

DX推進のための

# デザイン思考 ハンドブック

2023年度アシストソリューション研究会  
西日本「DXとデザイン思考」分科会

# 目次

---

1. はじめに

2. デザイン思考とは

3. デザイン思考の具体的な進め方

4. 各プロセスの実例集

5. さいごに

# 1. はじめに

## DXを推進されている皆さま、 こんなお悩みはありませんか？

社内でDX推進をしたいけれど…

- ユーザー・顧客が何を求めているか分からない
- 課題に対し、何をどう取り組めばいいか分からない
- 頑張って取組んでいるが、期待する効果が出ない
- システムを構築しても、思うように使ってもらえない など…



「このままでは当社のDXは進まないのではないか…」  
そう思っているそのあなた！

# 1. はじめに

そんなあなたにこそ読んで欲しい！

解決へ導く方法の一つとして、我々はデザイン思考をお薦めします。  
このハンドブックは、「実際にDXの現場に携わるメンバー」が、「現場での導入/活用しやすさを意識」し、デザイン思考の初心者向け指南書として作成しました。

本書を読み、興味を持たれたならば、ぜひ周囲を巻き込んで実践してみてください。

本書が読者の問題解決・DX推進の一助となることを願っています。

分かりやすく1冊に集約！



## 2. デザイン思考とは

# ユーザーの体験を中心とした 問題解決手法

モノやサービスが溢れる現代では、市場の中心は企業ではなくユーザーにある。こうした市場では、ユーザー視点でモノゴトを考え、潜在的なニーズや問題に対応することが求められる。

このような現代のビジネス環境にマッチする問題解決手法が、デザイン思考(Design Thinking)である。

デザイン思考は「ユーザーの体験」を中心に共感、発案、実現し、問題(あるべき姿と現状のギャップ)を解決する手法であり、ユーザー視点ならではのイノベーションを生み出すことができる。

※ ここで言う「デザイン」とは、「色や形の設計」ではなく、「プロセスや体験の設計」を指している。

## 2. デザイン思考とは

### デザイン思考が活用できる領域

デザイン思考では、明確な解決策が提示できない以下のような問題への活用が期待できる。

- 抽象的な(ニーズや要望がはっきりしない)問題
- 解決したい理由(ユーザーの思い)が見えない問題
- 前例のある解決策では解決が困難な問題

### DXとデザイン思考

モノやサービスに溢れ、ユーザーにとって選択の自由度が高い現代において、企業はユーザーの潜在的なニーズを捉える必要がある。

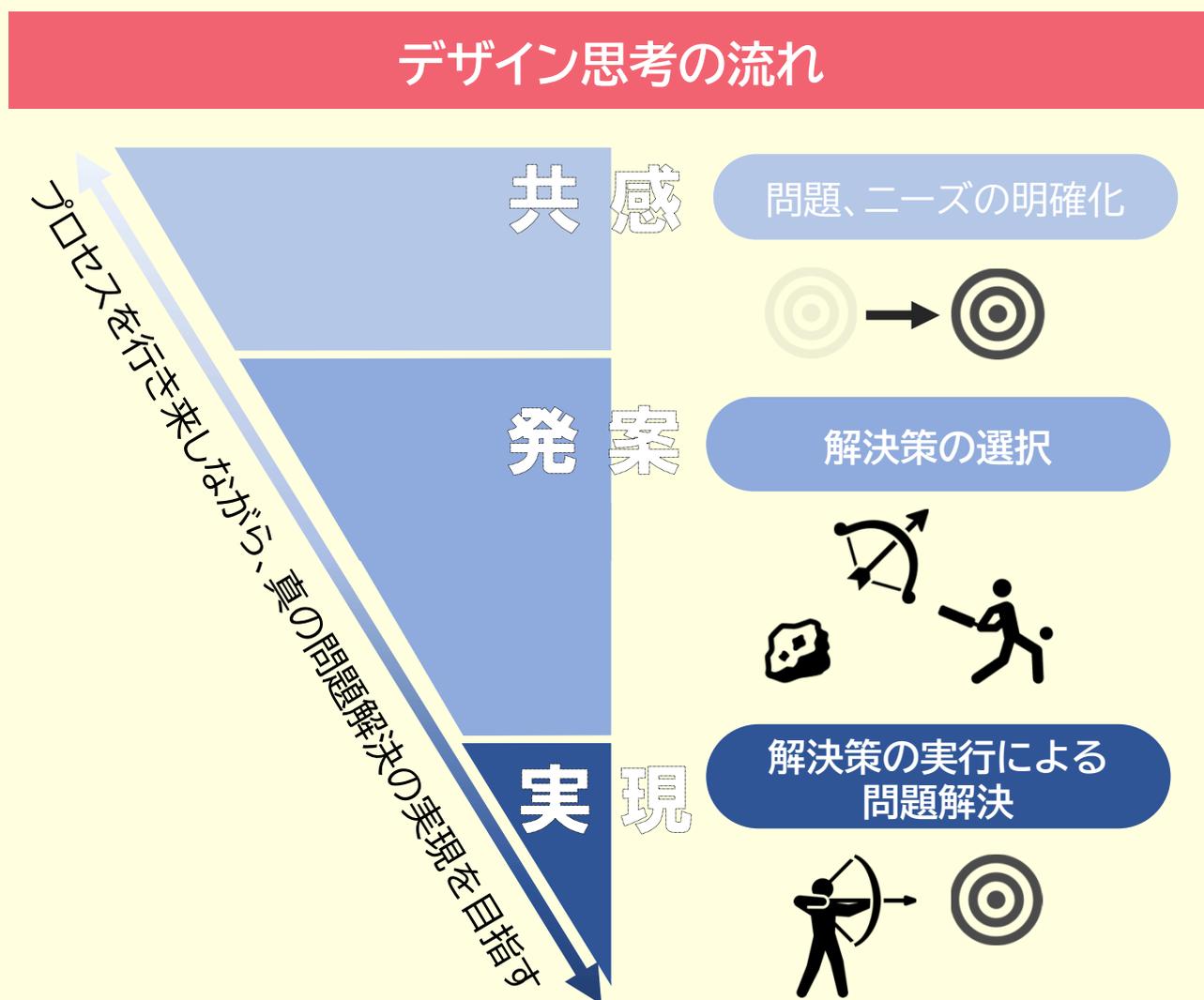
ユーザー第一の現代のビジネスにおいて、デザイン思考によるイノベーションの創出はDXのアプローチとして有用である。

