

仮説検証に基づくプロダクト開発演習

(株)リンクレア
 (株)日立製作所
 富士通(株)

小野寺寿
 北村毅
 志礼田賢人

開発における問題点

- 顧客ニーズの多様化や技術革新の加速により、市場が複雑かつ急激に変化し、**長期計画に基づくプロダクト企画では成功が難しい**
- 課題ではなくソリューションドリブンになるイノベータのバイアスにより顧客が不在の仮説作成や、顧客が気づいていない課題の深掘りの難しさ

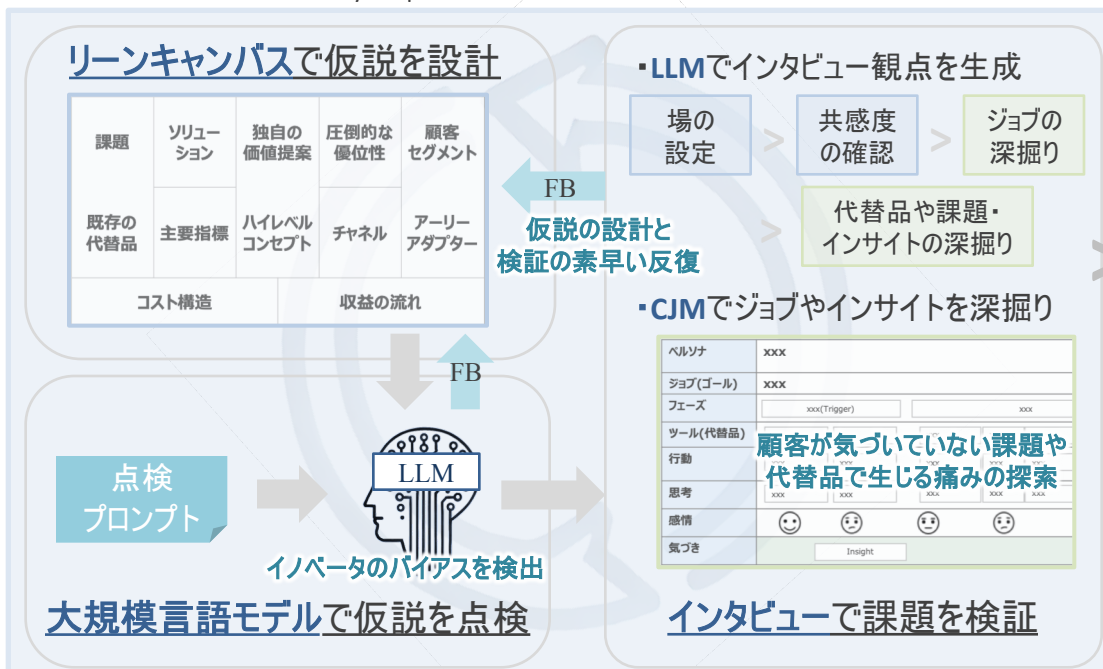
手法・ツールの適用による解決

- プロダクト企画フェーズにおいて、仮説の設計と検証を、顧客フィードバックに基づき素早く反復する**リーンスタートアップ×アジャイル**の適用
- 大規模言語モデル**を適用した仮説の点検および、**ジョブ理論**と**デザイン思考**を組み合わせた顧客課題の深掘り手法を提案

本演習におけるプロダクト企画・開発アプローチ

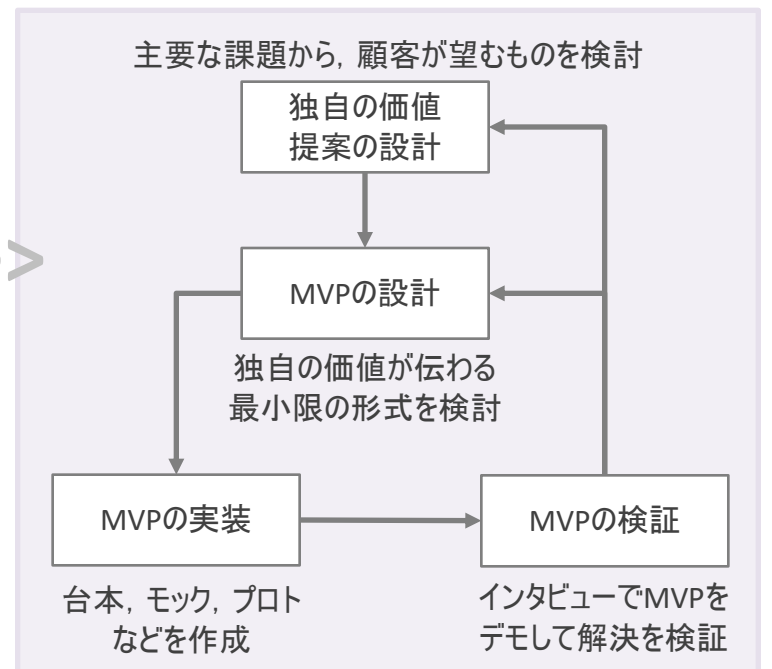
課題発見スプリント：顧客とその課題を明らかにする

Customer Journey Map: 顧客の検討～利用までの体験を可視化するフレームワーク



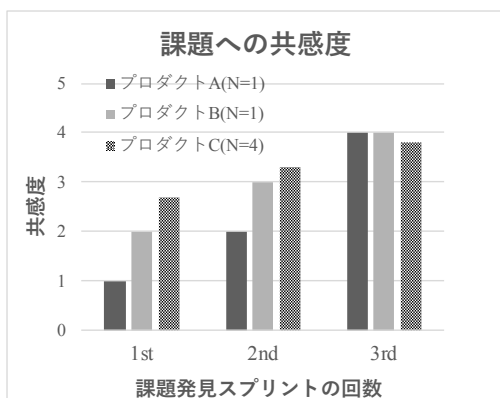
ソリューション設計スプリント：MVPの構築

Minimum Variable Product: 価値を提供する最小限のソリューション

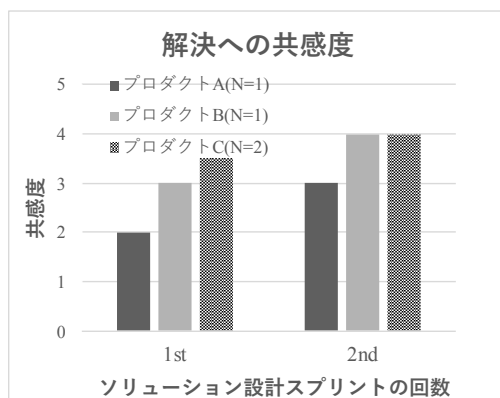


仮説検証の結果

仮説検証サイクルより課題や課題解決への共感度が向上



問：この課題にどれくらい悩んでいますか？



問：この製品は課題を解決できていますか？

考察と今後の展望

共感度は向上も以下の課題が残る

- LLMやデザイン思考アプローチについて
 - 有効性、再現性の評価/考察が必要。
- より深刻な課題やインサイトの発見
 - 課題発見スプリントを追加する必要。
- ビジネス現場で適用していくことについて
 - 必要性の検証に続き、実現性や事業性の検証も習得が必要。