

## インタビューの基礎知識

インタビューは様々な目的で行われます。

メディアによる情報発信以外にも、マーケティングやユーザー調査、フィールドワークなど、それぞれの目的に適したインタビューの手法があります。

ここでは、地域のインタビューメディアをつくる事を前提に、インタビューに必要な基礎知識を伝えます。

### 主な用語

インタビュアー：インタビューを行う、話を聞く側の人

インタビュイー：インタビューされる、話をする側の人

オーディエンス：メディアの読者・視聴者など、メディアの受け手、情報を届ける相手

### なぜ、インタビューを行うのか？

インタビューとは、対話形式で相手からコメントを引き出す手法です。

相手の反応を見ながらリアルタイムに質問を投げかける事で、より深い情報を得る事が可能です。

人はそもそも、自分の本心をどこまで理解しているのでしょうか？

インタビューや講演、執筆などで、普段から自分の考えを言語化している人もいますが、自分の思考や想いを整理できていない人が大半を占めます。インタビューされる事によって、自分が持っている思考、思想が整理され、自分も知らなかった本当の想いに気付く事はよくあります。

また、インタビューなどに慣れている人でも、いつもとは違う切り口、角度から質問され、気持ちに乗ってくる事で、新たな一面があらわになる時があります。これもインタビューの大きな力と言えます。

### インタビューとアンケートの違い

アンケートは定量的なデータ収集に有効で、統計的な分析などに利用されます。ただし、それなりの回答数が必要になります。

インタビューは定性的なデータ収集に有効で、1回のインタビューでも十分な価値を持ちます。ただし、統計的な分析には不向きと言えます。

アンケートでも、定性的なデータ収集は可能ですが、データ量は相手次第なので、深掘りが難しいという問題があります。

またアンケートでは、設問のズレや、相手の解釈に誤りがあると、取り返しがつきません。イン

タビューの場合、その場で質問を柔軟に変えられるので、リカバリーがしやすくなります。

### インタビューと傾聴の違い

傾聴は、相手の話を引き出すという意味ではインタビューと似ているところもあります。

ですが、傾聴が話を聞く事そのものを目的にしているのに対して、インタビューは、それ自体を目的とはしていません。

インタビューは、相手が話したい事を自由に話してもらうのではなく、そのインタビューの目的に沿って、相手の話を引き出します。

インタビューメディアにおいては「オーディエンスに何を伝えるか」が目的になりますので、インタビュイーが話したい事を気持ち良く話す事よりも、オーディエンスが求める情報をしっかりと聞き出し、伝える事が重要になります。

### インタビューと対談の違い

対談とインタビューの違いは、二人の向き合い方にあります。

インタビューはインタビュアー（質問をする側）とインタビュイー（質問をされる側）に分かれますが、対談は双方が同等の関係で対話します。

対談のメリットは、二人の対等な関係から生まれるシナジーにあります。相手の話に刺激されて、普段とは違う思考や気付きが生まれる事が期待できます。

インタビューでは、インタビュイーの中にあるモノを変容させない事を意識する必要があります。もちろん、対話を行っている以上、インタビュイーに何の影響も与えないという事は不可能ですが、インタビュアーは自分の発言が相手に与える影響を常に考慮すべきです。

