

明日への力

日本総合研究所

リサーチ・コンサルティング部門

シニアマネジャー 山浦 康史 ④6
マネジャー/デザイナー 水嶋 輝元



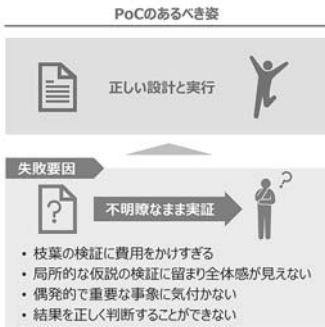
山浦氏



水嶋氏

ユーザーの反応を引き出すための装置として活用する。こうした具体物を材料にユーザーと対話をする中で、机上の空論ではない手触り感のあるコンセプトが創出される。

デザイン思考は、PoC分野



分析的な戦略的思考に「具体化する・試してみる」の新しい息吹を

「ニューノーマル」の社会においては、旧来のビジネスモデルが通用しなくなり、革新を起す必要に迫られる企業や組織は少なくない。未来が予測しやすいつ時代には有効であった分析的な戦略思考だけでは不十分であり、具体的に形に落とす、実装してその実現可能性を確認するといったデザイン思考やPoC(実証実験)の積極的な活用が成功確率を極限まで高める上で非常に有益である。

まず、ユーザーを中心に新たなサービスを考えるためには「デザイン」の活用が不可

欠である。ここで言うデザインとは、プロダクトの意匠を形成するデザインだけでなく、デザイン思考によるアイデア創出やユーザー体験のデザイン等、事業開発プロセスとしても活用される広義のデザインを指す。

具体的には、ユーザー目線で物事を考えるだけにとどまらず、新たな社会環境変化やテクノロジーが及ぼす影響等についてユーザーとの対話や行動観察を通じて見だし、新たな機会を捉える。その機会を基に、簡易プロトタイプ、例えばモバイルアプリ

での顧客接点においてその効果が発揮されてきたが、PoC分野でも顧客や自社の従業員を含む利用者がそこに存在することから、有効な手法と認められつつある。

一方で、ニーズを捉えたコンセプトだとしてもそのまま事業として社会に受け入れられるとは限らない。未来が予測しづらいため、もう一歩進んだ事業化の判断に資するプロセスPoCが必須となるのだ。近年PoCを行う企業が増加しているものうまうまいかず、事業化検討が停滞するか終了してしまう「PoC死」が量産されている状

況にある。

その原因は、PoCの設計の甘さにある。多くは、プロトタイプを試すこと自体がゴールになっていて、PoCによる検証の目的・項目の優先度・手段・評価基準等、曖昧なまま進められていることが多い。すなわち本質的なPoC計画がないことで、枝葉の検証に費用をかけ

仮説の検証にとどまり全体が見えない、偶発的に起きた重要な事象に気付かない、判断基準を持たずに出てきた結果を正しく判断できない等、信じられないほど初步的な問題が群発する。

PoCの成功に向けた「検証目的」と「検証の優先順位の設定に当たっては、特に事業化に際して重要度が高く、かつ不確実性が高い項目を最優先の検証項目とすべきである。具体的には、ユーザー側の課題と解決策の整合性に関するものであることが多く、対象顧客にそもそも課題がどの程度存在しているのか、アイデアやコンセプトとなる商材は課題解決に寄与するのか、それに対して本当に対象顧客が価値を感じるのか等が挙げられる。これらはもちろんPoC以前の検討段階で調査・検証されるが、結局試してみなければその不確実性が払拭されることはない。

その他にも、技術やコスト視点での実現可能性や、最適なデリバリー方法等が検証事項として挙げられることが多いが、漫然と入れ込むのではなく、費用や期間等の制約の中で最大の効果を得られる、必要最小限のPoCを目指すべきと考える。

デザイン思考による具体化、必要最小限のPoCについて、遠い他社の事例とするのではなく、これから当然の業務スタイルとして、積極的に取り込んで頂きたい。

*記事に関するお問い合わせはredweb@miri.co.jpまでお願い致します。