のためのビッグデータ分析

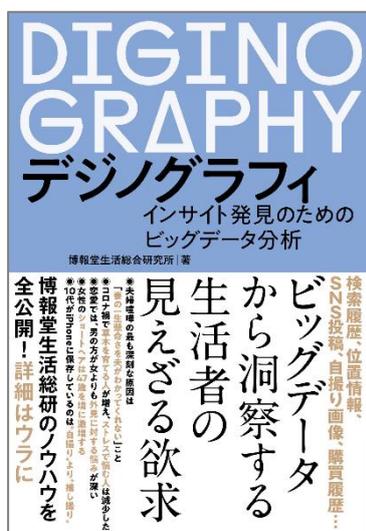
著：博報堂生活総合研究所

このたび、博報堂生活総合研究所（以下、生活総研）が、書籍『デジノグラフィ インサイト発見のためのビッグデータ分析』を出版しましたので、お知らせいたします。

「デジノグラフィ」とは、デジタル空間上のビッグデータを「エスノグラフィ」（文化人類学などで用いられる行動観察）の手法を用いて分析することで、生活者の見えざる価値観や欲求を発見する、生活総研の新しい研究アプローチです。

本書では、検索履歴や位置情報・SNS投稿・自撮り画像・購買履歴など身近な行動データを徹底観察して生活者の本音（インサイト）を明らかにするほか、生活総研独自の分析手法やノウハウを誰もが活用できる「10の技法」としてご紹介しています。「ビッグデータ活用によってマーケティングを効率化することはできたが、新しい企画を生み出すヒントの発見にもつなげたい…」と感じている方にぜひ読んでいただきたい一冊です。

ビッグデータが持つ新たな可能性を提案する本書を、ビジネスアイデア創出のヒントとしていただければ幸いです。



「デジノグラフィー インサイト発見のためのビッグデータ分析」

著：博報堂生活総合研究所

仕様：四六判・229ページ

定価：2,035円（本体1,850円＋税）

発行：宣伝会議

書店発売日：2021年3月5日（金）

Amazonリンク：<https://www.amazon.co.jp/dp/4883355101>

目次

1章 なぜ今、デジノグラフィなのか？

- ・ ビッグデータはあなたの第三の眼
- ・ 民主化されるビッグデータ分析
- ・ デジノグラフィ流、ビッグデータの歩き方

2章 隠れた本音と無意識をあばく

- ・ 建前抜き、恋愛の本音をあばく
- ・ 夫婦喧嘩の本音をあばく
- ・ 生活者自身が知りえない、無意識の行動をあばく
- ・ コロナ禍の検索データに現れた本音
- ・ インスタ映えの本音をあばく
- ・ Wikipedia に現れる、みんなの無意識

3章 膨大なデータ量をもたらす、驚きの解像度

- ・ 年代から年齢へ 新たな壁を可視化する
- ・ 波形を重ねることで見えてくるもの
- ・ 帯域から点へ、ピンポイント分析でわかること
- ・ n=1 を継続的に追う
- ・ マイビッグデータの時代にできる新しいアンケート調査
- ・ 億単位の生声をもたらすもの

4章 今日からはじめるデジノグラフィ 10 の技法

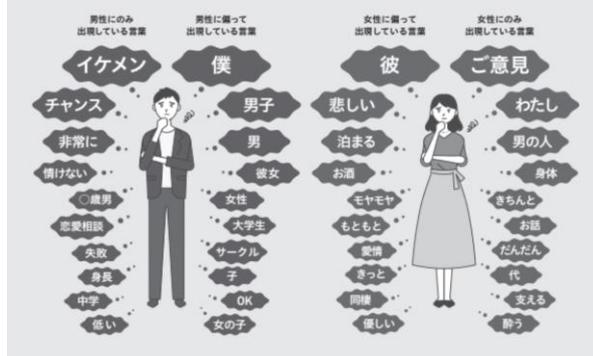
- ・ ビッグデータをフィールドワークする
- ・ ビッグデータの観察技法
- ・ キラーデータの抽出方法