こう聞くと、対談の方がメリットが大きいように感じる方もいるかもしれませんが、その場合は、最初からインタビューではなく対談企画にしても良いのではないかと思います。

ですが、普段人前で話をする機会が少ない人だと、その場の空気を読んで意図しない発言をしてしまい、自分の発言が委縮してしまう事も少なくありません。

オーディエンスが求めているのはインタビューなのか、それとも対談なのか？

企画段階からしっかり検討しておく方が良いでしょう。

### インタビューの手法

インタビューの手法にはいくつかあります。

このプログラムでは、**非構造化インタビュー**と**半構造化インタビュー**を利用します。

#### 非構造化インタビュー

事前に質問を準備せず、対話の中から次々と質問を考え、情報を引き出していく手法です。

プログラム中では「ヒアリング」と呼んでおり、インタビューの事前準備のために行います。

深い対話でも利用されますが、インタビューの準備としては、広く浅く問いを展開します。

## 半構造化インタビュー

予め質問項目を用意しておき、それに沿って情報を引き出していく手法です。

この事前を用意する質問を「インタビューガイド」と呼びます。

しかし、必ずしもインタビューガイド通りに進行しないといけないわけではなく、インタビュアーの裁量で、そこから逸脱していく事が可能です。

## インタビューの進め方

一般的なインタビューの進め方は、概ね以下のような流れになります。

1. 企画
2. インタビューの申込み
3. 事前準備
4. 事前打合せ&ヒアリング
5. インタビューガイドの作成
6. インタビュー
7. 文字起こし
8. 編集
9. 発信

しかし、このプログラムでは、作業を簡略化し、素早くメディア化するために、インタビューをリアルタイム配信（公開インタビュー）する事を想定しています。

その場合、後半の作業が不要になり、以下のようにになります。

1. 企画
2. インタビューの申込み
3. 事前準備
4. 事前打合せ&ヒアリング
5. インタビューガイドの作成
6. 公開インタビュー（イベント／動画記録）
7. 発信

ステップだけ見ると、あまり作業は減っていないように見えますが、編集という作業は割と大変なので、公開の遅延につながります。

また、最近は zoom などの利用が一般化したため、インタビューしながらの動画配信が簡単に行えるようになりました。

もちろん、非公開で行う事も可能ですが、インタビューをオンラインイベントにする事で、動画

配信にあまり関心を持たない層にも情報を届けられるようになりますし、リアルタイムに質問を受け付けることや、交流の時間を持つこともできるため、併せて行う事をお勧めします。

ここから、それぞれのステップについて詳細を伝えていきます。

## STEP 1：企画

どのような人たちに、どのような情報を伝えたいのか…というところから、インタビューの企画が決まっていきます。

メディア全体としての企画も必要ですが、インタビュー1回1回でも、想定するオーディエンスや伝えたい事は変わってきます。

中には、インタビューが先に決まるケースもあるかと思いますが。その場合でも、オーディエンスを意識して、目的やコンセプトを練り上げる事が重要です。

### 目的

何のためのインタビューなのか？「誰に」「何を」伝えたいのか？

### コンセプト

インタビューの切り口、他のインタビューと何が違うのか？

### インタビューイ

誰にインタビューを行うのか？なぜ、その人が最適なのか？

### 発信媒体

どこで、どうやって発信するのか？

インターネット（WEB、SNS、Blog、メール…）、紙（雑誌、新聞、本…）

文字？音声？動画？

このプログラムでは、公開インタビューを直接、動画配信するため、note+youtubeのような組み合わせが一般的になりますが、最近はPodcastやClubhouseのような音声媒体もありますし、動画から文字起こしを行うなど、複数の媒体を組み合わせる事も可能です。

## STEP 2：インタビューの申込み

インタビューは当然、すべてが許可されるわけではありません。早めにコンタクトを取り、先方の意向を確認します。

その際、企画が具体的な資料として提示できる状態になっているとスムーズです。

また、インタビューを受ける側には、リスクもあります。あなたが取材対象者の味方であり、お互いにメリットがある関係である事を理解してもらう必要があります。

ファーストコンタクトはテキスト媒体（メール、メッセージ、WEB フォームなど）になる事が多いかと思います。

その場合、一度に多くの情報を与えると混乱しますので、必要最低限の情報を伝えた上で、事前打合せのアポイントを取るのが良いでしょう。

### 伝える事

◎インタビューの目的、企画意図・コンセプト

◎インタビュー、情報発信の方法（このプログラムでは zoom によるオンラインイベント&動画配信が基本）

◎時間（イベントで行う場合 1 時間半～ 2 時間程度）

◎事前打合せのアポイント（1 時間程度）

また、動画配信にハードルを感じるインタビュイーもいます。

その場合、インタビューはリアルタイムに配信せず、動画記録にして、あとでインタビュイーのチェックの元に動画配信するという、2ステップで行うような調整をすると良いでしょう。

