

後半、はっじまっるよー！！



## 目次

1章	2章	3章	4章	5章	6章	7章	8章	9章	10章	11章	12章	13章	14章	15章	末章
プロローグ	初めてのインタビュー	ユーザー像を志えよう	ユーザーの心理と体験を理解しよう	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	インタビュー質問を考えよう	インタビュー結果から仮説を見直そう	ユーザーの思い (仮説) を選ぼう	解決の糸口を考えよう	解決策の手段・方法を考えよう	発表ビッチの骨子を考えよう	タスクを分担しよう	シナリオを確認しよう	重要な価値のポイントを強調しよう	プロトタイプについて意見を聞こう	思いのたけをぶつけよう
		12/7 目安		12/8 目安			12/9 現地調査(任意)			12/12 目安			12/16 目安		



## アイデア出しのTips



- **自分**ではなく、**ユーザーだからこそ響くアイデア**
  - トピックからぶれないこと
  - インパクトを重視！ [一言で価値がわかるキャッチフレーズ!]
- **しゃべる**より、**書く**
  - しゃべるのは楽しいけど、時間も消費する、まずは全員書く。
- **質**より**量**
  - あらげずり大歓迎。幼児になりきる！
- 書いた後は**黙る**のではなく、書いたことを**宣言**！
  - 書いた後に伝える。聞いた人は、「いいね!」と応答する
  - **オリジナル**もいいけど、**アイデアに乗っかる事**も考える

[アイデア1]

