

◇グループインタビューで抽出した仮説ニーズを検証する

# 補足アンケート調査

グループインタビューから抽出されるデータは、ほんの数人の意見であり、いわば定性的なデータです。

グループインタビューでは、ニーズを引き出すことはできますが、それぞれのニーズの強さまでは判定できません。

そのため、グループインタビューで抽出されたニーズについて、それぞれのニーズの「重要度」（そのニーズがどれくらい重要だと思うか）と「満足度」（現状でそのニーズはどれくらい満たされているか）について補足アンケート調査を実施することにより、定量的なニーズとして捉えることができます。

グループインタビューという定性調査とアンケート調査という定量調査を組み合わせることで、より確度の高い調査結果が得られます。

## アンケート調査票の作成

この補足アンケート調査では、グループインタビューから導き出されたニーズについて、その重要度と満足度（充足度）を聞くことにより、どのニーズが重要なのか、どのニーズが満足されているのかを調べます。

ニーズ検証用のアンケート調査票の例

「重要度」と「満足度」の程度	○← 重要度 →×					○← 満足度 →×				
	重要だと思う	やや重要だと思う	どちらともいえない	やや重要だと思わない	重要だと思わない	満たされている	やや満たされている	どちらともいえない	やや満たされていない	満たされていない
1 常に〇〇を置いておきたい (常に〇〇が置いている)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2 〇〇を安く買いたい (〇〇が安く買えている)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3 〇〇の保存方法を知りたい (保存方法が知らされている)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4 使い切れる量だけ〇〇を買いたい (使い切れる量だけ買えている)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5 〇〇のレシピがほしい (〇〇のレシピが手に入る)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6 大きなボリューム感のある〇〇を買いたい (手に入る)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
7 なるべくなら農薬を使わない〇〇がほしい (手に入る)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

8 地元産の〇〇を買いたい (地元産の〇〇が買える)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
9 県内の産地名まで表示してほしい (県内の産地名が表示されている)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
10 油をとりたくない (油をとらずに済んでいる)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

記入例)「〇〇を安く買いたい」ことがやや重要だと思う場合は、重要度の「4」に○をし、  
「〇〇が安く買えている」ことがやや充たされていない場合は、満足度の「2」に○をします。

ただし、この補足アンケート調査の手法は、回答者が設問の意味を理解しにくいという欠点があります。重要度の回答率は高いのですが、満足度の回答率が低くなる傾向があります。

どのニーズが重要なのかだけを明らかにすれば良い場合は、満足度の設問は省略しても良いでしょう。

また、そもそも当該品目を普段購入していない人にとっては、満足度の評価は出来ませんので、当該品目を購入していない人は重要度のみ回答するよう明記する必要があります。

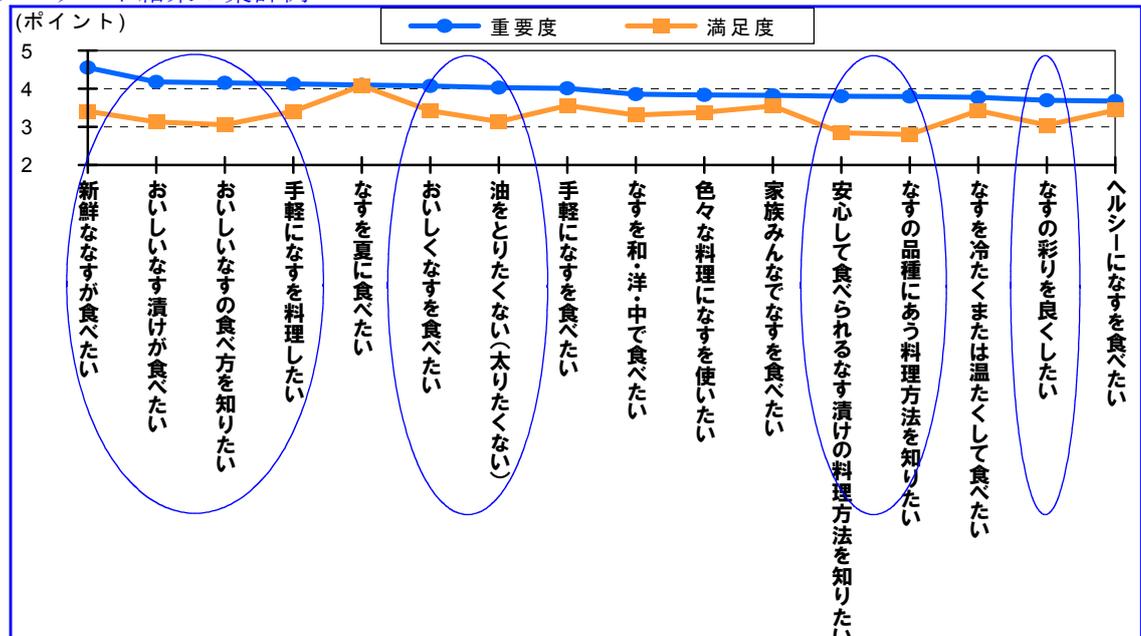
項目の数は必要最小限の個数になるようにし、調査票も圧迫感のないようなデザインにするなど工夫してください。

