

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

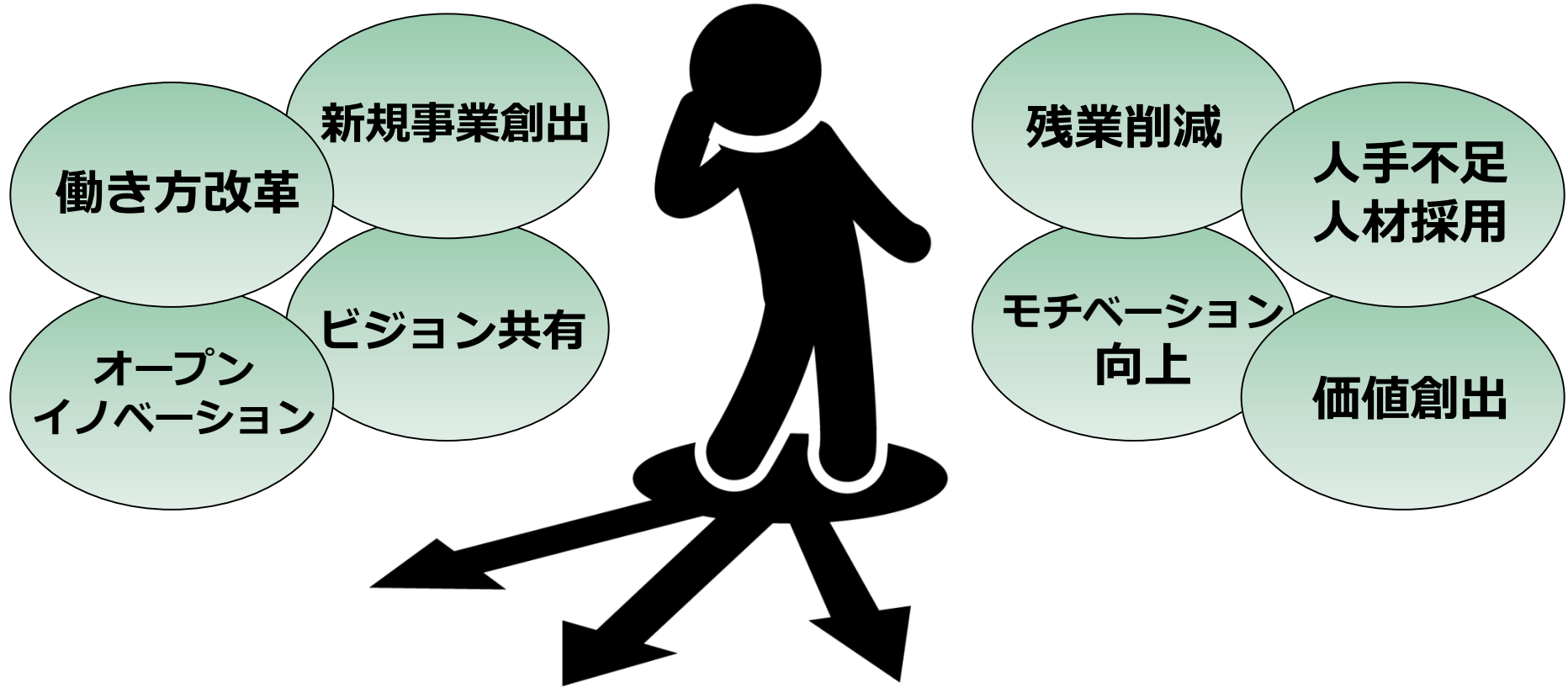
第4章 アイデア創発

第5章 ビジネスモデルの作成

第1章

これからのビジネス創造に 求められることとは？

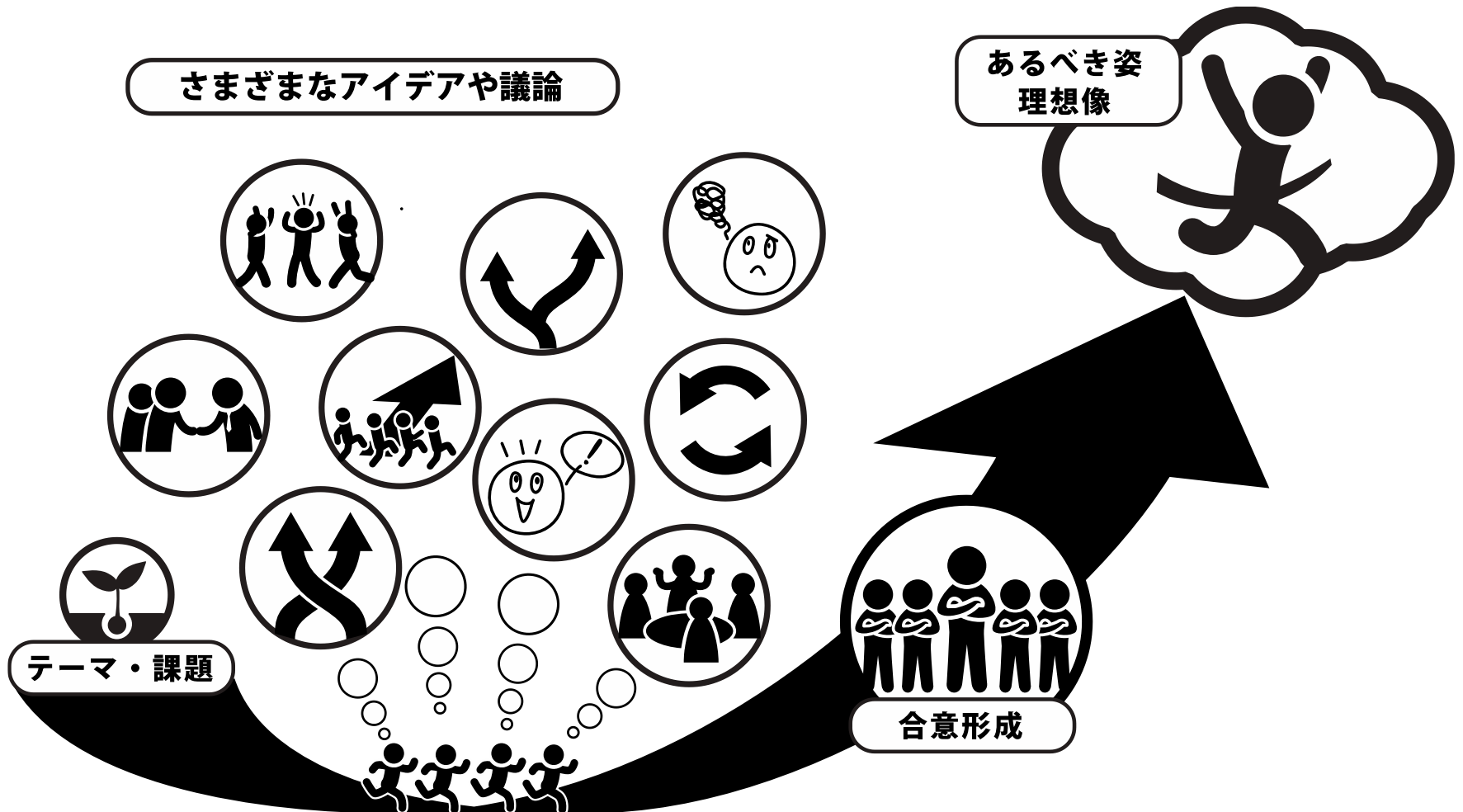
答えのない・先が見えない時代



「何を」 解決すべきか？

「どのように」 解決すればいいのだろうか？

まずあるべき姿の合意形成



ここまで学習した問題解決プロセス例

