

企業内での継続的な実践を想定したインタビュー手法の構成的開発 A Constructive Approach to Interview Method Development for Intra-Organizational Long-Term Use

崎山 加奈子[†], 橋本 佳穂里[†], 外山 義雄[†], 松原 正樹[‡]

Kanako Sakiyama, Kahori Hashimoto, Yoshio Toyama, Masaki Matsubara

[†]株式会社 明治, [‡]筑波大学

Meiji Co.,Ltd, University of Tsukuba

kanako.sakiyama@meiji.com

概要

インタビュアーと対象者の関係性は、デプスインタビューの成功可否に大きな影響を与える。本研究は、社員を対象とした社員によるデプスインタビュー手法を、企業内での関係性の継続を考慮した制約の下、構成的に開発した。発話を分類する項目を定義し、整理シートを作成した。整理シートによってインタビュアーのメタ認知が促進され、手法の改善により負担軽減や対象者の感情の表出を促し、分類項目の見直しがインタビュアーの認識の更新に寄与し、質の高い情報取得に貢献した。

キーワード: 「手がかり」「構成的方法論」「身体性認知科学」

1. はじめに

1対1のデプスインタビュー (DI) は、対象者のプライベートに深く入り込むことで表層には表れない感情、それらに関連するエピソードなどの「手がかり」を取得できる質的調査の代表的手法である。心理カウンセラーの行う面接が典型であるが、マーケティング調査でも利用される。DI を利用したマーケティング調査の主たる目的は、特定の製品・サービスについてユーザーから深い洞察を引き出し、取得した「手がかり」をもとにインタビュアーや関係者が解釈し、特定の製品・サービスに対する世界観を創り上げることである。

通常は、専門の調査会社にインタビュアーの手配ならびに対象者のリクルートを委託するが、その理由はインタビュアーと対象者との間に、“DI 後の継続的な人間関係が想定されていない”ことが DI の成功要因の一つだからである。

一方で、企業内で社員がインタビュアーとなり、ユーザーである社員を対象にインタビューするメリットは、両者が仲間意識を共有し協力し合える関係基盤があること、社内の実情に沿った情報を取得しやすいこと、が挙げられる。マーケティング施策や商品開発に反映しやすい世界観を創り上げることにも有効と考えられる。

しかしながら、DI 後も関係が継続するため、個人的な体験に触れることをお互いに制限し、深い洞察を引き出せない可能性がある。したがって、企業内での継続

的な実践を想定した場合、社員同士の良好な関係を維持しながら、個人的な体験に触れ、良質な「手がかり」を取得できるインタビュー手法が必要である。

そこで本研究は、どのようなインタビュー手法であれば、関係継続という制約がある中で、家族構成や友人関係といったプライベートを掘り下げることなく、ユーザーである社員の個人的な感覚体験や感情体験に可能な限り触れて、良質な「手がかり」を取得することが出来るか?を問いとして、インタビュー手法を構成的に開発することを目的とする。本研究において、自身の身体状態や感情は個人差を超えて普遍的な価値基準となり得ると考え、これらに関連する発話を良質な「手がかり」と定義した。

2. 方法

2.1 インタビュー手法の構成的開発

本研究では、2024年9月、2024年12月、2025年5月の3期に渡りインタビューを実践し、各時期終了後に複数のインタビュー内容を振り返り、次の時期に向けてインタビュー手法を修正するサイクルを繰り返した。このプロセスを通じて、インタビュー手法を構成的に開発した。修正においては、清水・諏訪らの「構成的方法論」と小野 (2015) の「身体性認知科学に基づくマーケティング・リサーチ」を参考にした。

2.2 インタビューの実践

「グミを中心とした食品がもたらすベネフィット探索」というテーマで、インタビューを実施した。対象者は研究所の所員かつグミユーザーであることを条件とし、各時期での参加者数は4~5名(各時期ともに30代~40代で、男女比は1:2)とした。インタビュアーは、30代と40代の同研究所で感性を研究する部門に所属する第一著者と第二著者の2名である。

インタビュー参加者の全員が、同じ企業に勤める社員であり、通常行われる長い時間をかけた雰囲気づくりや場を整える行為が不要であることから、インタビ

ユー時間の目安は30分前後とした。その一方で、対象者は直前まで自分の業務に従事しているため、仕事モードから日常生活モードへ切り替える手助けとして、生活空間を模した実験室で実施した。

