

◇消費者の「生」の声からニーズを探る

# グループインタビュー

「グループインタビュー」とは、少人数（1グループ当たり6～8名程度）の対象者に対して、司会者が座談会形式でインタビューを行い、その回答（発言）から対象者の深層心理を捉えるための調査手法です。

対象者の生の声をダイレクトに確認することが可能であり、アンケート調査のような定量調査では捉えきれない、行動の裏側にある消費者心理を把握することが可能です。

アンケート調査が、調査対象者に質問して得た回答をもとに数量的なデータを収集する方法である定量的なものであるのに対し、グループインタビューは、数値では捉えにくい、心理や価値観について捉えることができる定性的なものです。

一人から聞くよりも複数人に対して同時にインタビューをすることにより、自由なディスカッションや、会話の過程でお互いの発言に触発を受けることにより、“生活者側からの新しい発想”を引き出すのに有効です。また、アンケート調査ではわからない、心理面や価値観を引き出すことができる点が「パーソナルインタビュー（デプスインタビュー）」と異なります。

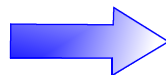
市場など集団としての消費者の心理・行動（過程）を把握するようなケースに向いています。

II  
グループインタビュー

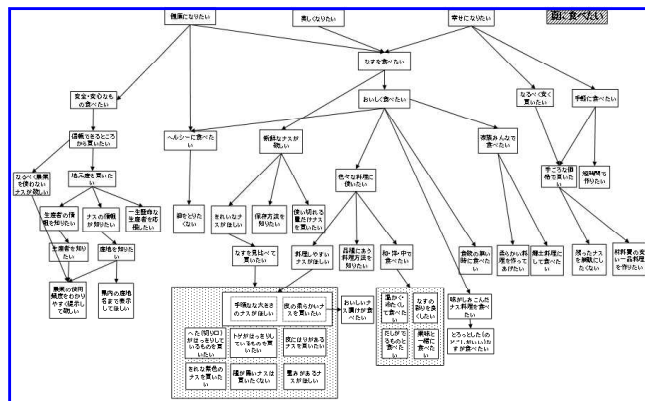


グループインタビュー

テープ起こし、  
ニーズの抽出



構造図作成



グループインタビューって、インタビューした後の作業が重要なんだね！



補足アンケート調査

## グループインタビューの流れ

グループインタビューを実施する際の、大まかな流れは次のようになります。

### 調査企画書の作成

関係者で集まり、調査目的、課題、対象者、実施場所、スケジュール、費用、インタビューフロー等を決定します。



### 参加者の募集

30～40歳代、50～60歳代など、調査目的に沿った年代層の参加者を募集します。特定人物の意見に偏らないよう、できるだけ面識のない同士のグループとします。



### 参加決定者への通知 と事前アンケート

応募者への参加決定の通知に併せて、参加者の属性や嗜好等を把握するための事前アンケートを実施します。



### インタビューの実施

グループインタビューの実施に際しては、司会者の他に必ずアシスタントを設けます。実施直後には、関係者によってグループインタビュー結果の概要を検討します。



### 議事録等の作成

録音記録等からテープ起こしを行い、インタビュー内容の議事録を作成します。



### ニーズの抽出と 構造図の作成

作成した議事録の中からニーズを抽出します。このニーズの上下関係（基本的なニーズか、具体的なニーズか）や横の関係（安全安心、価格、食べ方など）を表した構造図を作成します。



### 結果のとりまとめ

ニーズや構造図を基にグループインタビューの結果を取りまとめ、補足アンケート調査の項目を決めます。



### 補足アンケート調査 の実施

ニーズの未充足状況を明らかにするため、補足アンケート調査を行います。



### 報告書の作成

グループインタビューの結果と補足アンケート調査の結果を併せて報告書を作成します。

# 調査企画書の作成

グループインタビューを行いたい場合は、どのような調査を行うのかを関係者間で意思統一するためにも、まず、調査企画書を作成しましょう。

## 1) 調査企画書の項目

調査企画書には、以下のような項目について検討し記載します。

### ① 調査目的

調査を実施する背景にはどういったことがあるのか、また、調査することでどういったことを明らかにしたいのか等を、時間をかけてディスカッションし、調査の背景、課題、解明点などを明確にします。

- 新規参入を行うマーケットにおける現ユーザーの意識を把握したい
- 自社ユーザー、他社ユーザーに対してなぜその商品を選択するかを確認したい
- 新商品コンセプトの消費者における評価とその意識を確認したい
- 消費者意識を量的データとして捉える前に、しっかりとした仮説の作り込みをしておきたい

### ② 調査課題

調査目的を再確認して、課題を明確に整理します。

具体的な質問作成に当たっては、どういった切り口で話題を提供すると、対象者の発言を引き出すことができるのかを、その流れも含めできるだけ時間をかけて考えることが必要です。

