

顧客の期待に応えるための コンセプトベースドレビュー の提案

株式会社HBA
経営管理本部
共創推進グループ

おぐさ さとみ
小楠 聡美



自己紹介

おぐす さとみ
小楠 聡美

株式会社 HBA

経営管理本部

共創推進グループ

スライド作ろうと思った日の
早朝に地震があり、
手書きスライドに
なります...



ogusuxs@hba.co.jp

[経歴]

これまでシステム設計、開発と品質保証業務に従事しており、2017.4
にHBAに入社。同時に社外活動として、さまざまなシステムの
品質保証活動に携わってきた。現在は共創推進活動
を勉強中。鳥が好き(愛でるほう)。エビも好き(食べるほう)。

[社外活動]

TEF道、JasST Hokkaido 実行委員、JSTQB 技術委員とか

こんな経験ありませんか？



💡 顧客に言われたとおりにシステムを作ったのに、やり直しになった。

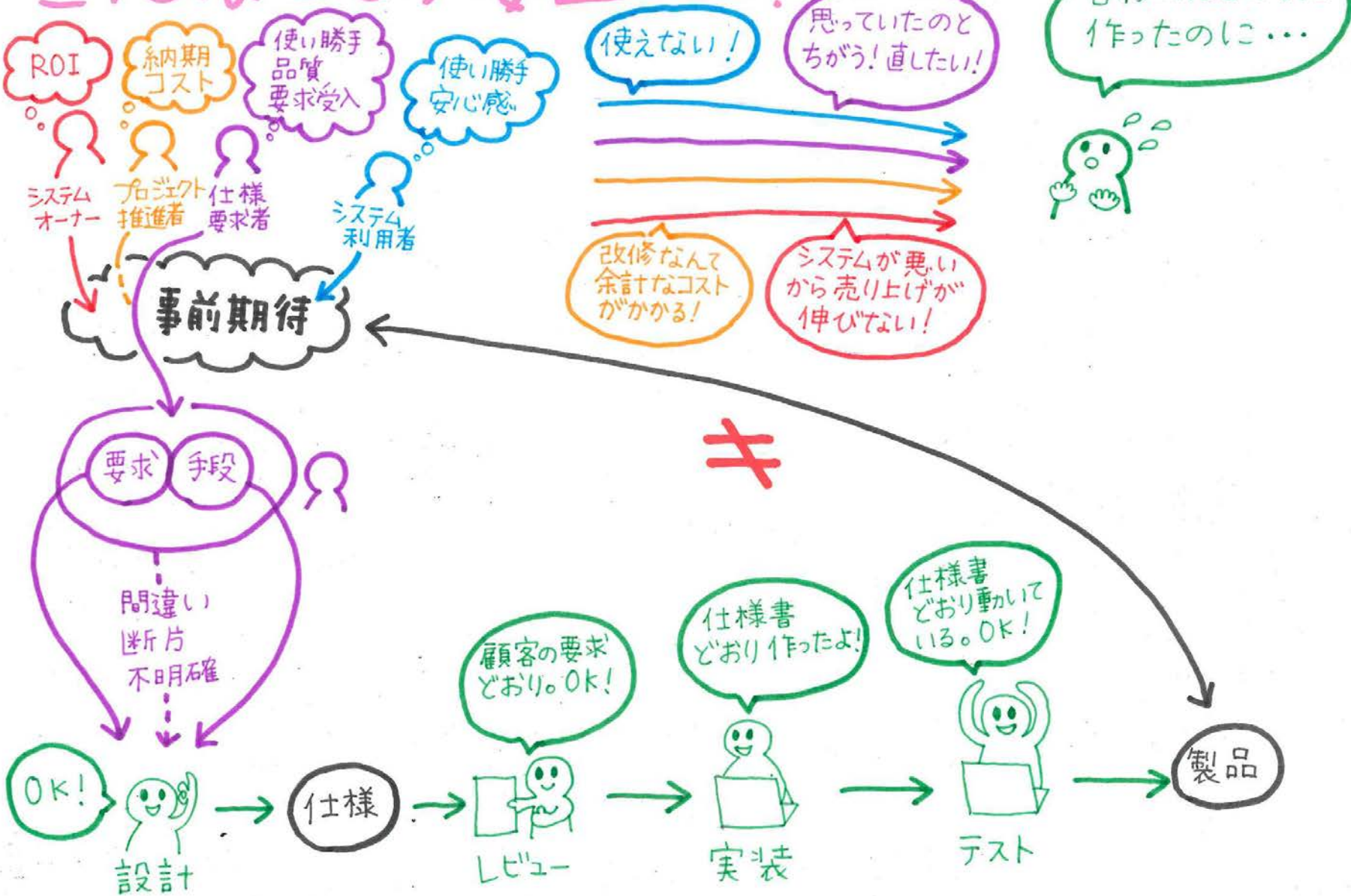
💡 リリース後に「思っていたのとちがう」とクレームがきた。

※ ここでは、それぞれ以下を指します。

顧客 = システム開発の依頼元

利用者
ユーザー = 開発したシステムの実利用者

こんなことが要因かも？



顧客、利用者がそれぞれ考える期待とは？

