

嘘研究からマーケティングリサーチへ

株式会社クロス・マーケティング
リサーチプランニング部

齊藤和音 (さいとう かずね)

私は、一般企業就職で現在の勤務先である「株式会社クロス・マーケティング」に入社、7月より現在の配属先「リサーチプランニング部」にて社会人を始めた“できたてほやほや”の新社会人です。心理学を専攻していた私がマーケティングリサーチ企業へ入社することとなった経緯、および現在の業務内容について、拙文ながら執筆いたします。

入社まで

日本心理学会第74回大会（大阪大学）で仁平義明先生、佐藤拓先生のポスター発表を拝見したことをきっかけとして、大学・大学院では虚偽判別能力の個人差に関する研究を行ってまいりました。人が虚偽判別を行う場合、嘘をつく側の要因や嘘を見破る側の要因、嘘をつく人とつかれる人の関係性など、さまざまな要因が複雑に絡み合っていることが想定され、他者の話を嘘と認識するプロセスは非常に複雑であると考えられます。このような「虚偽判別の正確性を規定する要因」について検討することは、私にとって大きな挑戦でした。頭を抱えることは多くありましたが、興味が尽きることはなく、大学院修士を終えるまで同研究を続けました。

こうした研究を進めるにあたって、統計手法を学ぶことは必須でした。大学時代は独学で統計を学び、大学院でも自分から積極的に分析法を学ぶ機会を作りました。

理解が深まるにつれて統計への興味は増し、大学院修了後も統計・分析に関わることをしたい、そんな思いを持ちながら行った就職活動の結果、縁あって現在の勤務先へ入社することになりました。

現在の業務内容

勤務先である株式会社クロス・マーケティング（以下CM）は、マーケティングリサーチを主な商材としている企業です。請け負う調査手法は幅広く、ネットアンケートモニターに回答してもらうWEB調査や郵送調査などの定量調査、グループインタビューやMROC（Marketing Research Online Community）などの定性調査等、依頼主の目的や課題に合わせてさまざまな調査手法を用いています。現在CMにおいて依頼を受ける調査は、マーケティングリサーチ市場の潮流ということもありますが、6割がWEB調査といった状況です。

このような企業の中で、私はリサーチプランニング部という部署に所属し、一連の調査を実際に行う業務にあたっています。具体的には、依頼主の課題解決に役立つ情報を得るための調査企画・提案をすることや、依頼いただいた各調査そのものの実施、調査から得られたデータの要点をまとめた報告書の作成、それに付随した提言

Profile—齊藤和音

2012年、文教大学人間科学部心理学科卒業。2014年、文教大学大学院人間科学研究科人間科学専攻修士課程修了。健康心理士、認定心理士取得。2014年より現職。専門は社会心理学。



勤務先のデスクにて

や報告会を行うこと等です。依頼主の業界・業態によって調査の色は大きく変わるため、調査一つが始まるごとに、業界・市場を研究することから始め、依頼主が求める形式で結果を納品するまで、非常に幅広い業務範囲だと感じています。

現状、ベテランリサーチャーの指導を受けながら、調査実施に関わる作業（調査画面のテキストチェックや報告書・グラフ作成など）を仕事の中心としています。それでも企画書作成の機会を得たり、市場調査での分析を行ったりと、少しずつ核となる部分の経験をしています。いずれは一人で調査を企画・実施し、依頼主と共に調査結果で一喜一憂できるリサーチャーとなるため、今は一歩ずつ、学びの日々を過ごしています。