### ③ 調査対象者条件（リクルート条件）

グループインタビュー参加者の性別、年代をどうするか、どこの地域の人を対象とするかなど、参加者の条件を設定します。

### ④ 実施場所

参加者の集まりやすさ、気軽にディスカッションできる雰囲気、記録や別室でのモニタリングのしやすさ等を考慮して、実施会場を設定します。

### ⑤ スケジュール

グループインタビュー参加者の募集から報告書の作成までの一連の作業スケジュールを作成します。

### ⑥ 調査経費

グループインタビュー参加者の募集、グループインタビュー会場・機材の確保、司会者への手当、補足アンケート調査等、必要となる経費を積算します。

必要経費と予算との兼ね合いで、実施状況も変わってくる場合もあります。

### ⑦ インタビューフロー

調査課題に対応した、インタビューフロー（簡単なシナリオ的なもの）を作成します。

## インタビューフローの例

ここに、インタビューフローのサンプルを示しておきます。

- 導入（30分）
    - ・あいさつ、本日の目的・進め方の説明（5分）
    - ・参加者自己紹介（10分）
      - 名前、住所、家族構成、ふだんの生活スタイルなど
    - ・話し合いの練習（15分）
      - 〇〇のイメージについて
  - 本題（90分）
    - I. 〇〇の食べ方・食べるシーンについて（20分）
      - ・どのようにして食べていますか？
      - ・どんな時、何処で、誰と、どのように食べていますか？
      - ・調理方法について教えてください？
      - ・外食で食べる状況や場所を教えてください？
    - II. 普段、購入している〇〇について（15分）
      - ・普段、〇〇を買って食べていますか？
      - ・何処の産地（銘柄、商品名）のものを買いますか？
      - ・一度にどのくらい買っていますか？
      - ・〇〇と一緒に買うものはありますか？
      - ・〇〇の加工品を買っていますか？
      - ・〇〇の加工品の評価をお聞かせください。
    - III. 〇〇購入時の様子、情報収集活動について（20分）
      - ・どこで購入していますか？
      - ・商品を選択するポイントは何ですか？
      - ・商品選択基準の主な情報源は何ですか？
    - IV. 〇〇に対する不満、満足度について（20分）
      - ・今の〇〇に対して不満なことや満足していることは何ですか？
      - ・要望したい商品やサービスは何ですか？
    - V. 既存商品と△△産地の〇〇との比較について（15分）
      - ・目の前の数種類の〇〇の中で買いたいものを選んでもらう。
      - ・それを選んだ理由はなんですか？
- 終了（計2時間）

## 参加者の募集

調査企画書の作成が完了したら、その企画書に沿って作業を進めます。

グループインタビュー実施に当たっては、まずは、参加者がいなければ始まりません。グループインタビューを行う上で、まず、初めのハードルとなるのが、グループインタビュー参加者（対象者）の募集（リクルート）です。

参加者は、おおよそ同じ年代（例えば、30～40歳代グループ、50～60歳代グループなど）で構成しなければなりません。可能ならば、対象品目を購入するグループと購入しないグループに分けると、さらに詳細なデータが得られます。

また、特定の人の意見等に偏ることを防止するためにも、知り合い同士などはなるべく避ける必要があります。

参加者の募集の例を下に示します。

## グループインタビュー参加者募集のお知らせ（例）

本県の農業振興につきましては、日頃格別の御協力を賜り厚くお礼申し上げます。  
 このたび、宮城県産の〇〇をより良い商品として皆様にお届けするために、グループインタビューを実施することとなりました。  
 つきましては、調査へ協力していただける方を募集します。報償や旅費弁済はありませんが、農業振興のため、御協力いただける無償ボランティアとしてお願いしております（対象農産物等のお土産付き）。

### グループインタビューとは？

6～8名程度の人に集まっていただき、司会者の進行のもとで、調査対象品目に関する購買や食べる時の様子、生産や販売への要望等について、日頃感じていることをグループで井戸端会議のように、自由にお話しいただく方法です。時間は2時間程度です。

### 〇〇の購買や利用に関するグループインタビュー

- (1) 日時 平成〇〇年〇月〇日 ( ) 午前の部 9:30～11:30 (7名募集)  
 午後の部 13:30～15:30 (7名募集)  
 ※午前、午後どちらか1回の参加です。  
 ・当日は、〇〇の試食も予定しております。

- (2) 場所 宮城県農業・園芸総合研究所 6階応接室  
 (右記地図を参考)  
 住所：〒981-1243  
 名取市高舘川上字東金剛寺字1番地  
 電話：022(383)〇〇〇〇

地図

- (3) その他 研究所へは車での御来所も可能ですし、地下鉄  
 富沢駅から研究所まで送迎もいたします。

- その他 ・各当日は心ばかりのお土産を用意しております。お気軽に御参加ください。  
 ・調査に御協力していただいた場合、皆様の名前や個別の情報を公表することはありません。  
 ・御協力していただく方には、後日詳しい御案内を送付いたします。  
 ・応募者多数の場合には抽選となりますので御了承ください。

調査へ御協力いただける方は、別紙申し込み用紙に必要事項を御記入の上、〇月〇日 ( ) までにFAX、又は郵便（同封の返信用封筒を御利用ください）で御返送ください。（今回、参加できない場合返送は不要です。）  
 なお、御不明な点は下記担当者までお気軽にお問い合わせください。

調査担当：宮城県農業・園芸総合研究所 情報経営部 〇〇  
 TEL 022(383)〇〇〇〇, FAX 022(383)〇〇〇〇  
 Eメール marc-an@pref.miyagi.jp, ホームページ http://www.pref.miyagi.jp/res\_center/

## F A X及び郵送用返信用紙（例）

F A Xの場合は下記の送り先へ御返送ください。郵便の場合は、同封の返信用封筒を御利用ください（FAXの場合、通常のNTT通信料がかかります）。

送り先：宮城県農業・園芸総合研究所 情報経営部 ○○ あて  
F A X番号：0 2 2 - 3 8 3 - 0 0 0 0

案内いたしました調査に御協力いただける方は下記の事項に記入してください。

御都合のよい時間帯すべてに○を記入してください。  
また、予定されている交通手段について、当てはまるものを○で囲んでください。

テーマ	開催日	時 間	○記入欄	交通手段（いずれかに○）
○○の利用や購入に関すること 会場：農業・園芸総合研究所 （名取市高館） 自家用車可	平成21年 ○月○日（ ）	午前の部 9時30分～11時30分	<input type="checkbox"/>	自家用車 送迎車使用(地下鉄富沢駅)
		午後の部 13時30分～15時30分	<input type="checkbox"/>	自家用車 送迎車使用(地下鉄富沢駅)

※午前と午後、どちらも都合がよい場合は、どちらにも○を記入してください。  
※参加時間帯は応募状況等により、調整させていただくことがありますので、御了解ください。

以下の問いにお答えください。

- お名前 \_\_\_\_\_
- 生年月日 昭和 \_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_ 日（年月まででも構いません） ●職業 \_\_\_\_\_
- 日中連絡が取れる電話番号 \_\_\_\_\_ ●F A X番号 \_\_\_\_\_
- 住所（〒 \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_） \_\_\_\_\_
- 家族構成 \_\_\_\_\_ 人
- をどのくらい食べていますか？  
 よく食べる     時々食べる     あまり食べない

○○月○○日（ ）までに御返送ください。

※なお、参加決定者には、○○月○○日以降に詳しい御案内をいたします。  
応募者多数の場合には抽選となりますので御了承ください。

地域の消費者組織などに協力してもらったり、関係機関の消費者モニターを活用したりして参加者を募るのが簡単ですが、農産物販売会や量販店で募集を行うことも一つの方法です。