立場によって
期待はさまざま



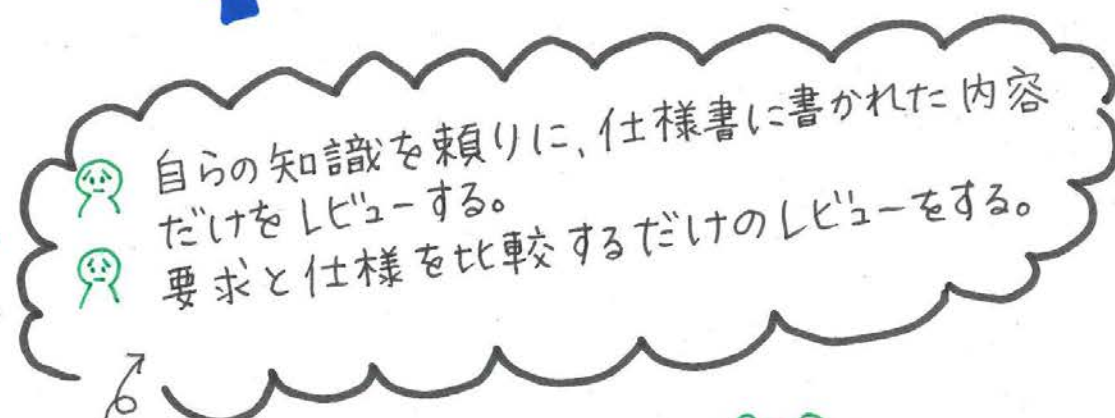
関係者区分	事前期待	注重点
 システム オーナー	- ROI をしっかり出すこと。 - 正確性と迅速性のバランスのとれた報告。	系内得のいく説明ができないと、プロジェクトの方針を変更されたり、投資を打ち切られる。
 プロジェクト 推進者	- コストと納期を守ってシステムを無事稼働させる。 - トラブルなくプロジェクトが進捗している安心感を得られる。	ある程度の機能の妥協やシステム要件の削除は自分の裁量で可能なため、コストや納期にリスクを感じるとシステムの品質を犠牲にしようとする傾向がある。
 仕様要求者	- 要求が受け入れられる。 - 使い勝手がよいシステムができてあがる。 - 品質のよいシステム。	ITシステム開発の進め方に不慣れな方が多いので、自らの要求する機能を正しく表現できないことがある。
 その他 調達/法務 など	- 迅速性 - 正確性	
 システム 利用者	- 使い勝手がよい。 - 早めに情報提供がほしい。 - 操作教育やサポートを手厚く準備してくれるなどの安心感が得られる。	開発側は接点が少ないので期待をじかに感じられない。

サービスサイエンスによる顧客共創型ITビジネス[1]

なのに....