インタビューは半構造化形式を採用し、例えば以下のような質問をインタビューのはじめに用いて、その後は内容に応じてインタビューを進めた。「普段どのようなグミを食べますか」「どのような気持ち・状態の時にグミを食べますか」「食べた後はどんな気持ち・状態になりますか」。

インタビュアーは対象者との関係継続という制約があり、両者ともに業務として実践することから、不必要にプライベートを掘り下げることが避けつつ、その一方で、対象者とグミの関係について個人的な感覚体験や感情体験の発露を促すような形式とした。また、それらの体験は、喫食前後を含む一連の体験として捉えるように工夫した。

2.3 発話整理用テンプレートの作成

インタビューごとの発話を特定の分類項目で整理するための「発話整理用テンプレート」を作成した。時系列的に抽出した発話内容と、その発話から得られた「手がかり」を分類するための分類項目から構成される。発話を分類するための分類項目を探索的に検討し、縦軸にインタビュアーと対象者で区別した時系列の発話データ、横軸に分類項目を配置した発話整理用テンプレートを作成した。



図1 発話整理用テンプレート

3. 結果

3.1 インタビュー手法の変遷

第1期(2024年9月)のインタビューは従来のDIのやり方に倣って実施したが、第2期、第3期に向けてより良質な「手がかり」を取得するために、諏訪・清水(2014)の構成論的方法論を参考にして、インタビュー手法の各構成要素を変更した。

対象者が自らの考えをより深く掘り下げられるよう

に促すことや、心理的な余裕を持ってインタビューを受けることができるように、「対象者重視」から「双方向性」へ方針転換をし、また、「手がかり」の取得方法についても、短い相槌によって相手の内面を引き出す「聴き取り」から、インタビュアーも積極的に意見交流を行う「会話」へと変更した。

インタビューの緊張感を和らげ、リラックスした状態に促すために、対象者が常に応答を強いられる状況を改善した。具体的には、対象者1名、インタビュアー1名、書記1名の構成を対象者1名、インタビュアー2名の構成に変更し、記録は動画録画のみとした。加えてインタビュー参加者3名の座席位置を変更した(図2)。また、対象者が過去の記憶や感覚を思い出す際に考えるための時間を確保することや心理的負担の軽減を考慮して、かすかに聞こえる音量で環境音楽を流し、環境小物としてフェイクグリーンやぬいぐるみを配置した。

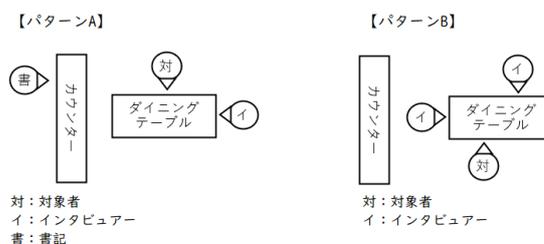


図2 座席位置 左: 変更前, 右: 変更後

3.2 発話整理用テンプレートの変遷

インタビューで取得すべき「手がかり」を整理し、「手がかり」を分類するための分類項目を設定した(図3)。

初期の分類項目は、「機能とベネフィット」に基づき、「手がかり」を外部要因(対象物に関すること)と内部要因(自身の状態・感情、満足感、価値観)に区分し分類項目を設定した。加えて、過去の経験や周囲の人々の行動を把握するための項目を外部要因として設定した。

インタビュー内容の分類をインタビュアー2名でそれぞれ行った結果、分類結果が個人間で大きく異なっていた。この分類の違いは、分類項目の定義における多義性が影響していると考えられた。例えば、自身が「ものに対して感じたこと」を本来は「対象物の機能」に分類すべきところを、内部要因としての「自分の感情に対する認識」に分類してしまう事例が見受けられた。

カテゴリー	外部要因		現在の行動	内部要因			
	過去の行動、周囲の人の行動	対象物の機能		自分の身体状態に対する認識	自分の感情に対する認識	対象物のベネフィット	価値観
定義	過去（現在に繋がっていない行動）、周囲の人の行動	ものの機能、印象、感想、外受容感覚：5感（見た目、音、食感、味覚、嗅覚）		身体よりの感情、内受容感覚	対象者の感情	どのような満足が得られているか	意図、好み、信念

