

7.顧客分析企画力養成講座 概要

ねらい	高度 IT 技術を活用し新規ビジネスを企画して、顧客提案が出来る人材を育成する。				
開催日程	18 時間				
受講条件	IT 技術者としての経験が 3 年以上、ICT の基礎知識を持っていること				
学習目標	現在の市場における顧客を的確に分析し、顧客に適った高度 IT 技術を用いた新規ビジネスを企画、立案できるようになる。かつ企画、立案した新規ビジネスを、具現化する能力を持つ人材を育成する。				
	時間	講義	演習	学習概要	学習詳細
	20	20		これからのビジネス創造に求められることは	・イントロダクション、これまでの振り返り
	2:00	50	1:10	合意形成ワークショップ	・可視化の確認
					テーマ「未来」から何を連想しますか？
	2:50	1:10	1:40		→「あるべき姿」の合意形成の体験
					テーマ「自動販売機を活用した新しいサービス」
	4:20	1:30	2:50	課題発見・ユーザーインタビュー	・ロール分析
					→モノの役割や存在意義を考え、イノベーションの可能性を探る
					→成果物の共有
					・課題、矛盾発見ワーク
					→基本的な課題を設定するためのワーク。
					・フィールドワーク
				→仮説に基づき、実際の自動販売機を確認	
				→成果物の共有	
	2:20	1:00	1:20	アイデア創発	・フューチャーコンセプト
					→未来と課題をつなぎ、方針や戦略をつくる
					・プレインライティング
					→短時間で大量のアイデアを発散する
	2:00	0	2:00		・アイデアスケッチ

					→アイデアを1枚の白紙にまとめる
					・体験スケッチボード
					→サービスの利用体験をユーザー目線から整理していく
					・アイデアピッチ
					→アイデアをピッチ（短時間での発表）の形にまとめる
					→成果物の共有
	2:10	0	2:10	ビジネスモデル作成	リーンキャンパス
					→アイデアピッチからビジネスキャンパスを書き起こす。
	2:00	0	2:00		・プレゼン準備（ビジネスキャンパスのブラッシュアップ）
					・プレゼンテーション
合計時間	18:00	4:50	13:10		

8.顧客分析企画力養成講座 詳細カリキュラム

時間	学習項目	学習項目の狙い	詳細内容
20	第1章 これからのビジネス創造に求められることとは	目的：これから学習する事の意義を確認する	<p>イントロダクション、これまでの振り返り</p> <p>前提（答えのない・先が見えない時代であること、「あるべき姿の合意形成」の大切さ）の確認 ここまでに学習した問題解決プロセス例（復習） →ここまでに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。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。</p> <p>ビジネス創造に求められるプロセスの確認 →「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」の重要性を確認する。</p> <p>プログラム概要と全体スケジュールの確認 →全体の流れを確認</p>
2:00	第2章 合意形成ワークショップ	目的：ビジネスのあるべき姿を効率的に創造する方法を学ぶ	<p>可視化の確認</p> <p>前提（「あるべき姿の合意形成」の大切さ）の再確認 会議における発散・収束 →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。</p>
2:50		ゴール：演習を通してツールの使い方とチームでアイデアを合意形成する流れを習得する	<p>テーマ：「未来」から何を連想しますか？ →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。</p> <p>グループで連想を比較 →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を行うように促す。受講者のルールの理解を確認したらスタート。</p> <p>意義（単語を書くことが共有につながることを）確認</p>

			<p>合意形成ワークショップ</p> <p>テーマ：自動販売機を活用した新しいサービス →ブレインストーミングを行ってもらう。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。</p>
2:20	第3章 課題発見	<p>目的：ビジネス実現のために解決しなければいけない課題の発見方法を学ぶ</p> <p>ゴール：多角的な視点で課題を分析する方法を身につける</p>	<p>ロール分析</p> <p>テーマ（自動販売機）の再確認</p> <p>ロール分析の流れ →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。</p> <p>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する。</p> <p>課題・矛盾発見ワーク</p> <p>課題・矛盾発見ワークの説明 →与えられたテーマ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。</p>
2:00			<p>フィールドワーク</p> <p>フィールドワークのポイント</p> <p>フィールドワークの4つの作業 →フィールドワークがいつ、ど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。</p> <p>フィールドワークを実施 →注意点を確認し、フィールドワークに出かけてもらう。戻る時間は当日に設定する。</p> <p>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する。</p>
2:20	第4章		<p>フューチャーコンセプト</p>

2:00	アイデア創発	<p>目的：ビジネス創造に向けた新しいアイデアの創発手法を学ぶ</p> <p>ゴール：ビジネスモデル作成につながるアイデアの創発手法を習得する</p>	<p>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手法であると説明</p> <p>→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。</p> <p>ブレインライティング</p> <p>ブレインライティングの手法説明</p> <p>→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。</p> <p>ワークシートの説明</p> <hr/> <p>アイデアスケッチ</p> <p>アイデアスケッチの描き方</p> <p>→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。</p> <p>利用体験をユーザー目線で整理</p> <p>利用体験の整理の仕方</p> <p>→ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。ユーザーへの共感とはデザイン思考と同じであることを確認。</p> <p>アイデアピッチ</p> <p>ピッチの形にアイデアを整理することを説明</p> <p>→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。</p> <p>成果物を共有する</p> <p>→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する。</p>
2:10 2:00	第5章 ビジネスモデルの作成	<p>目的：これからの時代に合ったビジネスモデルの作成方法を学ぶ</p> <p>ゴール：具体的なビジネスモデルの作成方法を体験し、課題以外のケースにも応用できることを目指す</p>	<p>リーンキャンバス</p> <p>アイデアピッチから項目ごとに書き写していくことで作成することを説明。</p> <hr/> <p>プレゼンテーション</p> <p>プレゼンテーションの注意点・ルール説明</p> <p>プレゼンテーションの準備</p>