1回当たりの参加者数は6名で実施するのが基本ですが、急な欠席等を見越して7名程度募集するのが良いでしょう。

## 事前アンケートの実施

応募者の中から、グループインタビューに参加してもらう人を選んだら、該当者に対して、参加者として選定した旨のお知らせと、当日の詳しい資料等を送付するとともに、事前アンケートを行います。

事前アンケートは、例えば、極端に無農薬栽培志向であるなどの参加者の特定の志向等の情報を得るために行うものです。司会者が事前に情報を得ておくことで、グループインタビュー時に全体が特定意見に偏っていかないように、進行をスムーズに実施ことができます。

このようなことから、応募者が多数の場合は、参加者決定の前に事前アンケートを実施し、事前アンケートの結果を利用して参加者を決定する方が良いでしょう。

## 1) 事前アンケートの設問

事前アンケートでは、以下のような内容を質問すると良いでしょう。

- 属性項目：名前，居住年数，家族構成，職業（本人と世帯主），出身地など
- 買い物の状況：野菜の購入頻度，購入先，購入時に重視する項目
- 調理状況：品目別調理名，調理頻度
- 加工食品の利用状況：冷凍食品，惣菜，カット野菜等

事前アンケートの例を下に示します。

※FAXで送る方は下記の番号へ送ってください。

FAX番号 022-383-0000  
宮城県農業・園芸総合研究所 情報経営部 〇〇宛

### 野菜の購買及び消費に関する事前アンケート（例）

■ご記入上の注意

あなたの御家族の中で、家族の食事を一番中心になって作っておられる方がご自分でなくても、あなた自身が回答くださるようお願いいたします。各設問の説明に従って、ご記入できる範囲でお答えください（よくわからない部分は記入不要です）。

1 お名前（ ）

2 居住年数（現在の住所に住み始めてから） 年

3 家族構成（同居している） 御自身も含めて 合計 人

あなたから見て	祖父・祖母	人	子供（12歳以上）	人
	父・母	人	子供（12歳以下）	人
	配偶者	人	その他（姉妹など）	人

4 あなたの職業（○は1つだけ）

1 会社員，公務員    2 自営業    3 自由業    4 パート，アルバイト    5 専業主婦  
6 その他（ ）

5 あなたの出身地

生まれ（ ）都・道・府・県，育ち（ ）都・道・府・県  
注）「育ち」は、あなたが最も長く過ごした所です。

6 よく読む雑誌名（ ）（ ）  
注）例えば、「オレンジページ」、「婦人公論」というように具体的に記入してください。

7 よく見るテレビ番組名（ ）（ ）  
注）例えば「おもいっきりテレビ」、「朝の連続テレビ小説」というように具体的に記入してください。

8 買い物状況について伺います。

1) 野菜など食料品の買い物の頻度はどれくらいですか。該当するものに○をつけてください。

1 ほぼ毎日    2 2日に1度    3 週に2度程度    4 週に1度程度    5 それ以下

2) あなたは、以下に示す食料品をそれぞれ主にどこから買っていますか。購入量が最も多い購入先を下の選択肢から選び、その記号を記入してください。また、そこから購入している理由を教えてください。

品目	最も多い購入先	購入先の名称	理由
野菜			
米			
果実			

■購入先の選択肢



II ステップ1「市場分析」

- |             |                 |        |        |              |
|-------------|-----------------|--------|--------|--------------|
| 1 八百屋       | 2 生協            | 3 スーパー | 4 デパート | 5 コンビニエンスストア |
| 6 農産物宅配サービス | 7 農家直売 (直売所を含む) | 8 その他  |        |              |

9 あなたは以下の野菜をどのようにして食べて (調理して) いますか。各野菜毎に、最も多い調理法と、その他の調理法を記入してください。また、季節によって食べ方が大きく異なる場合は、冬は鍋物、その他は炒め物というように複数記入してください。

	最も多い食べ方 (調理法)	その他の食べ方 (調理法) がありましたら記入してください
トマト		
レタス		
きゅうり		

10 あなたは以下の野菜を購入する時、何を重視して購入していますか。選択肢の中から最も重視していることをAグループから1つ選んで、回答欄にカタカナを記入してください。また、この最も重視していることは、何によって判断していますか。下のBグループの項目の中から判断しているもので重視している順に3つまで選んで、数字を記入してください。

	トマト	レタス	きゅうり
Aグループから選択			
	↓	↓	↓
Bグループから選択	1位		
	2位		
	3位		

Aグループ	ア 新鮮なもの	イ 安全性の高そうなもの	ウ 健康に良さそうなもの
	エ おいしそうなもの	オ 栄養がありそうなもの	カ 調理しやすそうなもの
	キ 安そうなもの	ク 環境によさそうなもの (形態, パッケージ)	
Bグループ	1 価格	2 色 (つやも含む)	3 キズ・すれ
	4 虫食い	5 形 (曲がり・奇形)	6 切り口
	7 はり	8 へた・じく	9 重さ
	10 大きさ (Lサイズ, 中玉等)	11 購入単位 (1個, 3個入り等)	12 香り
	13 音 (打音)	14 感触 (手触り, 弾力)	15 栽培方法 (有機栽培等)
	16 産地 (県, 原産地名等)	17 栄養表示 (ビタミン・カロチン等)	
	18 包装 (トレー, 袋, ラップ等)	19 品種	20 その他

11 下記の商品の使用実態について伺います。該当するものに○, 又は言葉を記入してください。

商品	使用状況	主な商品名	商品の評価	良い点	悪い点
冷凍野菜	1 よく使う 2 時々使う 3 あまり使わない 4 全く使わない		1 非常に満足 2 やや満足 3 あまり満足しない 4 全く満足しない		
カット野菜	1 よく使う 2 時々使う 3 あまり使わない 4 全く使わない		1 非常に満足 2 やや満足 3 あまり満足しない 4 全く満足しない		
惣菜	1 よく使う 2 時々使う 3 あまり使わない 4 全く使わない		1 非常に満足 2 やや満足 3 あまり満足しない 4 全く満足しない		