もした情報
(開発のベース情報や要求)
に気付かない。



レビュー



でも、要求が正確か、本当にモしていいか、
顧客に確認するのは、難しくないですか？

• コミュニケーション
力の問題

• 理解力の
問題

• 顧客とミーティングの
都合が合わない

• 顧客に聞きにくい



↓
顧客や利用者に要求や期待などをうまく聞き出せない状況でも
利用者のニーズを捉えた開発をできないか？

そこで、レビューのフェーズに着目

🧐 自らの知識を頼りに、仕様書に書かれた内容だけをレビューする。

🧐 要求と仕様を比較するだけのレビューをする。



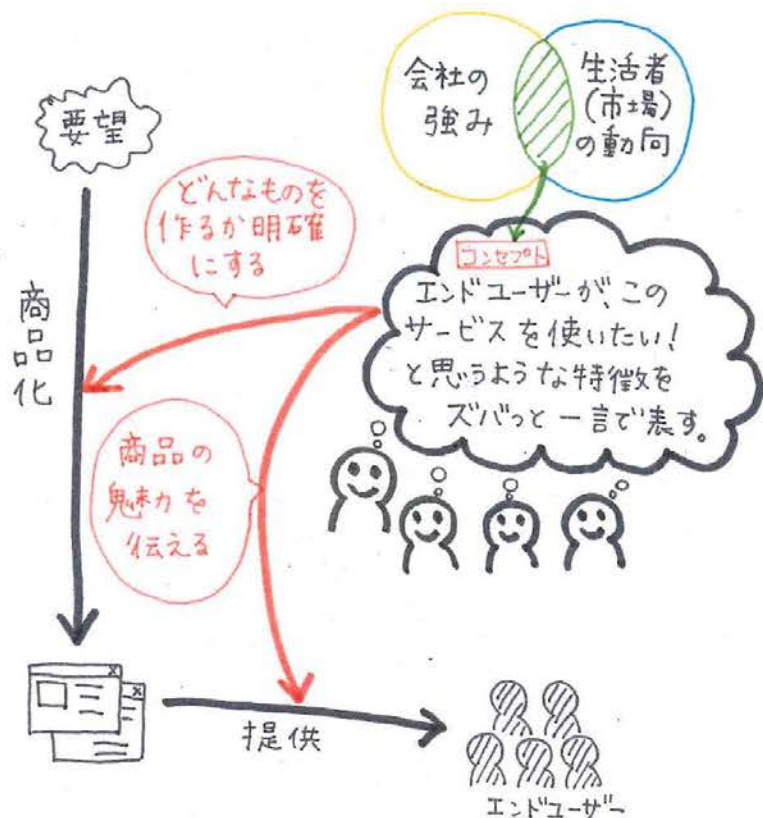
↓
このレビューのやり方を変えれば、開発のベース
情報や要求が正しく伝わらない状況でも、
必要な指摘を出せるかも！



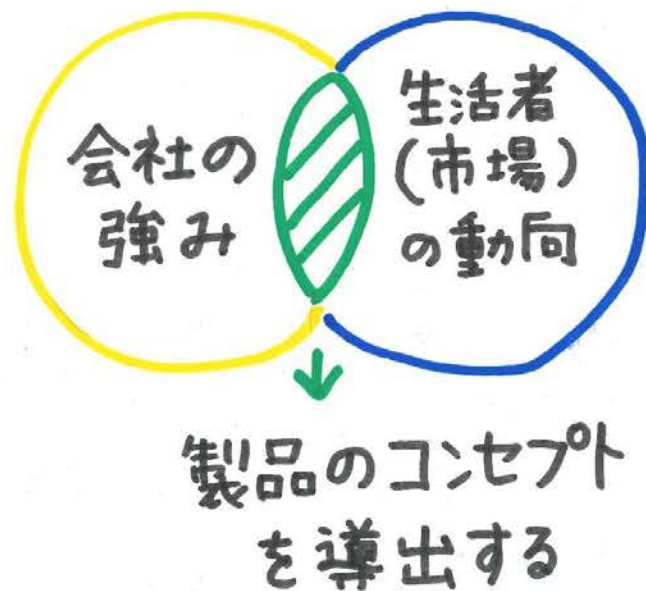
↓
製品のコンセプトを考えてレビューする
「**コンセプトベースドレビュー**」をやってみました！！

