

# オンライン定性調査 実例の紹介 「グループインタビュー」



株式会社マーケティング・リサーチ・サービス





オンライン定性調査・

実例のご紹介 **1**

## シニア世代の情報源について のFGI



- 50代～60代女性の情報源とその変遷を把握する調査を、オンラインのグループインタビューで実施しました。
- 普段はPCを使わず、ビデオ通話は初めての人ばかりでしたが、貸出用のタブレットや私物のタブレットを使って、30分ほどの接続テストを経てスムーズに参加できました。
- 初対面でも同世代の気安さで、すぐに打ち解け、井戸端会議を聞かせてもらっているような、楽しい座談会になりました。

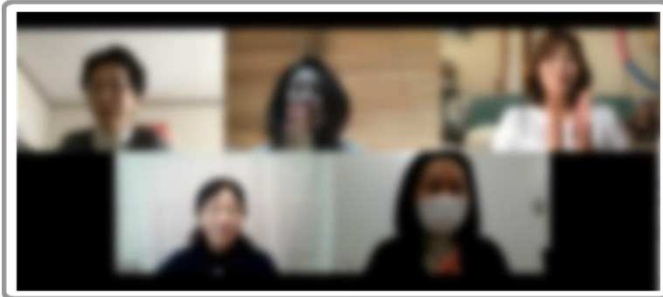
**その様子を一部ご紹介します。**



# ウォームアップ の雑談

M: 最近気になっているニュースは？コロナ以外で。

※ M=モデレーター、1~4 = 参加者1~4



リアルofグルインよりも念入りにウォーミングアップするのがポイント！

- 2 なんだろ。
- 1 どうしてもコロナに繋がってしまう。
- 3 なかなかない。
- 1 自分のニュースでよければ、孫誕生。さっき生まれた。
- 一同 おめでとうございます！すごい。※拍手
- M この後は面会に？
- 1 今は会わせてもらえない。
- 4 面会禁止だよな。
- M こんなめでたいニュースでもそこに繋がるのね。
- 1 息子から写真が来るのを待っている。

## チャット画面



自分から全員：  
めでたい！  
71 から 全員：  
おめでとうございます  
自分から全員：  
幸先良いね。

送信先: 全員  ファイル ...  
ここにメッセージを入力します...

視聴者 1 : めでたい！  
視聴者 3 : おめでとうございます！  
視聴者 2 : 幸先良いね。



チャット機能を活用して、視聴者(リサーチャー、企業のオブザーバー)同士がバックルームで話しているかのように、自由に感想をやりとりできます。

## 普段使用する 情報源

### M:美容や化粧品系のものを選ぶとき、何を調べたり頼りにしている？

※ M=モデレーター、1~4 = 参加者1~4

- 2 美容を気にかけている友達に聞いて、店に行って試す。
- 3 一番は友達。娘に聞くことも多い。
- 4 娘がアパレル系で働いているから、娘からの情報。
- 1 私は店に行って話を聞いて、1回で決めずにスマホ調べる。

リアルな友達も娘もいないので、店の人の話が参考になる。



### M:今言ったところが真っ先に上がるのはなぜ？

- 3 娘は私のことも経済的なことも分かっていて言ってくれるのが強い。
- 4 友達だと、年代が一緒だと化粧品のカバー力や求めるものが同じ。

### M:料理や食品の買い物では情報源は変わる？

- 3 変わります。
- 1 料理だと材料か何ができるかとスマホで調べる。 → **一同** 相槌。
- 4 時間かけられる時は自分で探求するが、忙しい時は決まったものを作りがち。スーパーで売り場の脇においてあるカードのレシピをもらい、手間が掛からなそうなレパートリーをちょっとずつ増やす。