12 野菜の購入や調理などに関する意見や要望がありましたら、御自由に何でもお書きください。

御協力有り難うございました。今回、このアンケートでお聞きした内容は、インタビュー調査時の参考にさせていただきます。よろしくお願いいたします。

この事前調査票は〇月〇日( )までに返送願います。



# 会場の準備

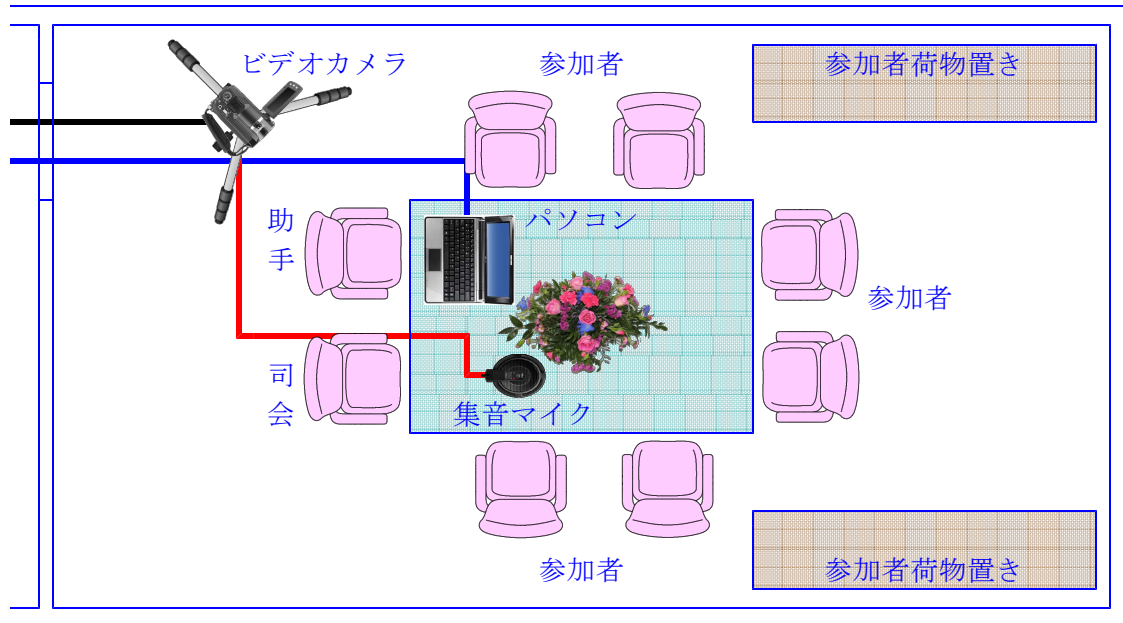
グループインタビューの会場は、参加者に気軽に話をしてもらうために、なるべく堅苦しくならないような雰囲気づくりをしましょう。

関係者や生産者にもグループインタビューの様子を見てもらうための部屋も必要です。

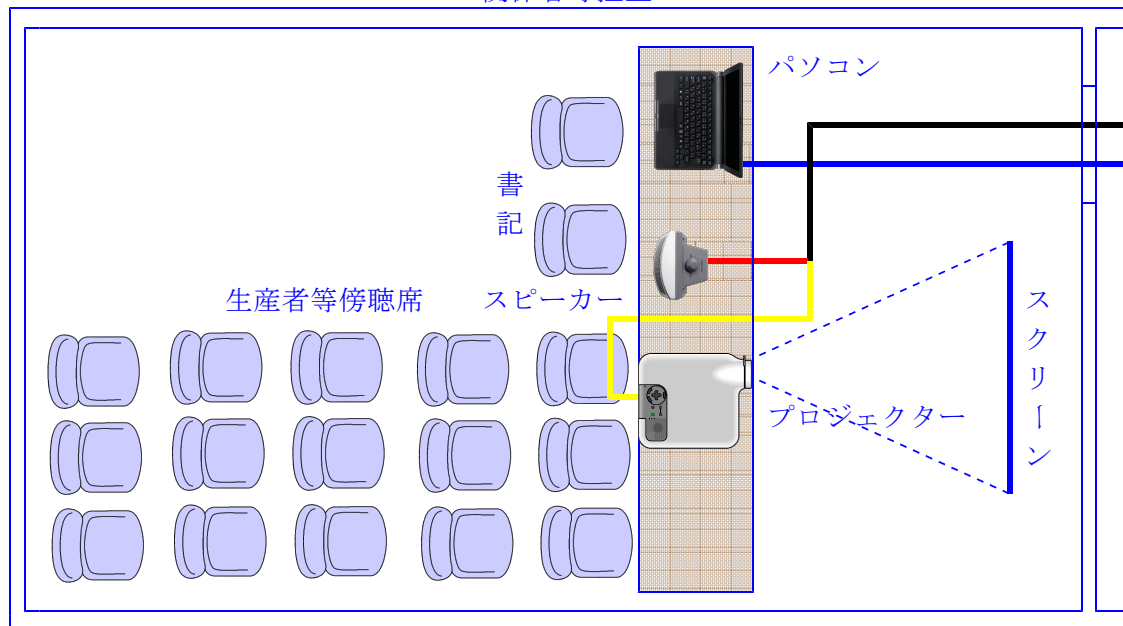
## 1) 会場のレイアウト

会場（隣り合った2部屋）のレイアウトの例を示します。

グループインタビュー会場



関係者等控室



大勢の人から見られていると思うと、参加者が気軽に話ができないので、グループインタビューの会場と、関係者等のスペースは、一つの部屋をパーティション等で区切るのではなく、別室にする方が望ましいでしょう。

また、参加者の気が散らないよう、グループインタビュー会場への出入りは極力避け、関係者等控室や周囲の雑音がグループインタビューの邪魔にならないようにしましょう。

## 2) 使用機材

グループインタビューの会場で準備すると良い機材は、次のようなものです。

### ① 卓上集音マイク

簡易なテープレコーダーやICレコーダー等では、複数人がテーブルを囲んで自由に会話を行うグループインタビューをきれいに録音するのは困難です。

テーブルの中央付近に平置きして使え、目障りでなく、反射音の干渉が減り感度が高くなる「バウンダリーマイク」と呼ばれるタイプの卓上集音マイクがあると便利です。

ただし、同じバウンダリーマイクでも、対面インタビュー等で良く使われる「単一指向性」(正面方向の感度がよい)の物もありますが、単一指向性の物ではなく、360度全ての方向に対して感度が同等にあり周囲の会話を拾える「無指向性(全指向性)」の物か、単一指向性のマイクを左右に2個組み合わせ合わせて全指向性的に使えるようにしたタイプのバウンダリーマイクを用意しましょう。