「DX白書2023」(※)においても、DXの実現に必要な開発手法として「デザイン思考」が挙げられており、その活用が注目されている。

※ DX白書2023 独立行政法人情報処理推進機構

(<https://www.ipa.go.jp/publish/wp-dx/dx-2023.html>)

## 2. デザイン思考とは



デザイン思考による問題解決は「共感」「発案」「実現」のプロセスからなる。

**共感** : ユーザーの体験、感情、問題を可視化し、ニーズを解明する。

**発案** : 共感により得た「気づき」を基に、チームで多くのアイデアを出し合い、絞り込むことで、具体的な解決策を打ち出す。

**実現** : 選択した解決策を試作・実行し、ユーザーのフィードバックを受けながら改善を繰り返す。

以上を各プロセスを行き来しながら進めることで問題解決の実現を目指す。

※このハンドブックでは、一般的なデザイン思考のプロセスをベースに「理解のしやすさ、実践のしやすさ」を意識したブラッシュアップを行っている。

## 2. デザイン思考とは

### デザイン思考のポイント

#### ①ユーザー中心

デザイン思考は、ユーザーのための取り組みであり、実現したアイデア、プロダクトの価値はユーザー自身が決めることを意識しながら進める。



#### ②対話を重視

ユーザーとしっかり対話し、体験、行動、感情を引き出すことでフィードバックが得られ、ニーズに合った解決策の実現に繋がる。同様にチームメンバーとも積極的にコミュニケーションを取ることで、心理的ハードルが下がり、多様なアイデアの創出が期待できる。



#### ③アイデアを出し切る

発案プロセスでは、解決策は一つではないことを意識し、アイデアを出し切ることが肝要。デザイン思考において、アイデア発散は質より量である。



## 2. デザイン思考とは

### デザイン思考のポイント

#### ④テスト→改善を繰り返す

解決策を実現する前に「試作品」を出す考えが重要。ユーザーからのフィードバックを得ながら改善する方が、よりユーザビリティの高い製品の実現に繋がる。



#### ⑤万能なツールではない

問題解決手法は、取り組む問題により使い分ける必要がある。デザイン思考はユーザーを中心とした思考法であるため、ユーザーが存在しない問題や、解決策が明らかに限定される問題には不向きである。

# 3. デザイン思考の具体的な進め方

本章では、「2. デザイン思考とは」にてご紹介した3つのプロセスをさらに7つの要素に分解し、それぞれの「実施目的」「作業者」「段取り」「ポイント」をまとめている。

また、各プロセスを効率的に進めるためのツールやフレームワーク等もあわせてご紹介している。これらを参考にデザイン思考による問題解決を実践し、身に付けていただきたい。



## キックオフに向けた準備

### ① チーム構築

- 役割に応じたメンバーの編成

## 問題、ニーズの明確化

### ② 事前準備

- 事前準備シートの作成

### ③ インタビュー

- 情報の網羅的な収集

### ④ フロー、感情、問題の可視化

- ユーザーの感情をフローに落とし込み
- 真のニーズの分析

## 解決策の選択

### ⑤ アイデア発散

- 個人/グループワークでアイデア出し
- アイデアをグルーピングして整理

### ⑥ アイデア収束

- 実現可能性や制約事項を考慮した絞り込み

## 解決策の実行による問題解決

### ⑦ アイデア実現

- 試作品の製作、テストを繰り返し改善

# 3-① チーム構築

共感

発案

実現

必要なメンバー(○:参加必須、△:参加任意)

	具体例と役割	共感	発案	実現
ユーザー	<b>問題を抱える人物</b> <ul style="list-style-type: none"><li>問題の整理および共有</li><li>アイデア検討への参加</li><li>アイデア評価</li></ul>	○	△	○
デザイン チーム	<b>DX推進者</b> (専任者または担当部署) <ul style="list-style-type: none"><li>ユーザーの抱える問題を深堀し、アイデア検討やアイデアの形作りを担う。</li><li>関係部署や利害関係者との調整を行う。</li></ul> <b>ファシリテーター</b> (デザイン思考を理解した人物) <ul style="list-style-type: none"><li>全プロセスに関与し、デザイン思考を旗振り。</li><li>参加メンバーへ各プロセスの注意点を共有。</li><li>各プロセスの往来や新たな角度の考え方を示す。</li></ul>	○	○	○

## ポイント

- デザインチームは、3人以上で構成することが望ましい。  
(ファシリテーター・インタビュー係・メモ取り係)
- 次ページの補足で、ファシリテーターに求められるスキルを記載しているが、スキル全てをマニュアル読者一人で有していることは非常に稀であるため、各スキルを得意とする人物を可能な範囲で集め、デザインチームを構成すると良い。

## 3-① チーム構築

共感

発案

実現

### 補足

#### <ファシリテーターの人物像について>

- 取り組む問題について、直接的に関わっていない人物であることが望ましい。(フラットな視点で問題に向き合うことができるため。)
- その他、ファシリテーターに求められるスキルは、特定非営利活動法人日本ファシリテーションによると、以下のように示されている。

- |              |              |
|--------------|--------------|
| ① 場のデザインのスキル | ～場をつくり、つなげる～ |
| ② 対人関係のスキル   | ～受け止め、引き出す～  |
| ③ 構造化のスキル    | ～かみあわせ、整理する～ |
| ④ 合意形成のスキル   | ～まとめて、分かち合う～ |

出典:特定非営利活動法人日本ファシリテーション協会  
(<https://www.faj.or.jp/facilitation/>)

# 3-② 事前準備

共感

発案

実現

## 実施目的

インタビューに向けて、ユーザーの抱える問題(あるべき姿と現状のギャップ)の概要を事前に把握する。

## 作業者

ユーザー

## 段取り(デザインチーム)

- ① ユーザーに事前準備シートを配布。
- ② 事前準備シートを回収、内容を把握し、質問内容を事前に検討。

## 段取り(ユーザー)

- ① 事前準備シートに記入しデザインチームに渡す。

(参考:事前準備シートの例)

業務名	
〇〇の業務	
業務フロー (最大5ステップまで)	業務フローに係る関係者
1. ....	Aさん
2. ....	Aさん Bさん
3. ....	Aさん
4. ....	Aさん Cさん
5. ....	Aさん
この業務における問題(3つの不の観点で記載) ・不満(何に満足できないのか?) ・不安(どんなことが気がかりなのか) ・不便(何が使いづらいのか)	
.....	