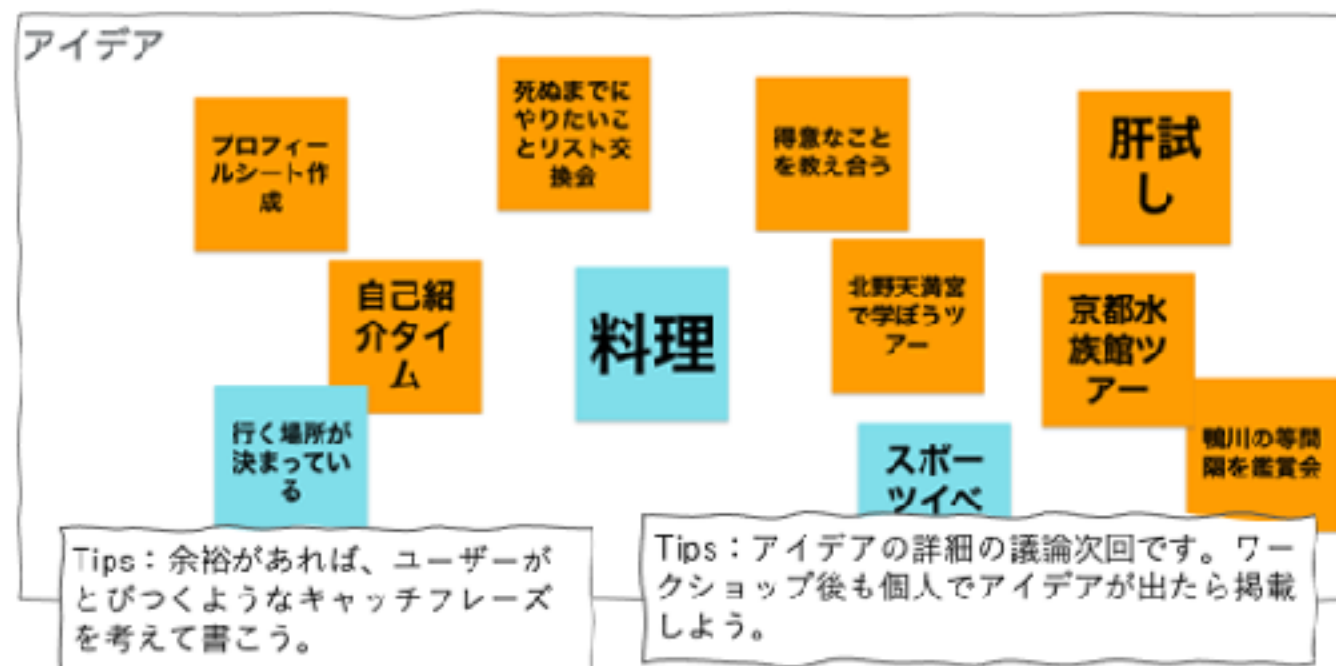


何か

## 解決アイデアを出す

15分

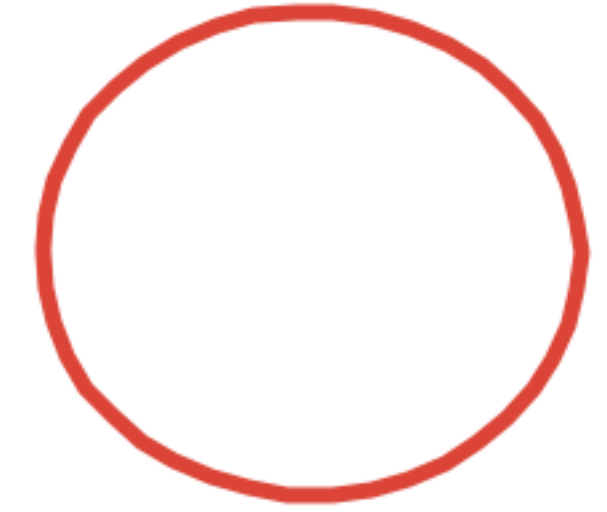
- 最低10個のアイデア





— 09章 —  
アイデア出し：15分  
— 10章 —  
投票：3分  
アイデアを1つ選ぶ：10分

アイデア



実践編は9章で使った場所を  
使いましょう。

## 目次

1章	プロローグ	
2章	初めてのインタビュー	
3章	ユーザー像を考えよう	
4章	ユーザーの心理と体験を理解しよう	
5章	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	12/7 目安
6章	インタビュー質問を考えよう	12/8 目安
7章	インタビュー結果から仮説を見直そう	12/9 現地調査(任意)
8章	ユーザーの思い(仮説)を深掘りしよう	
9章	解決の糸口を考えよう	
10章	解決策の手段・方法を考えよう	
11章	発表ピッチの骨子を考えよう	12/12 目安
12章	タスクを分担しよう	
13章	シナリオを確認しよう	
14章	重要な価値のポイントを強調しよう	12/16 目安
15章	プロトタイプについて意見を聞こう	
末章	思いのたけをぶつけよう	

WAKASAMI

## チーム活動の進め方 (1)

3分 

- ・ 解決アイデアを評価する
- ・ 「1人3票」の投票を用いて、投票を評価する



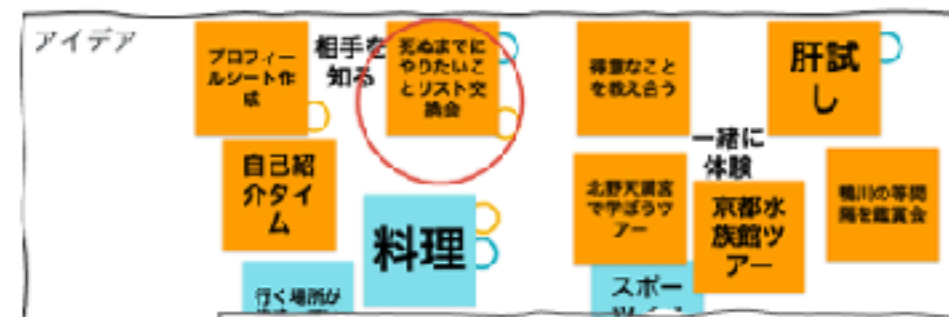
○ ユーザーの課題に対して価値が高い  
● 実現可能性がある

WAKASAMI

## チーム活動の進め方 (1)

12分 

- ・ 解決策を吟味する
  - ・ チームが採用するアイデアを1つ選び、○で囲む
  - ・ 投票された数が大きいアイデアが適切とは限らない。
  - ・ 価値が高くて実現可能性が高いということは、競合が多い可能性が高い



○ ユーザーの課題に対して価値が高い  
● 実現可能性がある

Tips: 議論しながら、似たようなアイデアをグルーピングするグループになったアイデアはラベルを付けて、1つのアイデアとして扱う。  
グループになったことで、アイデアの焦点がぼやけないように注意すること。