### **STEP 3：事前準備**

事前準備は STEP 4、STEP 5 以降に行う事もありますが、打合せ前に行っていく方が安全な事も多いので、事前に何が必要か確認しておきましょう。

### 公開インタビュー（イベント）のスケジューリング

インタビューのスケジュールは、インタビュイーの都合が最優先ですが、スタッフの都合もありますし、想定オーディエンスの参加のしやすさも考慮する必要がありますので、ある程度の時間帯や複数の候補を用意しておく方がスムーズかと思います。

### デスクトップリサーチ

インタビュイーの経歴や団体、活動の情報は事前に確認しておきましょう。インターネットで検索すれば、ある程度の情報は得られるはずですが。

以前にもインタビューを受けているようであれば、その内容は確認しておきましょう。調べればわかる事を知らない、改めて聞かれるのは、インタビュイーに対してストレスを与えます。

また、インターネット以外でも、事前に確認できる情報は調べておく方が良いでしょう。

### インタビュイーへのリマインド

インタビュイーと一度コンタクトを取ったら安心…とは考えないで下さい。

相手が忙しければアポイントを忘れる事や、ダブルブッキングしてしまう事があります。

事前打合せはもちろん、インタビューの日時についても、リマインドを忘れず、小まめなコンタクトを心掛けて下さい。

## STEP 4：事前打合せ&ヒアリング

事前打合せは1時間程度で考えると良いでしょう。

30分で打ち合わせを行い、残りの時間でヒアリングをするような感覚です。

### 打合せ

打合せではインタビューの承諾を頂き、公開インタビュー（イベント）の日時を決めるのが主な目的です。

それには、相手から信用を得るための情報を用意しておく事も必要です。

事前に伝えていたインタビューの目的や発信方法なども改めて伝え、お互いにメリットのある話である事を理解してもらいましょう。

インタビューの条件や権利の確認もしておきましょう。

多くの場合、インタビューへの謝礼は用意していないか、少額になるかと思います。それでも、インタビューにメリットがあれば了承は得られますので、自分たちの事情、想いを率直に伝えるのが良いでしょう。

インタビューとの調整が必要なものは、主に以下のような内容です。

- ・公開インタビュー（イベント）のスケジュール
- ・大まかなタイムテーブル（インタビュー、質疑応答の時間など）
- ・集合時刻／終了時刻
- ・告知用のプロフィール
- ・（必要であれば）告知用の人物写真
- ・インタビュアー、総合司会などの各担当者（その場に不在の時は、当日挨拶する）
- ・今後の連絡窓口（インタビュアーが担当するのが理想です）

また、以下のような情報も伝えて、問題がない事を確認して下さい。

- ・インタビューはオープンなイベントにし、参加者からの質問も受け付ける
- ・インタビュー後は参加者との交流に参加してもらう
- ・インタビュー動画はリアルタイムに配信する
- ・インタビュー動画は、その後もアーカイブとして公開し続ける

インタビューによっては、難色を示すかもしれませんが、どこが引っかかるかも人によって違います。リアルタイム配信にハードルがある場合もあれば、アーカイブとして残る事への不安、参加者から無軌道な質問を受ける事がストレスという場合もあります。

インタビューの気持ちを考慮した上で、リアルタイム配信はやめる、動画配信の範囲を変える、公開前にインタビューのチェックを受けるなど、柔軟な対応を心掛けましょう。（ただし、柔軟

に対応すればするほど、運営側の作業は増えますので、ほどほどに)

ここで、質問項目のリストなどを要求される場合もありますが、インタビューガイドをすべて渡してしまうのは、良い方法ではありません。

この時点では「詳細な質問はヒアリングを行った上で決める」という事を伝え、企画意図や大まかな方向性だけ伝え、あとで概略だけ伝えるようにしましょう。

細かな質問項目を事前に知っていると、それに向けた回答を用意されてしまうので、アンケートに回答するのと変わらないような、予定調和のインタビューになりがちです。

インタビューガイドが用意できた後も、インタビューとしての新鮮さを保つため、インタビュイーに伝える情報は最小限に留めましょう。

何よりも重要なのは、インタビュイーとの間で信頼関係（ラポール）を形成しておく事です。

あまりに事務的な会話になってしまったり、距離感を間違えると、インタビュイーの態度も堅くなったり、警戒心が生まれます。

ヒアリングも含め、時間に余裕がありそうであれば雑談なども挟み、終始なごやかな空気をつくる事に努めましょう。

## ヒアリング

後述しますが、インタビューには「仮説」が必要です。

ヒアリングは、仮説を立てるための情報を集める事を意識して、幅広く多角的な問いを投げかけましょう。

ある調査によると、会話の70%は無駄な受け答えであり、価値のある情報は30%しかないそうです。インタビューでは、この無駄な会話をできるだけ削ぎ落とし、情報の密度を上げる事が求められます。