			発表
--	--	--	----

まとめの講義

→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。

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

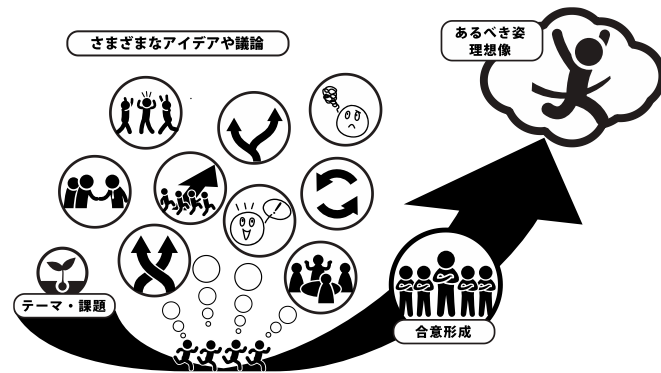


「何を」解決すべきか？

「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

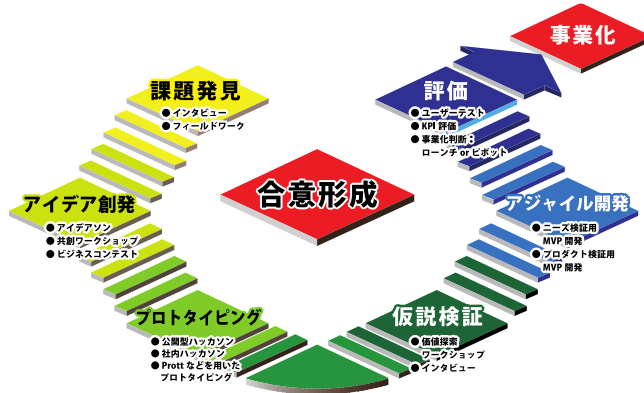
デザイン思考

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。

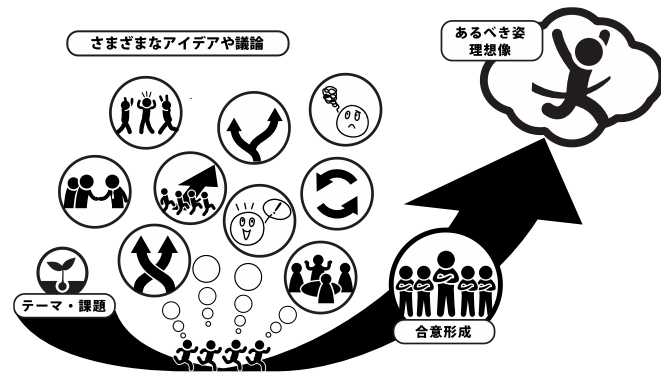
本講座の全体スケジュールをスライドに沿って説明する。

第2章

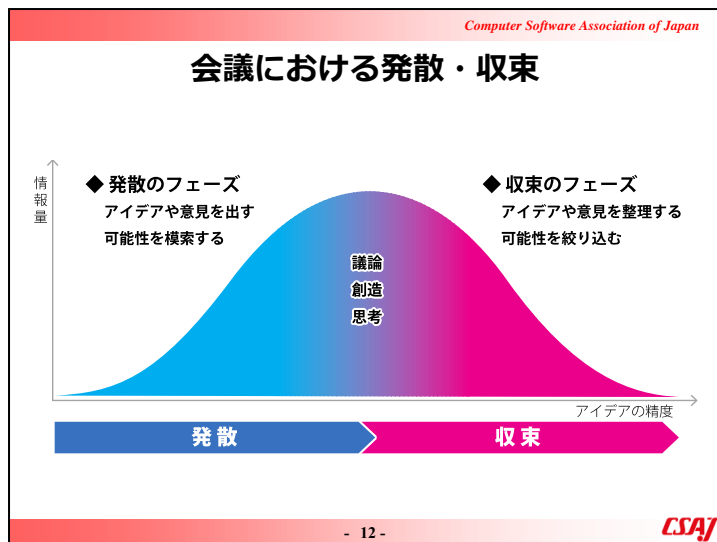
合意形成ワークショップ

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・言ったらすく
(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）

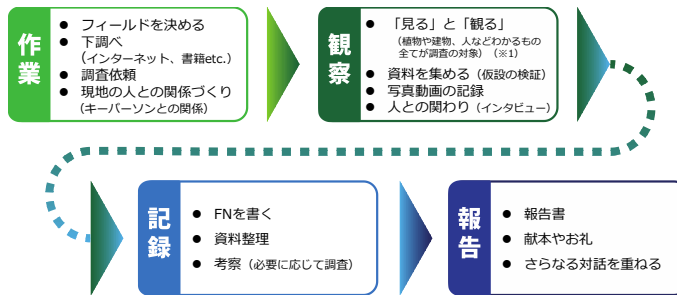
「私が見た」ことが証拠になる

- 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。

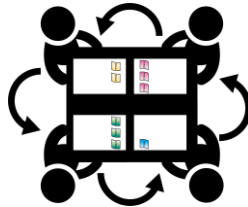
ルールを確認したら、作業に入ってもらおう。

▶ **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。

The worksheet is titled "Work Sheet" and has a section for "テーマ・課題" (Theme/Topic). Below this, there is a grid of colored boxes, each containing the symbol "OxΔ". The grid consists of three rows: the first row has four boxes (blue, blue, blue, yellow), the second row has four boxes (yellow, green, green, green), and the third row has two boxes (pink, pink).