## 3-② 事前準備

共感

発案

実現

### ポイント(デザインチーム)

- 事前準備シートは、状況に応じ柔軟にカスタマイズすること。

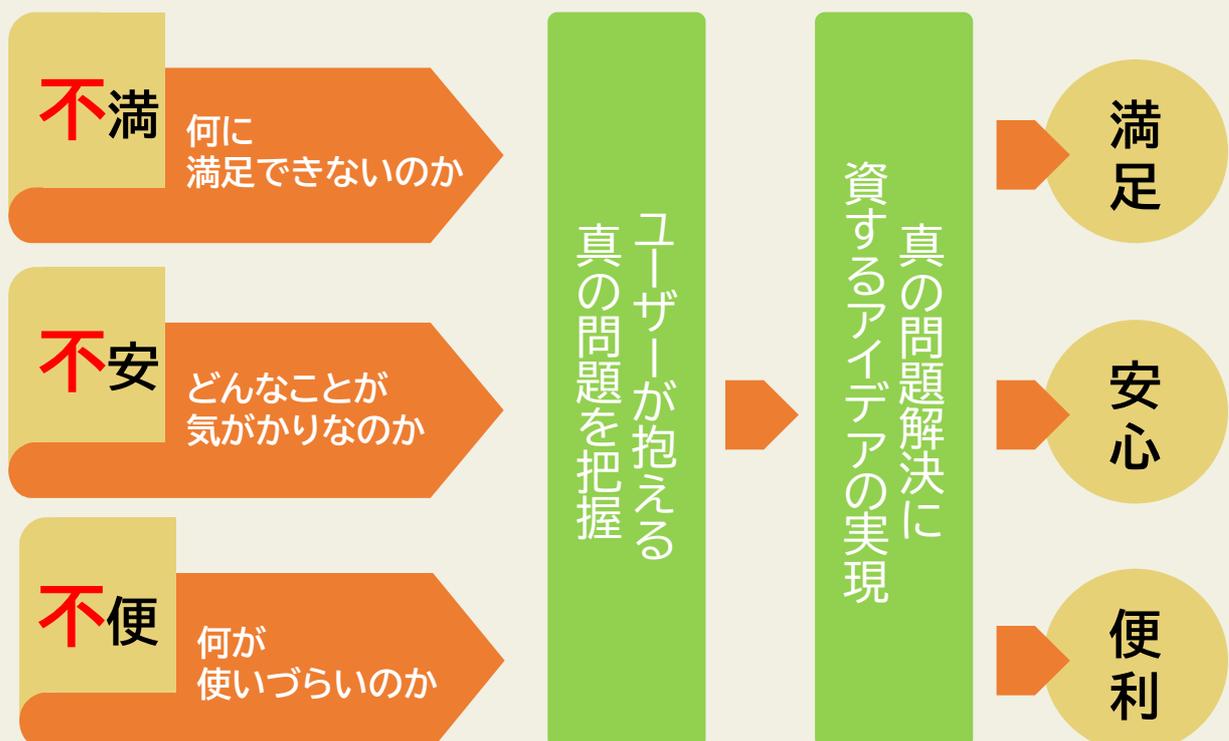
### ポイント(ユーザー)

- 問題は、「3つの不」を意識すると整理しやすい。
- 業務フローは「3つの不」を含むものを優先して記載すること。
- 複数名が関わる業務では、関係者にも確認すること。

### 補足

(ご参考:3つの不について)

- 「不満」「不安」「不便」という視点から、様々な問題を網羅的、具体的に把握するためのツール。



## 3-③ インタビュー

共感

発案

実現

### 実施目的

問題に関わる詳細な業務フロー、制約事項やリスク等を把握する。  
ユーザーの行動・体験・感情を理解し、問題に関する情報を網羅的に  
収集する。

### 作業者

デザインチーム  
ユーザー

### 段取り(デザインチーム)

- ① ユーザーにインタビューし、ノートやPC等にメモを残す。  
(録音、Word、PowerPoint等、実施しやすい方法で記録する。)

### 段取り(ユーザー)

- ① 既存の業務フロー資料等を用いて、デザインチームの問いに  
回答する。

## 3-③ インタビュー

共感

発案

実現

### ポイント(デザインチーム)

- インタビューに行き詰まったら、「3つのど(どんな? どうして? どのくらい?)」を参考に質問観点の漏れが無いか確認する。
- 抽象的な回答・説明には、「3つのど」を意識して深堀する。
- 当たり前と思われることでも質問を投げかけてOK。  
深堀により当初のイメージが払拭されることは往々にしてある。
- インタビューの段階で安易に解決策を提案しない。この場の目的は問題の理解と情報収集である。
- 必要に応じて、事前準備シートの「業務フローに係る関係者」へインタビューも追加で行う。
- 実際の業務フローを観察・体験し、理解を深めることも有効。

### ポイント(ユーザー)

- 業務の問題を伝えることができるようにしておく。  
もしくは、詳細に回答できる人員に同席してもらう。
- 問題について、具体的な説明を心がける(頻度、ボリューム等)
- 事前準備シートに記載した「3つの不」が、どんな場面で、なぜ起きているのかを具体的に説明する。