コンセプトベースドレビューの前に

コンセプトとは



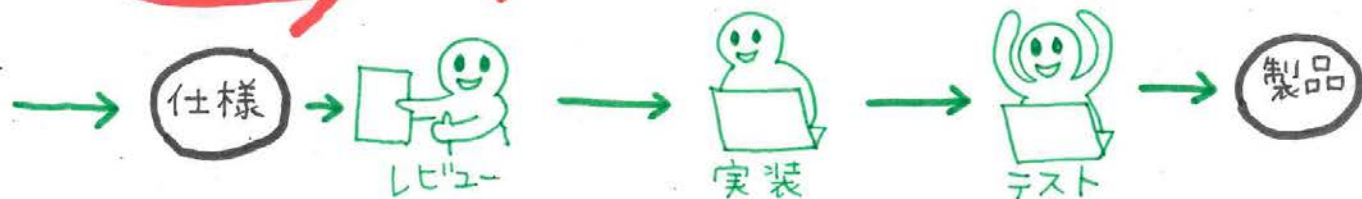
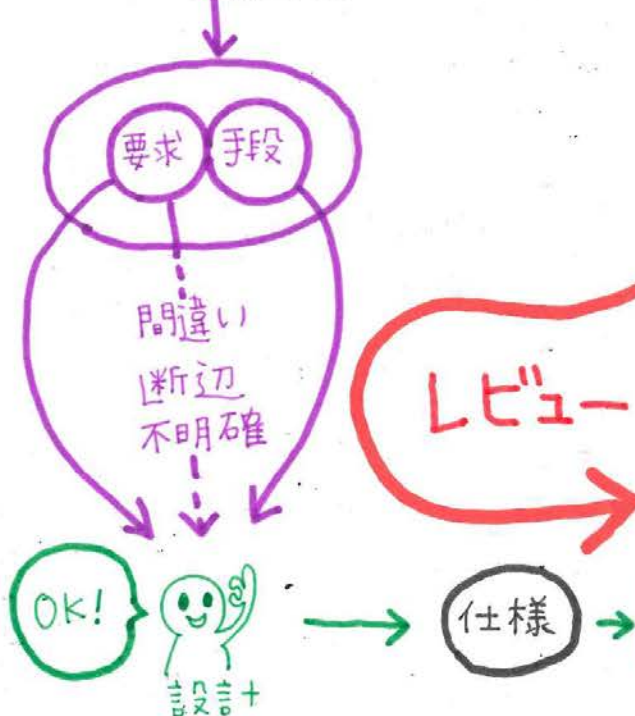
コンセプト開発





コンセプトベースド レビュー

顧客や利用者の
事前の期待を満
たす結果が得られる



コンセプトベースレビュー

＜準備＞



- お買い物 Web サイトの仕様書 (B to C 向け)
- 市場の動向資料
- 顧客の会社情報資料

を準備。

①



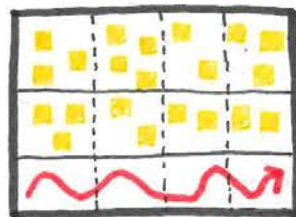
- 顧客の会社情報
 - 市場の動向資料
- から製品コンセプト導出。

②



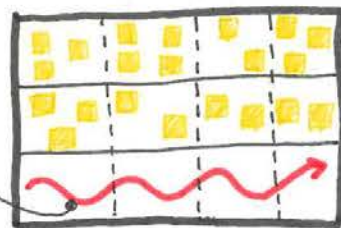
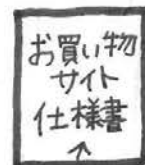
コンセプトからペルソナを導出。

③



ペルソナが Web のお買い物サイトシステムを利用したと仮定して、どんなポイントで「つまずくかなど」カスタマージャーニーマップを使って把握。

④



カスタマージャーニーマップの感情曲線系が下がったポイントに着目して、その感情が起らない、または、発生しないような仕様になっているか？という観点で仕様書をレビューする。

② コンセプト例

コンセプト

地域の便利な三河屋さん



- ・会社の配食事業を有効に活用する。
(配達、手続きの補助など)
- ・高齢者向けの用品、カテゴリを用意する。
- ・各市町村と連携して、見守りサービス。

③ ペルソナ例



名前 竹本 清之助 年齢 72 歳
性別 男 ・ 女 配偶者 あり ・ なし 子供 3 人 (同居・別居)
職業 あり (学生 ・ アルバイト ・ 自営 ・ 会社員 ・ 公務員) ・ なし
ロール 実務担当 ・ 中間管理層 ・ 経営層
業務内容 (任意) 農家

居住地 北海道 北竜町

住居タイプ 一軒屋 ・ 集合住宅

普通免許 あり ・ なし

移動手段 自家用車 ・ バス ・ 電車/地下鉄 ・ タクシー ・ 船舶 ・ 自転車 ・ 徒歩 ・ その他 ()

使用デバイス PC ・ タブレット ・ スマートフォン ・ ガラケー ・ なし ・ その他 ()