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。

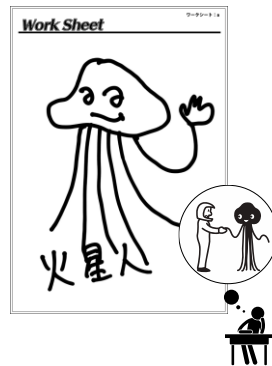
ワークシートに貼られたアイデアを読みさらにアイデアを発展

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。

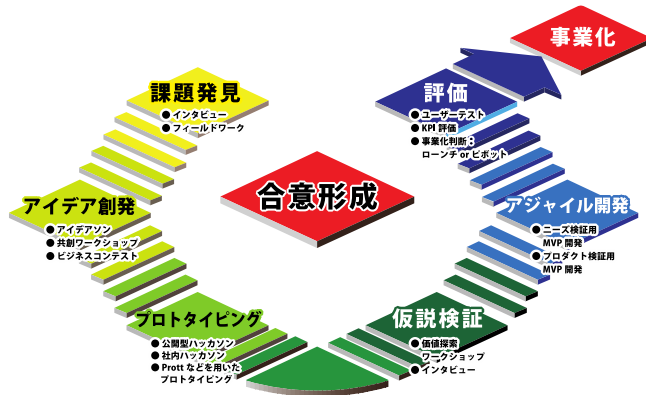
発表



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。

