

顧客分析・企画力養成講座

目次

第1章 これからのビジネス創造に求められることとは

第2章 合意形成ワークショップ

第3章 課題発見

第4章 アイデア創発

第5章 ビジネスモデルの作成

本講座のおおまかな流れをスライドに沿って説明する。

第1章

これからのビジネス創造に
求められることは？

答えのない・先が見えない時代

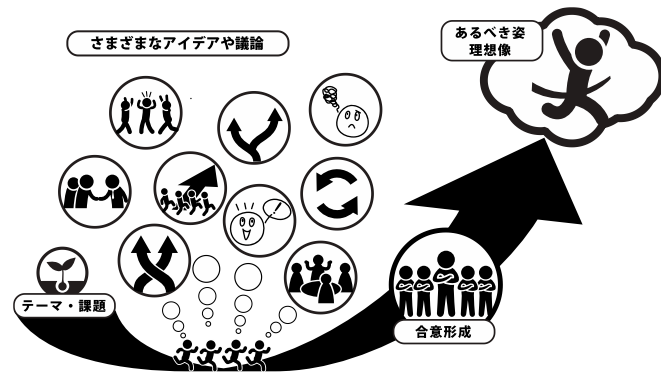


「何を」 解決すべきか？

「どのように」 解決すればいいのだろう？

これからの時代は「答えのない・先が見えない」中でビジネス創造をしていく必要があること解説する。

まずあるべき姿の合意形成



企画開発には、「あるべき姿の合意形成」が必要であることを伝える。また、進行中に関係者とその都度、合意形成をしながらプロセスを進めていく必要があることに触れる。

ここまで学習した問題解決プロセス例

アジャイル開発

短い期間での反復や一人多役・多能により開発し、常時リリースすることにより、顧客の声を製品に反映させ軌道修正しながら制作していく開発手法

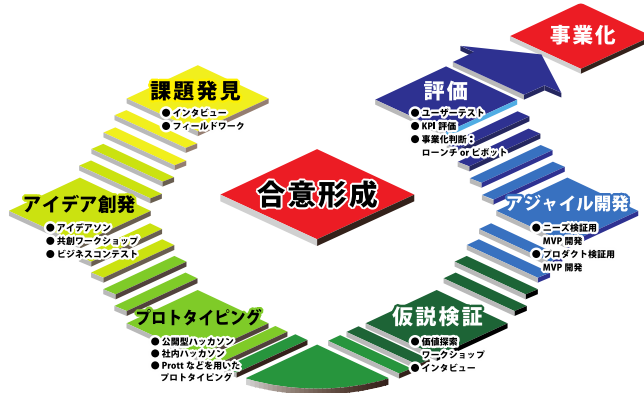
デザイン思考

ユーザーへの共感からスタートし、前提に縛られない発想と素早いプロトタイプを利用した頻繁なフィードバックの反映を活用して思考法

ここまで学んだ課題解決方法の手段として、アジャイル開発やデザイン思考があることを説明し振り返る。

ゴールが不明瞭ケースにおいてこれらの手法は有効ではあるが、今回の実習ではこれらを踏まえた包括的な課題解決に取り組むことを伝える。

ビジネス創造に求められるプロセス



今回学習するビジネス創造プロセスの全体像を提示。プロジェクトの始まりには必ずステークホルダーで合意形成を行い、方向性を決めた上でプロセスを進め、都度合意しながらプロセスを進めていくことが重要。

プログラム概要

目的

今までの学びを包括した顧客分析・企画力の習得を目指す。

概要

「自動販売機」をテーマとした疑似企画開発を行う。

ポイント

これまでデザイン思考やアジャイル開発などを学んできた人材が、本プログラムを経験することで、さらに新しい価値をつくる体験ができる)