WAKASAMI

5

# 11\_発表の骨子 ( 解説編 )

## 目次



1章	2章	3章	4章	5章	6章	7章	8章	9章	10章	11章	12章	13章	14章	15章	天路
プロローグ	初めてのインタビュ	ユーザー像を考えよう	ユーザーの心理と体験を理解しよう	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	インタビュー質問を考えよう	インタビュー結果から仮説を見直そう	ユーザーの思い (仮説) を深掘ろう	解決の糸口を考えよう	解決策の手段・方法を考えよう	発表レizziの骨子を考えよう	タスクを分担しよう	シナリオを確認しよう	重要な価値のポイントを強調しよう	プロトタイプについて意見を聞こう	思いのたけをぶつけよう
			12/7 目安	12/8 目安	12/9 現地調査(任意)	12/12 目安				12/16 目安					

WAKASAMI



## チーム活動の進め方 (1)

7分

各ページに何を伝えるかアイデアを書く

話題の  
発散フェーズ

<p>タイトル (仮)</p>	<p>・ユーザーの課題 ・スポンサーの課題 ・つながる点</p>	<p>解決策 【提出し方例】ユーザーが抱える課題を解決し、価値を創るWebプラットフォーム】</p> <p>解決策であり、 商品に求められる価値</p>
<p>商品</p> <p>【提出し方例】販売に際し必ずしも「アプリ」ではなく、「サービス」を提供する</p> <p>顧客にはどう見える のかわかるもの</p>	<p>商品の強み プロトタイプで アンケートをとったときの 理想の回答 (期待を書く)</p>	<p>エコシステム 【提出し方例】Webサイト上の関連イベントに出席してもらう】</p> <p>何を提供するのか 何が原材料なのか</p>
<p>チーム</p> <p>【提出し方例】メンバーの強み・役割を明確にする】</p> <p>メンバーの強み</p>	<p>発表 【提出し方例】発表当日から、スポンサーにしたい行動】</p> <p>発表当日から、スポンサー にしてもらいたい行動</p>	<p>Tips :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 時間内に全部ページを埋める</li> <li>・ この時間は黙々と書く</li> </ul>

WAKASAMI



## チーム活動の進め方 (2)

8分

各ページ、伝えたいことを1つのメッセージに絞る

話題の  
収束フェーズ

<p>タイトル (仮)</p>	<p>・ユーザーの課題 ・スポンサーの課題 ・つながる点</p>	<p>解決策 【提出し方例】ユーザーが抱える課題を解決し、価値を創るWebプラットフォーム】</p> <p>解決策であり、 商品に求められる価値</p>
<p>商品</p> <p>【提出し方例】販売に際し必ずしも「アプリ」ではなく、「サービス」を提供する</p> <p>顧客にはどう見える のかわかるもの</p>	<p>商品の強み プロトタイプで アンケートをとったときの 理想の回答 (期待を書く)</p>	<p>エコシステム 【提出し方例】Webサイト上の関連イベントに出席してもらう】</p> <p>何を提供するのか 何が原材料なのか</p>
<p>チーム</p> <p>【提出し方例】メンバーの強み・役割を明確にする】</p> <p>メンバーの強み</p>	<p>発表 【提出し方例】発表当日から、スポンサーにしたい行動】</p> <p>発表当日から、スポンサー にしてもらいたい行動</p>	<p>Tips :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 評価者に響く感情的なメッセージがあるか</li> <li>・ ページ間の論理が飛躍・矛盾しないように</li> <li>・ 終わらなかったらSlackで引き続き、議論を行い、完成させる</li> </ul>

WAKASAMI





## 商品

**[見出し例：地元に触れ合う宿泊！]**  
[見出し商品名や社名・地元や宿泊体験を記載してください]

**[商品写真や図を追加]**

**¥4,000**

**[商品説明の例：地元の町家を借りて1日宿泊体験]**  
[ここに商品の説明を記載してください。ここに説明を記載してください。ここに説明を記載してください。ここに説明を記載してください。]

**種別** [例：パンフレット、(Webサイト)]

**ユーザーができること**

- ・宿泊予約
- ・予約貸し出し

WAKASAMI

## チーム

- [例：山田 花子 / チームリーダー  
・プロジェクトマネジメント資格ホルダー]
- [例：山田 太郎 / Webデザイナー  
・かんたんなWebサイト、つくれます]
- [例：ジョン・スミス / 学生  
・大学でなにかができます]

WAKASAMI

## 課題

<b>ユーザーの課題</b>	[説明文例：オンライン旅行予約でユーザーは、価格が重要なポイント]
<b>事業者の課題</b>	[説明文例：多くの宿泊場は街とその文化から分離され、ユーザーに離れられている]
<b>共通課題</b>	[説明文例：旅行先の地元との体験と、宿泊場所をつなぐ、簡単な方法がない!]