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

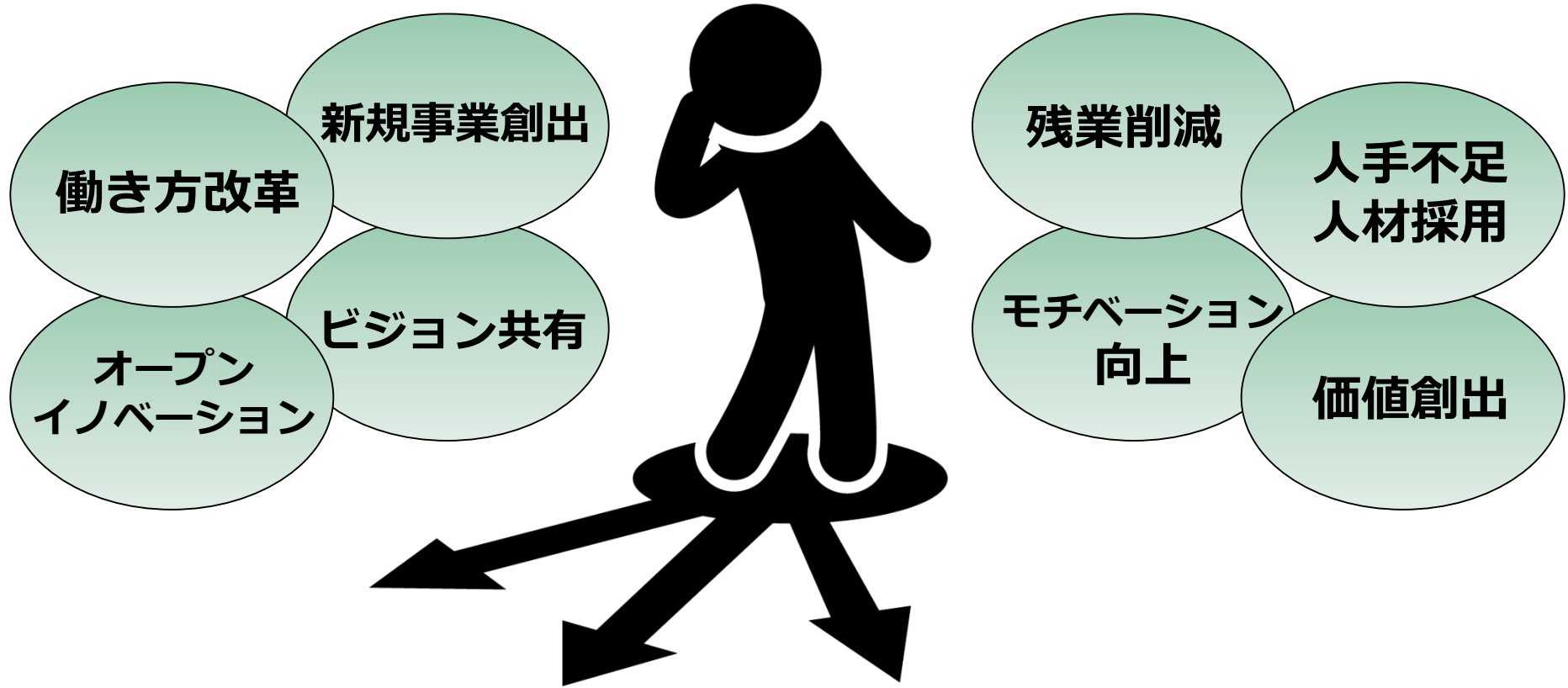
第4章 アイデア創発

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？

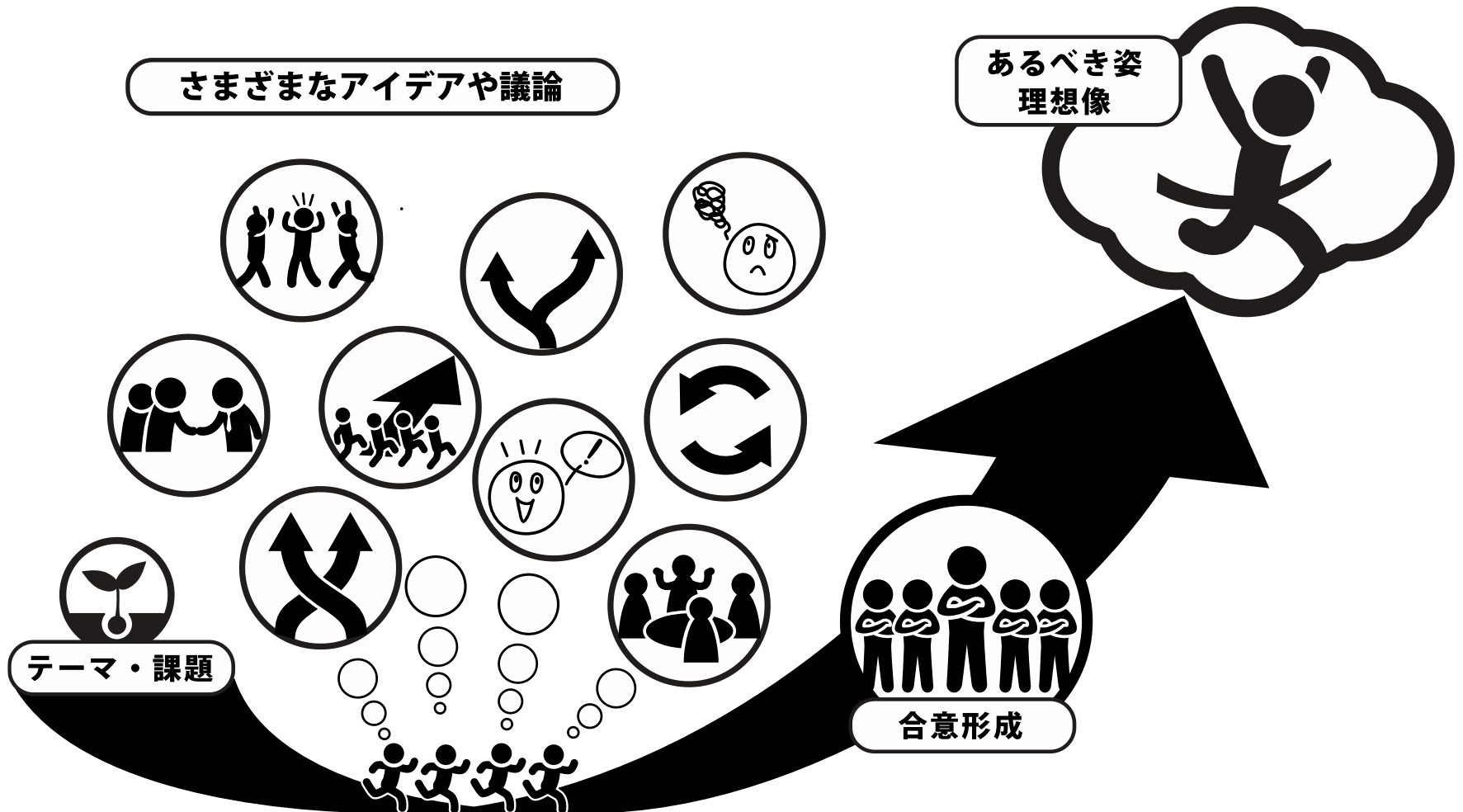
答えのない・先が見えない時代



「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