「あるべき姿」を描くことからの企画開発を体験できる。

概要について説明し全体の流れを確認。

全体のスケジュール

合意形成ワークショップ

グループで「あるべき姿」を確認し、その後の企画の前提作る。

課題発見

自動販売機をテーマに解決すべき課題を抽出していく。

アイデア創発

課題を解決するアイデアを様々な手法を通して作り出していく。

ビジネスモデル作成

アイデアをビジネスモデルに落とし込み、発表して全体共有する。

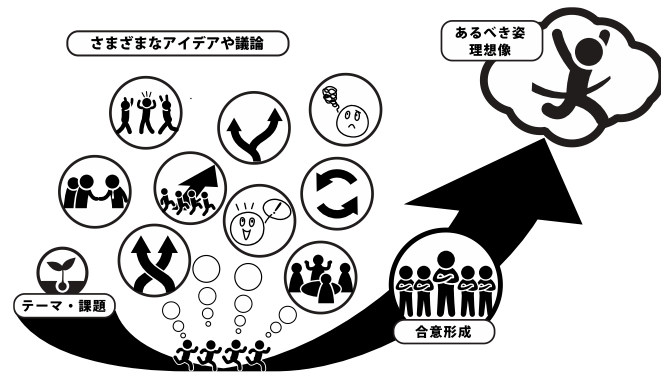
本講座の全体スケジュールをスライドに沿って説明する。

第2章

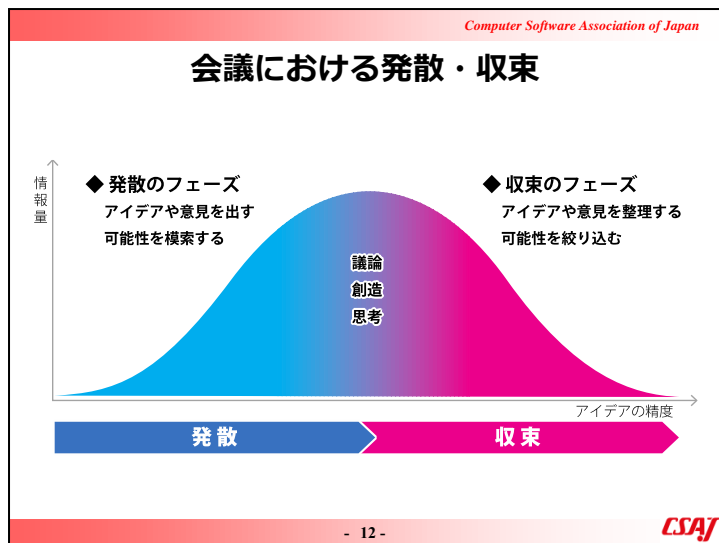
合意形成ワークショップ

あるべき姿を考える

まずあるべき姿の合意形成



企画開発には、「あるべき姿の合意形成」が必要であることを再確認する。



会議のおおまかなプロセス（発散・関連付け・収束）を説明する。

演習 「未来」から何を連想しますか？

2分間

思いつく限り、書き出しましょう。

箇条書きで構いません。

質より量で「多さ」を重視しましょう。

使用ワークシート：a

上記の注意点を確認し「良い連想、まともな連想」に拘らないよう強調。

受講者のルールの理解を確認したらスタート（2分計測）。

演習 グループで連想を比較

3分間

全員が同じ単語を探しましょう。
お互いに違うところを確認しましょう。
疑問点をお互いに質問しましょう。

使用ワークシート：a



上記の注意点を確認し、他のメンバーが書いた単語への質問は積極的に行うように促す。

受講者のルールの理解を確認したらスタート（3分計測）。

**単語を書く（可視化する）
だけでも、自分の考えを
共有しやすくなります**

単語を書くだけでも、グループ内での共有が容易になることを実感できたかを確認する。

演習 合意形成ワークショップ

テーマ

「自動販売機を活用した新しいサービス」

ワークの手順

個人で書き出す
グループで書き出す
アイデアの関連づけ、融合
アイデアの取捨選択

ポイント

- ① 質より量
(思いついたら、どんどん書く)
- ② 議論しない・否定しない
(ダメなアイデアなんてない)
- ③ 書いたら言う・言ったら書く
(全員ペンを持つ)
- ④ 便乗大歓迎
(他の人のアイデアを活かす)

「自動販売機を活用した新しいサービス」というテーマで、ブレインストーミングを行ってもらおう。

グループでの書き出し（ホワイトボードor模造紙など）は、会場の状況によって選択。

第3章

課題発見

▶ ロール分析

テーマ

「自動販売機」

テーマを確認する。

ロール分析の流れ

STEP 1

ロール分析するモノを設定する

※今回は「自動販売機」

STEP 2

役割や存在意義を分析する

STEP 3

イノベーションの可能性を探る

ロール分析

分析のプロセスを確認し、進行状況に応じて次のステップへの移行を促す。

1. ロール分析するモノの設定
2. 設定したモノの役割や存在意義の分析

役割とは…モノが持っている主要機能・モノを通して行っている活動

存在意義とは…「役割」によって社会に与えている影響

3. イノベーションの可能性を探る

「役割」と「存在意義」を踏まえて、追加したい機能を考える

▶ **成果物を共有する**

各グループの成果を全体で共有する（発表形式は会場の状況によって検討）。

▶ 課題・矛盾発見ワーク

課題・矛盾発見ワーク

使用ワークシート：b

Work Sheet		ワークシート：b
課題・矛盾発見ワーク		
<input type="text"/>	が／に不満である。 が問題である。 がしたい。	
<input type="text"/>	が／に不満である。 が問題である。 がしたい。	
<input type="text"/>	が／に不満である。 が問題である。 がしたい。	

