

〔翻訳〕

フォーカスグループを用いた研究の実践マニュアル（その6）* —フォーカスグループメンバーの抽出手順—

Richard A. Krueger & Mary Anne Casey 著

橋本由紀子 和泉とみ代 原渕 陽一

今村裕紀子 藤原 大樹 浅見裕一郎 訳**

フォーカスグループメンバーの抽出手順

調査者がフォーカスグループ面接を行う場合、これまでの実証研究や量的研究で用いられている多くの伝統的方法や見識、過程を通して実施する傾向がある。中には、そのまま使えるものもあれば、そうでないものもある。

無作為抽出の方法を考えてみよう。研究者の多くが無作為抽出に「飛びつく」。その手順は良くできていて、多くの領域で使われ、一般的な質的研究、とりわけフォーカスグループ面接に適していると想定されがちである。無作為抽出は、本来、すべての参加者が研究に参加する平等の機会を手に入れ、選定上の偏りをなくすることができる。無作為抽出は、対象となる母集団の意見や態度、あるいは研究で証明されていたことが、より大きな集団においても普遍的に当てはまることを推論する場合に適している。ゆえに、一定の大きさの無作為標本は、全体の集団の傾向を推論するのに十分である。

フォーカスグループの目的は、推論することではなく理解することであり、普遍化することではなく限定することであり、母集団について説明することではな

* 本稿(その6)では、上掲書第4章の後半を扱う。第4章では、フォーカスグループ参加者選定のための有効な手順を説明し、後半でグループメンバーの抽出手順や参加を促す方法について述べている。

** Yukiko HASHIMOTO 吉備国際大学助教授、Tomio IZUMI 香川短期大学教授、Youichi HARABUTHI 香川短期大学講師、Yukiko IMAMURA 大阪医療技術学園専門学校講師、Taiki FUJIWARA 大阪保健福祉専門学校講師、Yuichiro ASAMI 香川短期大学非常勤講師。

く、参加者がある状態をどのように感じているかという洞察をすること、などであることを留意しなければならない。無作為抽出は、ある程度使用できるが、選定の主な手段ではない。

フォーカスグループで無作為抽出を用いる時は、多くの場合、個人的に募集する場合に起こりがちな偏りを排除するのが目的である。一般的には、リストにある名前は必要以上に多く、実際に募集する名前を選定するために体系的抽出、無作為抽出のどちらでも使用できる。体系的抽出では、それぞれn番目の名前が選ばれる。例えば、200のリストから10人の名前が必要ならば、リスト上の20番目ごとを選定する。無作為標本は、名簿から抽出、あるいは帽子に入れたIDナンバーから選ぶ、あるいは無作為表を使って200人のリストから選定したりする。

研究の目的によって、選定方法を決定するが、実践や信頼性を考慮して調整する必要がある。すべての抽出方法において、どの方法もデータの中にある歪みをもたらす可能性のあることを注意しなければならない。選出の意味について質問が出ると予想し準備しておけば、理論的な説明をすることができる。

(助言) 組織におけるフォーカスグループ

時には、フォーカスグループ面接は、従業員のグループや管理者の委員会や同僚などのようなすでに作られているグループを用いることがある。これら活動的なグループは、それぞれが、彼らの反応に影響を及ぼすことのできる公的あるいは私的な方法を持っているであろう。参加者の優劣関係は、討論を抑制する。フォーカスグループの方法は、すべての参加者が平等な場合にうまく機能するが、グループに、監督や社長、社長の友人がいる場合、結果的に影響をうける。従業員は、ことのほか監督が参加していると、同僚の前で否定的な意見を明らかにすることを嫌がる。

フォーカスグループは監督なしで開催しなければならない。従業員を支援するための鍵は、快適だと感じることである。彼らは時々知りたくなり、そのフォーカスグループの情報について尋ねることがある。その理由は、討論する事柄がその情報によって作られ、彼らの回答は内密であり、彼らの名前はどんな報告にも記録されないからである。さらに、彼らは、録音テープを聴くことができるだろう。