本書の特徴

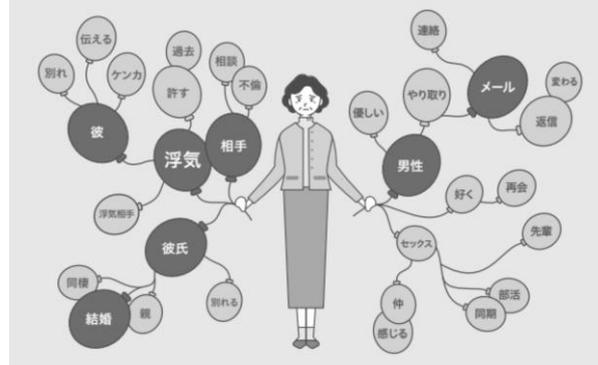
1. インフォグラフィックを多用し、調査結果をわかりやすく解説！

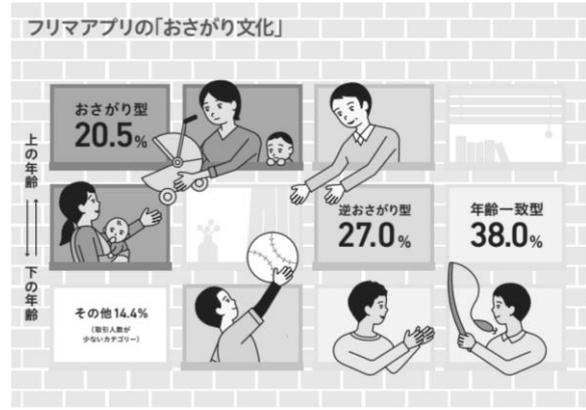
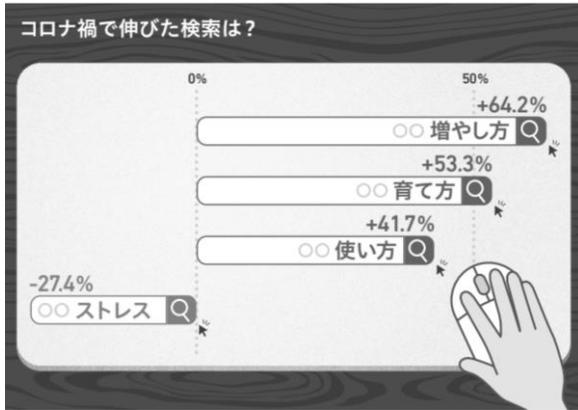
デジノグラフィによって明らかになった様々な発見を、インフォグラフィックを多用して楽しく、わかりやすく伝えます。