WAKASAMI

## 商品の特徴

- [例：ホストがわかる]
- [例：宿泊者の連帯感]
- [例：かんたんな予約]

[特徴説明の例：3クリックでホストのプロフィールが見れる]

[特徴説明の例：宿泊体験者が仲間として受け入れられる空間]

[特徴説明の例：価格、入退室時間、イベントで検索できる]

WAKASAMI

## 意見

[見出し文の例：今すぐできます！一緒に検証しましょう!!]

- [例：準備費は無料]
- [例：最初の顧客は確保済み]

[説明の例：ツールは無料サイトで準備せよめである。人ではお学値います!!]

[説明の例：チームの大学生が口コミで集めます。]

[特徴説明の例：パンフレットを見せた所、今すぐ試してみたい顧客がmn人いました!!]



WAKASAMI

## 解決策

[見出し文の例：ユーザーが旅行先のオーナーや宿泊経験者と交流して、宿泊先を選べるWebプラットフォーム]

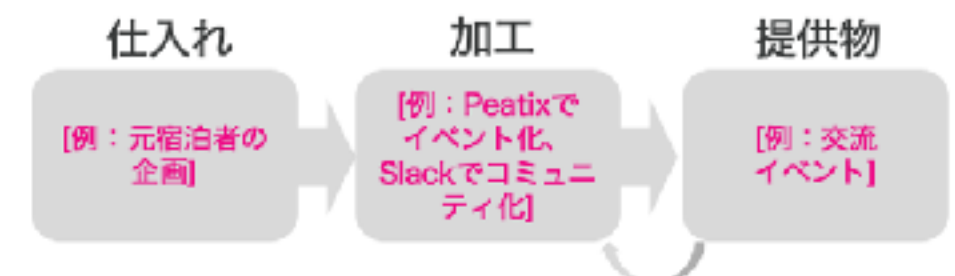
## ポイント

- [例：旅行前から交流]
- [例：一人でも安心]
- [例：宿泊者間でシェア]

WAKASAMI

## エコシステム

[見出し文の例：Webサイト上の交流イベントにお金をもらう]



[収益方法説明の例：イベント参加費用に、宿泊割引券を含め、未来の宿泊見込み客を獲得!]

WAKASAMI

# 12\_タスクの分担 ( 解説編 )

## 目次

1章	プロローグ	
2章	初めてのインタビュー	
3章	ユーザー像を書えよう	12/7 目安
4章	ユーザーの心理と体験を理解しよう	
5章	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	12/8 目安
6章	インタビュー質問を考えよう	
7章	インタビュー結果から仮説を見取そう	12/9 現地調査(任意)
8章	ユーザーの思い(仮説)を深掘りしよう	
9章	解決の糸口を書えよう	
10章	解決策の手段・方法を書えよう	
11章	発表ビッチの骨子を書えよう	12/12 目安
12章	タスクを分担しよう	
13章	シナリオを確認しよう	
14章	重要な価値のポイントを確認しよう	12/16 目安
15章	プロトタイプについて意見を聞こう	
16章	思いのたけをぶつけよう	
17章	最終発表の準備をしよう	