バウンダリーマイク (一般用)

5,000~10,000円程度

### ② ビデオカメラ

テープ起こしの際に、発言者を確認しながら作業するために、映像録画が必要になります。また、グループインタビューの様子を関係者等控室でモニタリングするためにも使用されます。

通常、グループインタビューは2時間程度の長さになりますので、テープの入れ替え等で会話の邪魔をすることがないように、連続で2時間以上録画できるものの方が便利です。テープタイプのビデオカメラだと、テープが最長で80分(LPモードでも120分)ですので、2時間程度の撮影には余裕がありません。できれば、HDDタイプ、メモリーカードタイプ等、連続長時間撮影が可能なタイプのビデオカメラを用意するようにしましょう。HDDタイプ、メモリーカードタイプのビデオカメラは、後でテープ起こしのために録画内容をパソコンに取り込む際も簡単で便利です。



どうしても連続長時間録画の可能なビデオカメラが用意できない場合は、別にビデオデッキを用意し、ビデオカメラの外部出力をビデオデッキで録画することもできます。

また、電源も、バッテリーではなく、AC電源を確保した方が良いでしょう。

ビデオカメラは三脚で据え置きにしますが、参加者全員が写るようするために、ある程度テーブルから離れた位置に設置します。

なお、卓上集音マイクをビデオカメラの外部マイクとして接続しておけば、別に録音機材を用意しなくても音声も同時に記録できます。その場合は、ビデオカメラとの距離が遠く、マイクのケーブルだけでは足りないので、「オーディオ延長ケーブル」も用意します。

ビデオカメラ (HDD・メモリーカードタイプ)

50,000~150,000円程度

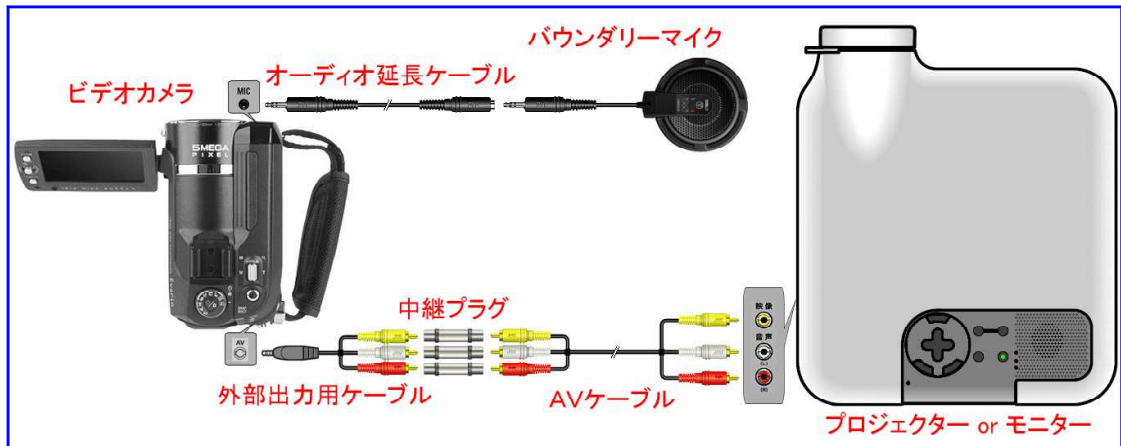
三脚 (ビデオカメラ用)

3,000~15,000円程度

オーディオ延長ケーブル (3.5Φミニプラグ, 1.5~3m)

1,000~1,500円程度

【機器接続図】



③ モニター（プロジェクター＋スクリーン）

関係者等控室での関係者向けモニタリング用です。関係者が少人数であれば、モニター（テレビ）の方が簡単ですが、生産者の方々に、グループインタビューの様子を傍聴してもらう場合など、ある程度的人数がいる場合は、プロジェクターとスクリーンを用意した方が良いかもしれません。



これをグループインタビュー会場内のビデオカメラと長い「AVケーブル」（グループインタビュー会場と関係者控室との距離関係にもよりますが、5～10m程度の長さが必要）で接続しますので、ドアの隙間など、グループインタビュー会場と関係者等控室の間にAVケーブルを敷設するスペースを確保できるかが問題となります。

ただし、ビデオカメラ付属の外部出力用ケーブルは、一端が3.5Φステレオミニプラグか専用プラグで、もう一端が赤・白・黄のRCAピンプラグ×3（オス）になっています。これに繋ぐには、「AV延長ケーブル」が必要になるのですが、AV延長ケーブルはあまり長いものが市販されていませんので、通常のAVケーブルの長い物を用意し、「ピン端子-ピン端子中継プラグ」で接続するようにします。

なお、「AVトランスミッター」と「レシーバー」という機器があれば、ビデオ信号を無線で飛ばすことができ、AVケーブルの敷設の必要がありませんが、多くの製品が無線LANと同じ2.4GHzの周波数を利用する関係から、他の無線LANとの干渉や、距離や壁の厚さ等によっては、うまくつながらない場合もありますので、事前の作動確認が必要です。

プロジェクター	50,000～150,000円程度
AVケーブル（RCAピンプラグ×3，5～10m）	2,000～3,500円程度
ピン端子-ピン端子中継プラグ（RCAピンジャック×3）	1,000円程度
AVトランスミッター・レシーバー	10,000～25,000円程度

④ ノートパソコン

従来のグループインタビューでは、関係者と会場内の司会者やアシスタントとの連絡は、関係者がグループインタビュー会場に入室して、メモをアシスタントに手渡す方法で行われていました。しかし、この方法では、参加者の会話を中断してしまう場合があり、また、司会者やアシスタント側から関係者に連絡を取りたい場合の対応が難しいという問題がありました。

これを解決するために、アシスタント、関係者双方でノートパソコンを持ち、これを有線または無線のLANで接続することで、チャットソフト等を活用してリアルタイムの交信ができるようにする方法が有効です。



