

事例研究

矢島 彩子

富士通株式会社

フィールド・イノベーション本部 FI技術センター

人間科学と工学のアプローチによる要求獲得の質を上げるためのインタビュー手法の開発

講演概要

【概要】

システム開発プロジェクトにおける「要求獲得の成否」は、後続の開発工程に重要な影響を与える。要求獲得段階において、現場の業務を的確に把握すること、現場の人起点での行動や意識を理解することの重要性が問われている。要求獲得は、「業務遂行の目的を達成するために、システムやそれを使う人が現状どのように行っているか、どうあるべきかのニーズの把握」と考えられる。要求を獲得するためには、情報を受け取る側も伝える側も明確に「理解できるように表現される」必要がある。そのため、弊社のようなITベンダーでは、要求を「いかにして顧客視点で聞き出すか」が必要である。しかし、聞くことは属人的なスキルに依存しがちであり、聞くことから得られる情報の精度、粒度や内容の厚さに差が出てしまう（A Wolvin 1996）。そこで、本研究は誰でも、インタビューからできるだけ質の高い顧客の現状や問題意識など要求を獲得できるよう開発した「インタビュー・分析手法」を提案し、現場での適用例から、手法の効果を検証していく。

【開発したインタビュー・分析手法】

本手法は、社会学や人類学において、自身とは異なる文化背景における生活、慣習、文化をありのままに把握する「エスノグラフィー」と、「人」を情報処理の側面から、認知活動（知覚や記憶など）を予測し、解析する認知心理学の理論を組み合わせ、インタビューを体系化したものである（エスノ・コグニティブインタビュー）。できるだけ語る相手の観点や言葉を用いて、人、時間、空間など多面的な切り口で現状行動や問題意識について、相手の業務などに精通していない人でも、要求を獲得できるようにツールを準備することで、スムーズに聞き出しができる。1対1のインタビューで、1名あたり最大1.5時間で1回あたりのインタビューを完結できる。さらに、複数人のインタビュー結果を体系的に整理、分析し、要求の網羅性と集中度合い、ストーリー性等を確認・検証できるツールを提案する。

【本手法の特徴】

本インタビューの特徴として、

- ・顧客の現状や要求を獲得し、分析できることを前提としたツール類（聴き方の作法、エスノグラフィックインタビューの考えを埋め込んだ質問実施時に使う質問ワークシート、など）を整備し、インタビューを体系化したこと
- ・できるだけ語る人には短時間に記憶を想起しながら話してもらえ、人間関係軸、空間軸、時間軸 要求獲得に必要な仮説生成や検証が可能であることなどがあげられる。

【結果と考察】

本インタビューで獲得した内容を現場での適用例から抽出したノウハウをベースに、話の時制と業務プロセス、ステークホルダーなどの視点で検証した。その結果聞き漏れや解釈のずれを防止するだけでなく、予め質問文を提示するインタビューでは獲得できなかった、要求の背景やエピソードまで聞き出せることがわかった。

S1b

7月28日

9：30～10：15

会議室B