フォーカスグループの参加者を募る

我々が初めてフォーカスグループを実施しようとしたときに、出席する人があまりにも少なくて愕然とした。会議やセミナー、ワークショップと同じような方法で参加者を招待したからだ。私達は市場調査の方法と私達の方法とを比較して、何がわるかったのか分析し、次のことに気づいた。私達は人々が来るものと信じ込み、重要そうでない話題に時間を割いてもらおうとしたり、特定の個人に対して招待していなかったし、フォローもしていなかった。参加者には季節的な都合があることを配慮せず、関係機関との関係もできあがっていなかったし、報酬も考えていなかった。

募集を始める前には、誰が研究を依頼しているのか、その研究がなぜ重要なのかを説明しておく必要がある。同僚、隣人、または身内に説明の練習をしても良い。上手く説明できているか？率直か？回りくどくないか？興味をそそる説明か？自信をもって説明しているといえるか？調査会社は誰が研究を依頼しているかを伝統的に話さないようだ。ソフトドリンク、殺虫剤、あるいは自動車などの製品のタイプ、またはカテゴリーで説明するだけだろう。こうして、特定の製品名を言わないようにすると、参加者が先入観を持たずに参加できる。しばしば、研究依頼者は自社製品や当組織が競走上どの位置にあるかを知りたがる。もし、参加者が研究依頼者を知ったならば、競走上のランキングに偏りが生じる可能性がある。市場調査会社は、研究を誰が主催しているかと人々に尋ねるであろうことを予測し、回答に影響しないよう、一般的な答え方をすることができる。フォーカスグループの最後に、依頼者と研究目的についてより多くの情報を参加者に提供すると良い。

資金援助や目的について隠すのは個人会社にとって好ましいだろうが、この方法は公的な環境の下では裏目に出る。公的な組織は誤解させるようなごまかしに思える場合には、好意的に反応しない。多くの場合、率直に公開することが好まれる。

なぜ、この研究が広く興味をもたれるのか？誰の利益となるのか？どのような結果がもたらされるのか？これらは、公的機関のフォーカスグループが参加者を募集する際に、フォーカスグループの募集者が速やかに討論するために必要な事

柄である。

案内状は特定の個人あてに出すべきである。それぞれの参加者が個人として必要であり、面接を求められていると感じるようにすべきである。電話で誘うスタッフメンバーは、特別な訓練を受けたり、親近感を持続したりするような実践を受け、参加者に対して誠実な依頼をするべきである。案内状を読むだけでは誠実でない。案内状では、参加者は、この研究によって価値のある特別な体験や見識が得られるということを強調すべきである。機械でコピーした手紙は、個別的ではない。会社名や所在地を印刷した便箋に、調整者のサインのある手紙に代えるべきである。体系的な募集の手続きがフォローアップに必要である。この過程は以下に示す一連の活動を含む。

1. 会議の日時、場所を設定しよう

第1に、会議の日時と一般的な行事や祭りと重ならないようにする。参加者にとって、もっとも参加しやすいように考えよう。人々の中にはスケジュールを予測できる人もいる。例として、農家、税コンサルタント、地方のビジネスマンである。フォーカスグループは、農閑期やオフシーズンに設定するのが良い。例えば、中西部の農家のフォーカスグループを4月中旬から8月前半と9月初旬から10月下旬に開催するのを避ける。人気のあるスポーツ競技（地方か大学チーム、ワールドシリーズ、月曜日の夜のフットボール）、国家行事（議会開催、選挙など）、または、視聴率の高いテレビ番組（週のニュースランキング、秋のネットワーク番組の始まりなど）の時期は避ける。フォーカスグループをひらく場所に考慮しよう。参加者のことを考えて決定する。地元の専門家、有力者、潜在的な参加者、また研究の同僚とそれらについて話す。

以下の質問をする。参加者が参加するのはどこか？都合の良い場所か？どんなタイプの場所に彼らは通常集まって話すか？コミュニケーションの障壁をもたらしさないような場所、会話や討論が禁止されているビルや部屋などはさける。参加者の立場に立って理想的な環境を設定しよう。通常、現実の生活ではこのような会話はどこで行われるか。誰かの家か、地域の公共の場所か、地方のレストランか、職場の会議室か、キャンプファイヤーのまわりか？