カテゴリー	喫食前				-	喫食後				
	過去の行動、周囲の人の行動	ものに対する認識（1）	ものに対する認識（2）	自分の状態・感情に対する認識		行動	自分の身体状態に対する認識	自分の感情に対する認識	対象物のベネフィット	ものに対する認識（1）
定義	過去（現在に繋がっていない行動）、周囲の人の行動	印象、特徴	人への作用	自分の身体・感情がどうなっているか？	現在、現在完了進行形	身体から生成されるイメージ	自分の感情がどうなっているか？	行動によって達成すること	印象、特徴	満足につながる考え方、信念や意図（長期的なもの、行動の理由やその行動に対する評価）
補足 ※××がカテゴリー分類の対象	-	〇〇が××である	〇〇すると××になる	自分は××という状態である（身体） ××という状態/気分 のときに	自分は××する 普段××している	自分は～～を食べたら××の状態になる（身体）	自分は～～を食べたら××の気分になる（感情）	××になるので、△△できる	～～を食べたら〇〇が××である	自分は××である ××が好き 〇〇するのは××だから

図3 分類項目（上 修正前，下 修正後）

このような背景から、「ものに対する認識」と「自身の状態や感情に対する認識」の項目定義を明確にし、さらに喫食の一連の体験に沿って項目を設定することで、分類の改善が期待できると考えた。

具体的には、「対象者とグミとの関係（「ものに対する認識」と「自身の状態や感情に対する認識」）・対象者の過去および現在の行動・周囲の人の行動・自身の価値観」といった分類項目に修正した。さらに、分類わけの基準を明確にするために、各分類項目を主語、述語、修飾語で構成される文によって定義した。

3.3 「手がかり」取得の変遷

研究開始当初は、行動や価値観に関する「手がかり」が多数見受けられたが、「手がかり」の分類項目について検討・修正を重ねることで、対象者の過去のエピソードや周囲の人の行動、喫食前の感情や身体感覚に関連する「手がかり」をより多く取得できるようになった（図4）。

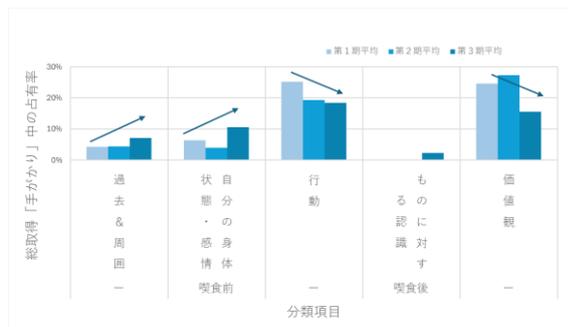


図4 「手がかり」取得の変遷（一部抜粋）

4. 考察

4.1 インタビュー手法の変遷について

対象者を重視した「一方的な聞き取り」よりも「双方向の会話」という形式を採用し、さらにインタビュアー2名の構成とすることで、発言しやすい雰囲気を醸成することができた。具体的事例として、グミの喫食シーンの話題が起点となりチョコレート、ポテトチップスの話題が展開し、対象者がポテトチップスに対する印象や考えの発露に行き詰まった際に、対象者から逆質問が自然に行われ、それに対するインタビュアーの考えに基づいて対象者が自分の内面をさらに掘り下げて回答する場面があった。インタビュアーが自由に話す様子を通じて、対象者自身も同様に自由に発言して良いと感じる環境が整えられたと解釈している。

また、環境音楽を流し、環境小物としてフェイクグリーンやぬいぐるみを採用することによって、職場モードから日常生活モードへの切り替えを促し、会話中の目線のやり場としても機能し、対象者の緊張感が和らぐことで、インタビュアーにとっても進行しやすくなる相乗的な効果が認められた。

第1期のインタビュー終了後、分類の仕方を精査する中で内部・外部のモデルを採用するよう改善した。諏訪・清水(2014)は、目的は異なるが、対象者の語る意見を哲学（本人がモットーにしていること）と具体的なモノゴトに関する対象者の「意見や評価」に大別している。これは自分の内と外に大別していると解釈でき、これに準じた。かつ、特定の対象物であるグミとその周辺

情報を外部に含めた。しかしながら、食べるという行為には、喫食前に欲求・期待を生じさせる状況や心身の状態があり、さらに喫食中や喫食直後だけでなく食べた後の行為との連続性を考慮しなければならない。そのため、第2期の終了後は喫食体験に関する要因を外部と内部とだけでなく喫食前・中・後といった時間軸も加えたモデルを考案した(期待・欲求⇒喫食行為⇒満足・不満足)。モデルの変更は、インタビュー者の意識づけに寄与し、良質な「手がかり」を取得するうえで効果的であった。