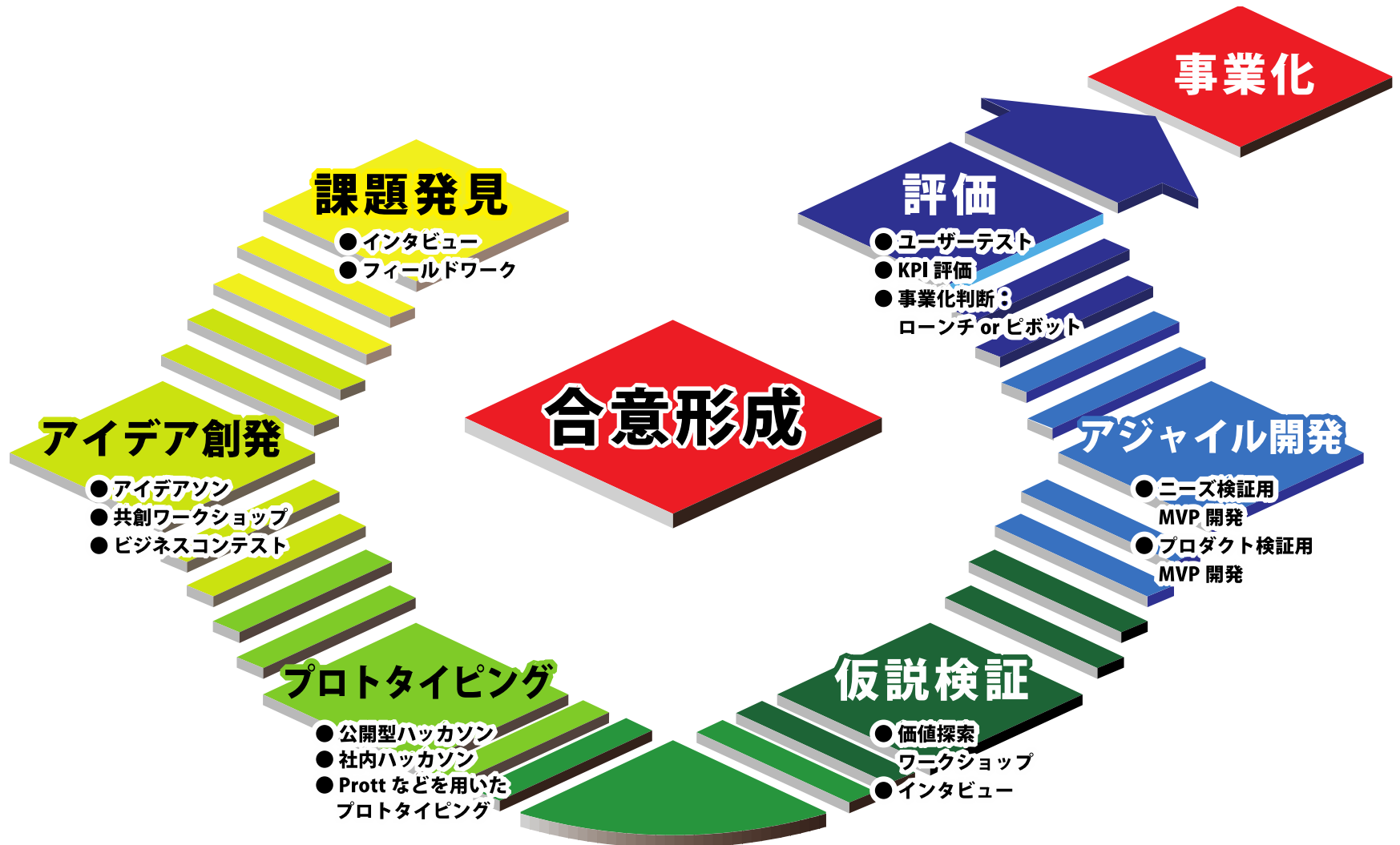
アジャイル開発

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

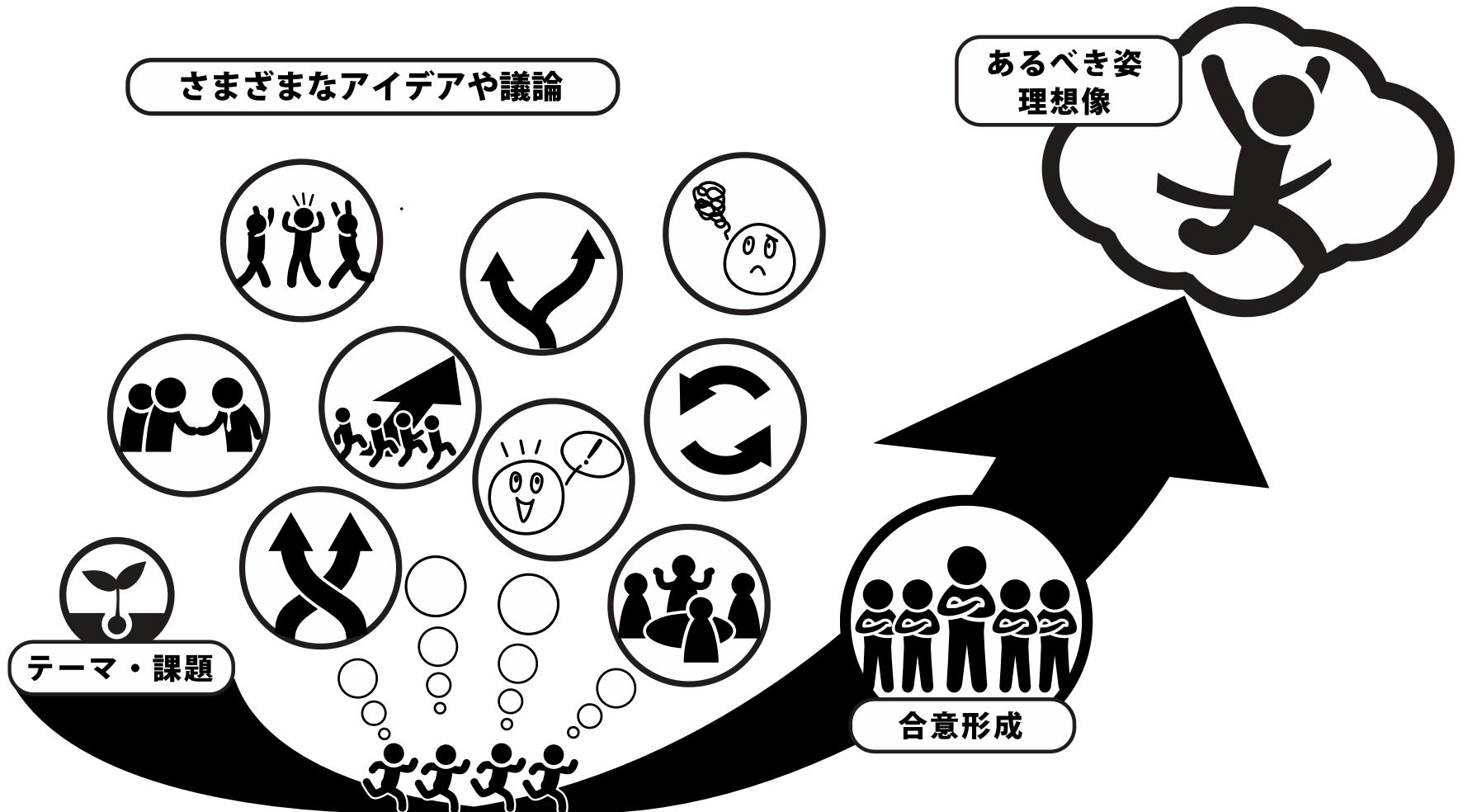
アイデアをビジネスモデルに落とし込み、発表して全体共有する。

第2章

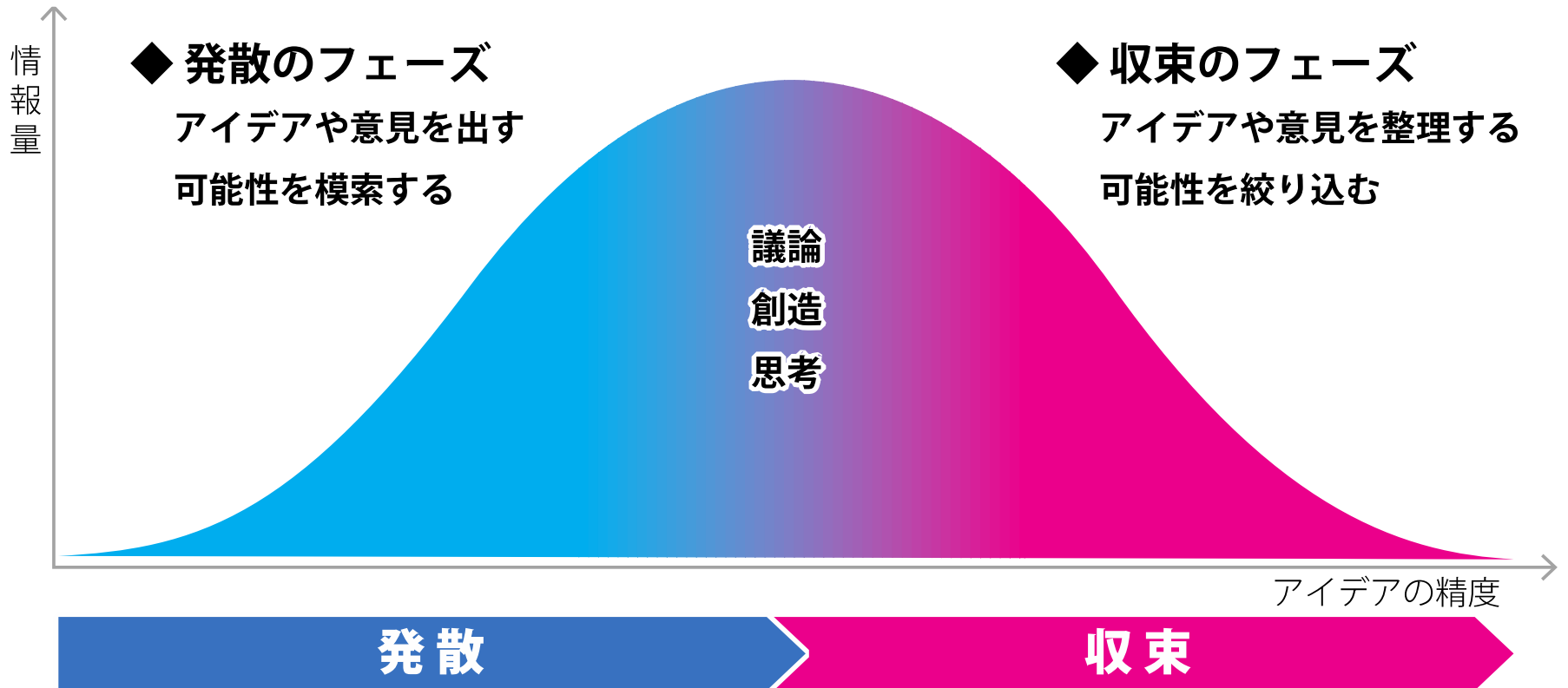
合意形成ワークショップ