わかりやすく、安全で、十分な乗り物と駐車場のある場所を選ぶ。

その際、調査に適した場所を考える。目立たず人の声が聞こえたりしない、気の散らない場所がいいだろう。騒音から離れた場所。参加者がノートを取ったり、リストを作る場合、てごろなテーブルがあった方がいい。テーブルはマイクを置くのにも便利である。子どもの世話のために他の部屋は必要ないか？観察用の鏡（ワンウェイミラー）のついた特別な部屋を使いたいか？都市には専門職のフォーカスグループ用の部屋はたくさんあり、研究者は募集代行者やスナック、録音やビデオ録画を利用することが出来、受付係や会議部屋も借りることが出来る。これがすべて可能な場所は少ないかもしれないし、費用もかかるだろう。

（助言）参加することが容易で魅力的であるために

まず、フォーカスグループに気楽に参加することができ、そして魅力的でなければならない。育児の問題、交通手段、開始時刻、距離など、人々の参加を困難にする要因となるものを取り除く。何が、人々の参加を困難にしているのだろうか？出席を妨げる要因は、どこにあるのだろうか？それらの要因を解消し、気軽に楽しく参加できる方法を考えてみよう。

2. 参加の可能性のある人に連絡を取る

いったん、集合時間を設定したなら、参加の可能性のある人と連絡を取ってみよう。直接、個人的に連絡を取ることが重要である。多くの場合、これら最初の連絡はフォーカスグループ開始の2週間前に行なわれる。もし専門家やその他の忙しい人と連絡を取る場合は、一ヶ月前、あるいはそれ以前に行なう必要がある。

最近、人々は見知らぬ人からの電話には疑い深い。そのため、個人的な関係づくりが確立できていれば、参加の可能性のある人を、すばやく呼び出すことが出来る。例えば、「近所のおつき合いプロジェクトのロバート・ジョンソンは、あなたが関心があるかもしれないと教えてくれました。」あるいは、「マルサ・サンフォードさんからあなたの名前をお聞きました。彼女は、我々の計画を手伝ってくれています。」と言う。

人々が研究の重要性を理解すれば出席する可能性が高い。重要性を理解しても

らうには、いくつかの方法がある。一つには、研究がある人々にとって有益である事例を示し理解してもらうこと。結果がどのように使われるのかを説明することである。

重要性を伝える別の方法は、活動をとおしてである。フォーカスグループへの招待を、誰が広げていくのかについて考えてみよう。NPOや地域の場ではそのためのスタッフがいたりボランティアが最初の連絡を行なう。しかし彼らはあまり研究や団体について知らなかったり、情熱が薄いことが多い。したがって、あなた自身の戦略を完成させたのち、責任を引き受ける人々を指導すべきである。彼らに、少しの話題を与えてみよう。何について話せばいいのかわらせよう。その時、読むための資料を与えてはならない。なぜなら、そこに会話を成立させなければならないからである。売り込みのせりふを聞きたいのではないからだ。

第二点目は、新しいインターン、または、ボランティアを代表として派遣することは避け、その代わり、組織の高官から「ボランティア」をさがすのがよい。誰もが認め、信頼され、そして敬われる人を捜すことだ。もし、適切ならば社長や部長、看護師長などと初期に接触しておくことよい。あなたは、参加の可能性のある人々に、強制されたと思われたくないにちがいない。彼らが、この人にはいやと言えないと思われたくないはず。しかし、丁寧に薦めれば、人々は、しばしば、その研究が重要だと感じるかも知れない。それが、特定の人々に招待されれば名誉であると感じると聞いている。また、自分が信頼して敬う人々に行きますと答えれば参加する可能性が高い。中には、参加者が気分良く承諾するような資質を持った人がいる。その人達に、参加者を募ってもらおう。

もし、話題に魅力が欠けていて参加する気にならないか、過去の経験からそれが予測できるのであれば、募集を多めにして、一人二人多めに募集すると良い。

もし、グループが脅威的でなく、報酬が良いと参加者が思えば、あるいは雇い主がグループに参加する事を奨励するのなら、余分な募集は必要ない。

3. 個人に手紙を後から送ろう

参加者がフォーカスグループへの参加に同意したなら、速やかに個人に手紙を後から送ろう。多くのグループでは、これはセッション開始の一週間前までに送

られる。便箋は、レターヘッドの印刷されたものを使い、宛名は個人名で書き、調査関係者の署名（例えば、調整者、研究を主催している部局長、研究を主催する団体長）をする。それらは、討論や話題の設定など、開会の詳細情報の提供となる。これら手紙の内容は、セッションの場所、議題に関する追加的情報を提供する。手紙の例は「実践のための参考資料4の2」に記載してある。