しかしヒアリングの時点では、無駄なやり取りがたくさんあっても問題ありません。

そういう会話の中から、価値のある会話の糸口を見つける事ができます。

もちろん、「ここを深掘りすれば、価値がある会話になりそう…」という手応えを得ても、実際にインタビューをしてみたら、空振り…という事は少なくありません。

できるだけ多くの情報を入手し、複数の「ポイント」を見つけておきましょう。

また、インタビュイーの想いも確認しておく、インタビューの構成に役立ちます。

このインタビューがインタビュイーにとってどんな意味を持つのか？どんな人に聞いて欲しいか？何を伝えたいか？

企画や告知方法などにも影響を与える事なので、しっかり聞いておきましょう。

## STEP 5：インタビューガイドの作成

インタビューの前には、インタビューガイドというものを作成し、当日のインタビューの指針とします。これはインタビュアーのための想定シナリオのようなものですが、当然、当日の流れ次第で変わりますので、厳密に作り込む必要はありません。

特にフォーマットが決まっているわけではないので、質問を箇条書きにしておくだけで良いでしょう。

その上で、以下のような事を意識してみてください。

※具体的な「質問の作成方法」については後述します。

### 仮説検証

インタビューは、仮説検証の一面を持っています。

ヒアリングで得た情報から推論を重ね、「あなたが欲しい情報を引き出すには、どのような質問をすれば良いか？」という仮説を立ててみてください。

### 優先度

#### **絶対に忘れてはいけない質問は何か**

…という事に留意しつつ、質問のリストを自分に分かりやすいように作成しましょう。

質問に優先度（3～5段階ぐらい）を設定し、絶対に聞かないといけない質問、状況によって飛ばして良い質問などが一目で分かるようにしておきましょう。

### 時間配分

インタビューはタイムマネジメントが重要です。

特にリアルタイムにインタビューをつくっていく場合、相手の話をブチ切ってしまったたりすると興ざめです。

全体をいくつかのパートに分けて、それぞれの時間配分を設定しておくこと、コントロールし易くなります。

### 全体の流れ

全体をどのように展開させていくか、どのような質問をどのような順番でしていくか。

質問の順番によっても、インタビュイーの回答は変わります。

インタビュイーの思考ができるだけスムーズで淀みなく、インタビュアーが期待する回答が得られるようなテンポの良い流れをつくれるように設計しましょう。

通常のインタビューであれば、インタビューの後に編集作業があるので、そこで展開をつくる事が可能ですが、公開インタビューはインタビューと編集を同時に行う技量が必要です。

### ◎展開をつくるコツ



全体を3幕構成で考えると、整理しやすくなります。

演劇や映画などで広く使われる構成ですが、インタビューもこれに当てはめる事が可能です。

第一幕は導入部です。このインタビューの目的やインタビューイのキャラクターなどをここで伝えます。

第二幕はインタビューの中心となる部分です。このパートの中で起伏をつくり、できるだけ後半に大きな盛り上がりがあるよう、話の展開を調整します。

第三幕は解決のパートです。インタビュー全体の結論やオーディエンスが気になっている事をここで伝えて完結させます。

時間配分は1:2:1となります。60分のインタビューなら、15分:30分:15分のような構成です。  
(もちろん、意図によって変更は可能です)