## 情報源の変遷 1980～1991年

### M:この頃は美容系だとどんなことを調べていた？

4 80年代後半は、子供産んでる。 ※ M=モデレーター、1～4 = 参加者1～4

3 私は独身。バブルで楽しく遊んでた。 → 一同 笑

2 百貨店で美容部員さんに事細かく説明されて一杯買っていた時期。

一同 あ～、そうだった！

4 この頃は春は口紅、夏はファンデーション、秋はアイシャドウと、季節ごとにCMしてた。

2 CMで感化されてた。 → 4 テレビか雑誌だった。 → 1 さんは？

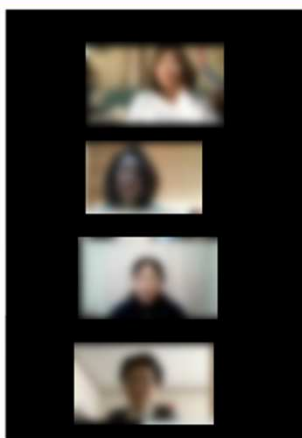
1 この頃は子育て真っ最中で化粧に関しては記憶がない。

2 この頃は私が子育てに入るから、お化粧品は全然気にしていなかった。塗れていれば。

#### 画面共有

【1980年代後半～1991年】

バブル期



お題を画面共有して一緒に見ながら話しています。  
画面共有機能を活用して、  
コンセプトシートや商品写真や動画を呈示できます。

## 情報源の変遷 1991～2010年

### M:この頃の料理や食品で頼りにしていた情報源の記憶は？

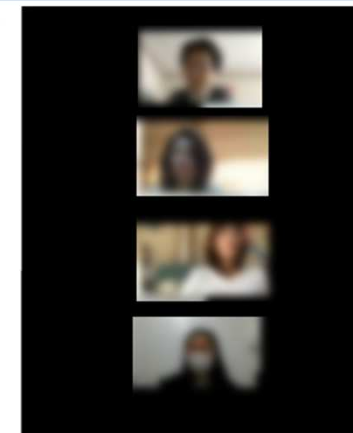
※ M=モデレーター、1～4 = 参加者1～4

- 1 母。これもらったけどどうしたらいい？と聞いていた。 → 3 わかりますと大きく頷く)
- 4 レタスクラブやオレンジページを結構使っていた。
- 3 料理研究家の人も本を出ていた。小林カツ代は買った。
- 2 親や近所の料理上手な人にも聞いた。
- 4 生協の共同購入の時に集まって情報交換。でもバリエーションは豊富ではなかった。

#### 画面共有

【1991年～2010年ごろ】

失われた20年期  
(バブル崩壊以降)



# 情報源の変遷 2015年～

## M:この頃の料理や食品で頼りにしていた情報源の記憶は？

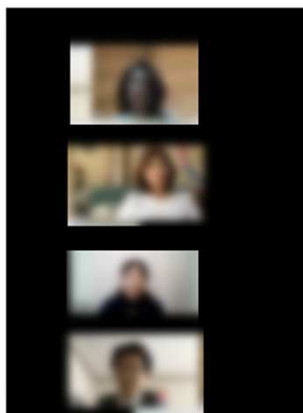
※ M=モデレーター、1～4 =参加者1～4

- 2 ここまでくると主婦歴も長く、情報も気にしない。自分の作りたいものを作る。  
3分クッキングをつけていてもあまり気にしない。
- 3 2人になったので健康番組を見て体に良さそうかなと。 → **一同** 笑
- 2 納豆が良いと言われると買い、すごく左右されてる。
- 4 逆にクックパッドを活用するようになった。タルタルソースやドレッシングを自分で作ってみる時に参考にする。

### 画面共有

【2015年～2020年】

スマホが普及し始めてから  
(最近5年くらい)



自分から全員:  
スマホが普及し始めてからと書いてあるのに「スマホ」と言わないね

721 から 全員:  
スマホ前提なのかな？

自分から全員:  
クックパッドとはPCで見てるんだろうか

視聴者 2 : スマホが普及し始めてからと書いてあるのに「スマホ」と言わないね。  
視聴者 3 : スマホ前提なのかな？  
視聴者 2 : クックパッドはPCで見てるんだろうか。



ここで出た疑問を、追加質問としてモデレーターに伝え、後で質問してもらいました。

**50代～60代女性の情報源とその変遷についての自主企画調査は、  
定量調査(アンケート調査)を合わせた分析を近日中に公開します。**



MRSオンライン定性調査  
の特徴

オンライン座談会  
の雰囲気は伝わりましたか？



- 場を温める工夫と進行で、ビデオ越しでも十分に会話を弾ませることができます。
- インタビューフローや呈示物の用意は周到に、要所を外さずしっかり意見を掘り下げます。

**ぜひMRSオンライン定性調査をご利用ください。  
興味をお持ちいただけましたら気軽にお問合せください。**



---

株式会社マーケティング・リサーチ・サービス

---

TEL : 03-5981-5663

オンライン・インタビュー担当

---

<https://www.mrs.co.jp>

<https://www.mrs.co.jp/contact/>

---

〒170-0005 東京都豊島区南大塚 2-45-8 ニッセイ大塚駅前ビル 5F