

2016年度  
SQiP 第4分科会  
UXイノベーションチーム

# 開発者が発案した smartphone向け 新規BtoCサービスに 対する価値評価方法の提案 ～ダイヤの原石を見逃さないために～

主査 : 金山 豊浩 (株式会社ミツエーリンクス)  
副主査 : 三井 英樹 (Weblysts.com)  
村上 和治 (東京海上日動システムズ株式会社)  
研究員 : 丹羽 康文 (ソーバル株式会社)  
堀内 満史 (株式会社リンクレア)



# 背景

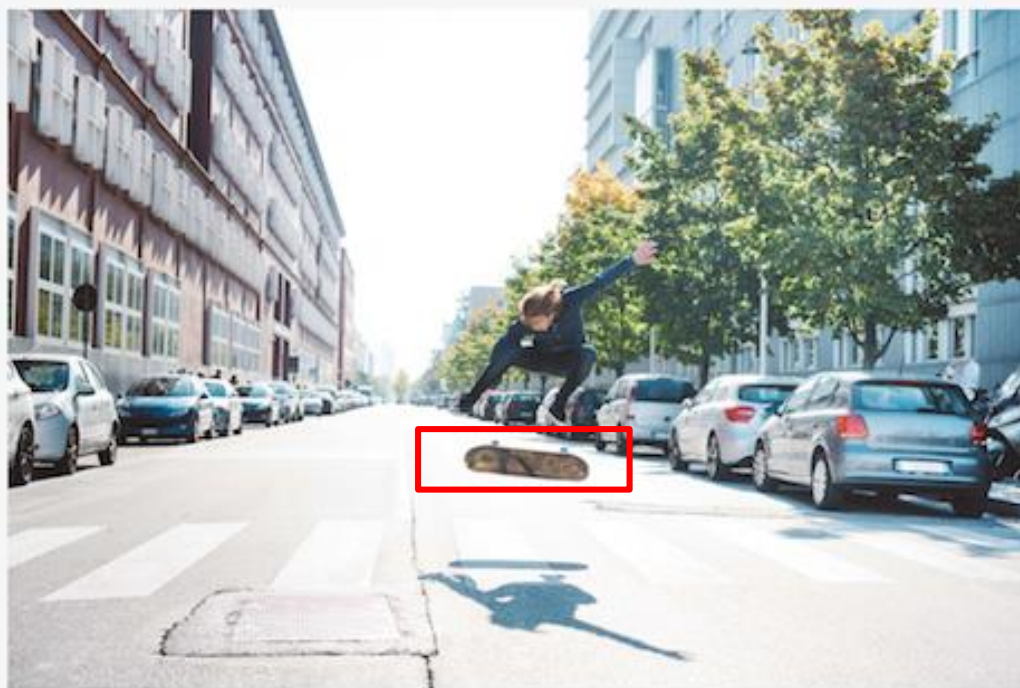
## 現在の技術的状况

革新的な技術が容易に利用できる環境が整ってきている

Sample : [AWS rekognition] 写真に写っているものを判別し、Wordで返してくれる

### Object and scene detection

Rekognition automatically labels objects, concepts and scenes in your images, and provides a confidence score. (Your images aren't stored.)



Done with the demo?

[Download SDKs](#)

#### ▼ Labels | Confidence

Skateboard	99.2%
Sport	99.2%
People	99.2%
Person	99.2%
Human	99.2%
Parking	99.2%

これら革新的な技術に一番始めに触れている開発者が  
あるサービスの**アイデア**を閃いた



**が、製品化されることは少ない。。**



**市場価値**があるかわからないし・・・  
そんなことできる**立場**じゃないし・・・  
**提案の仕方**がわからないし・・・



## 開発者から生まれているサービスもたくさんあります

都合により画像削除  
(実際に開発者から生まれた  
サービスのイメージ)