用意するノートパソコンはどんな物でも構いませんが、アシスタント側のパソコンは、グループインタビュー参加者を威圧しないよう、できるだけ小型の物の方が良いでしょう。

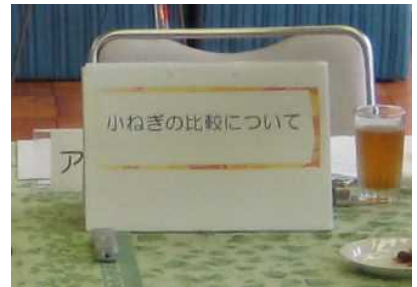
また、有線LANで接続する場合は、ビデオカメラの場合と同様にLANケーブルを敷設する必要がありますが、無線LANを使用すれば、LANケーブルの敷設も必要ありません。当然、その場合は、無線LAN親機や無線LAN子機（無線LAN機能付きのパソコンの場合は不要）が必要になります。

ノートパソコン	50,000～100,000円程度
LANケーブル（10～20m）	1,000～2,000円程度
無線LAN親機	5,000～20,000円程度
無線LAN子機	2,000～10,000円程度

### ⑤ 進行掲示板

グループインタビュー参加者に対して、現在、何のテーマで話し合っているのかを常に掲示しておくための掲示板が必要です。このような掲示をしないと、往々にしてテーマから脱線した話になっていくことがあります。

掲示板は、厚紙を三角形に組んで、テーブル上に置ような簡単なもので構いません。



II  
グ  
ル  
ー  
プ  
イ  
ン  
タ  
ビ  
ュ  
ー

## インタビューのポイント

グループインタビューには消費者意識が掘り下げやすい等の利点がある反面、司会者や分析の技術によって成果が左右されやすいという欠点があります。

### 1) 雰囲気づくり

緊張したままでは本音が出てきません。くつろいだ自由な雰囲気を作り出すのが第一歩です。どんな意見でも大歓迎だということを、ユーモアを交えて楽しく伝えていくうちに、少しずつ和やかな雰囲気になってきます。

### 2) ディスカッションを重視

意識の深掘りには、ディスカッションが欠かせません。参加者は、お互いの意見に啓発されることによって、より深い意見を出してきます。じっくり時間をかけて自由に話し合う中で、ふとした拍子に本人自身も気づかなかった自分の行動や考えを思い出したり話したりできるようになるのです。

このディスカッションを、自然な流れで自由に話せる雰囲気を保ちつつ、意識が深掘り



できるようコントロールしていくのが、司会者の技術です。

### 3) 反対意見が大切

ディスカッションが大切とはいっても、日本人は「ノー」が苦手です。普段の会話でも、違うと思っても黙ったままで反論しないことがよくあります。グループインタビューでも同じことが起こりやすいのですが、反対意見でも発言しやすい雰囲気づくりと、違う意見を出しやすい質問をすることによって、避けることができます。

### 4) すぐれた質問が、すぐれた答えを生む

グループインタビューでは、知りたいことや聞きたいことをストレートに質問するとは限りません。実際には、間接的な質問のほうが多いものです。調査でアウトプットしたいことを明確にした後は、それに応じて最適な方法や質問内容を用意します。

「〇〇な□□を買っています。」というような発言に対して、「それは何故ですか?」とか「〇〇などは、あなたにとっては、どういうものですか?」といった質問は有効な質問です。「〇〇な□□を買っています。」という発言だけでは、事実しかわかりません。「それは何故ですか?」というような質問を行うことによって、事実の裏に潜んでいる意識やニーズを引き出せます。

### 5) 参加者の個性に対応

消費者の中には、積極的な人もいれば控えめな人も、理論的な人もいれば感覚的な表現のほうが得意な人もいます。本当の消費者を知るためには、参加者には色々なタイプの人がいるべきです。グループインタビューを進行しやすくするために、参加者を積極的な性格の人に限定したり、調査慣れした人を集めたりすることはするべきではありません。

## インタビュー実施の際の注意事項

グループインタビューの実施に際しては、次の事項に注意する必要があります。

### 1) 生産者の参加

グループインタビューの発言内容は、後日取りまとめて概要を報告することになりますが、報告では本音で語る参加者の様子や発言の雰囲気を伝えるのは難しいので、できるだけ生産者代表にはグループインタビュー当日に参加してもらい、関係者等控室でグループインタビューの様子を傍聴してもらうようにしましょう。当日の傍聴が難しい場合は、後日、ビデオ映像を必ず見てもらうようにすることが大切です。



### 2) 会話の記録

前述の卓上集音マイクが用意できる場合は、書記は関係者等控室でモニタリングしながら記録を取り、卓上集音マイクが用意できなかった場合は、グループインタビュー会場内で書記を行う必要があります。その場合も、参加者の会話の邪魔にならないように、参加

者の声の聞こえる範囲で、できるだけ隅の方で控えるようにしましょう。

なお、書記は、会話の一字一句を記録する必要はなく、主な発言やポイントについて記録する程度で構いません。

### 3) 開始時の注意

グループインタビュー開始時に、貴重な調査であるため、ビデオやマイクで記録をとること、別室で関係者等が傍聴していることを必ず伝えて了解を得る必要があります。

### 4) グループインタビュー実施中の注意

グループインタビュー会場内には、参加者と司会者、アシスタント以外は、なるべく入らないようにします。グループインタビュー実施中に、他の人が会場に入ってくると、参加者の意識が分散され、会話がとぎれたりしてしまうからです。

ビデオ撮影や別室での傍聴と、参加者にとってはストレスになりかねないので、できるだけ気軽に会話できるように配慮する必要があります。



### 5) 関係者等控室とのやりとり

関係者と会場内の司会者やアシスタントとの連絡は、参加者の会話を中断してしまわないよう、アシスタント、関係者双方でノートパソコンを持ち、これを有線または無線のLANで接続することで、チャットソフト等を活用してリアルタイムの交信ができるようにする方法が有効です。

### 6) 試食や実際の商品評価

グループインタビューは、対象農産物について特定のテーマに沿って話をしてもらうことが基本ですが、対象農産物を持ち込み、実際に現物を見たり試食しながら評価してもらう会場テストと併せて行うのも一つの方法です。



### 7) 参加者への謝礼等

参加者は基本的には無償のボランティアとして参加していただくこととなりますが、産地の農産物等のお土産があると非常に喜ばれます。産地農産物のPRにもなりますので、是非用意すると良いでしょう。