# 3-③ インタビュー

共感

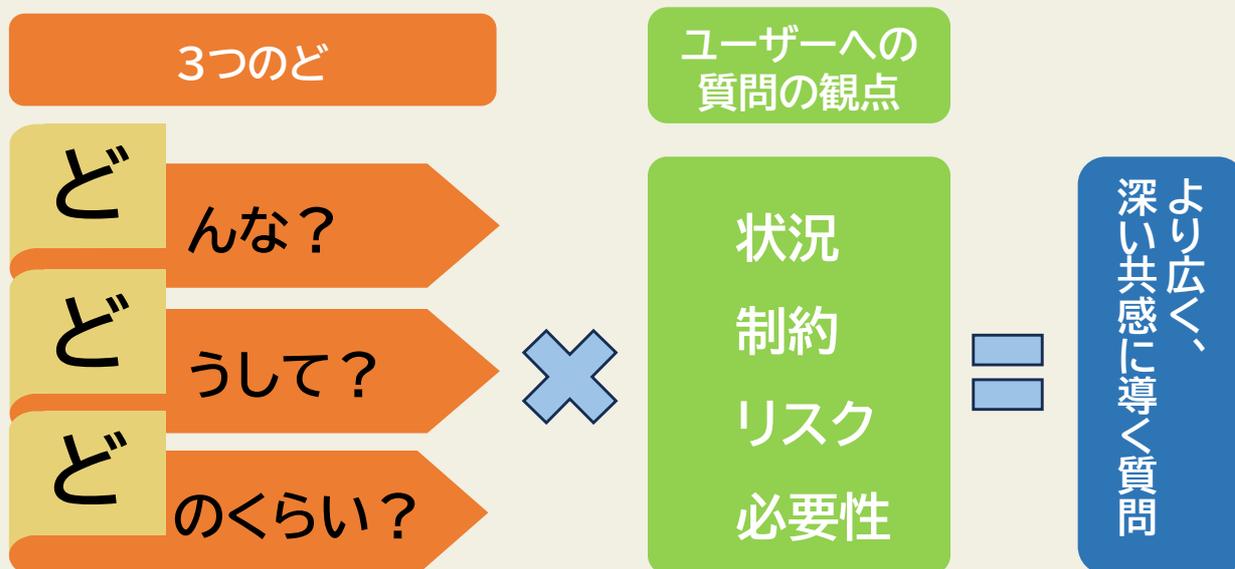
発案

実現

## 補足

(ご参考:インタビューの質問の仕方について)

・ユーザーがインタビューに回答する際、具体的な状況を分かりやすく説明してくれることは非常に稀である。そのためインタビューを通じて、ユーザーから情報を広く、深く引き出すためには、デザインチームからの問いかけ方が重要である。問いかけ方の参考として、「3つのど」を意識することが有効である。



## 質問の例

状況

・何が起きている?なぜ起きている?その頻度はどの程度?

制約

・外せない条件は何?それはなぜ?

・予算、人員等の規模は?

リスク

・想定されるリスクは?その影響範囲は?なぜそう言えるのか?

必要性

・なぜ必要なのか?どれくらい必要性が高いのか?

・廃止/簡素化できないか?

## 3-④ フロー、感情、問題の可視化

共感

発案

実現

### 実施目的

ユーザーとデザインチームの間で、ユーザーが抱える問題に対する感情について可視化し、認識の共通化を図る。

### 作業者

デザインチーム

ユーザー

### 必要なもの

オンラインの場合 : ホワイトボードツール(Strapなど)

対面の場合 : ホワイトボード、マーカー

### 段取り

- ① ヒアリング内容を基に、フロー図を作成する。
- ② 作成したフロー図に感情マークをつける。感情マークの種類や数でどの業務にどんな感情があるのか、感情の大きさはどのくらいかを表現する。
- ③ 感情が強い(=重要度が高い)部分は、ユーザーの思いや問題意識を言葉で表現する。
- ④ 言葉で表現したユーザーの思いや問題意識がユーザーのどのようなニーズから生まれているのかを分析する。
- ⑤ 分析したニーズをフロー図に明記する。  
(例:「つまり、ユーザーは〇〇したい！」)

# 3-④ フロー、感情、問題の可視化

共感

発案

実現

## ポイント(フロー図作成時)

- ヒアリングが不足していると感じたら、再度ヒアリングする。

## ポイント(感情書き込み時)

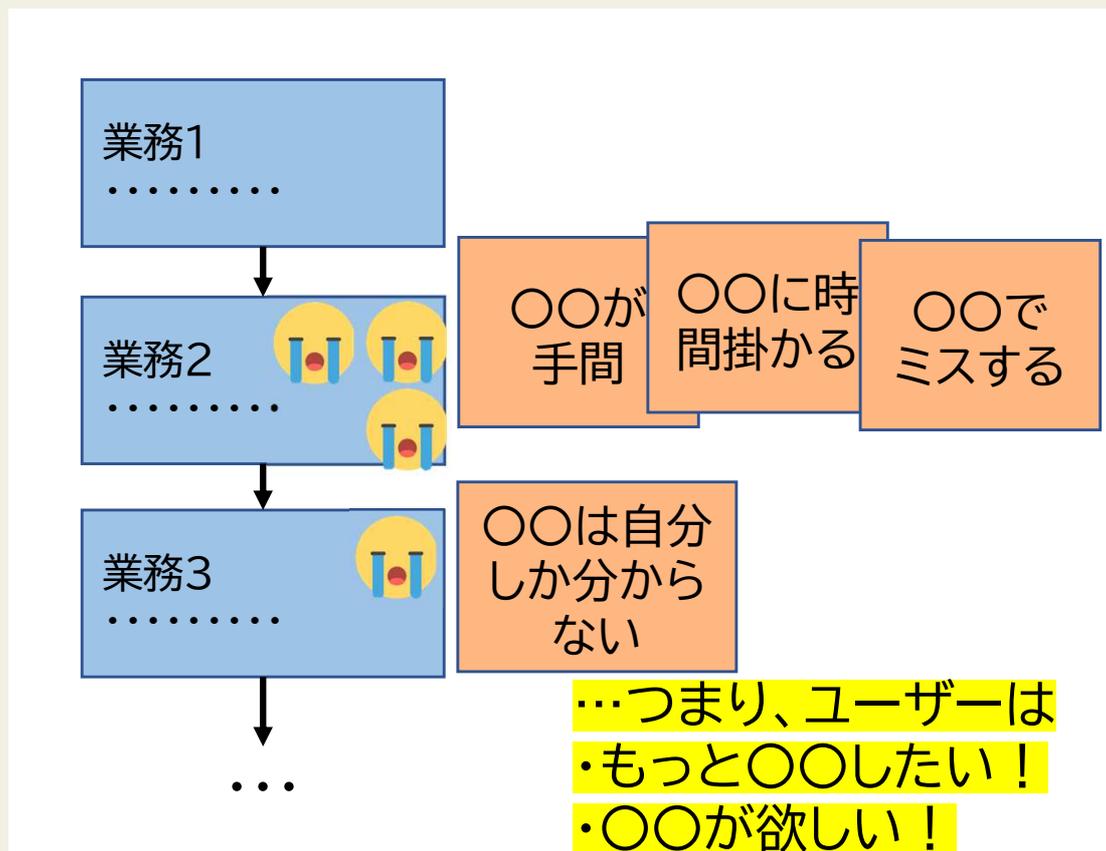
- ユーザーの思いや問題意識を簡潔、かつ、明瞭に表現する。
- ユーザーの感情が強い、解決したい箇所を強調する。
- この時点で解決したい箇所を1つに絞り込む必要はない。

