

IT技術者のためのイノベーション・デザイン

# ー解決デザイン編その5ー

[https://satoyoshiharu.github.io/innovation\\_design/](https://satoyoshiharu.github.io/innovation_design/)

1

# 振り返り

2

まずこれまで見てきたことを振り返ります。

「ドリルを買いにきた人が欲しいのは、ドリルではなく『穴』である」



**WHAT**  
課題解決、目的  
価値



**HOW**  
手段  
技術

3

技術というHOWは、手段であって、お客様はそこには関心がありません。  
顧客の視点に立てば、価値はHOWではなく、どういう課題を解決するかというWHATで決まります。

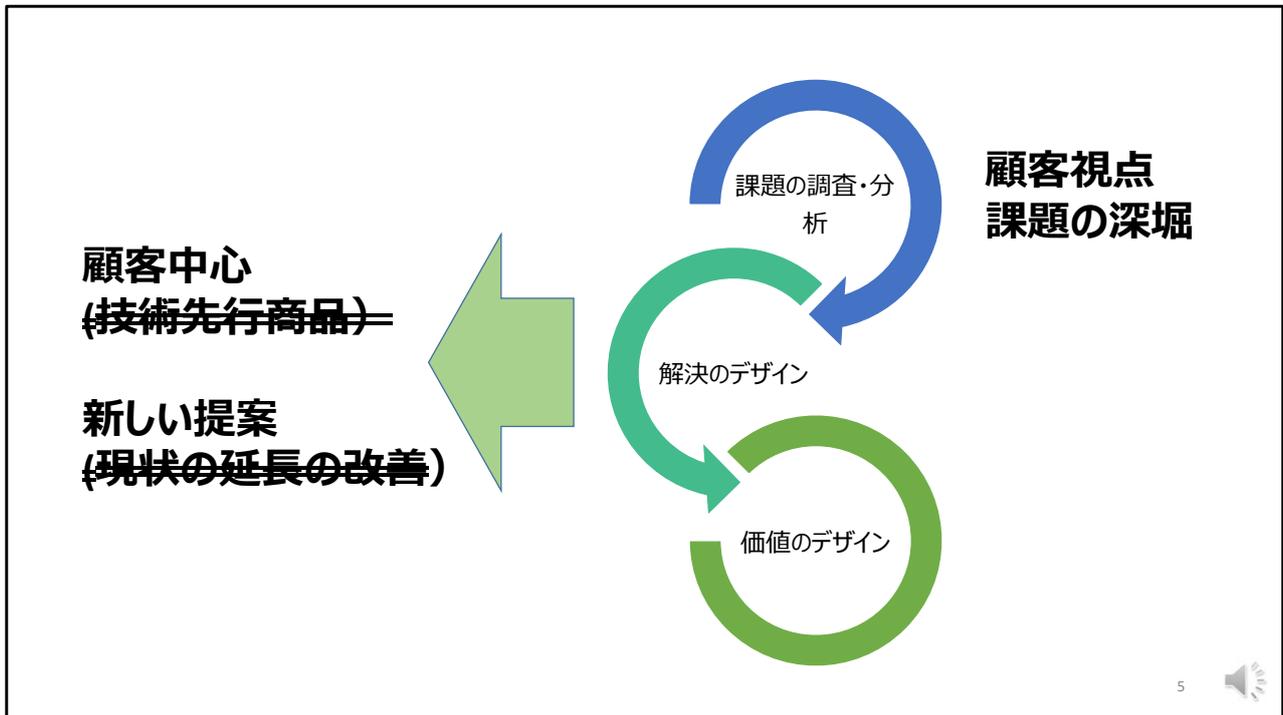
## 顧客の言うこと != 顧客の本当の目的・課題

ヘンリー・フォード曰く、「顧客に欲しいものを聞いたら、『もっと速い馬が欲しい』と答えるだろう。」