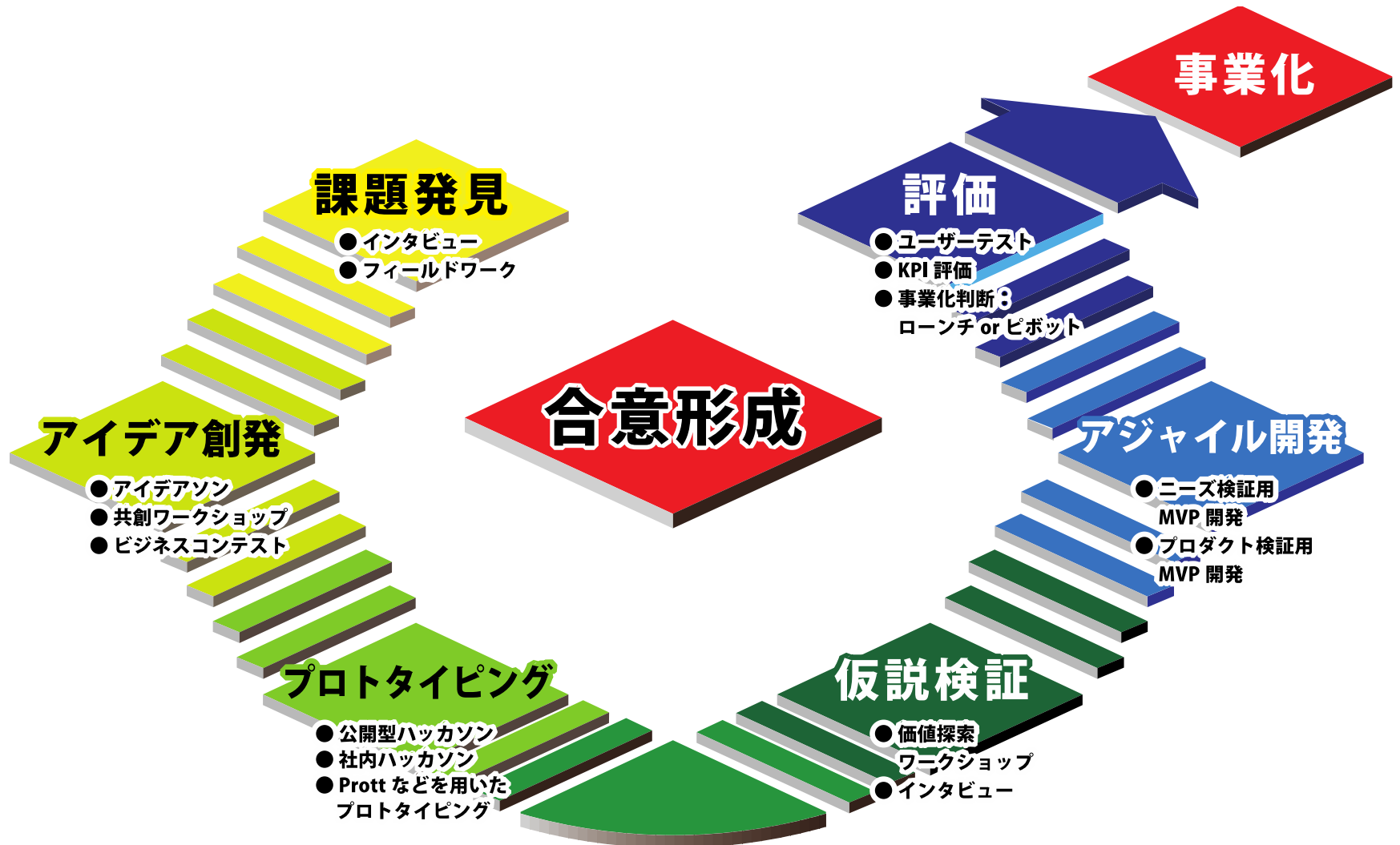
アジャイル開発

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**を活用していく思考法

ビジネス創造に求められるプロセス



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。

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

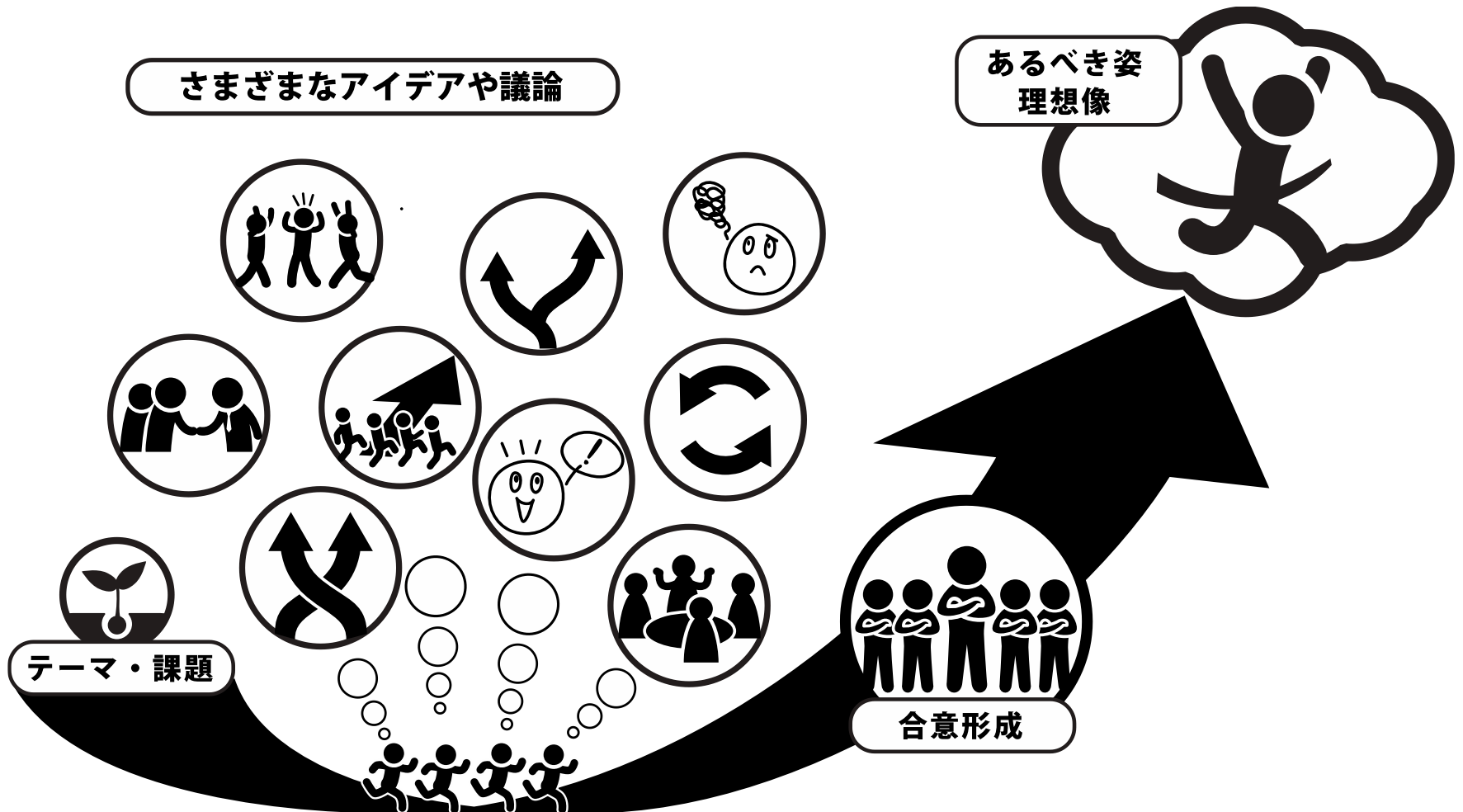