## ポイント(ニーズ分析時)

- 全体を俯瞰し、重要度が高い、解決したい問題を中心にユーザーの本当の思い(=真のニーズ)は何かを探る。
- 探った結果を、「つまり、ユーザーは〇〇したい!」と総括する。

## 補足

### (ご参考) フロー図のイメージ



# 3-④ フロー、感情、問題の可視化

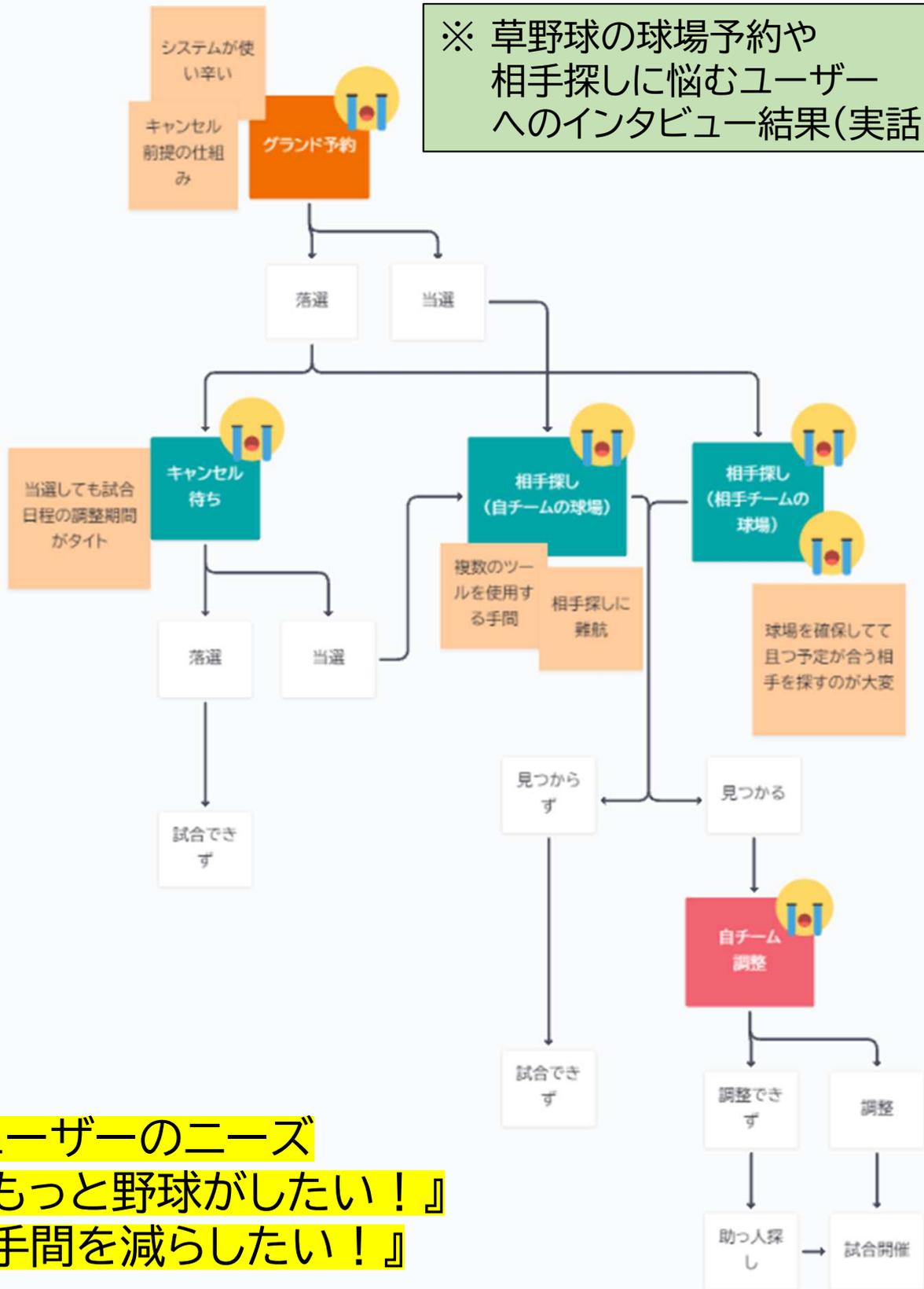
共感

発案

実現

補足

(ご参考) フロー図の例(オンラインホワイトボード使用)



ユーザーのニーズ  
『もっと野球がしたい!』  
『手間を減らしたい!』

## 3-⑤ アイデア発散

共感

発案

実現

### 実施目的

ユーザーの問題に寄り添った多様なアイデアを出し切る。

### 作業者

デザインチーム(ユーザー)

### 必要なもの

オンラインの場合 : ホワイトボードツール(Strapなど)

