

## 農産物マーケティングにおけるグループインタビューの手法

農業・園芸総合研究所

### 1 取り上げた理由

近年、マーケットイン型農業への転換が求められており、農産物マーケティングが実施されてきているが、ニーズ抽出手法の一つであるグループインタビューについては、実施の上で具体的な手順等について不明な点が多い。そこで、効率的にグループインタビューを実施できる手法を明らかにしたので、参考資料とする。

### 2 参考資料

- 1) 農産物マーケティングの中で、グループインタビューは対象品目の消費者ニーズを抽出するために実施する調査手法である（図1）。
- 2) グループインタビューは、限られた時間で面識がない参加者グループから深く話を聞き出すため、対象者のグループ分け、会場の雰囲気作りや進め方が重要であり、正確な議事録作成のための手法や機材の活用も必要となる。これらの部分を中心に改良し実施することにより、対象商品のニーズが効率的に抽出できる。
- 3) 具体的なグループインタビュー実施手順は以下の通り
  - a 調査企画書作成  
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（表1）等  
を決定し、これらを記載した調査企画書を作成する。
  - b 対象者募集  
年代によってニーズが異なる場合が多いので、30～40歳代、50～60歳代など、必要な年代層  
が確保できるよう募集し、年代別等でグループインタビューを行う。特定人物の意見に偏らな  
いように、できるだけ面識のない同士のグループとする。
  - c 事前アンケートの実施  
対象者の属性や嗜好等を把握し進行を円滑に進めるため、また、実施後の分析に使用するた  
め、参加者に事前アンケートを実施する。
  - d グループインタビューの実施  
参加者は、不慣れな調査への参加ということで緊張している場合が多い。よって、気軽に話  
しやすい雰囲気作りを重視する（図2）。会場内に関係者が出入りしないよう機材等を活用す  
るほか、記録や運用等に留意する（表2）。
  - e 議事録作成、ニーズ抽出、報告書作成  
録音記録等から議事録作成（テープ起こし）を行い、ニーズ（対象についての要望など）を  
抽出する。このニーズを整理し、年代別、購入別等に結果をとりまとめて報告書を作成する。  
議事録の分析に発言語句の頻度数などを計測しテキストマイニングを実施する場合は、形態素  
分析ソフトを利用すると頻度数を計測できる（表3）。

### 3 利活用の留意点

- 1) 本資料は、グループインタビューを実施する上での手順を示したものであり、具体的な手法の  
詳細や他のマーケティング手法については、別途作成するマニュアルを参考にする。
- 2) マーケティングの際には、グループインタビューで抽出したニーズをアンケートで定量的に検  
証する。よって、グループインタビューとアンケートは組み合わせて実施することが望ましい。