スチーブ・ジョブズ曰く、「人は欲しいものがわからない。これだろう？と言われて初めてそれが欲しいとわかる。」「人が本当に欲しいものを見つけるのが、あなたの仕事だ」

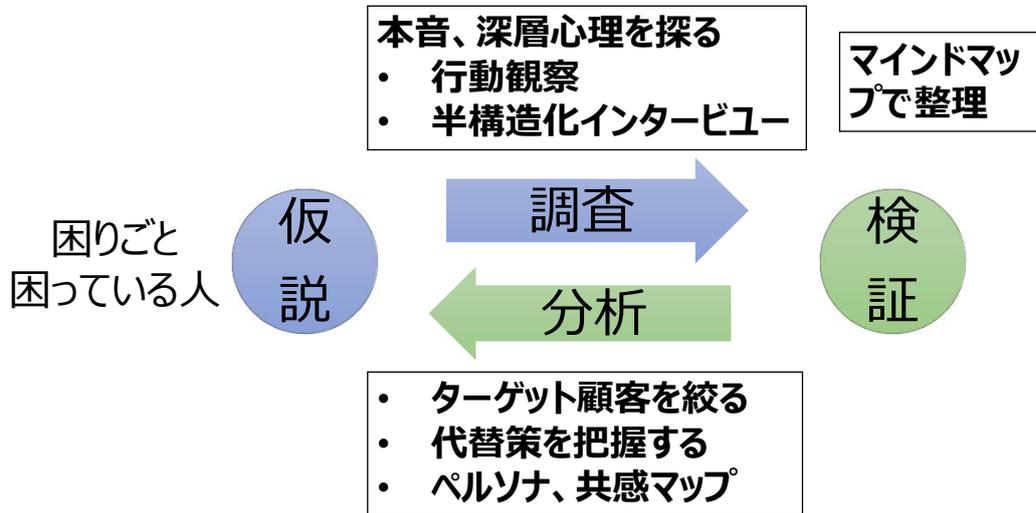
4

新しい解決策を提案するとき、人々から話を聞いてはだめです。人々が言語化できるのは、すでにある解決策の延長にあることだけだからです。人々が言語化できないことを発見しなければなりません。人々が本当に欲しいものを見つけるのは、リーダーの仕事です。



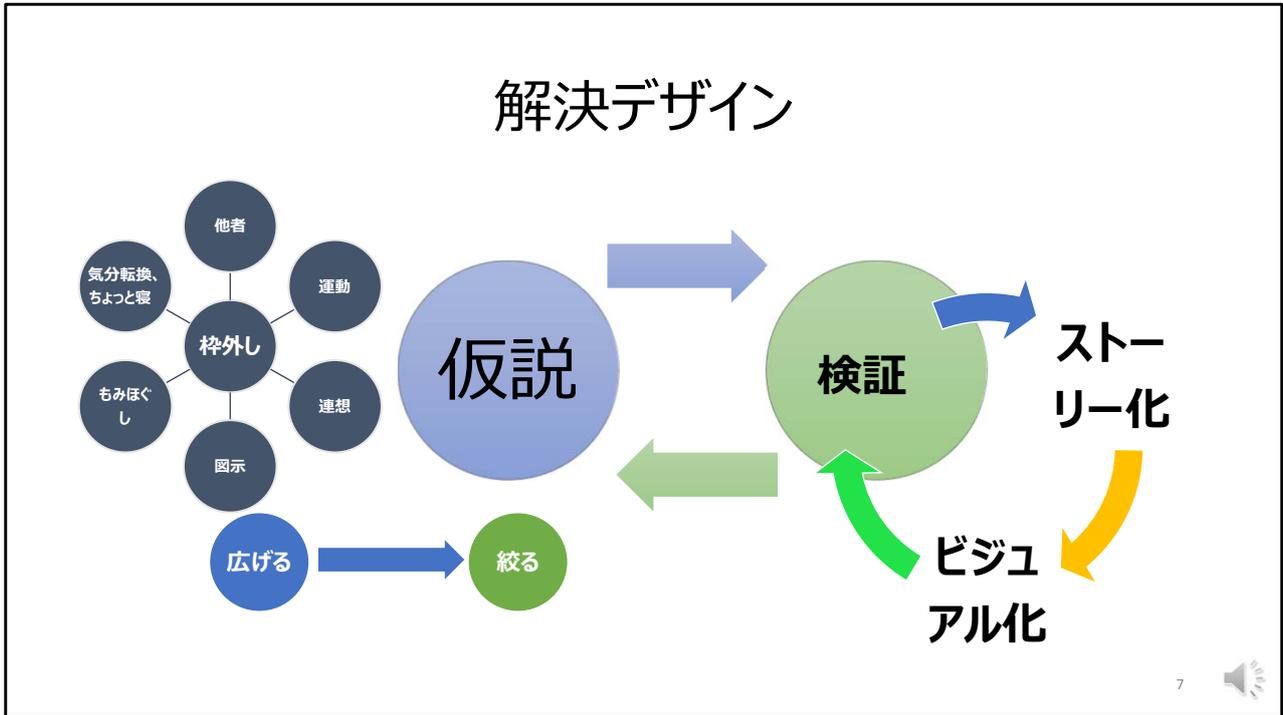
3つのフェーズ、課題の調査分析、解決のデザイン、価値のデザインを、やることを明確に分けて、この順番でやることで、顧客視点を一貫して維持し、新しい提案を生み出すことができます。課題の調査・分析フェーズで、100%顧客目線を持つことでその後一貫してそれを維持し、技術先行商品の罠を避けます。また、最初に課題を深堀することで、現状の延長の改善に陥らずに新しい提案となるようにします。