趣味など 農業一筋。日本酒好きなので、自分の作った米で日本酒作ってみたい。

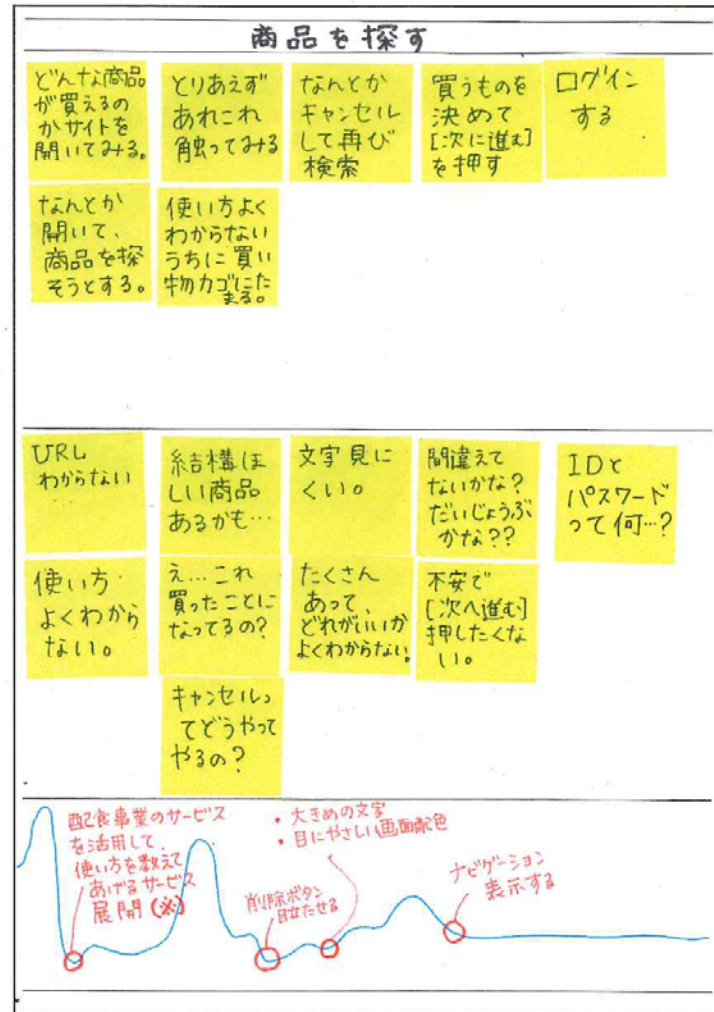
普段の買い物で楽しみなこと

いろんな種類の日本酒を買うこと。

普段の買い物で困っていること

近くにお店がない。
車の運転がづらい日も、代用できる
交通手段がない。

④ カスタマージャーニーマップ例



結果

仕様書を読むだけのレビュー(通常のレビュー) の指摘結果



- 送付先の設定で、登録済みの住所にするか、それ以外の住所にするか、選択できた方がよい。
- 受付完了後、受付メールを送信できた方がよい。



- 商品の詳細画面に遷移後一覧の画面に戻れない。
- 注文確認画面と確認メールがほしい。

コンセプトとターゲットユーザー



コンセプト

永遠の美を

ターゲットユーザー

40代 女性



コンセプト

MAMEに見守ります

ターゲットユーザー

40代 女性

コンセプトベースドレビューの指摘結果



コンセプト
永遠の美を

ターゲットユーザー
40代女性

- ・食品のアレルギー情報やカロリー情報を表示できるようにした方がよい。
- ・ユーザーのアレルギー情報を登録できるようにする。
- ・スマートフォン対応。
- ・過去の注文履歴を表示する。
- ・ユーザーレビューの登録・表示をできるようにする。



コンセプト
MAMEIに見守ります

ターゲットユーザー
40代女性

- ・カテゴリを見直して、ターゲットユーザーにささるようなカテゴリ（介護用品など）の配置にする。
- ・文字の大きさを大きくできるようにする。
- ・類似商品、他の人が見ている商品を表示する。
- ・スマートフォン対応。