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

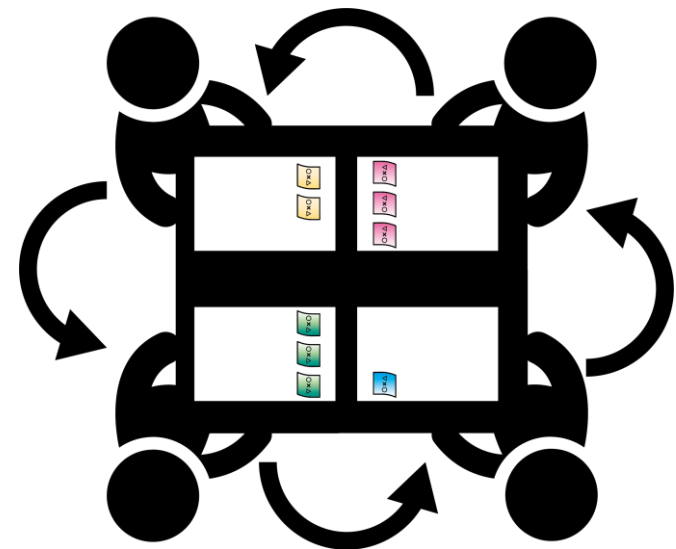
その間をつなぐ解決策を探る

▶ 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 _____

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

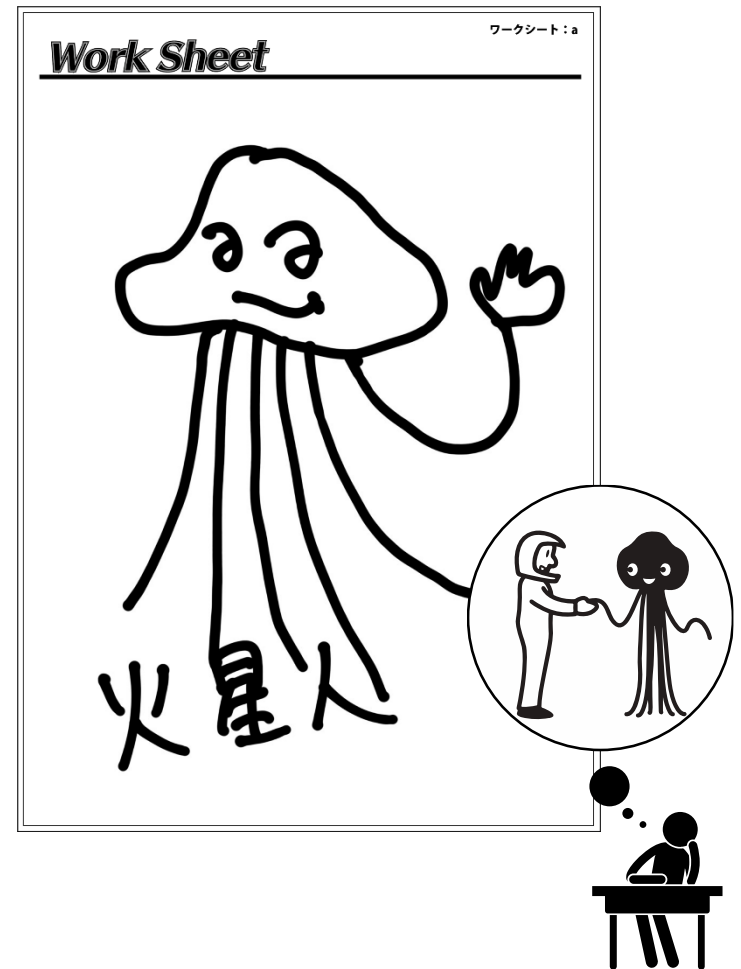
書き終わった付箋紙をワークシートに貼り付けていきます。