4.2 インタビュー実践の変遷

インタビューの実践・修正を繰り返すことにより、インタビュー者のマインドに変化が生じ、インタビュースキルの身体知化が進んだと考えている。諏訪・大武(2017)の定義では「身体知とは単に情報やどこかで聞きかじった知識とは異なり、身体感覚や生活文脈と照らし合わせて、まさに「腑に落ちる」ように理解した・体得した知のことである」。インタビューの実践を通じて、インタビュー者としての自分が何をすべきか俯瞰的に理解しつつあることを実感している。さらに、同じテーマについて繰り返しインタビューを行うことで、対象者の重要な感情体験や感覚体験がエピソードと結びついていることをインタビュー者自身が直観し、エピソードを起点にした感情体験に関する「手がかり」を取得できるように変化した。例えば、「(インタビュー)子供の頃のお菓子について ⇒ (対象者)駄菓子の楽しさ:選ぶ楽しさ ⇒ ! (インタビュー者の直観)グミの棚の並びも同じ楽しさだろうか ⇒ (対象者)確かにそうですね」といった対話が展開されるようになった。このように、インタビュー者の直観が対象者の気づきを促し、即時的な理解と共有が得られるようになった。これは、インタビュー者のグミに関するこれまでの知識や経験が、非常に有効であった事例である。自分たちが開発する商品に関してインタビューを行うことには、サンプルの偏りといったデメリットも存在するが、一方で直観が働くといったメリットをもたらすと考える。

5. まとめ

合計14名の対象者に対して3期に渡りインタビュー手法の修正や改善をしながら実践を繰り返し行い、併せて、「手がかり」の取得状況を把握するために、発話を分類するための分類項目を定義し、それに基づいた発話整理シートを作成した。構成的方法論の既報を参考とした手法の変更は、対象者だけでなくインタビュー者の心理的負担を軽減し、対象者の個人的な感覚体

験や感情体験の自然な発露を促すことに寄与した。また、身体性認知科学の既報を参考にした分類項目の修正過程は、インタビュー者の認識を整理する効果もあり、良質な「手がかり」を取得する上で有効であった。開発途上であるものの、関係継続という制約がある中で、プライベートを掘り下げることなく、良質な「手がかり」を取得するインタビュー手法として、一つの解を提示できたものと考えている。本研究の限界として、インタビュー対象がグミに限定されていた点が挙げられる。このため、今後の研究においては、他のカテゴリー食品(例:チョコレートやスナックなど)を対象とした場合に、同様の手法、分類方法および喫食モデルが適用可能かどうかを検討する必要がある。

倫理的配慮

本研究は、筑波大学 図書館情報メディア系における人を対象とする研究倫理委員会の承認を得て実施した(通知番号第24-83号)。

文献

- Hideyuki Nakashima, Masaki Suwa, Haruyuki Fujii . (2006) . Endo-System View as a Method for Constructive Science, Proc. of International Conference on Cognitive Science.
- 小野 滋(2015). 身体に埋め込まれた認識~マーケティング・リサーチへのインパクト~, Marketing Researcher, No.126, 54-57.
- 諏訪 正樹・清水 唯一郎(2014). 本音を語ることを促すインタビュー技法に関する一考察, 第28回人工知能学会全国大会報告論文.
- 諏訪 正樹・大武 美保子(2017). 生活と身体知, 人工知能, 32巻, 2号247-254.
- 徳永 弘子・武川 直樹・木村 敦(2016). 孤食と供食における食事動作のメカニズム-食事の形態がもたらす心理的影響との関連に照らして-, 日本食生活学会誌, No.27, 3, 167-174.
- 内山 悟志(2013). 共感を増幅するマーケティング戦略, from Now Insight, January, 1-4.
- 矢動丸 琴子・大塚 芳樹・中村 勝・岩崎 寛(2016). オフィス緑化が勤務者に与える心理的效果に関する研究, 日緑工誌, No.42, 1, 56-61.
- 吉村 浩一(2019). 「心理学研究法総論」をどう教えるか(II), 法政大学学術機関リポジトリ, 111-125.