

第5回アウラ・コキリコセミナー(研究会)

ディベートインタビューの試み

対象者に活性化してもらう

FGIをディベートの場に

グループインタビューは自由な発言の場

①そのため他の対象者の発言をアタマから否定しない。

②個人攻撃的な発言は禁止。

③自分の主義・主張を極端に主張しない。

などが前提になっています。

ただ、これはFGIにかぎらず、普通に人が会話する時の前提です。(これを外すと激論、喧嘩になります)

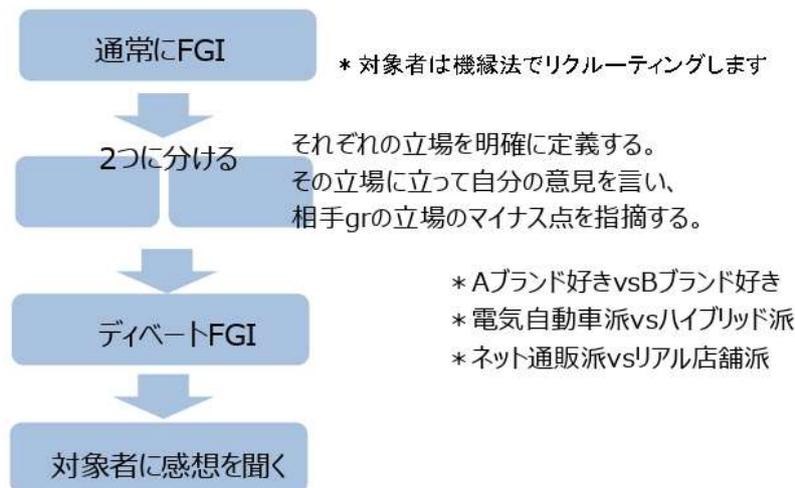
グループインタビューにディベートを取り入れてみる

対象者によるのか、テーマによるのかわからないまま、「盛り上がらない」FGIがあります。

対象者全員が同じような意見・態度で同意は得られるのですが、新たな発見からは程遠い状態です。

モデレーターはいろいろ工夫して活性化させようとしています。

その方法のひとつとして「ディベート形式」を試みたいと考えます。



ディベートgrの分け方

普段の自分とは違う意見・態度になりすましてもらう ← ハロウィンインタビュー

普段の自分と同じ意見・態度のgrで、立場を強調してもらう

<開催日時・場所>

2017年9月26日(火) 13:00~17:00
 13:00~14:00 ディベートインタビューの試み
 14:00~16:00 インタビュー実施
 16:00~17:00 評価・検討会

場所: 南青山か外苑前

9月19日締切予定

<費用・参加方法>

1人 10800円(税込)

以下の項目を記入して本メール返信してください。

・参加者氏名(複数参加の場合は代表者を含めた人数)

・会社名(請求書宛先)

*参加費は前払いです。欠席の場合は代理出席をお願いします。

対象者の変容

FGIのリクルーティングは「同じような」人を集める

リクルーティングは対象者の「同質性」をめざします。

初対面同士がこころおきなく話しができるようにとの配慮です。

最近では、グループとしての同質性よりも、購入ブランドなど（購買）行動を重視して、男女混合や若年から年配者までの混合など、定性的な同質性は無視される傾向が目立ちます。

FGIへの要請が、よりマーケティング的になっているということでしょう。

ヘビーユーザーからロイヤルユーザーへ

同質性の強い集団では、多くの場合「正のスパイラル」が働きます。

ある製品のヘビーユーザーを集めてFGIを実施すると、普段は意識したり、発言・発信することのない製品について話すことで、みんなが同調してくれて、気分が高揚し、その製品へのロイヤリティにまで高まることがあります。

この時、性・年齢・ライフステージなどに同質性があると正のスパイラルは強くなります。

- ・みんなそうだったんだ。こんなこと言っても良かったんだ。
- ・みんなの話を聞いて「自分が普通」だとわかった。
- ・この製品はホントはここがいいんですね。

などの発言が観察できます。

SNSが浸透した現在でも「生身の他人の反応」効果は大きいようです。

（SNSは「負のスパイラル＝炎上」の方が目立ちます。）

正のスパイラルは、モデレーターにとってもクライアントさんにとっても気持ち良いのでそのまま解釈してしまいがちですが、これもひとつのバイアスです。

そこで、対象者にご自身を客観的に観察する視点に立つてもらって改めてFGIに参加してもらおう、と考えました。

さらにディベートを組み込んでテーマを深掘りします。

ディベートは「盛り上がらない」「盛りすぎた」両方FGIの検証に有効ではないでしょうか。

ハロウィンインタビューを再考してみる

我々は2014年と2015年にハロウィンインタビューの実験を行いました。

FGIの場で対象者に仮想（仮装）をお願いして、他の人格になりきってもらってFGIに参加してもらおうという内容でした。

可能性と困難の両方が見える結果でしたが、ここでディベートインタビューとしてその一部を復活させたいと思います。

FGIなど市場調査はサンプルに「バイアスをかけない」で自然状態のままデータを取る（回答）することを重要視しています。

ただ、定性調査はこの考えを厳密に持ち込むと「データが取れない」状況が生まれます。

しゃべらない対象者が自然にしゃべるのを根気強く待つ態度はマーケティング的より精神医学的です。

我々はバイアスを検証できる状態で、対象者（サンプル）に積極的に働きかけようと考えます。

研究内容

<テーマ募集>

自社で抱えているテーマをご提供いただければ、採用を検討します。

その場合、

DVD、発言録、報告書付きで25万（税別）で実施します。（対象者6人）

競合メーカーの参加はありません。

<検討中のテーマ>

ネット通販派vs店頭買い派

ビヒダスヨーグルトvsブルガリアヨーグルト

湖池屋vsカルビー（ポテチ）

スーパードライvs一番搾り

アマゾンvs楽天

カゴメvs伊藤園（野菜ジュース）

その他

<費用・参加方法>

1人 10800円（税込）

以下の項目を記入して本メール返信してください。

・参加者氏名（複数参加の場合は代表者を含めた人数）

・会社名（請求書宛先）

*参加費は前払いです。欠席の場合は代理出席をお願いします。