WAKASJ.MID

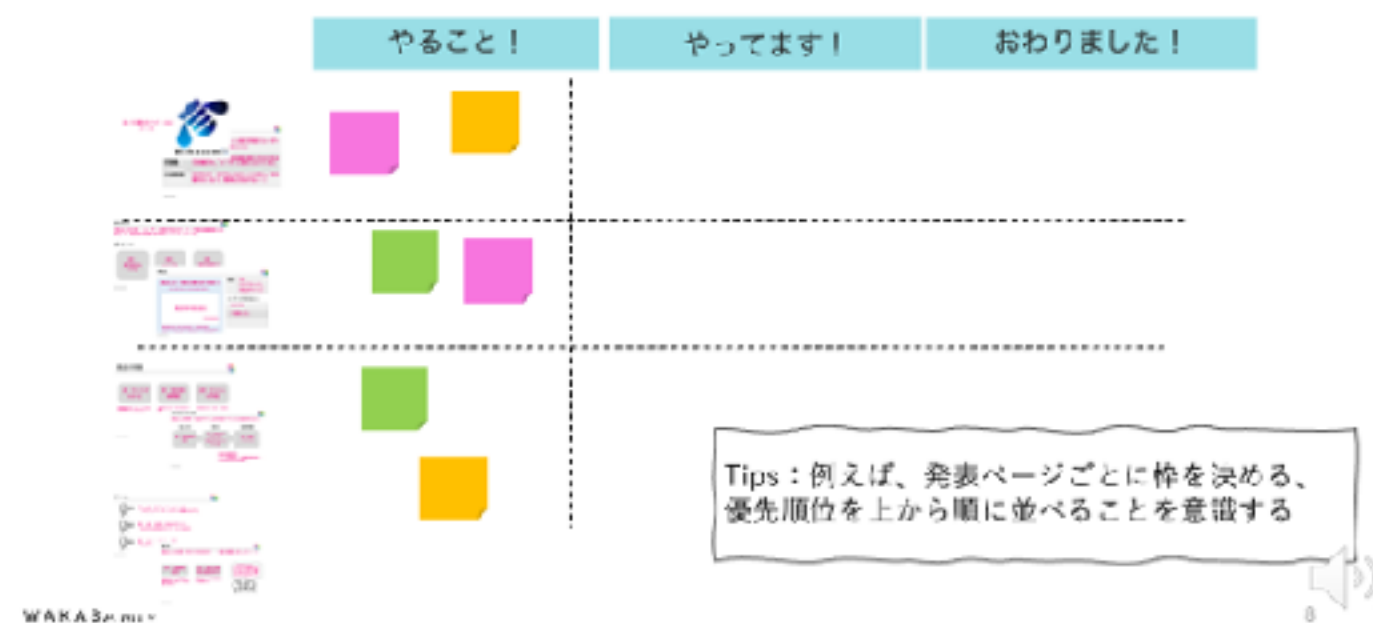


## チーム活動の進め方 (1)

5分



現状を可視化するWall Board。まずは、「やること」を書く



WAKASJ.MID

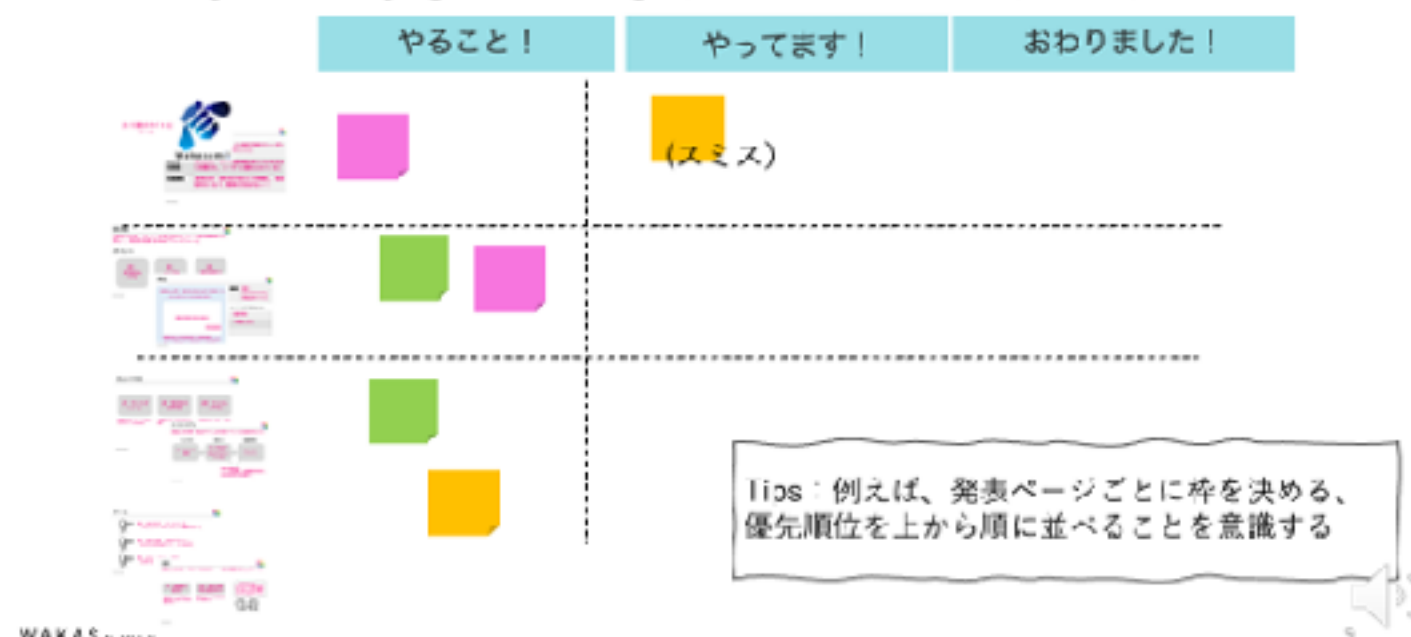


## チーム活動の進め方 (1)

10分



- 全員の打ち合わせでやるタスクと、個人でやるタスクを識別する
- 1人1つ、[やること!]を[やっています!]に移し、カードに自分の名前を書く



WAKASJ.MID







## 目次



1章	2章	3章	4章	5章	6章	7章	8章	9章	10章	11章	12章	13章	14章	15章	末章
プロローグ	初めてのインタビュー	ユーザー像を考えよう	ユーザーの心理と体験を理解しよう	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	インタビュー質問を考えよう	インタビュー結果から仮説を見直そう	ユーザーの思い(仮説)を深掘ろう	解決の糸口を考えよう	解決策の手段・方法を考えよう	発表ビッチの骨子を考えよう	タスクを分担しよう	シナリオを確認しよう	重要な価値のポイントを強調しよう	プロトタイプについて意見を聞こう	思いのたけをぶつけよう
			12/7 目安	12/8 目安		12/9 現地調査(任意)				12/12 目安			12/16 目安		

WAKASAMI

## チーム活動の進め方

15分