# 研究の背景

一方、一般的な新製品の生まれ方は・・・

## 企画部署

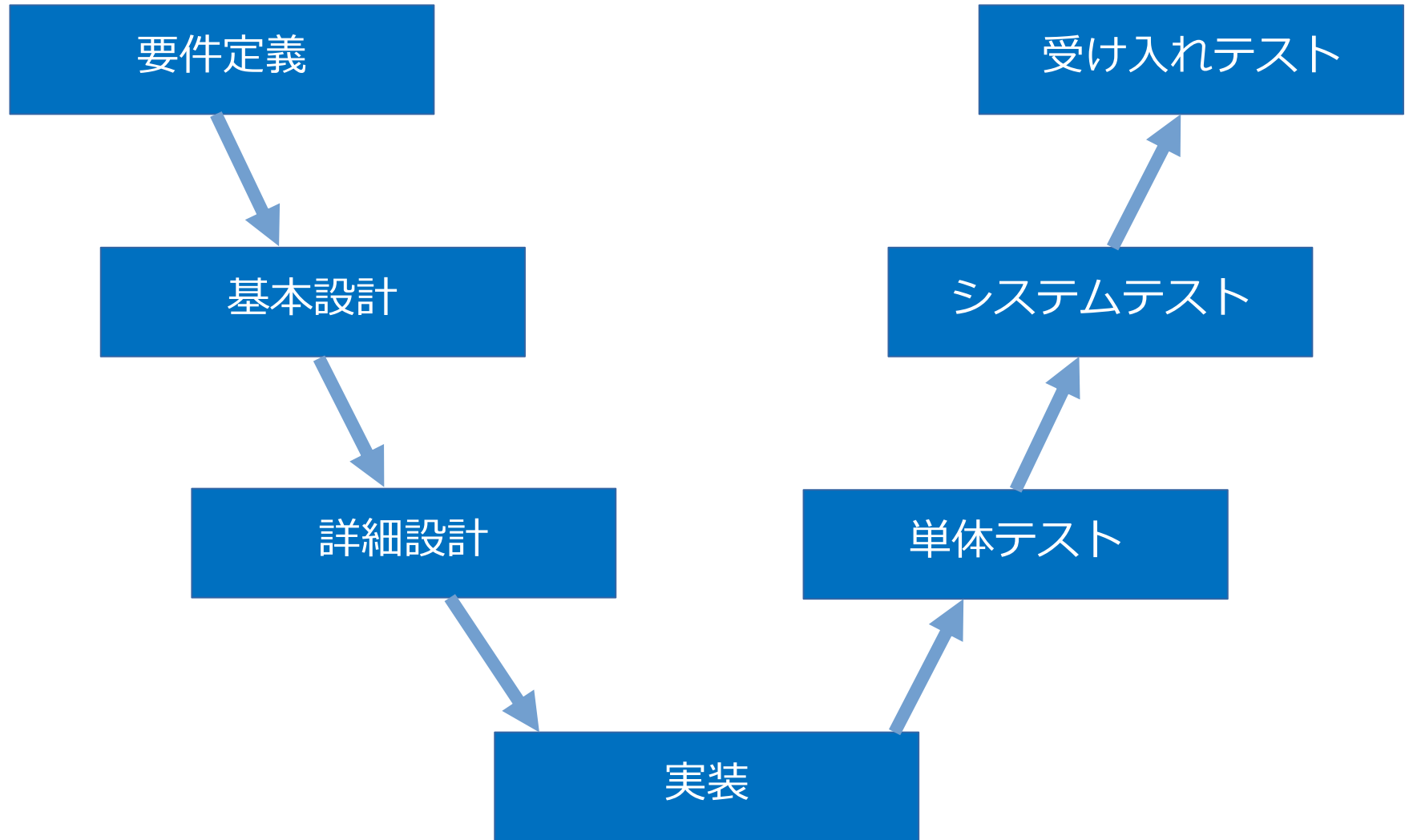


## 社内コンペ



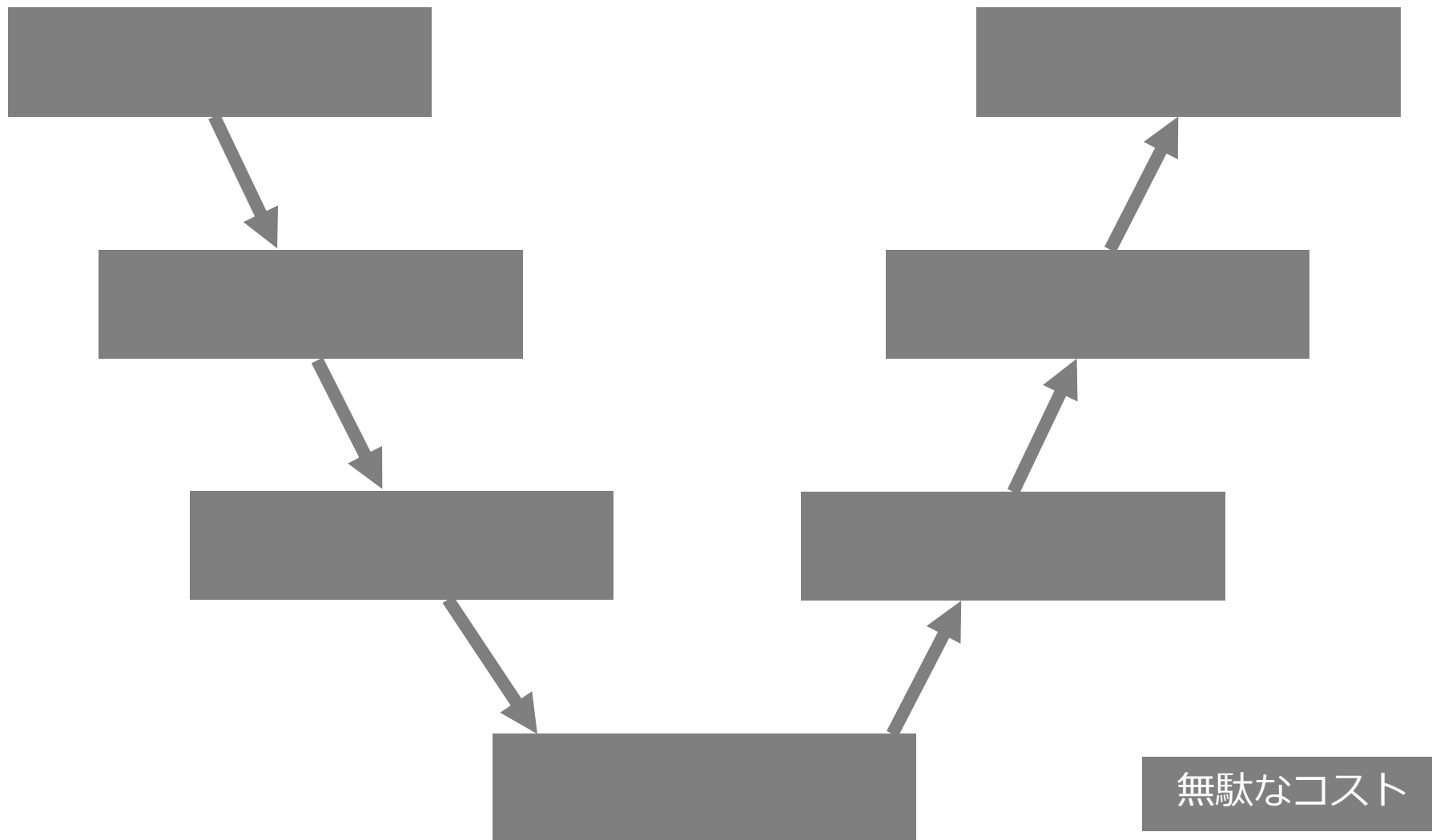


よし開発するぞ！



# 研究の背景

もし、サービスが使われなかったら・・・





# 課題

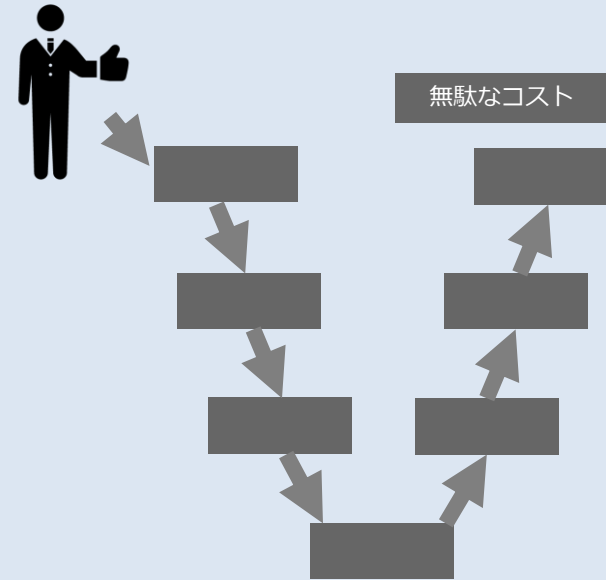