考察

結果からの考察

通常のレビュー

指摘内容の傾向

他社のWeb買い物サイトと比較して、不足点を指摘する傾向が見られた。

レビューの視点となる利用者の立ち位置

自らを利用者と想定した視点でレビューする傾向にあった。

コンセプトベースレビュー

指摘内容の傾向

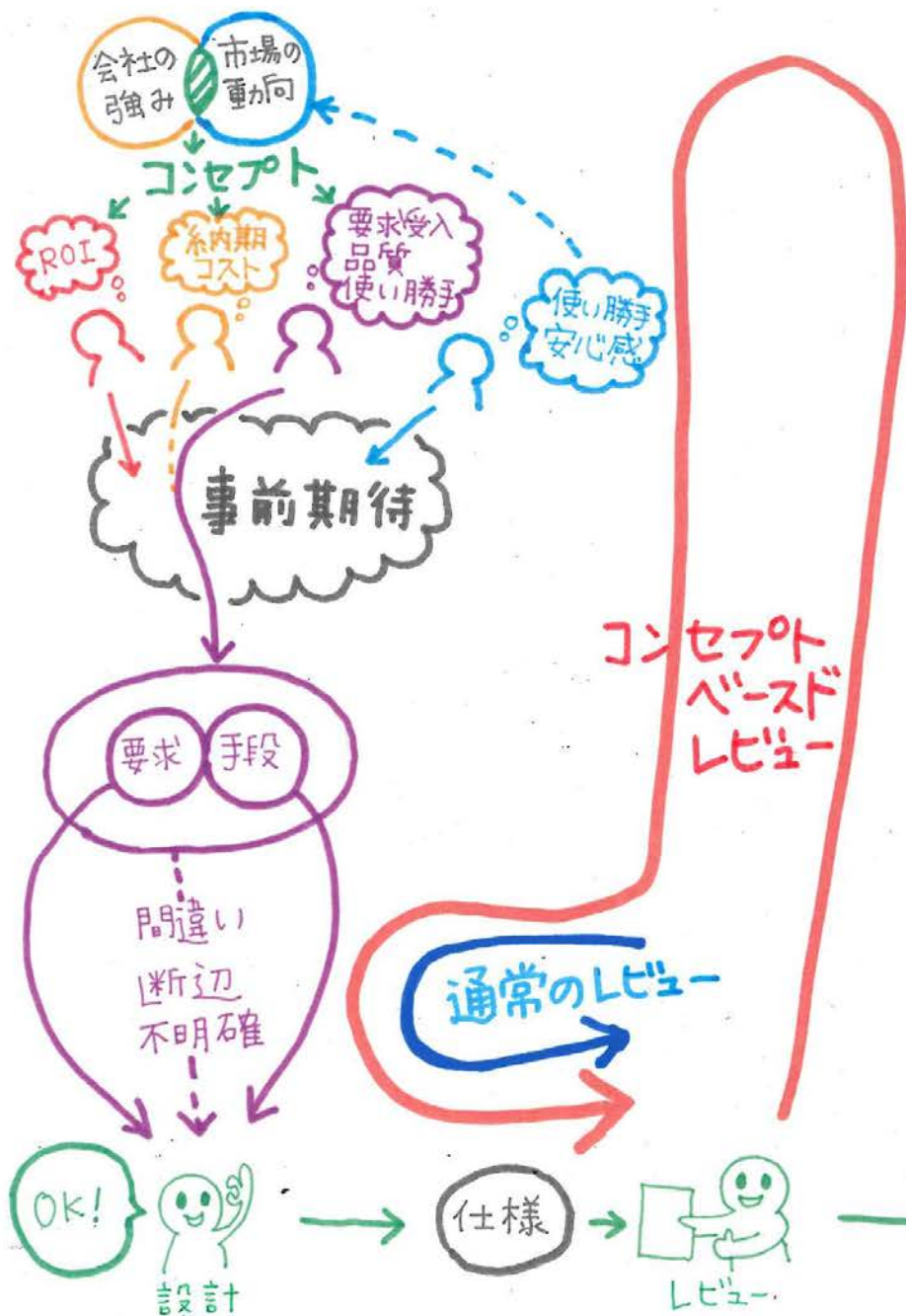
想定するシステムの利用者の使い勝手をよくしたり、必要とする情報を提供したりするような改善案を指摘する傾向が見られた。

レビューの視点となる利用者の立ち位置

実際に製品を利用するユーザーを利用者と想定した視点でレビューする傾向にあった。

コンセプトベースレビューの考察

コンセプトベースレビューでは、
開発のベースとなる情報を
補ってレビューするので、
開発側に要求が伝えられ
るまでに **もした情報を補っ
たり、間違えて捉えていた
情報に気が付きやすい。**

