

仮説検証に基づくプロダクト開発

キヤノン株式会社
東芝デジタルソリューションズ株式会社
テクマトリックス株式会社

柳澤 孝文
鈴木 昂裕
郷田 将

課題と目的

ソフトウェア開発を取り巻く環境は、「既存業務の効率化」から「新たな価値創造」へと変化している。このような状況では、ビジネス的に「正解が不明」な状態で企画・開発を行わなければならない。本演習では、この背景を踏まえて「顧客が潜在的に抱える課題を解決する新しいサービス／ソフトウェアの価値提案」を目的とした。

アプローチ

本演習では、仮説検証型のアプローチを採用した。まず、ユーザー像／課題／ソリューションの仮説を立てる。次に、インタビューによって立てた仮説を検証する。検証結果を再度仮説にフィードバックすることで、仮説を見直す。このサイクルを回すことで、新しいサービス／ソフトウェアの価値提案の実現を目指した。

手法

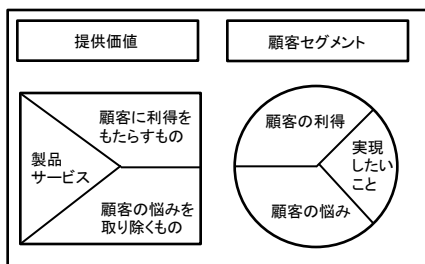
■スタートアップ・フィット・ジャーニー

立案からPMFまでのプロセス

- CPF: 顧客に課題はあるか
- PSF: 課題を解決できているか
- SPF: 解決策は実現可能か
- PMF: 市場にマッチしてるか

■仮説立案: Value Proposition Canvas / Lean Canvas

顧客への価値提供を整理



ビジネスモデルを整理



■検証: インタビュー

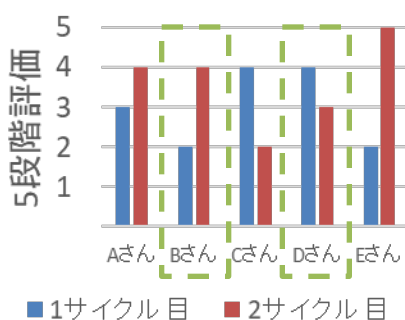
- ・課題インタビュー
顧客セグメントや課題の検証を行う
- ・ソリューションインタビュー
ソリューションや価格の検証を行う

キャンバスの作成(仮説立案)

項目	1サイクル目	2サイクル目
顧客セグメント	・身体に不調あり ・興味のないことを後回しにする	・身体に不調あり ・運動をする場所と時間がない
顧客課題	運動で健康を維持したい	運動で健康を維持したい
ソリューション	隙間時間に運動を提案するアプリ	日常的な動作の延長線上で運動を提案するアプリ

インタビュー(検証)

■ソリューションの評価



■2サイクル目でのコメント

- Bさん: 今まであまり見たことがないアプローチのソリューション。運動の準備は最低限で済むから継続してできる。
- Dさん: 日常的な動作に運動が追加されると集中力の低下によるけがのリスクがある。

評価結果

インタビューの中で「今まであまり見たことがないアプローチのソリューション」との意見があった。

⇒新しい価値の提案ができた

顧客セグメントに合致した(緑色の点線枠)2名のソリューション評価結果は、1サイクル目と比較し1増1減。

⇒考案したソリューションの妥当性判断は困難

残された課題と必要な対応

課題①

インタビューの中でデモを見せられていないため、顧客のソリューション理解が不十分
⇒プロトタイプを用意し、想定顧客に体験してもらう

課題②

インタビュー人数が少なく、顧客セグメントとした母集団の傾向を表しているか不透明
⇒インタビューの人数を増やし、傾向分析を行う

結論

仮説検証型のアプローチを企画・開発に用いることで、「顧客が潜在的に抱えている課題を解決するための新しいサービス／ソフトウェアの価値を提案する」を実現できた。