## 2つの問題

### 日の目を見ない アイデアたち

価値があるかわからないし・・・  
そんなことできる立場じゃないし・・・  
提案の仕方がわからないし・・・



### 価値のない製品 の開発コスト

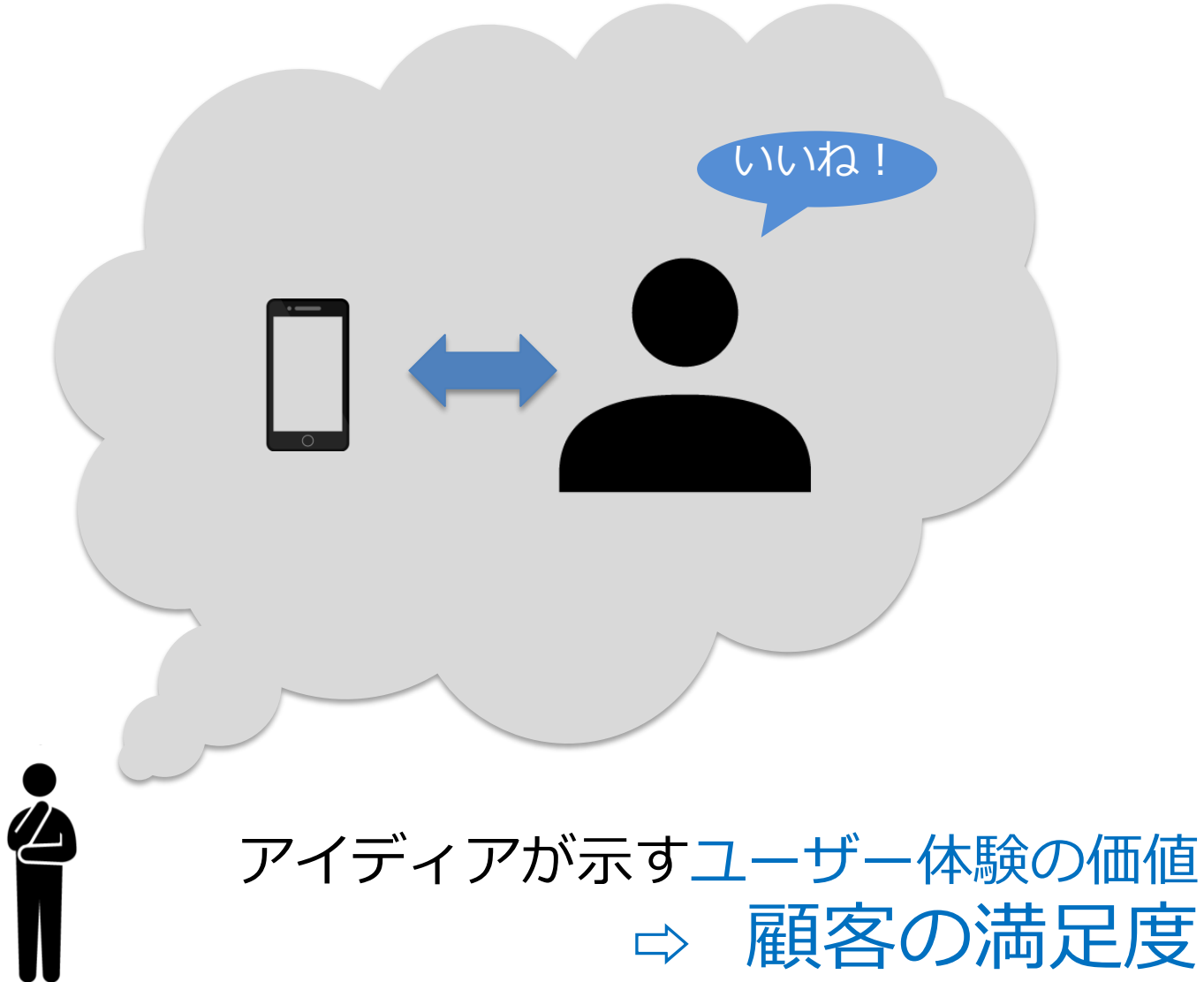


⇒これら2つに共通する原因は・・・

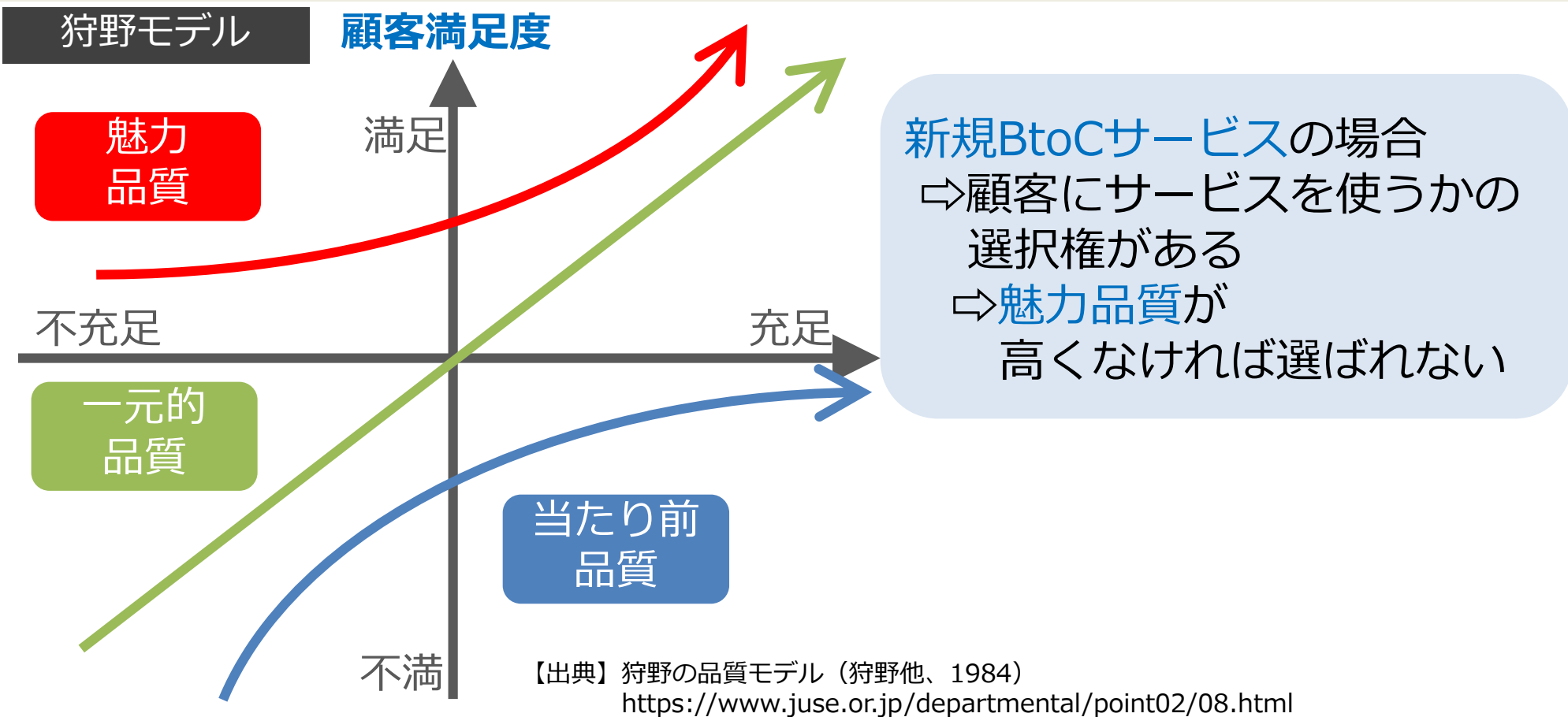
開発開始前の段階で**アイデアの価値**がわからないこと



# アイデアの価値とは？



# アイデアの価値とは？



品質要素	解説	スマートフォンでの例
魅力品質	不充足でも仕方がない（不満には思わない）が、充足されれば満足	ハイレゾ音源（あれば良いが、なくても不満ではない）、曲面液晶など
一元的品質	不充足だと不満、充足されると満足	バッテリーの持ち、重量など
当たり前品質	不充足だと不満、充足されて当たり前	通話音声（音が良くて当たり前、聞き取りづらいと不満）