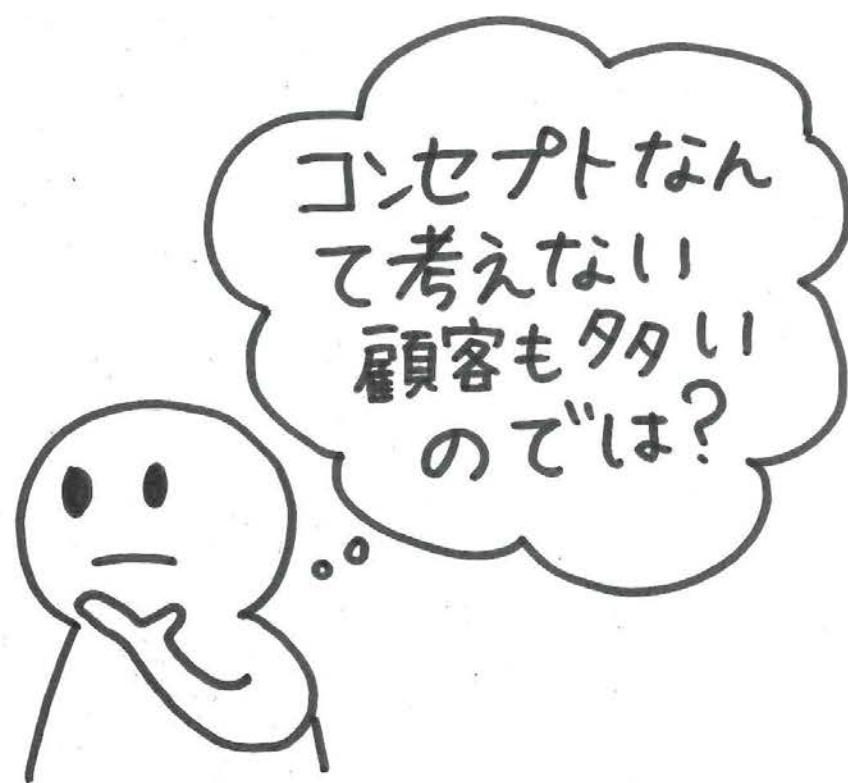
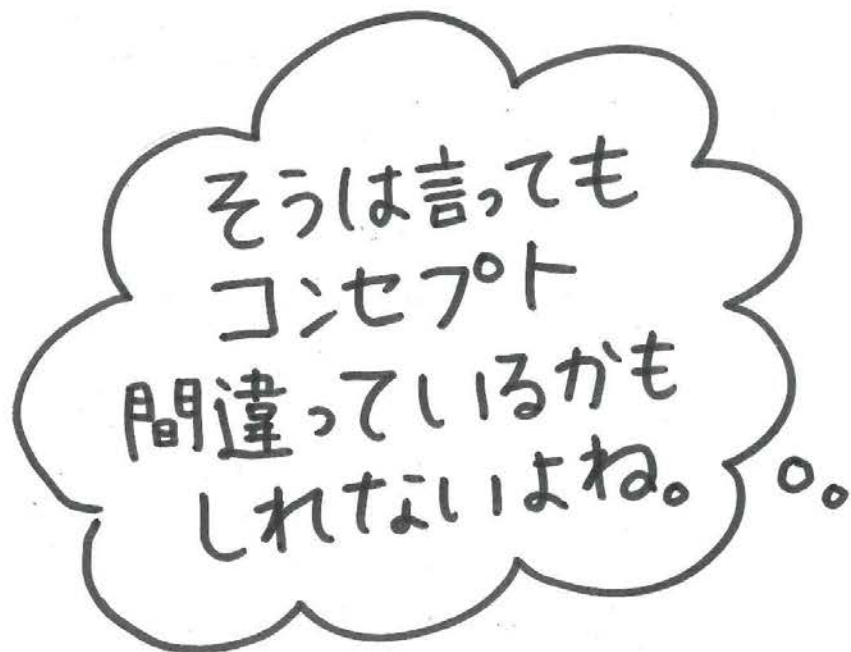




