

■ 類友観察インタビュー

定性調査における観察では、あくまでも生活者の視点でその言動を観察するのが定石です。ただ、リサーチに慣れれば慣れるほど、キモチのどこかでマーケティング的観点（シーズのバイアスがかかった状態で観察しているコトは否認しません。

そこで、リサーチユーザーである皆様やリサーチャーである我々に加えて、同じような趣味・嗜好の持ち主を第3の観察者として、インタビュー実施時点で導入するのはいかがでしょう。同類者視点だからこそ得られる発見、気づき。

類は友を呼び、友から学びを得る、題して「類友観察インタビュー」



調査概要	おすすめポイント	実査フロー例
<p>調査対象と同じ条件に属する一般生活者を、分析者として設定、実際のインタビューをバックルームで観察してもらい、実査後のデブリーフィングにも参加してもらおう。</p> <p>例) ・紙パック酒ヘビーユーザーのGIを、自他ともに認めるヘビードリンカーに観察してもらおう。 ・ゲームアプリに関するユーザーの反応を、生粋のゲームマニアに斬ってもらおう。</p>	<ul style="list-style-type: none">・同類だからこそ分かる、推し測れるインタビュー内の発言の真意（クローズド・インサイト）の抽出が期待できる。・類友観察者が自分に似た人たちの言動を第3者として見聞きすることで、観察者自身の新たな気づきを得ることができる。・メーカー側の意図や想いも共有することで、インタビュー後の振り返りに拡がり、最終的な分析により深みが生まれる。	<p>STEP① 類友観察者の選抜 本番のインタビュー前に20～30分のDIをして、類友観察者としての適性判断を行い、1～2名を選抜。（能動的発言ができそうか、情報感度が高いか、当該商品に詳しいか） ※本番インタビューフローのブラッシュアップ、仮説の確認も兼ねる。</p> <p>STEP② 通常GIの実施 類友観察者に見てほしいポイントのタスクを与えた上で、バックルームでインタビューを観察。</p> <p>STEP③ GI終了後のデブリーフィング 類友視点（リアルな生活者視点）での新たな気づき、示唆を話し合う。</p>