## 課題の調査・分析



6

課題の調査分析は、困りごとと困っている人に関する仮説を立てては検証することの繰り返しです。仮説を検証するために、調査をします。検証した結果を分析して、再度仮説をたてなおします。調査には行動観察、インタビューなどのテクニックがありました。分析には、ターゲット顧客を絞る、代替策を把握する、ペルソナ、共感マップなどの手法がありました。



解決デザインの概観です。解決策の仮説を立てては検証することを繰り返します。仮説を立てるときは、まず広げてから絞ります。広げるために使える発想法テクニックはいくつかあります。いい解決策を絞り込んだら、ストーリー化とビジュアル化で解決策を具体化し、検証します。

## 今日のゴール

- 解決策でよさそうなものを選びます。
- ストーリー化の演習を行います。

## 解決デザイン演習 2 : 解決策絞り込みとシナリオ

1. チームで、解決策仮説のマインドマップを見て、以下の条件で、ふるいをかけて、必要なら解決策アイデアを補充します。
  - 実行可能であること
  - 社会に共有できること
  - 得意分野

## 解決デザイン演習 2 : 解決策絞り込みとシナリオ

1. 次に、以下のチェックリストを使って、より多くのポイントを持つ解決策を選びます。組み合わせでもいいです。

- ユーザの欲望を満たす

- 前例がない

- 「あればいい」でなく、あったとすれば「なくて困る」こと

- 現在の代替解決方法に比べて圧倒的に良い、ないし明確に差別化できるポジショニングができる

もしも自分たちのアイデアと類似のアプリ・サービスが既に存在している場合は、口コミサイトなどで評判を分析するなどして、それらより優れた解決策になるかどうかを検討してください。

2. 選んだものを、「解決策決定.pptx」というワークシートに記入してください。

## 解決デザイン演習 2 : 解決策絞り込みとシナリオ

1. 選んだ解決策をストーリー化します。
2. 「解決策決定.pptx」というワークシートのシナリオページに、前回の授業のシナリオのサンプルを参考にして、記入し、決定シートとシナリオを、チームで一つ提出してください。

## まとめレポート

- 以下を文章にして提出してください。
  - 自分の思ったことや意見
  - 理解できなかったことや残った疑問