典型的な展開方法を2つ伝えます。

### 1. 時間軸型

第一幕：現在           インタビューイの人となりや活動の概略を伝える

第二幕：過去～現在   過去から現在まで、時間軸に沿ったストーリー

第三幕：未来           最新の活動や今後のビジョンなど、夢や想いに焦点を当てる

### 2. 内面型

第一幕：活動の概要

第二幕：想いや原体験など、インタビューイの内面を掘り下げる。

第三幕：さらに本質的な問いを与え、深く掘り下げる

お勧めは1の時間軸型です。

ほとんどの場合、これでうまくいきます。

第二幕をどこから始めるのか、時間配分を考えて構成しましょう。

2の内面型は、インタビューイの「人」の部分にフォーカスを当てます。

後述する女性脳へのオーディエンスに向けていますが、リアルタイムで配信するには、ちょっとリスクがあります。

特に第三幕は問いが抽象化して、沈黙の時間が増える可能性があるため、インタビュアーが場をコントロールしづらくなります。

基本は時間軸型を遣えば、まず間違いありません。

自分なりにカスタマイズして、盛り上がる展開を演出しましょう。

## STEP 6：公開インタビュー

当日のインタビューは、その場の空気や流れを重視しましょう。インタビューガイドや事前の準備に囚われる事はありません。

仮説が外れた場合も、予想外の展開になった事を楽しみましょう。

### 時間配分

決められた時間の中で、どのように会話の流れを作るかが重要です

- ・早い段階でリラックスできる雰囲気を作っておく
- ・会話の拡散と収束をコントロールする  
後述する「問いの重さ」を考慮して、どこまで広げるか、どこから収束させるか考えましょう
- ・どの方向に広げたいかを考えて話の流れを作る
- ・思い出しやすさを考えて時間軸をシフトさせる
- ・後半に盛り上がりがあるように、起伏をつくる

### 意識するポイント

- ・インタビュアーは自分の話をするのではなく、相手の話を引き出す事に注力する
- ・相手をのせる→表面的な内容に終始させず、相手の言葉を拾って深掘りする事で、普段と違う話を引き出す
  
- ・イメージと違う展開をした時は新しい質問を用意して話を掘り下げたり、広げたり、質問の順番を柔軟に入れ替えるなど柔軟に対応する
- ・想定と違う回答が返ってきてても、焦らず、その時間を楽しむ  
→得てして、そういうインタビューの方が、面白くなります
- ・前提の違いを意識する  
インタビュアーが知っている情報でも、オーディエンスには伝わらないかもしれません  
前提条件の違いを忘れないようにしましょう
- ・要約や代弁、先回りをしない  
欲しい言葉は、できる限りインタビュイーから引き出すようにしましょう  
インタビュアーの言葉にインタビュイーが同意するという構図は、野暮な印象を与えます

## 質問の作成方法

質問は、いくつかの軸を意識すると作成の目安になります。

### 問いの重さ（答えやすさ）

質問には、答えやすいものと答えにくいものがあります。

具体的な質問ほど回答しやすく、抽象度が上がるほど回答しづらくなります。

たとえば「あなたはどのような活動をしていますか？」という質問には、具体的な回答がしやすいですが「あなたにとって、その活動は、どのような意味を持ちますか？」は、少し応えづらく

なります。

この答えやすさ＝問いの軽さ・重さは、いくつかの要素で決まります。

軽      重  
具体的⇔抽象的  
個人的⇔社会的  
現 在⇔過 去（未来）  
近 い⇔遠 い（インタビュイーの生活圈や専門領域などから）

特に抽象的・具体的というところは、大きく影響します。

他にも、インタビュイーにとってなじみがあるか、普段からその事について考えているかといった、インタビュイーが個人的に、普段「言語化」しているかどうかも重要です。

インタビューでは、序盤はできるだけ軽い問いから、徐々に重くしていく方がテンポが良くなります。

重い問いを与えると、沈黙が増えます。

これが良い効果を生む場合もありますが、公開インタビューの場合、コントロールが難しくなるので、できるだけ軽い問いをテンポ良く、キャッチボールする感覚でインタビューする方が良いでしょう。

