

出現率が低くて 会場インタビューだとリクルート出来ない人に インタビューしたい

車種〇〇の所有者に対するオンラインデプスインタビュー

<背景と課題>

ある自動車メーカーのご担当者様は、ある特殊技術を採用している競合車の動向が気になっていました。そこで、その競合車オーナーにインタビューすることによって、

1. 今後、自社でもこの技術の開発に力を注ぐべきか、
2. この技術に関して、利用者からみた不満・改善要望点はどこにあるのか

を、知りたいと考えていました。しかしながら、その競合車は発売されてから時間が経っており、購入者をリクルートすることは非常に難しい状況でした。



<ご提案内容>

参加者募集の際に、首都圏在住者には会場インタビューとオンラインインタビューの両方、首都圏以外在住者にはオンラインインタビューへのご参加お願いということで募集をかけました。また、オンラインインタビューのインタビュー候補時間をインタビューアの都合がつく範囲で可能な限り広く設定して募集をかけました。

<結果>

首都圏在住で数名いた条件該当者は会場インタビューの予定が合わなかったものの、オンラインインタビューは広い範囲から参加時間が選べたので都合をつけることが出来ました。そして最終的には首都圏3名、それ以外の地域7名をリクルートすることが出来、無事インタビューを実施することが出来ました。

なお、リクルートしたのは、その車種の購入決定者（ご主人）でしたが、可能な場合は奥様にもインタビューに参加してもらい、奥様からも貴重な意見を聞くことができました。

<ココがポイント>

会場で実施するグループインタビューやデプスインタビューは出現率が低くて、参加者をリクルートすることが出来ずに実施出来ない（もしくは条件に妥協して実施する）ことが多々あります。しかしながらオンライングループインタビュー・デプスインタビューは、

1. リクルート地域が全国に広がる
2. 対象者が参加しやすく、許諾率が高まる

ため、会場で実施するインタビューよりも、4倍以上の参加者確保が期待できます。なので、これまでに出現率が低く実施をあきらめていたインタビュー調査を実現することが可能となったり、参加者選択の余地が大きく広がることによる参加者のクオリティアップをもたらすことが出来ます。