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

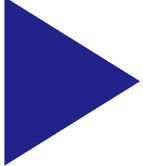
▶ アイデアスケッチ

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？		

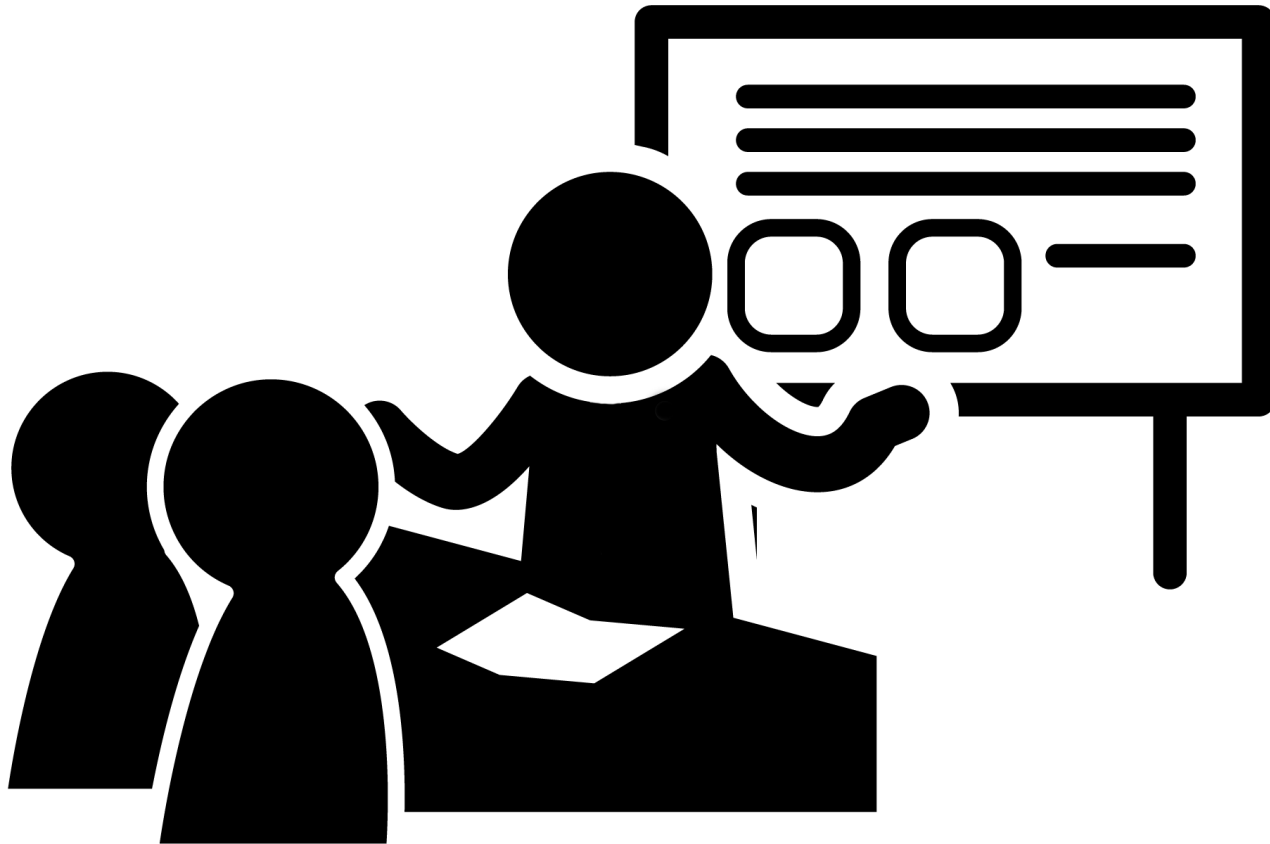
参考：<https://leanstack.com/is-one-page-business-model>