使用ワークシート：b

与えられたテーマ（今回は自動販売機）に対しての課題を発見するプロセスであることを確認。

テーマに関して、

- ・不満要素
- ・問題点
- ・要求事項

などについて考え、ワークシートに書き込んでいく。

▶ フィールドワーク

FW（フィールドワーク）

フィールドワークに行く前に…

FW ≠ 現場に行った

- ①調査目的が明確
- ②きちんとした手順を踏んで調査している

フィールドワークのポイント

調査が終わったら忘れる前にすぐに書き留める
何が起きたのか（エピソード）を人々の会話や様子、筆者の心の動き（発見、納得、疑問点etc.）をメインに書く

- その際、「なぜ」そのように感じたのか、思ったのかも書く
（モノ、人からのインタビューから）

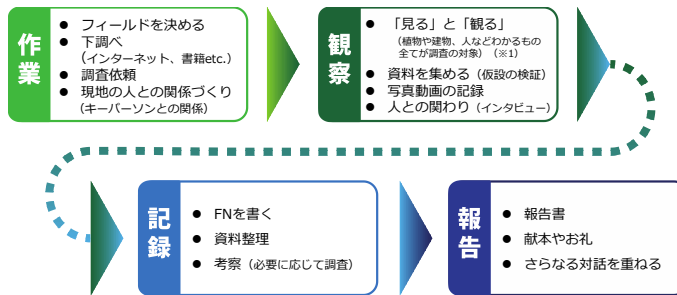
「私が見た」ことが証拠になる

- 事実を客観的に書くのは△

情報を選択しながら、かける限り全て書き留める
自分のイメージと現場のギャップを書く

フィールドワークの意義やポイントを確認。

FWの4つの作業



(※1) observe:何かを発見するために誰か、何かを注意してみる
see:五感を全て使ってみること
→ FWでは両方を意識して行うこと!

※1: 佐藤郁哉『社会調査の考え方(下)』p.151

フィールドワークがいつ、こういった状況で有益に働くかを説明した後に、フィールドワークの4つの作業をそれぞれ説明していく。

フィールドワークを実施

- 「自動販売機」を観察しに行きましょう
- これまでの課題発見ワークなども参考に
観察の観点を洗い出してから行きましょう
- 指定の時間までに戻ってきてください

戻る時間は当日に設定する。

▶ **成果物を共有する**

各グループの成果を全体で共有する（発表形式は会場の状況によって検討）。

第3章

アイデア創発

▶ フューチャーコンセプト

フューチャーコンセプト

未来（理想の状態）と問題（現状）をつなぐコンセプトを考える

STEP 1

現状の問題点を挙げていく

STEP 2

あるべき理想の状態を確認する

STEP 3

その間をつなぐ解決策を探る

未来（理想の状態）のイメージと現状の問題・悩みを結び付けながら解決策をつくりだしていく手法であることを確認。

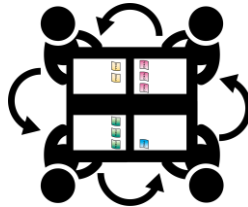
ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。

▶ **ブレインライティング**

ブレインライティング

テーマに沿って、アイデアを書き出していきます。

1. ワークシート（ブレインライティング台紙）と付箋紙が配布されます。
2. テーマに沿ったアイデアを付箋紙に書き出し、書き終わった付箋紙をワークシートに貼り付けていきます。
3. 一定時間経過後、ワークシートを隣のメンバーに渡します。
4. 渡されたワークシートに貼られたアイデアを読み、アイデアを発展させて付箋紙に書き出し、ワークシートに貼り付けていきます。



ブレインライティングのルールを説明。
紙の回し方は、会場に合わせて検討する。

ブレインライティング

使用ワークシート：c

テーマに沿って、アイデアを書き出していきます。



書き終わった付箋紙をワークシートに貼り付けていきます。

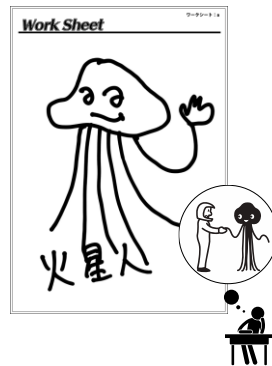
ワークシートに貼られたアイデアを読みさらにアイデアを発展

ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。

▶ アイデアスケッチ

アイデアスケッチの描き方

- ◎ 白紙を使います。
- ◎ 文字は、ハッキリ見えるよう太く大きく書きます。
- ◎ 1枚の白紙に1アイデアで表現します。
- ◎ 美しさ・見栄えにこだわる必要はありません。



