

複製不可

HITACHI
Inspire the Next

仮説構築と調査検証

講義資料

株式会社 日立インフォメーションアカデミー

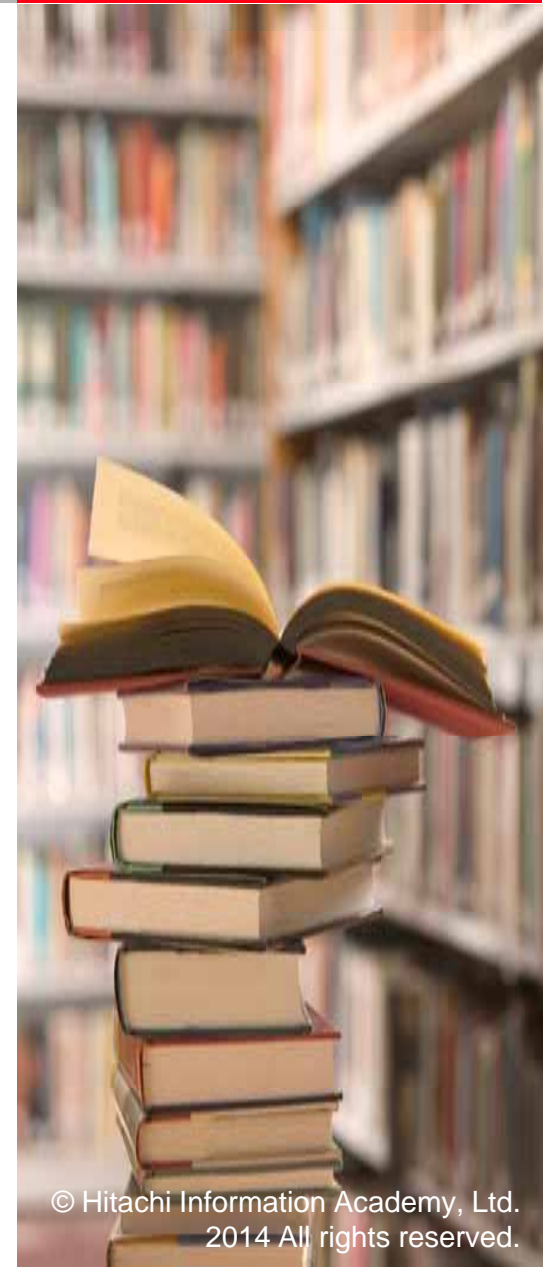
**Human Dreams.
Make IT Real.**



© Hitachi Information Academy, Ltd.
2014 All rights reserved.

Contents

1. はじめに
2. 二次情報で初期仮説を掘り下げる
3. ヒアリングで仮説を掘り下げる
4. アンケートで結論を得る
5. そして実務へ

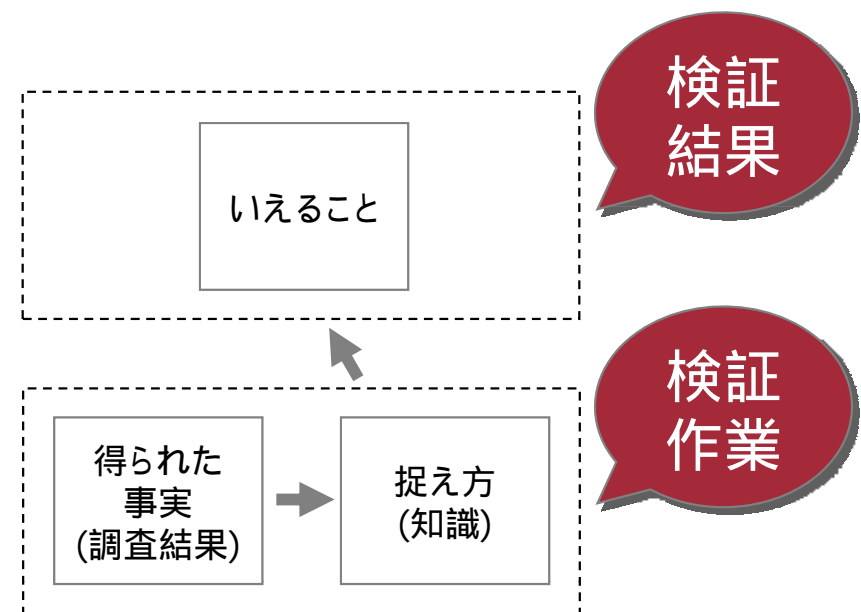
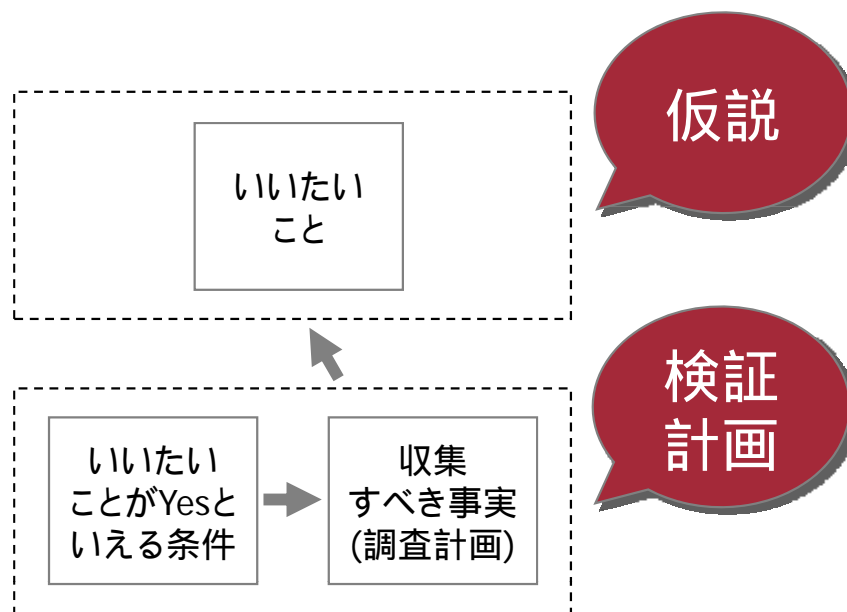