実装前に仕様修正できるため、リリース後に修正するよりも手戻り少ない。

コンセプトベースドレビューの効果が期待できる例

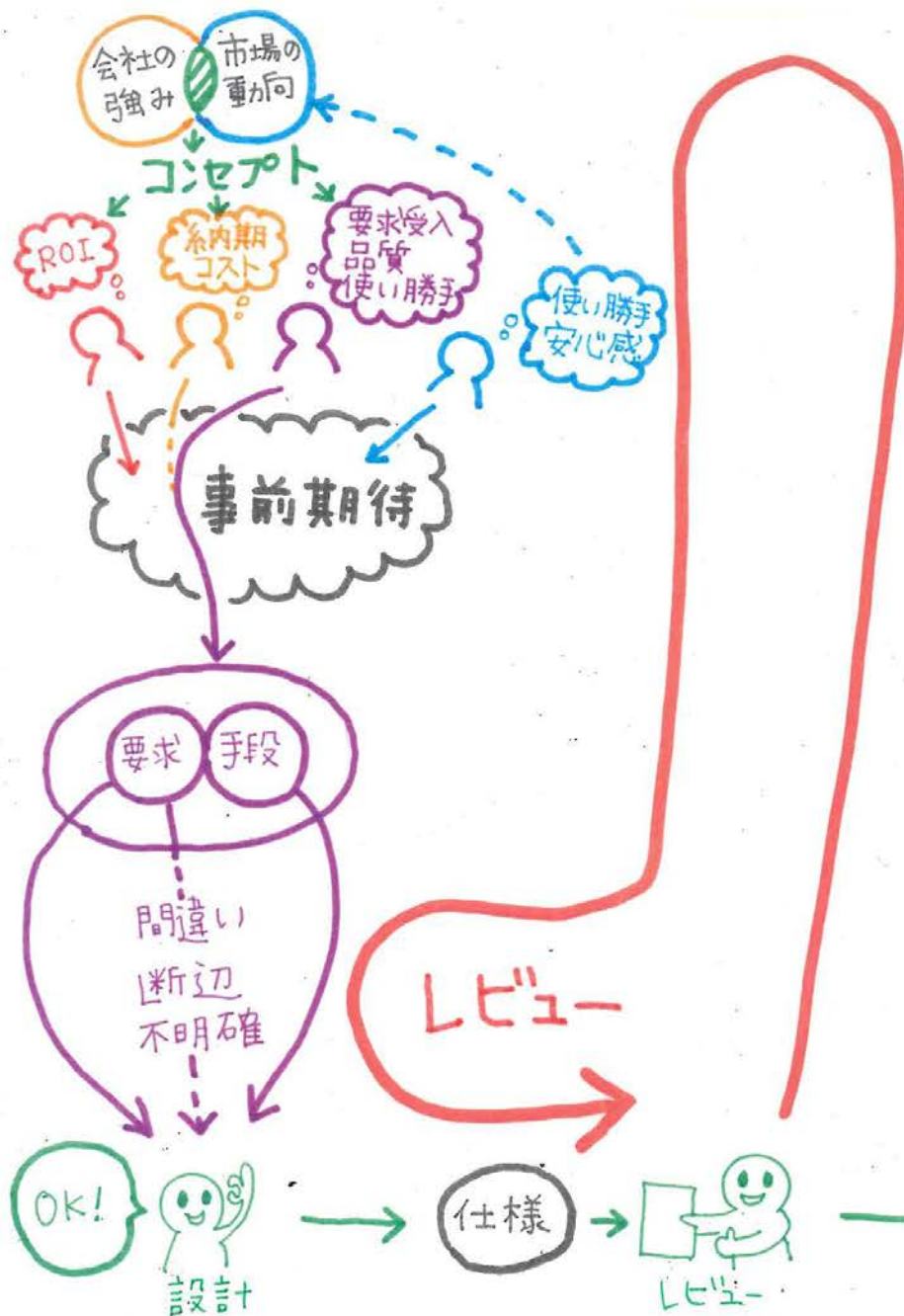
ケース	期待できる効果
 顧客とコミュニケーションが取りにくく、顧客の要求をすべて把握できているかわからない。	 市場のニーズと顧客の要求を比較することで、要求の妥当性を確認できる。
 顧客自身、漠然とした要求しか持っていない。	 開発側から提示する仕様を、根拠をもってフィードバック・確認することで、顧客の要求を具体的にできる。
 顧客が市場調査をしないまま、開発を進めている。	 市場のニーズとそこから導き出した要求と仕様を逆提案することで、信頼されるようになる。



顧客とコンセプトを共有することで解決！

顧客とコンセプトを共有する効果

ケース	期待できる効果
 顧客がコンセプトなんて考えていない。	顧客側にとっても市場に気付く良い機会となる。 → 信頼される!
 顧客の考えるコンセプトと合致。	顧客も開発側も、よりコンセプトに自信がつく。 → 安心感が得られる。
 顧客の考えるコンセプトと合致しない。	両者の違いを比較して、より深いコンセプトにつながる。 → より洗練されたコンセプトに!



系吉 論

- コンセプトベースドレビューは、BtoCの開発現場でモノづくりの原点に返った視点からレビューできる。
- 顧客とコンセプトを共有・逆提案することで、信頼される。
- 複数人でやることで、より洗練されたコンセプトになる。
→ チームの教育にも活用できる。

今後の展開

- サンプルを増やす。
- 他の手段についても検討する。
- B to B 開発現場での効果検証。

参考文献

- [1] 諏訪良武 山本政樹,
サービスサイエンスによる顧客共創型ITビジネス, 116-124, 2015

コンセプトベースドレビュー
やってみたい方、
お声掛けください！！

ogusuxs@hba.co.jp