# アイデアの価値とは？

---

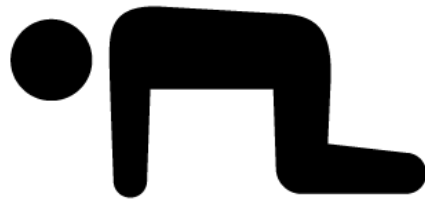
**魅力品質**を評価する方法ってあるの？



# アイデアの価値とは？

---

ありませんでした・・・



# アイディアの価値とは？

---

## 魅力：

人の心を引きつけて夢中にさせる力（goo国語辞書）

- ※ 論理の反意語である感情といった要素を含んでいる  
⇒論理的に考えても確実な正解にたどり着けない

## アイディアの価値とは？

---

このような不確実性が大きい要素に対しては、  
要素自体を向上させるのではなく、  
早めに「あり」か「なし」かの判断にたどり着くアプローチ

# アイデアの価値とは？

## 狩野モデル

顧客満足度

満足

魅力  
品質

無関心  
品質

充足してもしなくても  
満足度が変わらない要素  
⇒ユーザーに  
求められていない

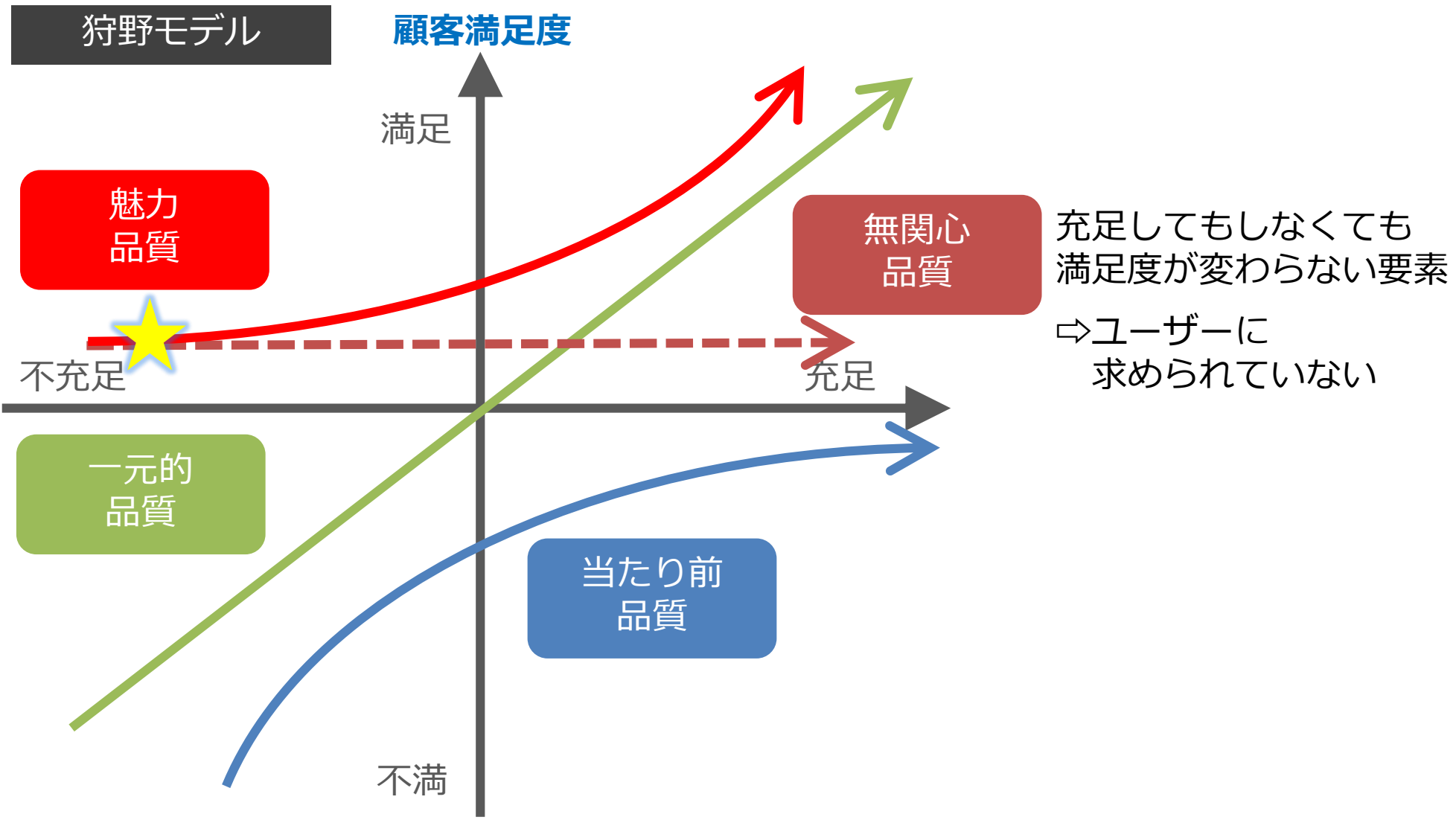
不充足

充足

一元的  
品質

当たり前  
品質

不満





# 提案

## UX手法を用いた価値評価方法の提案



# 価値評価方法の提案

## UXのハニカム構造

※ピーターモービル氏(2005年)