4. 電話による確認

フォーカスグループの前日、参加者に電話で、参加の意向を確認しよう。この歯医者方式の電話をすることには、二つの目的がある。それはグループの重要性を強調できる。「三度も招待するのだから、よほど重要な会であるにちがいない！」こと、そして、開会を忘れてしまっていたかも知れないことを思い出させるところにある。この電話は、簡単に言いたいことを伝えればよい。「明日、我々と会うことになっている事の確認です。午後2時、近所の図書館で地域のリサイクルについての話しです。」

5. 参加する動機

フォーカスグループに参加するのに、努力を要するので、参加を促す動機が必要である。参加者は、スケジュールの時間を取っておいて、そしてグループのために時間を空けておくことを約束しておかなければならない。生活が予測できないか、または他のものによって大きく都合が左右される可能性が高い個人にとって、この約束をするには大きい負担がかかるかもしれない。その上、参加者は財政的にも精神的にも通常、負担がかかる。例えば、保育、その場所までの交通、子どもたちとの十分な時間がもてないことを日頃悔やみながらも子どもを残してこないといけないこと、天気の良い日に出かけられない、家に帰ってまた、大好きな椅子から離れなければならない、また、個人的な話しにくい事を話さなければならないのではないかとという憂慮等がある。最終的に参加者は指定された時間をフォーカスグループに費やす。このレベルでの個人の時間的貢献は、他のデータ収集にかかる時間を大きく超える。

郵便による調査と電話調査は参加者の家か事務所でおこなわれるので、移動は必要としない。郵便による調査は、参加者には、いつ答えるかで何らかの選択がある。電話の場合は郵便より少ないが参加者に時間選択の余地はある。その上、郵便調査と電話取材は2時間かかることはない。個人面接は参加者にかける負担に関してはフォーカスグループに近い。しかしながら、参加者は、面接の時間と場所を決める際に、通常、参加者の都合の良い家か事務所を設定する。

フォーカスグループは個人にかかる負担という点では他のデータ収集法と異なる。したがって、伝統的に参加のために動機を提供することは、驚くことではない。実用的に考えると、ある状況における誘因なしでフォーカスグループを実施するのはほとんど不可能である。

参加の動機となるのは、報酬や謝礼金ではなく、給料でもなく、動機である。動機によってセッションに参加する誘因となる。そして動機の主要な働きは、フォーカスグループが定刻に開かれるように、参加者を促すことである。参加者が受け取ったときに驚くようであれば、動機付けはうまくいっていない。自分が働き詰めの日から帰宅すると想像しよう。その日1日うまくいわず、疲れていて、空腹である。あなたは、家庭で夜をくつろげることを楽しみにしている。しかし、2、3週間前に、今夜、小さいグループ討議に行くこと約束した。ここで動機が必要になる。あなたは、出席すると何が約束されていたかを思い出し、行くことへの価値を見出す。別の動機付けの方法として、予定されているフォーカスグループの時間を自由しておくことである。ぎりぎりになって、同じ時間に呼び出しの電話を何度も受ける人もいる。そんなとき動機付けの報酬は、参加者が時間を空けておく動機になる。

動機の三番目の要因は、フォーカスグループが重要であるということ伝える手段となる。最も一般的なタイプの動機は、お金である。お金には、いくつかの利点がある。価値は、すぐに参加者に認識されて解釈される。狭い空間にも収まり、持ち運びにも良く、そして、最も重要なことは、その効き目があることだ。グループの終りのときに参加者へ封筒を渡す。各人に「自然をまもる領域についての議論に参加し50ドルを受け取った」と日付と名前を署名させる。現金で即座の支払いは好まれる。数週間以内の郵便による小切手送付を約束することは失望を招くだろう。支払い額は、フォーカスグループによって異なるが、同じグルー