1-2. 仮説と検証の関係

仮説に対し「なぜそう言えるのか」を確かめるのが検証です。仮説構築のときには「何がいえればよいか」を考えます。そして、調査によって得られた事実から「だから何が言えるのか」を読みとることで、検証結果として意味合いや新たな仮説が導けます。

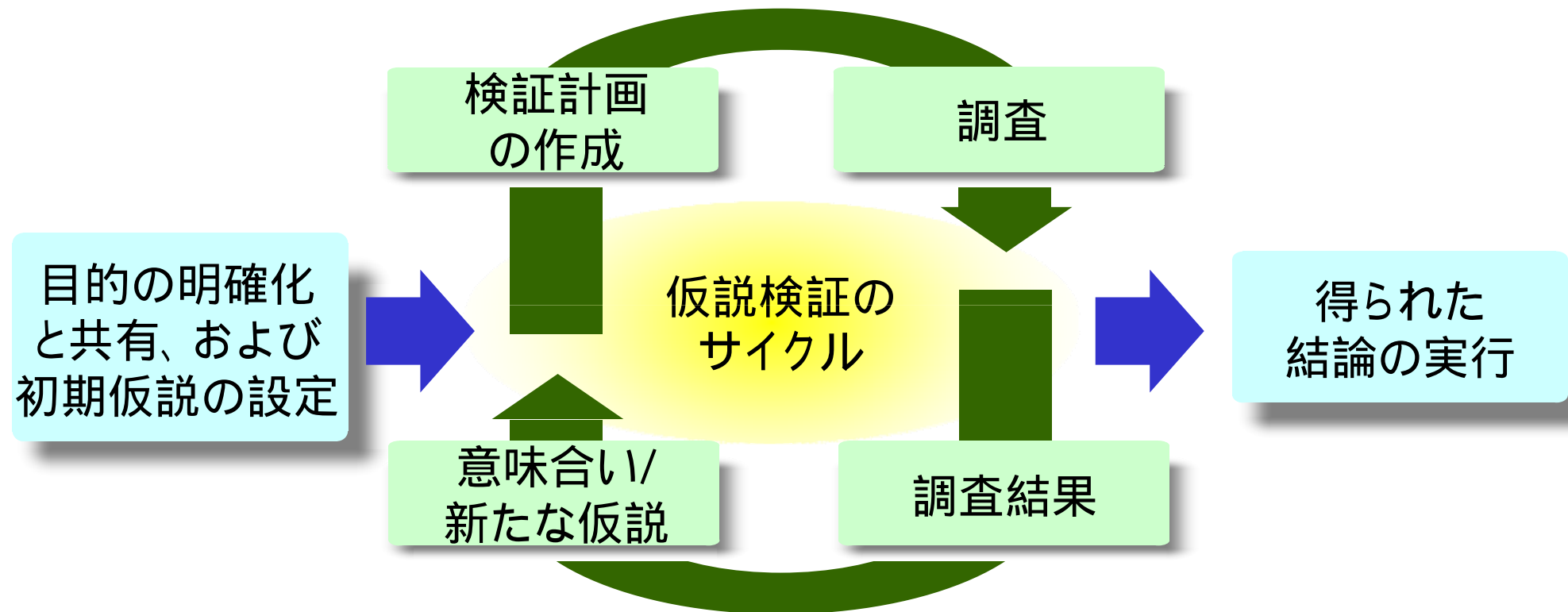
調査前に考える
「何が言えればよいか」の論理
= 検証計画

調査後に考える
「何が言えるか」の論理
= 仮説構築



1-4. 仮説検証のサイクル

調査結果を考察することで「何が言えそうか」という新たな仮説が導けます。その新たな仮説を調査検証することで、さらに深い仮説が導けます。仮説検証は繰り返すことでより高い価値を発揮します。



1-6. 仮説の深さによる調査方法の違い

仮説の深さに応じた調査方法があります。仮説が浅い段階では調査方法は仮説の探索的目的であり、深くなるほど立証的な目的を持ちます。

		調査方法	調査目的	主な調査例
仮説を立てるための調査	二次情報	既存の分析結果	✓初期仮説の設定	✓外部公開情報 官公庁資料/市販出版物/IR情報/ ソーシャルメディア
		既存の蓄積情報	✓初期仮説の検討 価値の検討	✓社内蓄積情報 顧客データ/販売データ/過去調査記録/ ログ解析
	一次情報	見聞きする 定性調査	✓新たな仮説の 発見と仮説の深化	✓観察調査 購買行動/生活行動/ユーザビリティ ✓聞き取り調査 グループインタビュー/デプスインタビュー
		定量調査	✓仮説の定量的検証	✓アンケート調査 留置/訪問/街頭/来場/郵送/ 電話/インターネット
仮説を確かめるための調査		実験・テスト	✓仮説の実検証と 検証結果の確定	✓テストマーケティング