アイデアをビジネスモデルに落とし込み、発表して全体共有する。

第2章

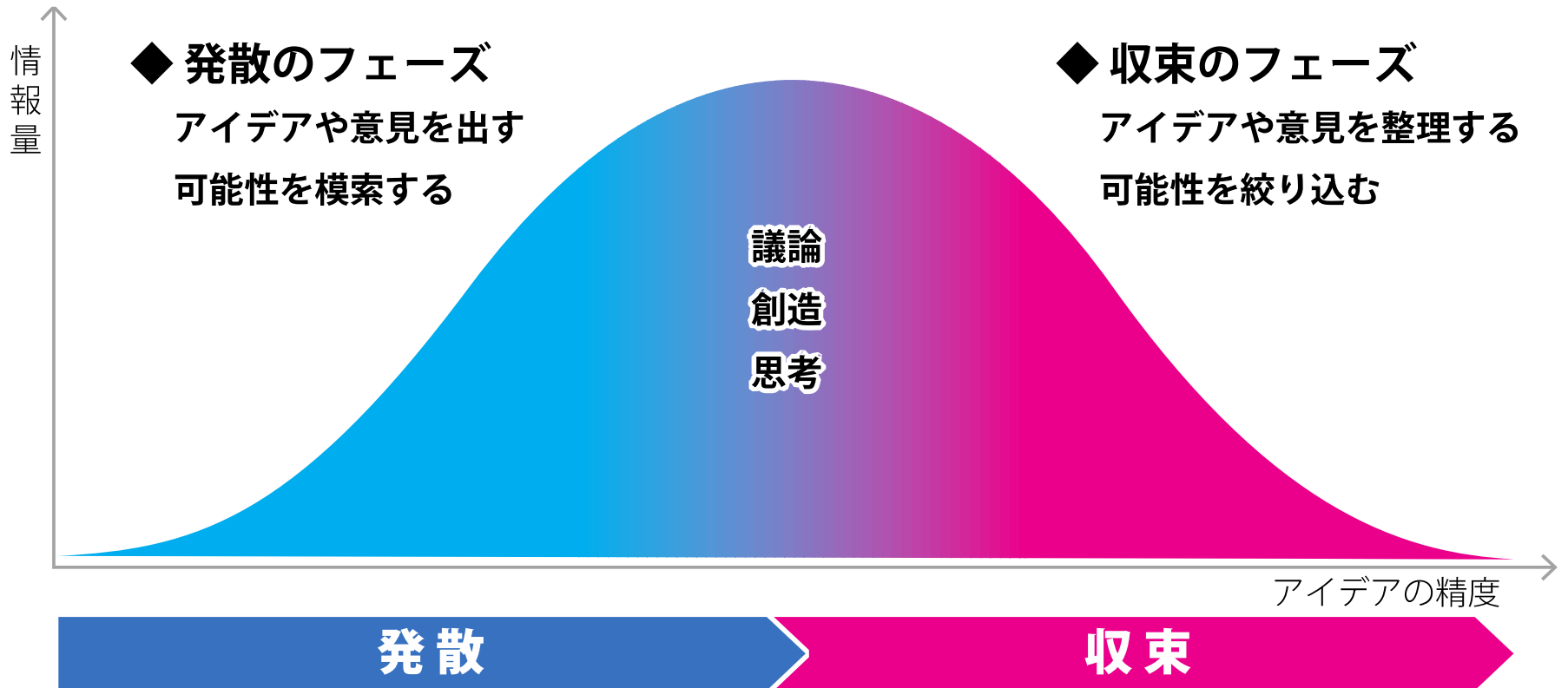
合意形成ワークショップ

あるべき姿を考える

まずあるべき姿の合意形成



会議における発散・収束



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

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

**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**

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)

第3章

課題発見

▶ ロール分析

テーマ

「自動販売機」

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

▶ 成果物を共有する

▶ 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

が／に不満である。
が問題である。
がしたい。

が／に不満である。
が問題である。
がしたい。

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

▶ 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

FWの4つの作業

作業

- フィールドを決める
- 下調べ
(インターネット、書籍etc.)
- 調査依頼
- 現地の人との関係づくり
(キーパーソンとの関係)

観察

- 「見る」と「観る」
(植物や建物、人などわかるもの
全てが調査の対象) (※1)
- 資料を集める (仮設の検証)
- 写真動画の記録
- 人との関わり (インタビュー)

記録

- FNを書く
- 資料整理
- 考察 (必要に応じて調査)