対面の場合 : ホワイトボード、マーカー、複数色の付箋

### 段取り(個人ワーク)

① 各メンバーがアイデアを付箋に記載し、ホワイトボードに貼る。

### 段取り(グループワーク)

① 個人ワークで貼った付箋をそのアイデアが解決するニーズや共通点でグルーピングし、整理する。

② グルーピングした共通点を言葉で表現し、共有する。



# 3-⑤ アイデア発散

共感

発案

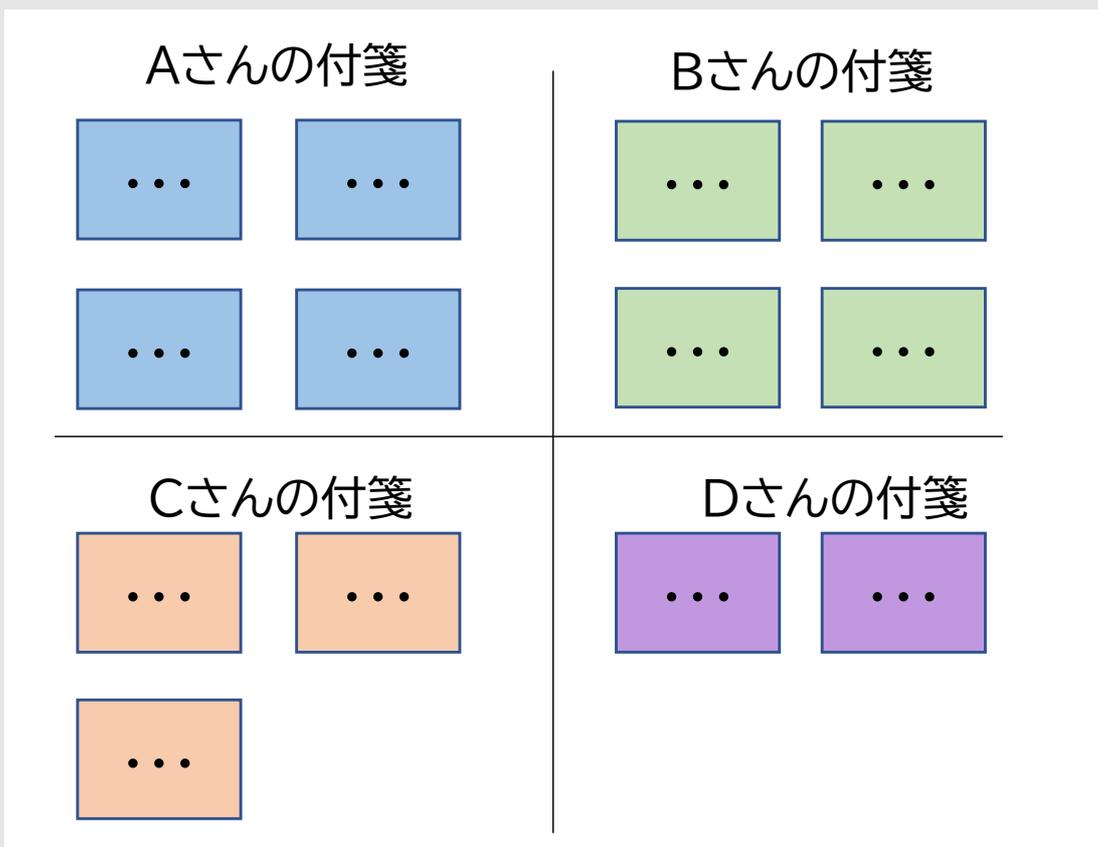
実現

## ポイント(個人ワーク)

- 各人で決めた色を使うと良い。
- 他の人の付箋を見ないように、離れた場所を使うと良い。
- 個人ワーク後に付箋を貼り付ける場所を予め決めておく。
- 「共感」で分析した真のニーズを満たすアイデアを考える。
- 数を出すことを意識する。
- 具体的でも、抽象的でも、少しずれていてもOK。常識に捉われず、飛躍・脱線しているアイデアもどんどん出す。
- アイデアは、大きく簡潔に記載する。
- アイデア出しが行き詰ったら、切り口を変えて考えてみる。

## 補足

### 個人ワーク後のホワイトボードのイメージ



# 3-⑤ アイデア発散

共感

発案

実現

## ポイント(グループワーク)

- ・ ファシリテーターが付箋を動かして、グルーピングする。
- ・ アイデアをニーズや共通点ごとにグルーピングし、整理する。
- ・ グルーピングしたアイデアにタイトルをつける。

★グルーピングのコツ(⇒ 共通点でアイデアをまとめる)

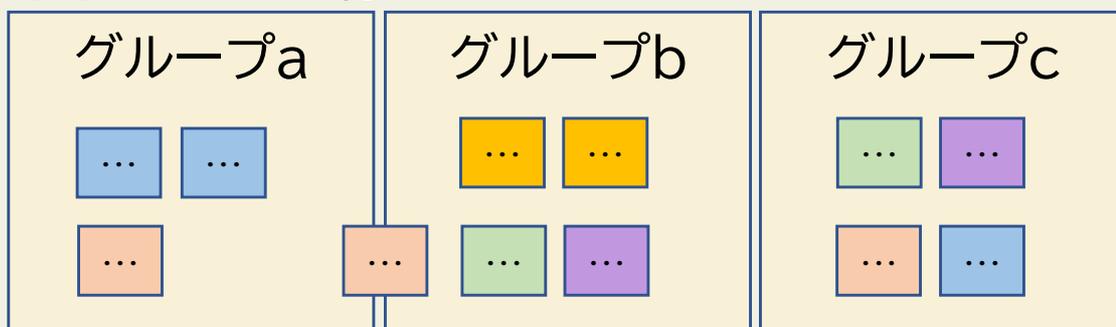
共通点の例	a	b	c
システム	新規システム開発	既存システム改修	開発や改修にとらわれない改善
人	広範囲の人に影響する	周りの人にも影響する	自分だけで完結する
お金	高コスト	中コスト	低コスト
期間	長期間	中期間	短期間