（問い合わせ先：農業・園芸総合研究所情報経営部 電話022-383-8119）

#### 4 背景となった主要な試験研究

##### 1) 研究課題名及び研究期間

農産物マーケティング手法の確立による県産農産物の販売力強化 平成19～20年度

##### 2) 参考データ

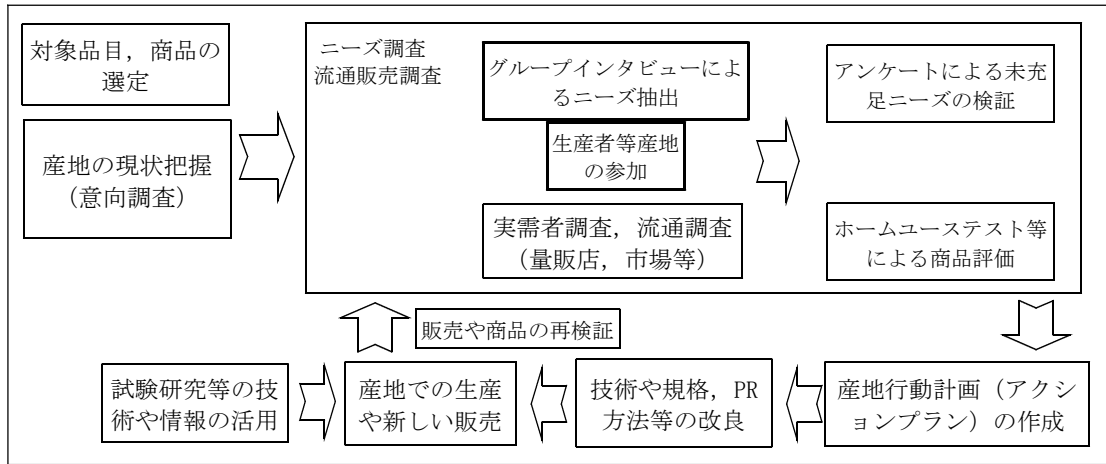


図1 農産物マーケティングフロー（太線枠がグループインタビュー関連）

表1 インタビューフロー概要（例）

1. 導入（自己紹介、話し合い練習） 本題（話し合い）	30分
2. 食べ方、食べるシーン	20分
3. 購入しているものについて	15分
4. 購入時の様子、情報収集活動	20分
5. 不満や満足なこと	20分
6. 他産地品との比較	15分
	計 2時間

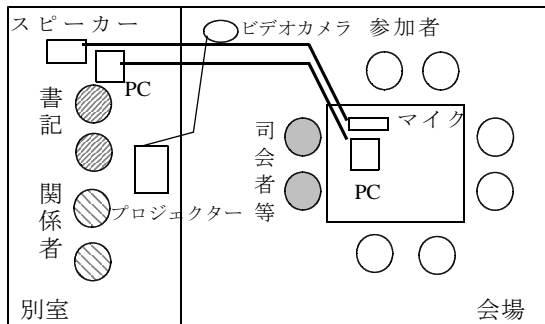


図2 グループインタビュー会場図（例）

表3 発言語句の出現頻度数を測定する手法（形態素解析）

1. 議事録作成	発言のテープ起こしを行い、Excel等で議事録を作成する。
2. テキスト化	参加者の発言部分のみをテキストファイルにする。
3. ソフト分析	形態素解析ソフト（ChaSen, MeCab等）で分析する。
4. チェックと再分析	不自然な単語の切り方がないかをチェックし、必要に応じて単語登録等をして再分析する。

##### 3) 発表論文等

なし

表2 グループインタビュー実施上の留意点

1. 生産者の参加	グループインタビューの発言は、後日とりまとめて概要を報告することとなるが、参加者の発言の様子や雰囲気伝えるのは難しいので、できるだけ生産者代表は当日参加する。不可能な場合は、ビデオ映像等で内容を確認する。
2. 実施に有用な機材例	卓上集音マイク、ビデオカメラ、映像投影モニター、進行掲示板、ノートパソコン2台
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、別室で関係者等が映像を見ていることを必ず伝え了解を取る。
4. 実施中	会場内に参加者と司会者、アシスタント以外はなるべく入らないようにする。（参加者の意識が分散され、話がとぎれたりする）
5. 別室との連絡調整	関係者とアシスタント前にノートPCを設置し事務連絡用とする。LANなどで接続し、リアルタイムに連絡が取れるようにする。この手段がない場合は、中座しない限りアシスタントから別室への連絡手段がない。
6. 会話の記録	ビデオカメラ内蔵のマイクやICレコーダーでも発言を拾えないことはないが、雑談形式での会話を拾うこととなるので、明瞭に記録することは難しい。よって、卓上集音マイクを設置することが望ましい。マイクが設置できる場合は、書記は別室で記録をとる。議事録作成の際に、発言者を特定するため、ビデオでの記録を基本とする。
7. 参加者への粗品等	参加者は基本的に無償のボランティアとして参加しているが、産地の農産物等のお土産があると非常に喜ばれる。産地農産物のPRにもなるので、ぜひ用意したい。
8. 試食や実際の商品評価	グループインタビューは、特定のテーマに沿って話をしてニーズを抽出することが基本であるが、対象農産物を持ち込み、話し合いやアンケートを実施する場合もある。
9. 議事録作成	実施直後に関係者で結果の概要を検討し、印象的、特徴的なキーワードやニーズを記録しておく。事務作業的には、議事録作成が最も時間がかかる。頻りに巻き戻して聞き直す必要があるため、映像や音声ファイル化し、PC上で作業すると効率的。