## アンケート結果の集計

### ①「重要度」－「満足度」のグラフ

「重要だと思う」、「充たされている」を5点～「重要だと思わない」、「充たされていない」を1点として、重要度から満足度を引いた値が大きいニーズほど、改善が必要なニーズであると言えます。

アンケート結果の集計例



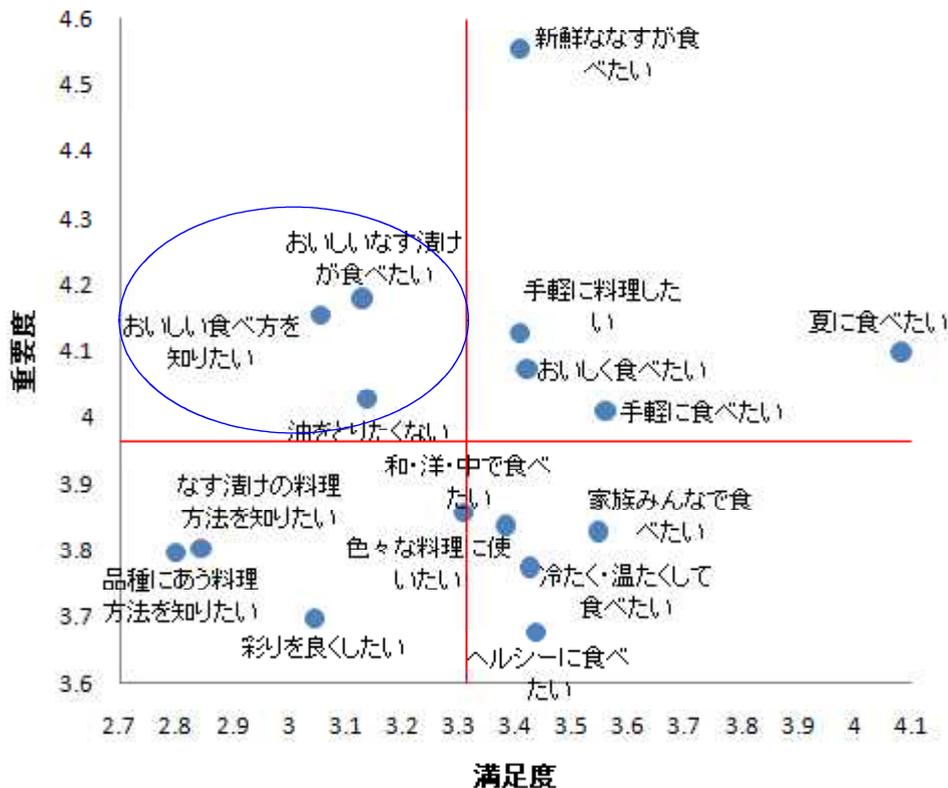
この例であれば、楕円で囲んだような、重要度のグラフと満足度のグラフの幅が広い項目が改善が必要なニーズということになります。

例えば、この調査票で、「使い切れる量だけ〇〇を買いたい」の重要度の平均が5点で、満足度の平均が1点だった場合、「使い切れる量だけ買いたい」と思っている人が多いが、現状では、使い切れる量だけ買えるような状況にはなっていないと言え、この結果から、少量パッケージの導入という改善策が導き出されるのです。

## ②「重要度」×「満足度」のグラフ

①では、重要度と満足度の差を見ましたが、重要度を縦軸に、満足度を横軸にした散布図（プロット図）を作成して評価する方法もあります。

重要度の平均値と満足度の平均値によって散布図を4つのゾーンに区分し、重要度が平均値よりも高く、満足度が平均値よりも低いゾーンに入った項目を、改善が必要なニーズと捉えることもできます。



上の散布図の例では、赤い線が重要度、満足度の平均値であり、重要度が平均値よりも高く、満足度が平均値よりも低いゾーン、具体的には、左上のゾーンに入っている項目は、「おいしい食べ方を知りたい」、「おいしいなす漬けが食べたい」、「油をとりたくない」であり、これらが、改善が必要なニーズということになります。

## 報告書の作成

グループインタビューから導き出されたニーズという定性的データと、補足アンケート調査から判明した、各ニーズの重要度、満足度という定量的データを総合して、最終的な報告書を作成します。

## 必要経費の試算

ここで、補足アンケート調査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。

消費者モニター250名に郵送による補足アンケート調査を実施し、回答率を30%とした場合の経費の試算を示します。

○補足アンケート調査票発送	250名 × 82円	= 20,500円
○調査票返送（受取人払）	250名 × 30% × (82 + 15 <sup>※</sup> )円	= 7,275円
		計 27,775円

※料金受取人払・料金後納手数料（1通当たり）

なお、アンケートには、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。