プ内では同額を受け取るべきだ。誰かの意見が他よりさらに価値があるという印象を与えてはいけない。支払い額を考えると、研究者は実行可能な範囲を考えるべきだ。少なすぎれば、参加者を侮辱する危険性が伴う。10ドルから15ドルの支払いの約束は、低過ぎ、プロジェクトへの支障をきたすことがあるかもしれない。時間と移動を考えると、最低賃金以下であり、真剣に考えられない。創造的であり、別のタイプの動機を思いつくのは、より良いことだ。多すぎると、研究者は費用が高くつくことがわかり、参加者は、特に、一般あるいは非営利団体から過度の支払いを受け取ると、気まずく感じるかもしれない。

一般に支払い金額が高くなると、募集に要する時間は少なくて良い。いくつかの研究では、効果的により多くの謝金を支払えば、時間の節約になり、人が集まらない心配も減る。現時点では、一般的に25ドルから50ドルで、一般市民や非営利団体への募集には効果がある。金額が50ドルに近づくにしたがって、興味深い現象が起きる。参加者がぎりぎりに行けなくなったときは、調整者に電話し、誰か代替りの参加者を申し出ることが多い。フォーカスグループの参加者がエリートであるなら、支払い額を上げる必要があるかもしれない。技術者、医師、弁護士、管理職および類似のカテゴリーに属するグループは100ドルから200ドルほどの範囲での支払いを必要とするかもしれない。

なぜフォーカスグループに参加するかの理由を尋ねたとき、66%が謝礼金であると答えた事が、オハイオ州のロジャースマーケティング調査による、研究報告で示された（「お金だけが動機ではない」1991、p17）。お金だけが動機ではなく、それが不適当か、不法である場合もある。既にフォーカスグループのために仕事から離れたということで従業員に代償している。そして、通常、謝礼金は不法ではなくてもあまり必要でないと考えられる。動機は、象徴的である。そして、お金以外の象徴はより適当である場合がある。食べ物（軽食から完全な食事）は、有効である場合がある。贈り物は、効果があるが、贈る時に失望を避ける為に説明をしなければならない。贈り物は、金銭的価値は低くても、感情的な心理学的な価値をもつ。積極的で、前向きな招待状、意見を共有する機会、食事、軽い飲食物、少しの贈り物を動機として我々は使用した。便利で快適で分かりやすい場所もそうだ。対象者によって、自分たちの意見が特定の価値を持つ研究計画に参加すると知ることは重要である。彼らは、研究計画に関する意見を提供するよう

に頼まれると光栄に思うだろう。最終的に、グループへの招待が、現在の身近な共同体（社会的であるか、個人的な関係）に基づき行なわれるなら、人々は、フォーカスグループにさらに参加するだろう。

したがって、招待状で、研究と地方の組織との関係、社会的な理由、尊敬すべき個人との関係を述べたなら効果がある。

（例）金銭によらない有効な動機

これは、フォーカスグループ研究の例ではないが、お金をかけずに贈り物を贈る好例である。数年前に、ある研究者が、私有林の地主にやっかいな調査を依頼していた。調査は長期にわたり、研究班は、回答が得られないのではないかと心配していた。参加する動機についてかなり話し合った。幾つかの案は示されたが、拒絶された。最終的に、研究員のひとりに巧妙な考えがうかんだ。

「森林学校近くのゴミ箱は木の種子で一杯になっている。でもただの種子ではない。何年も前に、私たちは高品種の松を研究していた。私たちは、赤、白、青の松を交配し、結果として、「アメリカの松のすべて」と呼ばれた。新しい木には、我々が望んだ特長がなかった。その結果、木を売り出せなかった。多くの種があるのでこの種を小さい封筒に入れて開発の過程や目的を説明する文を封筒に同封して入れたらどうだろう。たぶん、森林所有者は、興味を示すだろうと思った。」

このコメントは、非常に控えめな言葉であった。大きな価値あるものを森林所有者に与えたことに気づいた。どこからも手に入れない貴重なものだった。受け取った人は、もっと種子を欲しいと言ってきた。種の包みをテーブルにおいたり、額にかけたりして大切にした。種子は、研究者につまらない物と考えられたが、受け手によって、その種子の価値は非常に高いものであった。