チームで1つの課題と解決策に対するシナリオまとめる

### シナリオの例

1. あるところにこんなユーザーがいました。
2. ユーザーにはこんな悩みがありました。
3. ある日、商品を知り、くいつきました。
4. こう使いました。
5. 商品のここがすごい！続けたい！
6. 新しいライフスタイルになりました！

シナリオ

(1) 現在の生活	(2) ユーザーの悩み	(3) 商品との出会い
(4) 使ってみる	(5) 感動体験	(6) 新しい日常



WAKASAMI

(1)現在の生活

(2)ユーザーの悩み

(3)商品との出会い

(4)使ってみる

(5)感動体験

(6)新しい日常

## 目次



1章	プロローグ	
2章	初めてのインタビュ	
3章	ユーザー像を考えよう	12/7 目安
4章	ユーザーの心理と体験を理解しよう	
5章	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	12/8 目安
6章	インタビュ質問を考えよう	
7章	インタビュ結果から仮説を見直そう	12/9 現地調査(任意)
8章	ユーザーの思い(仮説)を深掘ろう	
9章	解決の糸口を考えよう	
10章	解決策の手段・方法を考えよう	
11章	発表ピッチの色紙を考えよう	12/12 目安
12章	タスクを分担しよう	
13章	シナリオを確認しよう	
14章	重要な価値のポイントを強調しよう	12/16 目安
15章	プロトタイプについて意見を聞こう	
末章	思いのたけをぶつけよう	