## 要点確認

グループインタビュー終了後には、司会者、アシスタント、書記及び関係者で要点確認を行います。

書記が記録したノートと、各自がメモした印象に残る言葉を中心に、主なニーズや不満足・満足なことなどを、ホワイトボード等へ書き出し、整理します。書き出した内容についても、デジカメで写真を撮っておくなど、きちんと記録しておきます。

後日、テープ起こしによる議事録から、詳しい発言内容やニーズについて取りまとめますが、いち早く関係者間で、グループインタビューで話された内容の概略や方向性を誤って解釈しないように、終了後に要点を確認しておくのです。



## 議事録の作成

記録ビデオ等から発言内容の議事録を作成します。

6名の参加者と司会者が2時間にわたって発言した内容を議事録にするのはかなりの事務量であり、ここが最も手間のかかる作業です。

例えば、過去に農業・園芸総合研究所で実施したグループインタビューの議事録は、2万～3万字程度の字数でした。

ビデオの場合、頻繁な巻き戻しが難しいので、パソコンで見られるようにファイル化して作業すると効率的です。前述のように、HDDタイプ、メモ리카ードタイプのビデオカメラの場合は、ビデオカメラにパソコンとの接続用のケーブルやソフトが付いてきますので、それを使えば、簡単に録画内容をパソコンに取り込むことができ、それをDVD-R等にコピーして配布するのも簡単ですが、テープタイプのビデオカメラやVHSテープの場合は、別にビデオキャプチャボード等が必要になり、作業も面倒です。

ただし、最近のビデオカメラは、ハイビジョン対応になっているため、録画データは非常に容量の大きなファイルになってしまいますので、パソコンはHDD容量の大きな、高性能のものを用意した方が良いでしょう。

議事録の作成には、ワープロソフト、テキストエディター、エクセル等、どんなソフトを使っても構いません。

例えば、エクセルを使用する場合であれば、

	A	B	C	D	E	F	G
1	No	発言者名	参加者発言	司会者発言	周りの反応	ニーズ	満足・不満
2							
3							
4							
5							

のような表を作って、まずは、A～E列に、1つの発言毎に1行ずつに入力していくようにします。

発言内容は、そのニュアンスがわかるように、できるだけ正確に入力しましょう。後で、参加者の発言内容だけを抜き出しやすいよう、参加者の発言内容はC列に、司会者やアシスタントの発言内容はD列にと、入力する列を分けておいた方が良いでしょう。



また、1人の発言に対する周りの人の反応も重要です。その人一人だけの意見なのか、他の参加者も同意していたのか、あるいは他の参加者が同意しないような意見だったのかがわかるように、E列の「周囲の反応」に入力しておきます。「あー」とか「うーん」とか「そうそう」とか、その場の雰囲気がわかるような感嘆詞程度でも構いません。

## 未充足ニーズの抽出と構造図の作成

### 1) 未充足ニーズの抽出

議事録の入力が終わったら、C列の参加者の発言内容から、ニーズと思われる部分を拾い、F列に入力し、その言葉が、「満足」を表す内容なのか、「不満」を表す内容なのか等についてG列に記入します。

不満を表す内容のニーズが「未充足のニーズ」と思われますので、この未充足のニーズ部分を抽出し、差し込み印刷機能等を使用してカード形式に印刷して（又はカードに手書きして）、補足アンケート調査で検証する項目にするかどうかを関係者で検討します。

下の写真は、過去に行ったグループインタビューから抽出されたニーズカードの検討の様子です。



例えば、次のようなニーズカードが出てきた場合、

- |                  |               |                 |
|------------------|---------------|-----------------|
| 1. ○○は少量使いたい     | 2. 安全な○○を買いたい | 3. 安心できる○○を買いたい |
| 4. ○○は大量には使いたくない | 5. 甘い○○を買いたい  |                 |

カードを見比べながら、例えば1と4、2と3のニーズを統合するなどして整理します。

グループインタビュー2時間分で、ニーズは100~200個程度出てきますので、カード状にして整理しないと難しいのです。

## 2) 構造図の作成

抽出されたニーズから、そのニーズが、基本的なニーズなのか、より具体的なニーズなのかの「上下関係」や、「安全安心」、「価格」、「食べ方」などのキーワードでまとめることのできる「横の関係」を体系的に整理した「構造図」を作成します。

なお、ニーズの上下関係を考える場合は、次のような3段階のニーズに区分けしてみると良いでしょう。

人は誰も基本的なニーズ（例えば、尊敬されたい、自己向上したい、健康でありたい等）を持ち、その「基本ニーズ」のため何らかの行動欲求が起こり、更にそのために“物”を所有したくなるという法則があります。

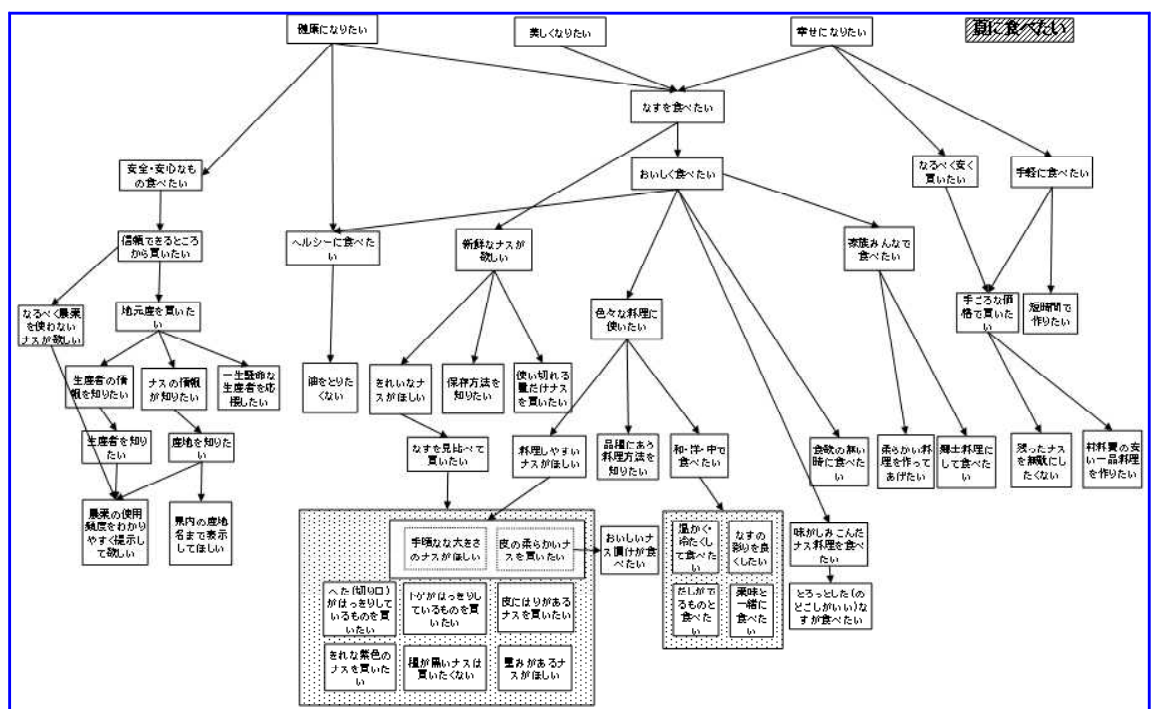
そして、基本ニーズから「行為ニーズ（生活ニーズ）」と「対象・所有ニーズ（商品ニーズ）」が生れてくると考えられるのです。