▶ 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

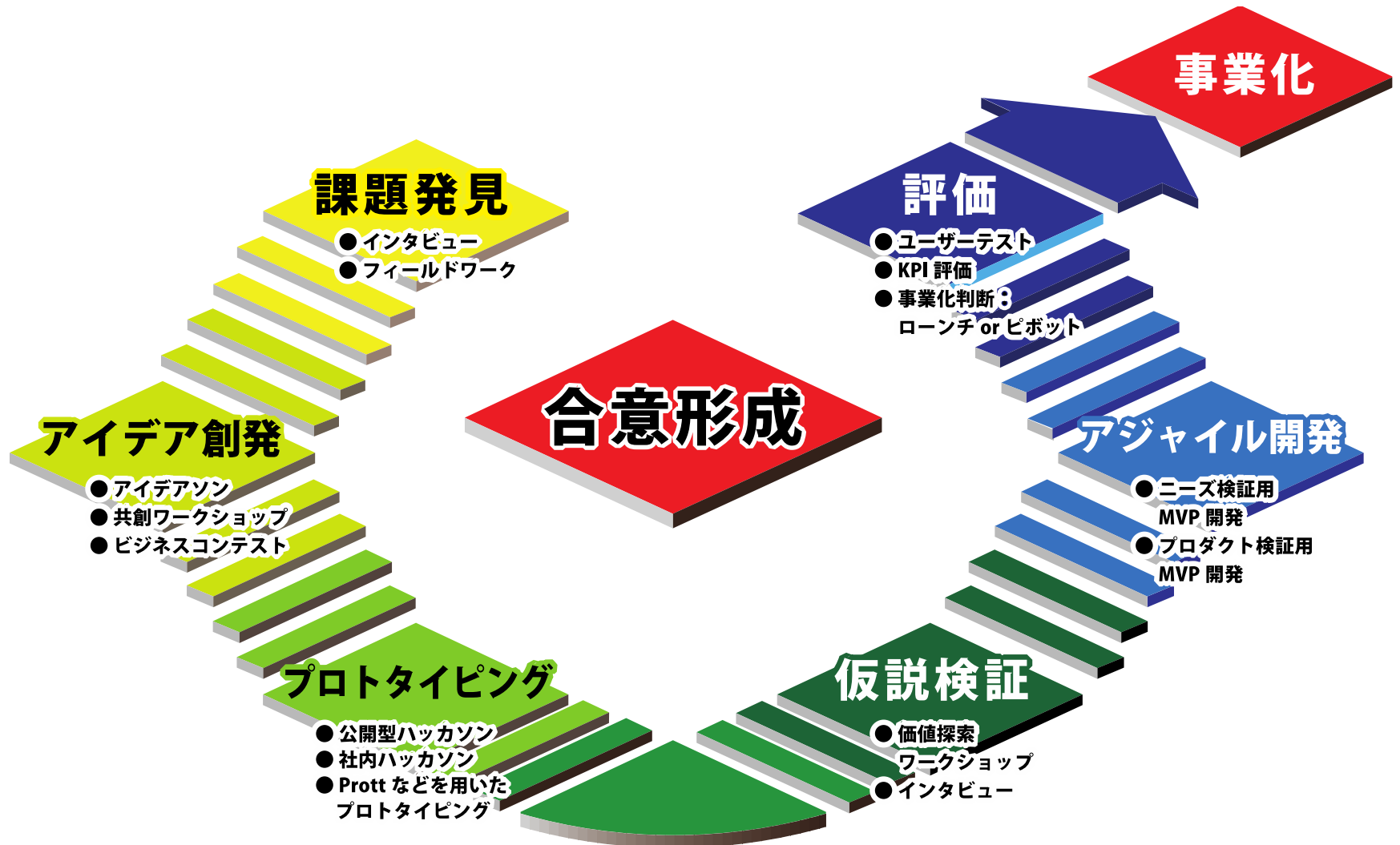
発表





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。

Work Sheet

ワークシート : a

Work Sheet

ワークシート：a

A series of 21 horizontal dotted lines for writing.

Work Sheet

Work Sheet

A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page.

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。

Work Sheet

(ブレインライティング用台紙)

テーマ・課題

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

感情



顧客の
体験

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

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

) からです。

(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。

Work Sheet

リーンキャンバス

ワークシート：f

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	主要指標		チャンネル	アーリーアダプター
現状の代替品は何か？	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？		