報告

- 報告書
- 献本やお礼
- さらなる対話を重ねる

(※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

▶ 成果物を共有する

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

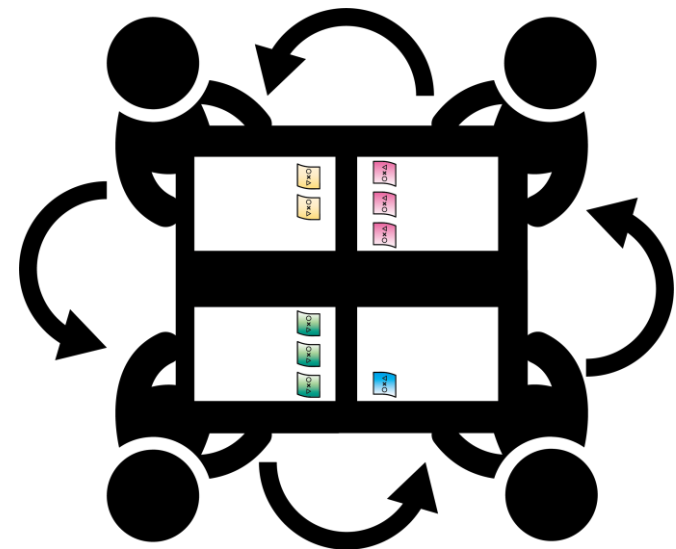
その間をつなぐ解決策を探る

▶ 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

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。

ワークシート：c

Work Sheet

(ブレインライティング用台紙)

テーマ・課題 _____

○×△	○×△	○×△	○×△
○×△	○×△	○×△	○×△
○×△	○×△		

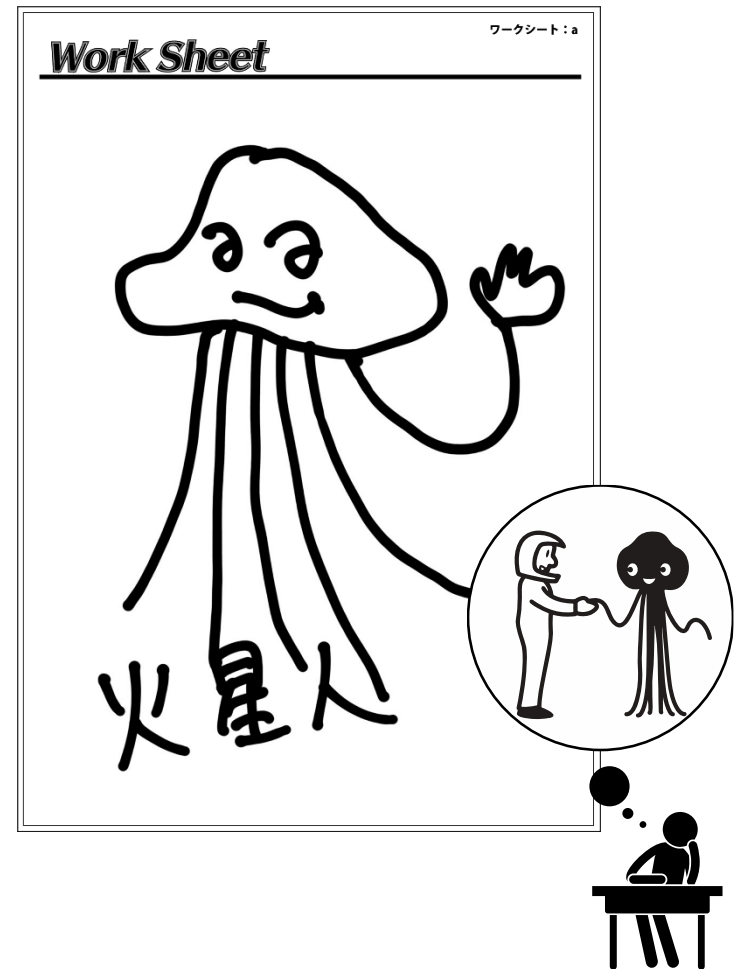
書き終わった付箋紙をワークシートに貼り付けていきます。

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

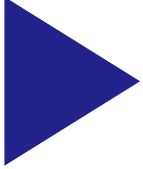
▶ アイデアスケッチ

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



**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。

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 体験	感情	😊				
		☹️				
	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

