

博報堂生活総合研究所の2003年の研究テーマ

モノの意味を探るプロジェクト ~ モノのゲノム

monom (モノム)™

博報堂生活総合研究所では、毎年、生活者の変化と実態を探るために独自のテーマを設定し、調査分析したものを「テーマ調査」として発表してまいりましたが、本年は、プロジェクトとして、年末まで、さまざまな活動を通じて研究していく事になりました。

研究プロジェクトのテーマは「モノの意味を探る」です。消費が不透明な今、「生活者が欲しいモノ」はどのようなものなのか、これからのプロダクトの方向性を見出すことを、機能やデザインに加え、使用する感情もふくめた「モノの意味」について研究を続けています。

博報堂生活総合研究所では、これら「モノにまつわる意味の集まり」を「モノの遺伝子たちの集合体＝ゲノム」ととらえ、「monom(モノム)」と名づけました。

「monom」が見えてくれば、次に開発されるべき商品も発想しやすくなります。本プロジェクトでは日本の一般家庭の日常生活を支えているモノを独自の視点で121品目選び、monomの抽出を試みました。また、生活者の「夢のプロダクト」についての研究も進めています。

現在、実施している「monom」に関わる、さまざまな調査や活動成果は、「博報堂生活総合研究所テーマ調査2003」として、11月に発刊するほか、11月6日より、その研究成果を具体化する展示会を行って一般に公開致します。

monom プロジェクト 調査 <11月発表予定>

- ・3047人の生活者に生活におけるものの意味を明らかにするための調査を実施（郵送法・訪問留置き法）。回答を分析し、モノの意味を68の要素に分解、これらの要素を用いて、モノそれぞれについて「意味の連鎖図」(monom mandala)を描き、それぞれのmonomを明らかにしていきます。
- ・また、「家族訪問調査」による、徹底的な定性分析、「自由発想によるアイデア調査」も実施しています。

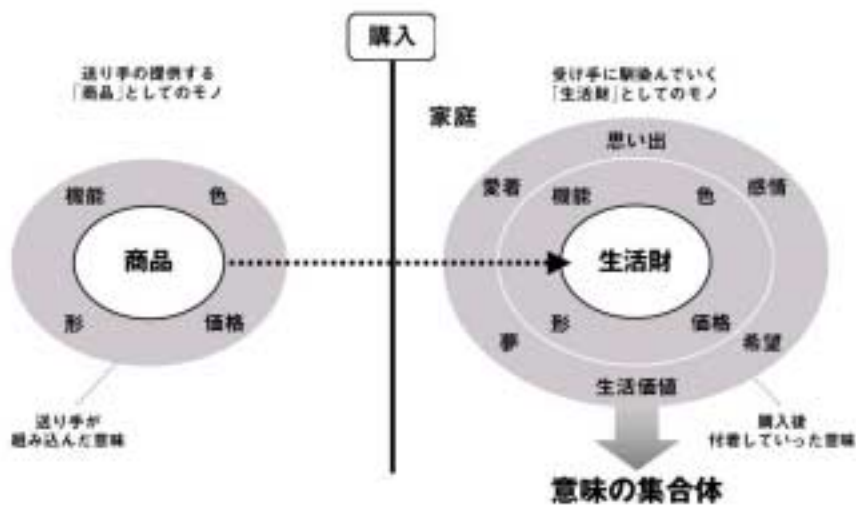
monomプロジェクト 発表予定

- ・出版物 : 「博報堂生活研究所テーマ調査2003~monom」  
2003年11月初旬、博報堂より出版予定
- ・展示イベント : 「monom museum 展」「monom factory 展」  
2003年11月6日~12月2日  
リビングデザインセンターOZONEにて開催

## <monomとは？ 参考資料>

### ◆ モノの意味とは？

作られたときの機能やデザインなどがもたらす意味。  
使っていくうちに少しずつ付着していく新たな価値や感情、思い出などが生み出す意味。  
ひとくちに意味といっても色々な表情があります。  
メーカーなどの送り手が「商品」としてモノに組み込んだ意味に加え、  
そのモノが受け手である生活者に購入され、「生活財」として生活になじんでいくなかで、  
モノには、新しい意味が堆積していきます。  
下の図のように、生活の中に存在するひとつひとつのモノは、  
さまざまな意味の集まりから成り立っている。それが私たちのモノのとらえ方です。



### ◆ monom という新発想

私たちのまわりに「生活財」として存在している、モノ。  
それらを形づくっている意味の集まりは、生きものに照らし合わせてみるなら、「モノ遺伝子の集合体」といことができます。  
いわば、「モノのゲノム」。そこで、私たちは monom となづけました。

モノのゲノム = monom(モノム) = 生活者がモノに対して感じる意味の集合体



## ◆ monom から見えるもの [タテからヨコの発見へ]

### タテの発見

ひとつひとつのモノごとに、暮らしの中で生活者が感じている monom を分解することで、そのモノに付着している意味を明らかにできます。これを「タテ型分析」と呼んでいます。

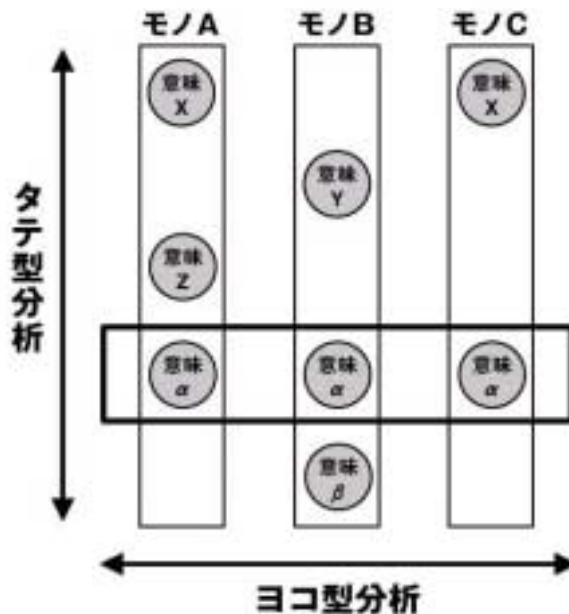
### ヨコの発見

一方、複数のモノの間の意味のつながりをヨコに見ていくという手法があります。

これを「ヨコ型分析」と呼びました。

モノではなく、意味をもとに見ていくことで、意外なモノ同士がある特定の意味でつながってくる。この発見が、これまでとは異なるモノづくりを可能にします。

このように、タテとヨコの両方からモノの意味を探ることで、次に開発されるべき商品の方向が見えてくるのです。



## ◆ monom を読みとる手法

今回は、日本の一般家庭の日常生活を支えているモノを独自の視点で 121 品目に絞りました。そして、モノの意味の集合体である monom の構造を明らかにしました。

モノの意味には、生活者自身がすでに意識しているものだけでなく、生活者自身は意識していないものもあります。

そこで、意味を探る手法として、主に定性調査を用いました。「何%が『はい』と答えました」といった定量的なアンケート調査だけでは、生活者の意識において、顕在化している意味しか見つけることができません。私たちは、いくつかの定性的アプローチを組み合わせ、意識の水面下で眠っている無意識の意味を抽出することを試んでいます。