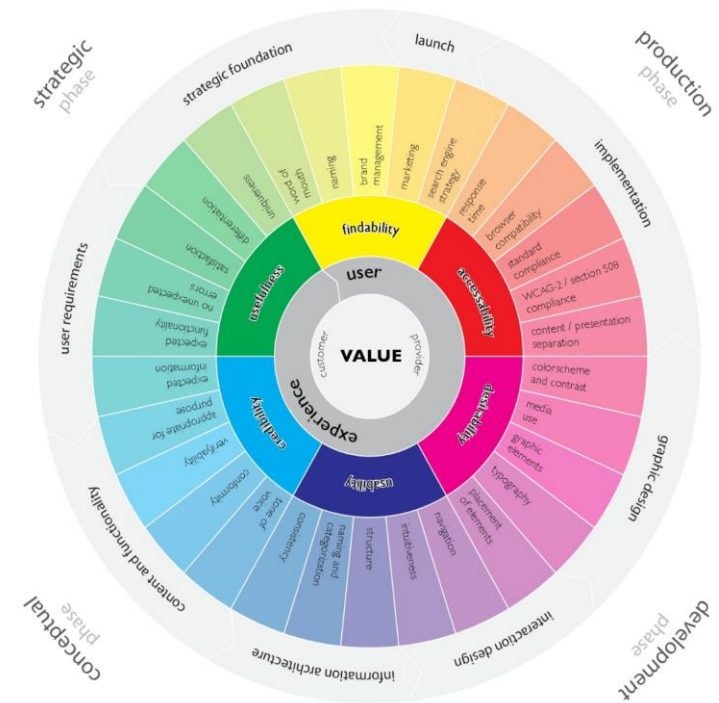


価値創造の  
貢献要素を  
30に細分化

【出典】UXハニカム構造 (Peter Morville 2005)  
[http://semanticstudios.com/user\\_experience\\_design/](http://semanticstudios.com/user_experience_design/)

## UXホイール

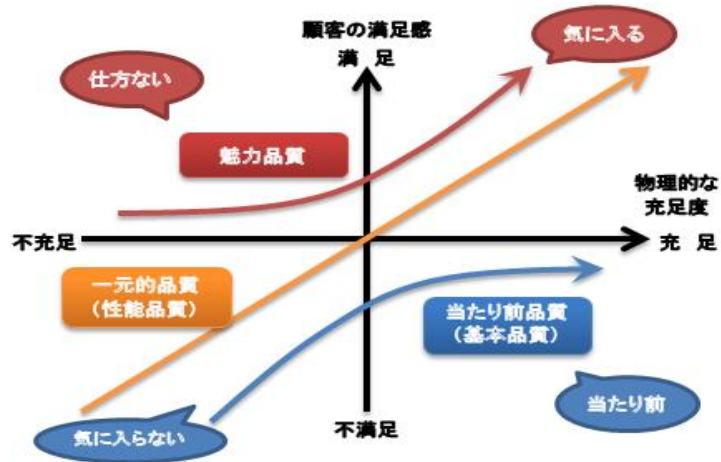
※マグナスレヴァン氏(2007年)



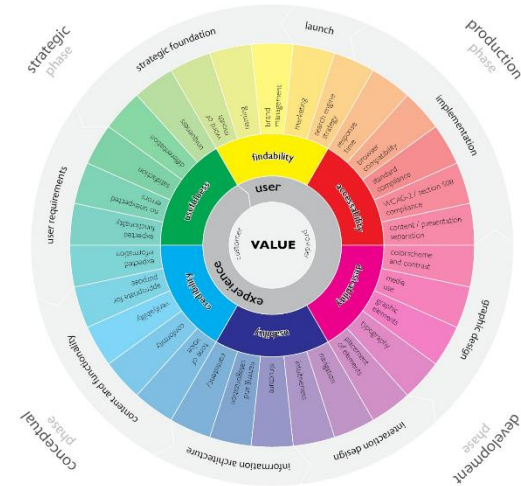
【出典】UXホイール (Magnus Revang 2007)  
<http://userexperienceproject.blogspot.jp/2007/04/user-experience-wheel.html>

# 価値評価方法の提案

## 狩野モデル



## UXホイール



+

分類&抜粋

これで評価しよう!