基本ニーズは「Beのニーズ」、行為ニーズは「Doのニーズ」、対象・所有ニーズは「Haveのニーズ」ともいわれています。

基本(Be)ニーズ → 行為(Do)ニーズ → 対象・所有(Have)ニーズ  
 例) 健康ニーズ → ジョギングする → ジョギングシューズを購入する

つまり、「元気な人生を送りたい」という基本ニーズとしての健康ニーズがあり、元気な人生を送るために「ジョギングをしようか」という行為のニーズが発生します。すると「ジョギングをする」ために「ジョギングシューズを購入する」という対象・所有ニーズがおこり、最終的にはジョギングシューズを購入するという購買行動を起こすというのです。

下図は、過去に行ったグループインタビューの際に作成された構造図の例です。



## グループインタビュー結果の取りまとめ

最終的な報告書は、補足アンケート調査を実施した後に取りまとめますが、ここでは、グループインタビューの話題毎に抽出された未充足ニーズをまとめ、補足アンケート調査にかける項目を検討して、グループインタビュー結果のとりまとめとします。

## 必要経費の試算

ここで、グループインタビュー実施に係る主な必要経費を試算してみます。  
なお、今回の試算では、コピー代や用紙・封筒代等は含めておりません。

### 1) 参加者募集の必要経費

消費者モニター250名に郵送による募集を行い、応募率を20%とし、その中から、7名のグループを2グループ募集する場合の経費の試算を示します。

○募集のための案内文書発送	250名 × 82円	= 20,500円
○応募者返送（料金受取人払）	250名 × 20% × (82 + 15 <sup>*1</sup> )円	= 4,850円
○参加決定通知書発送	7名 × 2グループ × 92 <sup>*2</sup> 円	= 1,288円
○落選応募者への通知発送	(50名 - 14名) × 82円	= 2,952円
		計 29,590円

※1 料金受取人払・料金後納手数料（1通当たり）

※2 事前アンケートを同封する場合の封書の重さを25g以上50g以内とした場合の料金

なお、募集の文書には、返信用の封筒を同封するのが基本ですが、経費を節減するために、実際に返送されてきた分だけ郵便料金を支払う「受取人払い制度」を利用する設定としています。ただし、受取人払い制度を利用する場合は、事前に郵便局への申請を行う必要があります。

経費を安くあげるためには、封書ではなく往復はがきを利用する方法もありますが、最近では個人情報が見える状態になっていることを気にする人も多いので、状況を見て往復はがきを利用するか、封書を利用するかを決める必要があります。

### 2) 事前アンケートの必要経費

7名のグループを2グループ決定した場合の経費の試算を示します。

○事前アンケート発送	7名 × 2グループ × 92円 = 1,288円
（参加決定通知文書発送の際に同封する場合は不要）	
○事前アンケート返信用	7名 × 2グループ × 82円 = 1,148円
	計 2,436円

### 3) 司会者の謝金・旅費

グループインタビューでは、司会者の経験、技術、資質がマーケティングリサーチの結果に大きく影響します。自前で、司会者のできる人材がない場合は、外部の経験豊かな

司会者を招聘する必要があります。その場合は、当然、経費がかかります。

仮に、首都圏（東京）の専門家に司会者を依頼して、グループインタビュー2時間＋インタビュー後の要点確認1時間の計3時間拘束した場合の経費を試算してみます。

○謝金（報償費）	13,500円 × 3時間 = 40,500円	
○旅費（東京－仙台）	= 21,780円	（※H26.4月現在の金額）
	計	62,280円

なお、謝金は、宮城県の「講師手当支給基準表」のAランクを適用し、300km以上の遠距離からの招聘のため、5割増しとしています。

旅費は、宮城県の一般旅費規程の県庁－東京都（東京駅）間の旅費を適用していますので、それ以外の地域の場合は、修正が必要です。

#### 4) 会場使用料・機材レンタル料

グループインタビューでは、会場の雰囲気や設備の状況も重要です。有料の会議室等を使用する場合は、グループインタビュー会場と関係者等控室の連続した2部屋を、グループインタビュー2時間＋要点確認1時間に前後の準備等を含めれば、最低でも4時間程度は使用する必要があります。

また、当日使用するマイク、ビデオカメラ、パソコン、モニター（プロジェクター＋スクリーン）等についても、自前で用意できない場合は、そのレンタル料も見なければなりません。

仮に、仙台市内のあるホールを4時間利用した場合の経費を試算してみます。

○グループインタビュー会場	1,300円 × 4時間 = 5,200円
○関係者等控室	1,300円 × 4時間 = 5,200円
○音響装置	300円 × 4時間 = 1,200円
○視聴覚装置	600円 × 4時間 = 2,400円
	計 14,000円

ここは、極力経費をかけないように、無料の施設や機材を利用するようにしましょう。

なお、忘れがちなのが、グループインタビュー会場の雰囲気を和らげるためのテーブルフラワーです。必ず用意しなければならないということはありませんが、参加者にリラックスして会話してもらうためには、用意した方が良いでしょう。自前で用意できない場合は、この経費も考えなければなりません。



〈引用文献〉

- ・星野康人(2007)『井戸端会議で本音を探れ』全国農業改良普及協会