- ・ グルーピング中に思いついたアイデアも随時追加してOK。
- ・ 他の人のアイデアから思いついたものもどんどん追加する。
- ・ 人のアイデアを否定しない。良いところを褒めたうえで、代替案を出していく。
- ・ ヒアリングの不足を感じたら、共感プロセスに戻る。

## 補足

### (ご参考) グルーピング後のホワイトボードのイメージ

〇〇のニーズを満たすためのアイデア



共通点  
システム開発

共通点  
システム改修

共通点  
システム以外

# 3-⑤ アイデア発散

共感

発案

実現

補足

メンバーで議論しながら付箋をグルーピングしていく様子



## 3-⑤ アイデア発散

共感

発案

実現

補足

### (ご参考) SCAMPER法

S	Substitute	何かを <b>代用</b> できないか
C	Combine	何かを <b>組み合わせ</b> られないか
A	Adapt	何か似たものに <b>適用</b> できないか
M	Modify	何かを <b>修正</b> できないか
P	Put to other uses	何か <b>他の使い道</b> がないか
E	Eliminate	何かを <b>省略・削除</b> できないか
R	Reverse Rearrange	何かを <b>再編成</b> できないか

アイデア発想方法である「オズボーンのチェックリスト」を改良したもの。

既存のアイデアを7つの切り口・角度で見直し・検討することで、アイデアを拡張・派生させていく方法。

## 3-⑥ アイデア収束

共感

発案

実現

### 実施目的

ユーザーの問題解決に効果的なアイデアを選択する。

### 作業者

デザインチーム

ユーザー

### 段取り

① 複数あるアイデアの中から、以下2つの観点で優先順位を付け、実施可否を整理し、絞り込みを行う。

#### 1. 有効性

ユーザーの抱える問題を解決できるか。

#### 2. 実現性

アイデアの規模や期間、コストなどの制約事項を踏まえ実現可能か。

## 3-⑥ アイデア収束

共感

発案

実現

### ポイント

#### 1. 有効性

ユーザーの抱える問題を解決できるかを、以下の点を参考に確認する。

- アイデアの良いところに目を向ける。
- 試作品に取り掛かれるレベルの具体的な解決策にする。
- 各プロセスを俯瞰し、ユーザーのニーズと合致しているかを振り返る。
- 有効性のありそうなアイデアが出ていない場合は、もう一度アイデア発散を行ったり、共感プロセスに戻るなどして、選択したアイデアで本当に問題を解決できるか再検討する。

#### 2. 実現性

アイデアの規模、期間やコストなどの制約事項を踏まえ、実現可能かを、以下の点を参考に確認する。

- 共感プロセスで把握した制約事項等を押さえているか。

# 3-⑥ アイデア収束

共感

発案

実現

補足

## (ご参考) アイデア収束の効果的な進め方

- アイデアがどうしても絞り込めない場合には、ADKARモデルなどを使用して、絞り込むと良い。



## ADKARモデルの活用例

各構成要素に対し、5段階で現在のレベルを数値化する。

例えば、

- (A)問題認識の度合いが 高ければ5、低ければ1
- (D)実施したい欲求の度合いが //
- (R)組織への定着度合いが // など

各構成要素の合計点が高いアイデアを選択するというもの。

アイデア	A	D	K	A	R	計
A案	3	4	4	4	3	18
B案	5	5	4	5	5	24
C案	1	2	1	3	1	8

## 3-⑦ アイデア実現

共感

発案

実現

### 実施目的

試作品の作成、テスト、改善を繰り返すことで、アイデアを練り上げていく。

### 作業者

デザインチーム

ユーザー

### 段取り(デザインチーム)

- ① 選択したアイデアについて、簡易的な試作品を作成する。  
例:改善後の業務フロー図、プログラム、モック(外見だけ)  
物理的な製品(デバイス等)の試作品であれば、ダンボール等の日用品で製作することも有効である。
- ② 作成後、ユーザーに試作品を共有しフィードバックをもらい、試作品の改善を行う。

### 段取り(ユーザー)

- ① 問題解決に有効かどうかを意識したフィードバックを行う。  
解決しないのであれば、具体的にどのようなになると良いかを指摘する。

## 3-⑦ アイデア実現

共感

発案

実現

### ポイント

- 試作品は「ラフ・安上がり」が良い。その理由は、以下の2点。
  1. 手間やコストをかけると試作品が完成品に近づき、ユーザーが手間のかかり具合を気にすることで、建設的なフィードバックを行いにいくことがある。
  2. 試作品の作成にのめり込みすぎて、ユーザーのフィードバックにも耳を傾けづらくなる。
- 試作品により、アイデアの強み・弱みを改めて把握する。把握することで、より良い試作品の方向性を見極めることが出来る。
- フィードバックをもらい、ユーザーの問題解決が困難である場合、改めて共感プロセスや発案プロセスに戻り、問題設定が正しいか、他に良いアイデアがないか検討する。

## 4. 各プロセスの実例

ここでは、「3. デザイン思考の具体的な進め方」にてご紹介した、各プロセスにおけるアウトプットのサンプルを実例集として示す。

各プロセスで作成する資料の具体的なイメージを持ってほしい。

テーマは「草野球の球場予約」における問題解決である。

## 4. 各プロセスの実例

- 3-② 事前準備にてユーザーが作成した事前準備シート

業務名	
草野球の球場予約	
業務フロー (最大5ステップまで)	業務フローに係る関係者
XX市が運営する球場予約システムに会員登録する。	システム利用者
毎月1～10日頃に、翌月の球場を上限(10枠)まで抽選申し込みする。	システム利用者
10～20日頃に抽選結果がでる。当選していれば、球場が利用できる。	システム利用者
当選しなければ、キャンセル待ちとなる。空きができれば、早い者勝ちで予約できる。	システム利用者
使用予定日より10日前までであれば、キャンセル可能。	システム利用者
<b>この業務における問題(3つの不の観点で記載)</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・不満(何に満足できないのか?)</li><li>・不安(どんなことが気になりなのか)</li><li>・不便(何が使いづらいのか)</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・抽選が当たらない。</li><li>・キャンセルにペナルティがないため、複数アカウントを作り、当選確率を上げ、大量にキャンセルする利用者があるのでは?</li><li>・操作性が悪く、当選確認などに手間がかかる。</li></ul>	