使用ワークシート : a

CSAJ

ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。
気楽に“描いて”もらうことを強調。

▶ **利用体験を
ユーザー目線で整理**

利用体験の整理の仕方

- ◎ 顧客の体験を時系列で記述します。
- ◎ チームで相談しながら1枚を仕上げます。
- ◎ ストーリーが伝わるように意識してください。
- ◎ ユーザへの共感を意識し「感情」を記述してください。
- ◎ 美しさ・見栄えにこだわる必要はありません。

ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。
気楽に描いてもらうことを強調。

ユーザへの共感はデザイン思考と同じであることを確認
。

カスタマージャーニーマップ

Work Sheet カスタマージャーニーマップ (顧客体験マップ) ワークシート:d

ステージ フェーズ				
顧客の 感情	😊			
	😞			
顧客の 行動				
関係者の 行動など				
対応するサービスや顧客のニーズなど				

参考 : <https://adaptivepath.org> <https://jasonfurnell.wordpress.com/>

▶ アイデアピッチ

アイデアピッチ

Work Sheet		アイデアピッチ	ワークシート : e
アイデアを整理していきましょう。			
私たちが考えた			
(1) アイデア名) は、		
(2) 課題) を解決する		
(3) ターゲット顧客) な人向けの		
(4) ターゲット領域) 分野の		
(5) 提供形態) が必要です。		
(6) 機能、能力) ができ、		
(7) 競合、代替サービス) と違って		
(8) メリット、提供価値) することが特徴です。		

使用ワークシート : e

空欄を埋めてもらいながらアイデアを整理してもらおう。

▶ **成果物を共有する**

各グループの成果を全体で共有する（発表形式は会場の状況によって検討）。

第5章

ビジネスモデルの作成

▶ リーンキャンバス

アイデアピッチから書き写してみましよう

Work Sheet		ワークシート：1		
課題	ソリューション	独自の価値提供	圧倒的な優位性	顧客セグメント
課題は何か？（3つ）	解決策は何か？	差別化されているもの。当該すべき強みを明確に！	まれされない優位性はないか？	顧客を特定しよう！
既存の代替品	主要指標		チャンネル	アーリーアダプター
類似の代替品は何か？	評価の指標は何か？		顧客へのアプローチ手段は？	どんな顧客が理想の顧客か？
コスト構造		収益のながれ		
提供するために必要なコストは？		マネタイズの手段は何か？		

参考： <https://leanstack.com/is-one-page-business-model>

アイデアピッチから書き写し、キャンパスを完成させてもらおう。

▶ プレゼンテーションの準備

プレゼンテーション 準備

- 5分／チームです。
- スライドなども用意してプレゼンの準備をしましょう
- 発表チーム以外は、フィードバックコメントを考えながら聞きましょう

上記のルールに従って、プレゼンテーションを行うことを確認する。

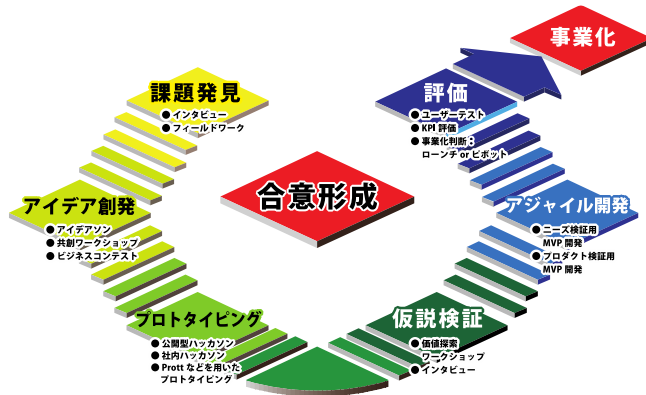
発表



各グループの発表を全体へ共有する（発表形式は会場の状況によって検討）。

▶ まとめ

今回のプログラムで目指したもの



これまで取り組んだことについての振り返り。適宜、講師の感想を挟んでも良い。

プログラム概要

目的

今までの学びを包括した顧客分析・企画力の習得を目指す。

概要

「自動販売機」をテーマとした疑似企画開発を行う。

ポイント

これまでデザイン思考やアジャイル開発などを学んできた人材が、本プログラムを経験することで、さらに新しい価値をつくる体験ができる)

「あるべき姿」を描くことからの企画開発を体験できる。

まとめ講義を行う。