価値評価シート



魅力評価要素

+

機能評価要素

# 価値評価方法の提案

## 魅力評価要素

UXハニカム	評価要素		判定 (YES/NO)
Desirable 好ましい	Uniqueness・ Differentiation	一意性がある (差別化されている)	
Useful 役に立つ	Satisfaction	満足感を得られそう	

## 機能評価要素

UXハニカム	評価要素		判定 (YES/NO)
Desirable 好ましい	Placement of	要素の配置が好ましい	
	Graphic elements	グラフィック要素が好ましい (配色・文字)	
Useful 役に立つ	Expected	期待した機能がある	
	expected information	期待される情報が存在する	
Usable 使いやすい	navigation	ナビゲーションがわかりやすい	
	intuitiveness	直感的に使える	
	naming and	ネーミングと分類がわかりやすい	
Accessilbe 誰でも アクセスできるか	easily access	手軽である	
Credible 信頼できるか	Credible	信頼できそうか	

「アイデアの価値」を評価するための手順

# 価値評価手順



STEP  
**1**

概要書作成



STEP  
**2**

プロトタイプ作成



STEP  
**3**

ユーザー体験&評価



STEP  
**4**

価値評価結果の判断

## STEP

# 1

## 概要書作成



項目	説明
サービス名称	サービス名称
ターゲットユーザー	想定するターゲットユーザー
ユーザーメリット	サービスがユーザーに提供する価値を1文で要約
サービス概要	AppStore/GooglePlayのアプリの説明相当 ※「製品の機能」を並べるのではなく、「サービスから得られる体験」にフォーカスする

STEP

2

## プロトタイプ作成



都合により画像削除  
(Prott for Androidイメージ)

Prott for Android (ツール)

または

都合により画像削除  
(ペーパープロトタイプイメージ)

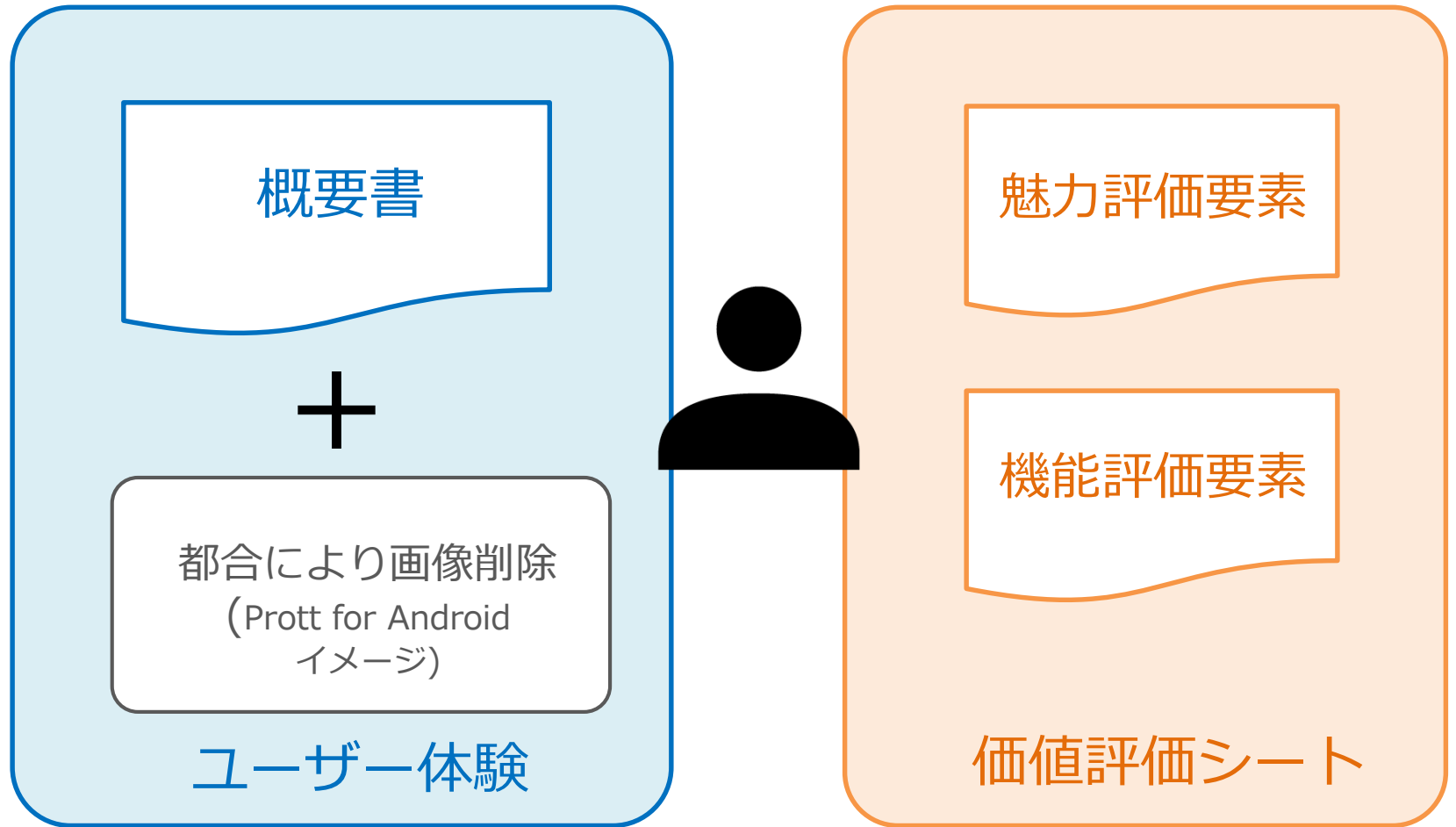
ペーパープロトタイプ(紙)