20代男女 恋の悩みランキング



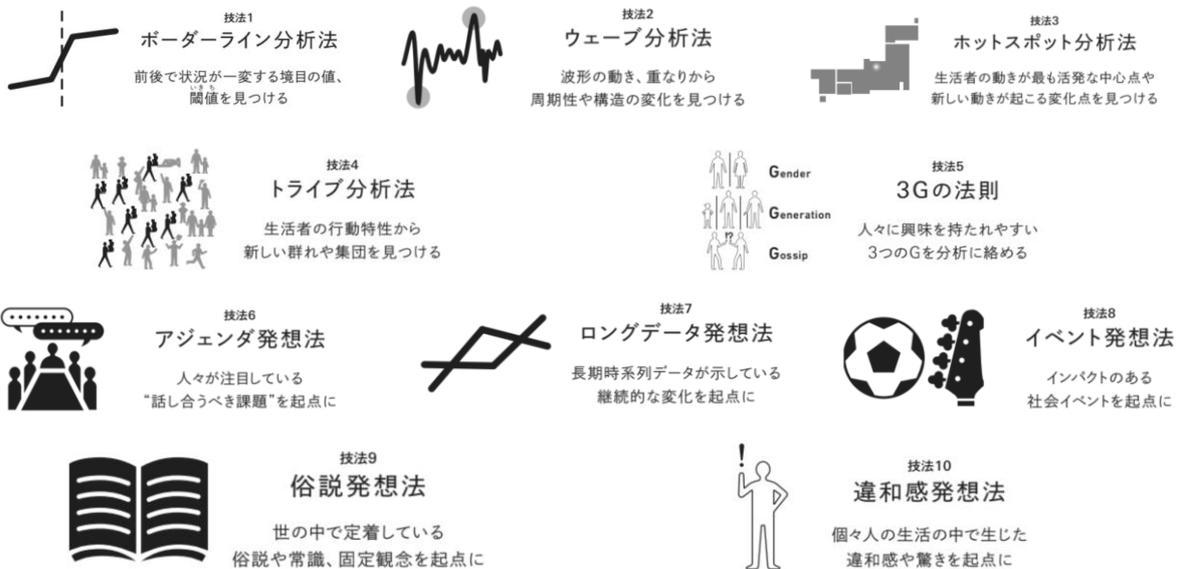
60代女性 恋の悩みワードマップ





2. Yahoo!知恵袋、メルカリ、オンライン家計簿 Zaim などとの共同研究成果を発表
 Q&A サイトやフリマアプリ、オンライン家計簿サービスなどをはじめとする、多数の外部パートナーとの共同研究の成果を紹介。身近なサービスに蓄積されたデータを分析することで、いまの日本人の行動や意識を浮き彫りにします。

3. 今日から使える、デジノグラフィの 10 の技法とノウハウを全公開
 生活総研がこれまで蓄積してきた 10 の技法を、誰でも使えるデジノグラフィの手法として全公開。特別な解析や専門的なスキルは必要ありません。文系でもエクセルができれば十分できる、ビッグデータ分析のノウハウを公開しています。



著者紹介

博報堂生活総合研究所
 1981年、「生活者発想」を標榜・実践する博報堂のフラッグシップ機関として設立。人を消費者だけにとどまらない多面的な存在：「生活者」として捉え、独自の視点と手法で研究している世界でも類を見ないシンクタンク。主な活動として、生活者の変化を長期にわたって追う時系列調査や生活者と暮らしの未来の予見・洞察などに加え、近年はデジタル空間上のビッグデータをエスノグラフィの視点で分析する『デジノグラフィ』の研究も推進中。その成果は書籍、発表イベントやWebサイトを通じて広く社会に発信している。

○執筆者プロフィール

堀 宏史（ほり・ひろし）

博報堂 博報堂生活総合研究所 所長代理

1993年博報堂入社。得意先のデジタルマーケティングに関わる業務に従事。2019年より現職。カンヌクリエイティブフェスティバル、スパイクス、アドフェスト、ロンドン広告祭、文化庁メディア芸術祭グランプリなど受賞歴多数。

酒井 崇匡（さかい・たかまさ）

博報堂 博報堂生活総合研究所 上席研究員

2005年博報堂入社。マーケティングプランナーとして、教育、通信、外食、自動車、エンターテインメントなど諸分野でのブランディング、商品開発、コミュニケーションプランニングに従事。

2012年より現職。著書に『自分のデータは自分で使う マイビッグデータの衝撃』（星海社新書）がある。

佐藤 るみこ（さとう・るみこ）

博報堂 博報堂生活総合研究所 上席研究員

2004年博報堂入社。飲料、食品、製薬、化粧品など様々な企業の商品開発、コミュニケーション戦略立案、ブランディング業務に従事。2019年より現職。

生活総研「デジノグラフィ」特設サイト



生活総研の「デジノグラフィ」特設サイトでも、本書で紹介している調査結果の一部をご覧いただくことができます。

<https://seikatsusoken.jp/diginography/>