

## 自動車づくりの現場に生きる心理学

日産自動車株式会社総合研究所  
モビリティ・サービス研究所 研究員

西崎友規子 (にしざき ゆきこ)

「なぜ、人は言葉を理解することができるの？」という素朴な疑問が、私の心理学との関わりの始まりでした。言語に影響するワーキングメモリの個人差に関する研究で博士論文を書き終えた後、人々が(ワーキングメモリなどの)認知機能や認知スタイルの個人差を生かして生活を楽しく送るためには、認知心理学の知見を産業界に反映させ、個人対応のモノづくりをしていく必要があるのではと考えるようになりました。産業界に心理学を活かす術を探す傍ら、プロダクトデザインの手法や技術について一から学ぶべくデザイン専門学校夜間部に2年間通いました。何をつくる業界ならば接点が見出せるのかと考えた末、人がつくり出す最も大きく身近な工業製品である自動車製造の場ならば、私の思いをいくらか受け止めてもらえるかもしれないと思い、2007年に日産自動車(株)に入社しました。

私の仕事は、自動車に関わる人たちの認知・心理的特性を理解し把握すること、また工学応用においては十人十通りでは商品にはなり得ないため、多様な特性をいくつかのタイプに類型化すること、さらに類型化された人たちに、どのような支援・サービスが必要かを考えることです。対象とする人は、運転者という切り口、お客様という切り口、解決すべき目標に対して、さまざまです。

これまで、たとえば、バック走行や高速道路の合流といった複雑な運転走行が苦手な運転者の認知情報処理の個人特性を把握し、運転支援方法の検討を行いました。具体的には、いくつかの認知機能でスクリーニングした運転者たちの走行データを収集し、認知機能と走行の特徴を関連づける実験を行いました。また最近では、自動車を運転する人に限らず、自動車(モビリティ)は人々にどのようなサービスを提供できるのかという大きな命題を掲げ、一般の方たちの生活を直接観察したり、インタビューを行うなどして、探索的な研究も行っています。いずれの研究も、大学や学術機関との共同研究として行うことが多く、また、手法も実験室内での心理実験、ドライビングシミュレータ実験、自動車教習所等でのフィールド実験、また行動観察の際には一般の方の御宅を訪問したりなど、実験調査データの収集の方法は多岐にわたっています。

産業界へ心理学を活かすことを夢見て、その他の細かいことは特に深く考えず飛び込んだ私ですが、実際入社してみると、会社生活における一般常識でさえ目新しいものであり、最初はカルチャーショックの連続でした。自動車工学の基礎知識を最低限でも頭に入れる必要もあり、「こんなはずじゃなかった……」と思うことも度々でした。また、心理学は「人

### Profile — 西崎友規子

大阪外国語大学大学院言語社会研究科博士後期課程修了。博士(学術)。(独)産業技術総合研究所を経て現職。専門は認知心理学、認知工学。NPO法人人間中心設計推進機構広報社会化委員。



筆者の近影

の真実を追究する」科学ですが、モノづくりの現場、工学の世界においては、「真実がわかっても、モノができなければ意味がない」というのが常です。この価値観の違いを身体で理解するには時間がかかりました。今では、「会社の〇〇の立場ではこういった考え方が最優先」「心理学会では××な考え方がおもしろい」と、ある程度使い分けることができるようになってきました。

自動車業界の中には、心理学を活かして解ける課題がまだまだ多くあります。一方、心理学の応用先として、自動車業界は魅力的な場であるとも思います。双方の発展のためにも、橋渡し役を担えればと考えています。