もし、抽象度の高い質問をしたい場合には、細分化して、段階的に質問をしていくのが良い方法です。

「〇〇について、どう思いますか？」は、漠然としていて回答が難しいですし、インタビュアーが期待する回答が得られない場合も多いでしょう。

「〇〇は好きですか？」「それはなぜですか？」みたいに問いを重ねていく方が、テンポが良く、インタビュアーが期待する流れをつくりやすくなります。

### **主観と客観**

インタビュイーが何かの専門家である場合、客観的な事実をを教えて欲しいという場合があるかと思えます。

たとえば「〇〇の属性の人は、どのぐらいいるんですか？」とか「〇〇と××を比較すると何が違うんですか？」みたいな質問です。

これらは、インタビュイーが、それに精通していれば良いですが、そうでない場合、回答できなかったり、誤った回答をしてしまうというリスクがあります。

特に市民活動をしている地域プレイヤーなどを対象にしていると、専門的な知識はあまり重要でなかったりします。

そのような客観的な情報は、インターネットや書籍で得る方が確実ですので、インタビューで掘り下げるのであれば、インタビュイーの主観的な情報であったり、インタビュイーの人的ネットワークから得た一次情報などにフォーカスする方が良いでしょう。

もちろん、事前にインタビュイーの専門性や知識、情報のレベルを把握できていれば、それに合わせた質問をする事は可能です。

そういうインタビューを望むのであれば、ヒアリングで確認をしておきましょう。

## **外面と内面**

インタビュイーには外面と内面があります。

外面とは、インタビュイーの社会的な立場や活動、実績など、外から見て評価できる部分です。

内面とは、外から見ても分からない、本人の気持ちや感情、思考などです。

インタビューでは、この両面が必要になります。

外面的な情報がなければ、インタビュイーがどういう人なのかオーディエンスが理解しづらくなります。

まず、外面的な質問から始めて、徐々に内面に迫っていく方が、インタビュイーにとっても、オーディエンスにとってもスムーズです。

これは、後述する「男女の関心の違い」とも大きく関連します。

オーディエンスの関心に合わせて、バランスよく質問をすると良いでしょう。

## **男女の関心の違い**

よく言われる事ですが、男性と女性で求める情報の指向に違いがあります。

ただし、これには個人差があり、必ずしも性別だけで線を引く事はできませんので、男性に多い思考か女性に多い思考か…という事で、ここでは「男性脳」「女性脳」と分けます。

男性脳は、問題を解決する事に関心があるため、情動的な価値を求める傾向が強くなります。

たとえば活動の詳細、ノウハウ、実例などです。

また、未来志向が強いため、今後の活動、将来ビジョンなどに関心が向きます。

一方、女性脳は、過去のプロセスやストーリーを共有する事を志向します。

話を聞く事は女性にとって疑似体験、追体験といった意味があります。

そのため、プロセスの詳細や、気持ち・感情といった個人の内面が気になります。

その方が、自分に置き換えて追体験しやすくなるからです。

また同様の理由から、時系列で話を聞く方が理解しやすく、原体験などにも関心を持ちます。

	指向性	得たい事	興味・関心
男性脳	問題解決	情報的な価値 目的達成	活動、ノウハウ、事例 理由・原因、成功の秘訣
女性脳	共有・共感	疑似体験、追体験	プロセスの詳細 人の内面（気持ち・感情） 生い立ち、原体験

これらの性質を理解した上で、オーディエンスに合わせた配慮が必要になります。

オーディエンスの性別に偏りがなければ、これらをバランス良く分配する必要がありますし、偏りがある場合には、どちらかに寄せて構成する方が支持を得やすくなります。

また、インタビューの指向がどちら寄りかも意識して、会話をコントロールする必要があります。

ただ、難しいのは、これらの要素は相反する場合が多い…という事です。

たとえば、男性はすぐに結論を聞きたいのに、女性は時系列で語られるのが好き…となると、どちらかが我慢を強いられる事になります。

うまくバランスを取りたい場合には、男性脳・女性脳どちらも関心が持てるように情報をミックスしていくと良いでしょう。

たとえば、女性があまり関心を持たない「未来」の話を書く時には、そこに「インタビューの想い」みたいな情報を加えてあげると、男性にも女性にも理解しやすい話になります。

## 最後に

常に、原点（＝目的）に立ち返りましょう。

### 「誰に」「何を」伝えたいのか

これを忘れずに、インタビューに臨んで下さい。

インタビューに正解はありません。

自分だからこそできる、インタビューの手法を確立して下さい！