要約

誰を招待するべきか。あなたは、どのように見つけるか。どのように参加させるか。これらの問題の答えを本章では探ってきた。フォーカスグループは、うまくいくために適切な人々と適切な人数を必要とする。同質であることが、フォー

カスグループのための指導原理である。そして、研究者は、研究の目的に基づくその同質性を特定しなければならない。潜在的参加者は協力団体や個人から、また行事や活動参加者の名簿から入手できる。

新人募集に、審査を行なうことに関してよく考えよう。これらは、適切な参加者を募るのに役立つ。研究の説明の仕方を如何にするか、そして、その利益が潜在的な参加者にもたらされるのか、慎重に考えよう。それは本当に招待されていると感じられるか。価値があるのか。脅迫的でないか。繰り返し個人的に連絡し、参加を促す系統的な募集戦略を使用しよう。動機を組み合わせ、招待を受け入れてもらい、フォーカスグループに出る気にさせるようにする。動機には様々なものがあり、現金はうまくいくが、お金にとらわれることはない。お金がないなら、創造的に行なおう。

実践のための参考資料4の1

電話による質問調査票
保健課フォーカスグループ参加者募集の様式

(これは手引きであるので、電話の際にただ棒読みしないこと。会話口調で話すことが必要である。)

名前 _____
電話番号 _____
かけた時間 _____
電話をかけるのに都合の良い時間 _____

もしも、私は(所属機関名)の(名前)と申します。現在ミネソタ州保健課と共に新しく親御さんになられた方のための新プログラムを立案中です。この件に関心がある方ということであなたのお名前を(名前)からお聞きしました。新しく母親になられた方にお話をお伺いしたいのです。新しくお母さんになられたのですか?(赤ちゃんは何ヶ月になりますか?等と話してみる。)

我々は新しくお母さんになられた方に集まって頂いて、母親訪問相談プログラムを企画する上で意見をお聞きしたいと思っています。お母さん達がどんなことを望んでいらっしゃるかを知りたいのです。8人ほどのお母さん方に集まって頂こうと思っています。場所と時間は次の通りです。

日時：
費やす時間：
場所：

軽いスナックと、ご意見をいただける謝礼として40ドル準備しております。小さいお子さんのために保育のサービスもごぞいます。

参加して頂けますか？

いいえ _____ わかりました。ありがとうございました。
はい _____ 良かった。詳細を後ほどお手紙でお知らせ致します。
お名前の綴はこれで宜しいですか？(スペルを確認し、住所を尋ねる)

住所 _____

保育サービスは必要ですか？ いいえ _____

はい _____ わかりました。

確認のため、連れてこられるお子さんのお名前とお年を教えてください。

では、お手紙をお送り致します。お話をお伺いできることを楽しみにしています。

実践のための参考資料4の2

参加依頼ののちに出す手紙

サラ・オルソン様

〔日付け〕

ボーガス市、マックスウェル街 101番地
MN12345

新しくお子さんが生まれる母親のための訪問サービス企画のための会合参加をお受けくださり、ありがとうございます。当保健課は、あなたのような方々のためにプログラムを企画しようとしています。何が必要か、どんな方法が良いか、成功しそうでないことは何か等、是非、助言をいただきたいとおもいます。すでに訪問プログラムを受けていらっしゃるかどうかは関係ありません。新生児をお持ちの全てのお母様の意見をお聞きしたいのです。グループの話し合いは以下の通り行ないます。

5月14日（火曜日） 午後2時～午後4時

保健課ビル、バーンズ郡課 102室 玄関から入ってすぐ右
1494アイダホ街西 スプーナー区、ニックのカフェの傍

グループは8人ほどの小規模です。ミーガンとマックスのために保育を準備しています。幼児家族教育プログラムの先生がお子さんを見ていてくれます。スナックと飲み物をお子さんにも用意します。また、セッションの終わりに40ドルをお受け取りください。

もし出席できない場合は出来るだけ早くお電話ください。そうすれば誰か他の方を探します。ご不明な点があれば、624-2221にお電話ください。

ミーガンとマックス、そしてあなた様に来週の火曜日にお目にかかれることを楽しみにしております。では宜しくお願い致します。

敬具

キャシー・グラフ
保健相談員