▶ 成果物を共有する

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：f		
リーンキャンパス				
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、注目すべき価値観を明確に！	まれされない優位性はなにか？	顧客を想定しよう！
既存の代替品 現状の代替品は何か？	主要指標		チャンネル	アーリーアダプター どんな顧客が理想の顧客か？
	評価の指標は何か？		顧客へのアプローチ手段は？	
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？		

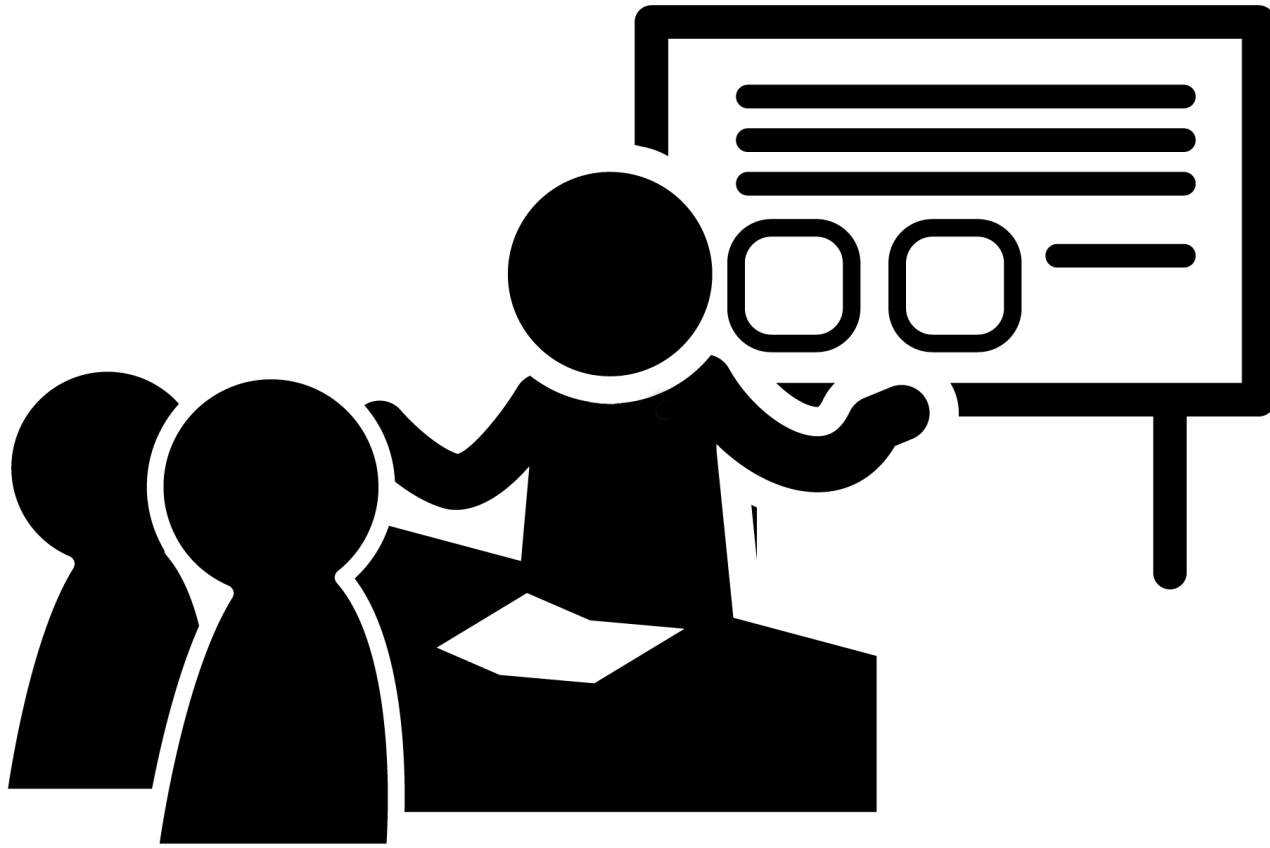
参考：<https://leanstack.com/is-one-page-business-model>