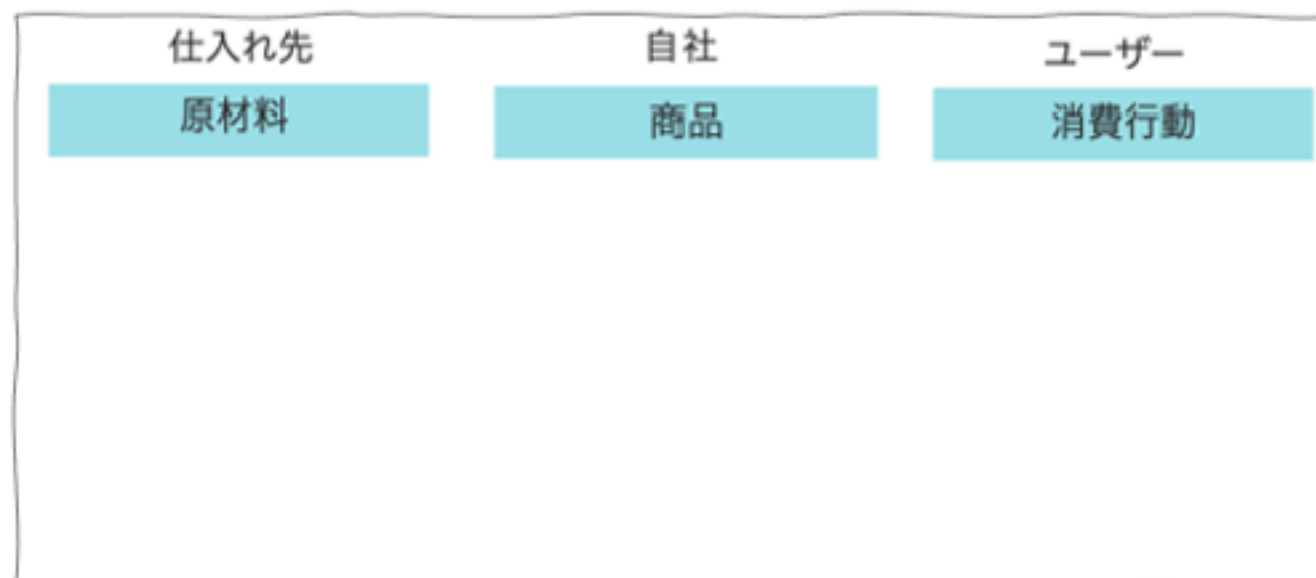
WAKASAMI+

## チーム活動の進め方

15分



- エコシステムは、利益追求ではなく持続可能性を重視
- ビジネスモデルと同様、モノと資金を入れ、実現可能性を評価



WAKASAMI+



6

仕入れ先

原材料

自社

商品

ユーザー

消費行動

# 15\_プロトタイプの反応 ( 解説編 )

## 目次

1章	プロローグ	
2章	初めてのインタビュ	
3章	ユーザー像を導く	12/7 目安
4章	ユーザーの心理と体験を理解しよう	
5章	ユーザーの課題と思いを言語化しよう	12/8 目安
6章	インタビュー質問を考へよう	
7章	インタビュー結果から仮説を見出そう	12/9 現地調査(任意)
8章	ユーザーの思い(仮説)を深掘り	
9章	解決の糸口を考へよう	
10章	解決策の手段・方法を考へよう	
11章	発表ビッチの骨子を考へよう	12/12 目安
12章	タスクを分担しよう	
13章	シナリオを確認しよう	
14章	重要な価値のポイントを強調しよう	12/16 目安
15章	プロトタイプについて意見を聞こう	
16章	思いのたけを吐き出そう	

WAKASAMI



## チーム活動の進め方 (1)

7分



• どんな仮説を確認するために、何のMVPを開発するか計画する。

検証する仮説	MVP候補	仮説の評価方法
XXの旅行プランはいくらなら参加したくなるか	価格付きに旅行パンフレット	ターゲットとなるユーザー層にアンケートを取る
ゲストハウス専用オンラインSNS	チャットアプリ	10人に参加してもらって投稿内容、量を分析する

WAKASAMI



## チーム活動の進め方 (2)

8分



• 検証する仮説と、作成するMVPを1つずつ選ぶ。選び方は自由。

検証する仮説	MVP候補	仮説の評価方法
XXの旅行プランはいくらなら参加したくなるか	価格付きに旅行パンフレット	ターゲットとなるユーザー層にアンケートを取る
ゲストハウス専用オンラインSNS	チャットアプリ	10人に参加してもらって投稿内容、量を分析する

WAKASAMI





検証する仮説

MVP候補

仮説の評価方法

ワカサミの提供するフレームワークはこれで終わりです。

あとはオリジナルで考えて進めていきましょう！

