

お客様の本音を見つける 聞き取りシート

お客様1人に30分の聞き取りをして、本人も言葉にしていない買う理由を1文にし、別のお客様で確かめるための5枚

この5枚でできること

- ☐ 聞く相手を1人選び、お願いの文を送れる
- ☐ 買う前から買った後までを、5つの場面の質問で聞ける
- ☐ メモの言葉と行動のずれに印をつけられる
- ☐ インサイトを1文にして、3つの確かめと別のお客様で確かめられる

使う順番

2ページで相手を選んでお願いする → 3ページを聞き取りの場に印刷して持っていく → 4ページで印をつけて1文にする → 5ページで確かめる。

目次

2	だれに聞くかと、お願いの仕方 相手の3種類、お願いの文の型、聞く前の準備
3	時間の順に聞く質問とメモ 5つの場面の質問、本人の言葉のまま書く欄
4	印をつけて、1文にする 3つの手がかり、ずれの書き込み欄、1文の穴埋め欄
5	確かめる 3つの確かめのチェック欄、別のお客様の記録欄

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた内容は、講座第3回の記事本文と、記事に示した資料（インサイトとn1分析の定義は西口一希氏の著書の「はじめに」と版元の書誌ページ）で2026年10月24日に確かめたものだけです。記入例はすべて架空のお店です。

だれに聞くと、願いの仕方

最初の1人は、何度か買ってくれている人

聞く相手	わかること	向いている場面
最近、何度か買ってくれている人	選び続けている本当の理由	最初の1人はここから
最近、初めて買ってくれた人	迷っていたこと、最後の決め手	新しいお客様を増やしたいとき
やめた人、買わなかった人	合わなかった理由、ほかを選んだ理由	離れていく理由を知りたいとき

家族や友人、社員は避けます。気をつかって、こちらが喜ぶ答えをしてしまうためです。

聞く相手	記入欄
名前	
どの種類の人か	
聞く日時と場所	

願いの文に入れる4つ

記入例（架空）「いつもご利用ありがとうございます。サービスをより良くするために、30分ほどお話を聞かせていただけないでしょうか。売り込みは一切しません。お礼に次回使える割引券をお渡しします。」

入れること	自分の文	
目的		
かかる時間		
売り込まないこと		
お礼		
聞く前の準備		印
録音するなら、先に許可をとると決めた		☐
話を店のチラシなどに使うなら、その場で使い方を伝えて了解をもらおうと決めた		☐
聞く前の予想を、下の欄に書いた（聞いた後に、予想と違った所を先に探す）		☐
聞く前の予想	書き込み欄	
たぶん、こういう理由		

時間の順に聞く質問とメモ なぜ、ではなく、そのとき何をしていたか

それぞれの答えに「たとえば?」「そのとき、どう思いましたか」と重ねます。メモは、本人が使った言葉をそのまま書きます。まとめた言葉に書きかえません。

場面	聞くこと	本人の言葉のまま書く欄
1 困りはじめたころ	最初に何とかしたいと思ったのは、いつ、どんな場面でしたか	
2 探したとき	何を見たり、だれに相談したりしましたか。何と検索しましたか	
3 迷ったとき	ほかに候補はありましたか。決めきれなかったのは、何が気になっていたからですか	
4 決めたとき	最後に決めた日のことを覚えていますか。その日、何があったのですか	
5 使ったあと	使ってみて、生活の中で変わったことはありますか。人に話しましたか	

聞いている最中に避けること

やってはいけない	言い換え
安いから選んだんですね	ほかと比べたとき、何をみていましたか
なぜ、なぜ、と続けて聞く	そのとき、ほかに何を考えていましたか
今後こういう商品があったら買いますか	前に似たものを買ったのはいつですか
こちらの説明を長くする	自分が話すのは2割まで

印をつけて、1文にする

メモを読み返して3つの手がかりに印

3つの手がかり	メモの中で見つけた所
1 言葉と行動のずれ	
2 気持ちが動いた言葉（ほっとした、恥ずかしかった、悔しかった、やっと）	
3 不安、不満、不便と「ついで」「なんとなく」	

ずれの書き込み欄

本人が言ったこと	実際にしていたこと	なぜ合わないのか

記入例（架空の整体院）言ったこと「会社から近いので」。していたこと「家の近くにも整体院があるのに、会社の近くで、帰る前に通っている」。考えたこと「家に疲れを持ち帰りたくないのかもしれない」。

インサイトを1文にする

型の部分	書き込み欄
この人は	
口で言う理由	
本当は（本音）	
だから（行動）	

型「〈この人〉は、〈口で言う理由〉と言うけれど、本当は〈本音〉だから、〈行動〉している」

確かめる

1人の話は仮説、別のお客様で確かめる

1文の確かめ	合格の目安	印
本人がうなずくか	見せたら「そうなんです」と言ってもらえそうか	☐
意外さがあるか	安い、近い、品質のような、だれでも思いつく理由で終わっていないか	☐
コピーに使えるか	その1文から、お客様に向けた言葉が書けそうか	☐

別のお客様2人か3人で確かめる

1文は見せずに、3ページと同じ質問をします。同じ種類の言葉が自然に出てくれば、仮説が強くなります。

聞いた人	出てきた言葉	同じ種類か
2人目		
3人目		
4人目		

この順番で確かめる

順番	やり方	
1 聞き取り（定性調査）	1人に深く聞いて、仮説を立てる	
2 別のお客様に聞く	2人か3人に同じ質問をして、同じ言葉が出るかを見る	
3 アンケート（定量調査）	聞き取りで出た言葉を選択肢にして、何割が当てはまるかを見る	
4 小さく試す	店のPOP、LINEの配信文、広告文を2つ用意して反応を比べる（比べ方は講座第35回）	
続けるために		印
聞き取りのメモに、日付と人の種類を付けて1か所にためた		☐