▶ 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

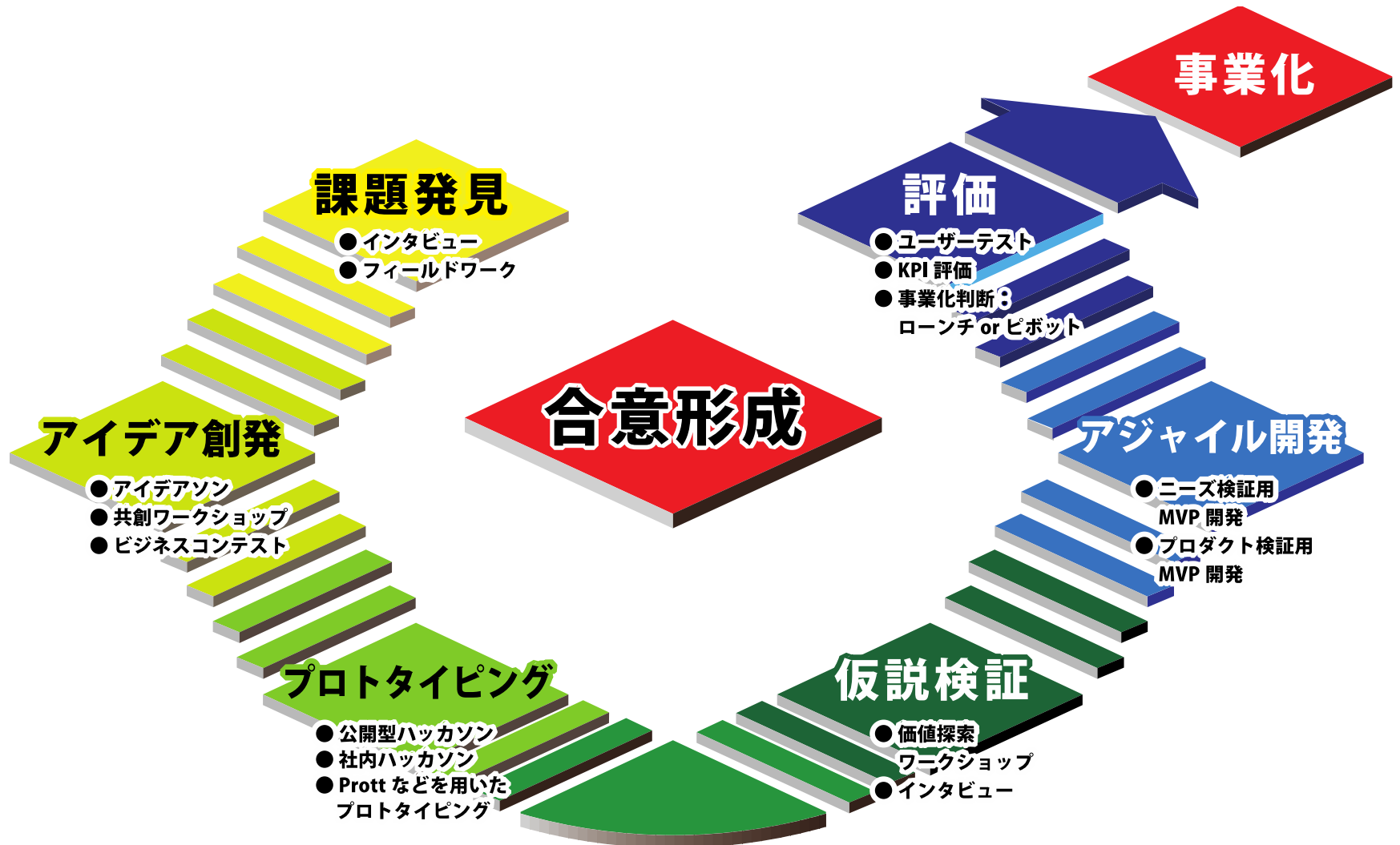
発表





まとめ

今回のプログラムで目指したもの



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。