STEP

3

ユーザー体験&評価



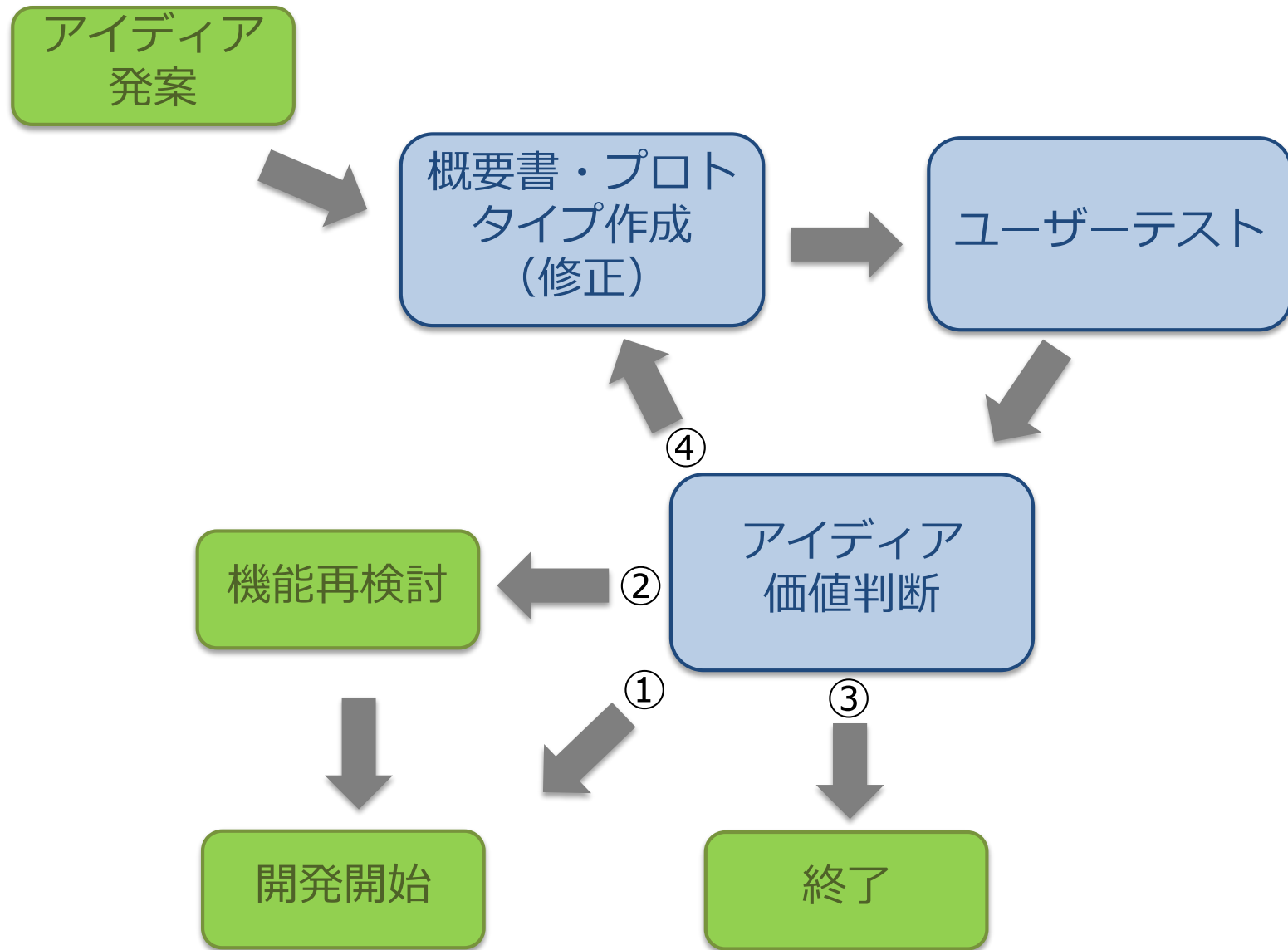
## STEP

# 4 価値評価結果の判断



パターン	①	②	③	④
魅力評価要素	○	○	×	×
機能評価要素	○	×	○	×
判断	アイデアの価値あり	アイデアの価値ありだが、開発開始前に機能評価要素の不充足箇所に対して改善検討の必要あり	アイデアに価値なし	プロトタイプの出来が悪く、想定した良いユーザー体験が出来ていない恐れがある。プロトタイプを改修することで、「価値あり」になる可能性あり

# 価値評価フロー

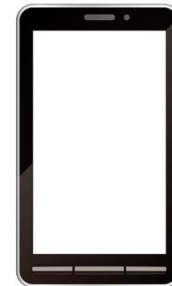




まとめ

今回、この手法を試す機会に恵まれなかったが、  
**「アイデアの価値を評価する」1つの方法**として  
検討に値するものになったのではないかと考えております。

開発者が発案した**アイディアの価値が評価**され、  
より多くの良いサービス生まれる**きっかけ**になれば  
幸いである。



---

ご清聴ありがとうございました。