

**生活者の深層心理を調査するプログラム**  
**「ZMET調査」を博報堂が日本で独占的に提供**

博報堂はこのほど、生活者の深層心理について、心理学や脳科学を用いて分析する新しい調査手法「ZMET調査 (Zaltman Metaphor Elicitation Technique: ザルトマン・メタファー表出法)」を活用した調査プログラムの提供を開始いたしましたのでお知らせいたします。

「ZMET」は、ハーバード大学経営大学院のジェラルド・ザルトマン名誉教授が開発した調査手法で、同教授はこの手法に関し特許を取得しています。

博報堂では、このZMETのライセンサーであるアメリカのOZA (Olson Zaltman Associates) と、日本でのZMETの実施・販売における排他契約を締結し、ZMET手法に基づいた調査プログラムを開発いたしました。

ZMETは、「人間はイメージ（映像）やメタファー（比喩）によって思考する」という前提に基づき、イメージやメタファーを活用しながら調査対象者の潜在意識や深層心理を探ろうとするもので、心理学や脳科学をマーケティングに学際的に応用研究することで生まれました。すでに、欧米の先進企業において積極的に採用され始めています。

具体的には、対象者との1対1のデプスインタビューによって、実施されます。調査対象者には事前に調査内容に関連したテーマに基づき、写真や絵を8～10枚選んできてもらいます。そして、その写真や絵を選んだ理由などをインタビューで質問しながら、対象者の潜在意識を浮かび上がらせていきます。

これまでのマーケティングに基づいた調査は顕在意識を数値化することによって、データとして活用していましたが、本手法は、顕在意識とともに潜在意識が消費行動に与える影響を明らかにすることが可能となり、新商品開発やブランディング、広告アイデアづくりのみならず、事業戦略の策定やインナーヒアリングなどの領域でも大きな役割を果たします。

ZMETの実施は、弊社のブランド戦略に関する専門チーム「ブランド・デザイン」と研究開発局が、ZMETのトレーニングを受けた専門家を養成し、プロジェクトの設計、管理・運営、最終報告書作成までを一貫して請負います。

## 「ZMET」プログラム概要

- PHASE 1 プロジェクト準備  
トピックの選定・調査対象者収集・ビジュアル収集依頼
- PHASE 2 ZMET インタビュー  
対象者が持参したビジュアルについての個別インタビュー（約2時間）  
さまざまなインタビュー手法をもちいてさまざまなイメージ構成要素の抽出
- PHASE 3 ZMET 分析
  - ・ソフトウェアを用いた、抽出されたイメージ構成要素の関係性を分析
  - ・全対象者の関係性マップを統合したマップの作成
  - ・・・・その他数種類の手法を駆使して分析
- PHASE 4 イマージョン・セッション（共同解釈 仮説創造）
  - ・クライアントとZMET調査者の共同で分析結果の解釈と戦略への示唆について議論

### <ご参考>

#### 博報堂ブランドデザインチーム>

ブランドの価値規定からアウトプットの創出まで、一貫したブランディング活動創出をサポートする専門チーム。戦略立案からクリエイティブまで、ブランド構築に必要なあらゆるソリューションをワンストップ・サービスで提供します。

#### オルソン・ザルトマン・アソシエイツ(OZA)

博報堂がZMETの日本における実施・販売の独占権を契約した会社。ジェラルド・ザルトマン氏とジェリー・オルソン氏がZMETの専門会社として設立したリサーチ・コンサルティングファームで、ZMETのライセンサーである。マサチューセッツとピッツバーグにオフィスがある。

##### ・ジェラルド・ザルトマン

OZAの創始者で、ZMETの開発者。1991年よりHBSの名誉教授で、HBSの「心・脳・行動」研究所のメンバー。AMA (American Marketing Association)の調査で、マーケティング学術引用頻度でナンバー5に入る。

##### ・ジェリー・オルソン

OZAの創始者で、ザルトマン氏のパートナー。ペンシルバニア州立大学のマーケティングの教授。消費者心理学のPHD。マーケティング・エデュケイター誌で、アメリカにおけるベストマーケティング・リサーチャーと呼ばれている。

本件に関するお問い合わせ

博報堂

広報室  
ブランドデザインチーム

宮川、泉谷  
田邊、宮澤

Tel : 03-5446-6161  
Tel : 03-5446-8646