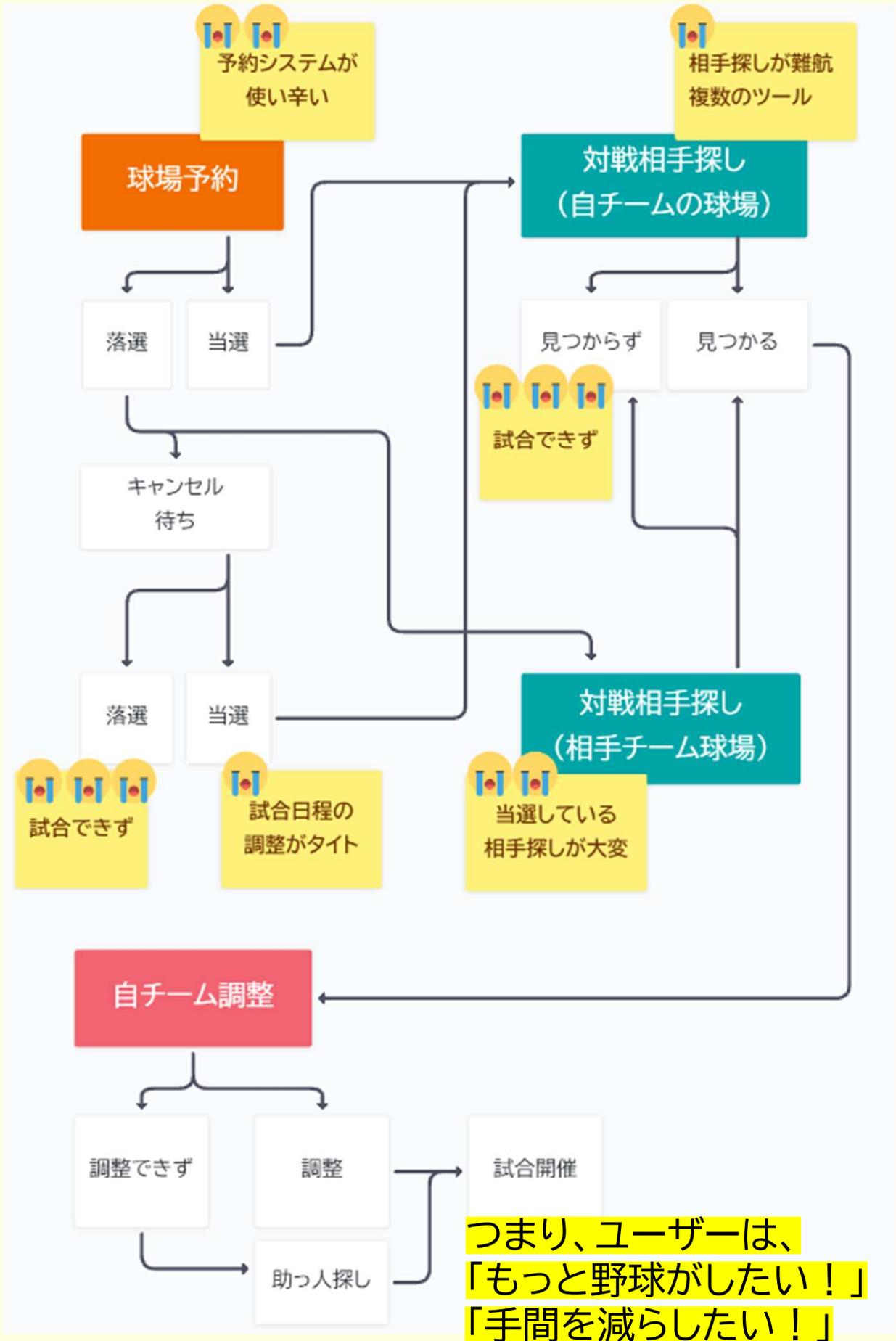
## 4. 各プロセスの実例

### • 3-③ インタビューを通じて、引き出した情報(一部)

- ・当選確率 月1件当たるかどうか。人気球場は年1当たるかどうか。
- ・場所の条件:XX市のチームなので、XXの北側・西側が望ましい。
- ・9時~18時くらいの時間帯で使いたい。土日祝日が良い。
- ・1日5枠(1枠2時間毎)に対し、申し込みは400件くらい。
- ・XX市で落選した場合、他市の同システムを利用する。
  - だいたい毎月どこかの球場で当選する。
  - 他市もだいたい同じ球場予約システムのため、システムを統合してほしい。
- ・落選した場合、球場予約に当選し、対戦相手を募集しているチームを探す。
- ・球場予約のキャンセルは、ペナルティが発生する10日前頃に、急に出だす。
  - メンバー、球場、対戦相手確保には3週間ほど掛かる。
  - 10日前からの試合開催に向けた上記の調整は難しい。
    - そのため、空きの出た球場は、空きのままの状況が散見される。
- ・球場の利用目的は、ほとんど試合。
- ・場所を押さえてから、相手を募集する流れとなる。
  - ※①球場確保 →②メンバー確保 →③対戦相手決定 この流れが一般的。
  - ※対戦相手が決まらない時は、自チームの練習日になることもある。
  - ※①の**球場確保が、最大課題**。
- ・球場使用料は相手チームと折半。チームリーダーの口座から支払う。
- ・試合相手探しは、X(旧Twitter)、対戦相手募集サイト、LINE等を駆使する。
- ・チームは総勢30名程度。球場確保、チーム内の連絡調整を4人でやってる。
- ・試合相手の募集を行うと、すぐに応募がくる。
- ・試合相手の確保の手間、球場予約の手間は、どちらも問題。
- ・大規模なチームは当選率が高い傾向。(複数人で予約している可能性あり。)
- ・府内の草野球は、数百チームはいると思う。
- ・たぶん他チームも予約システムに不満感じているかも。
- ・草野球をする目的は「野球を楽しむこと」。
- ・理想は月3枠取りたい。
- ・試合できないことでメンバーのモチベーションの低下も。

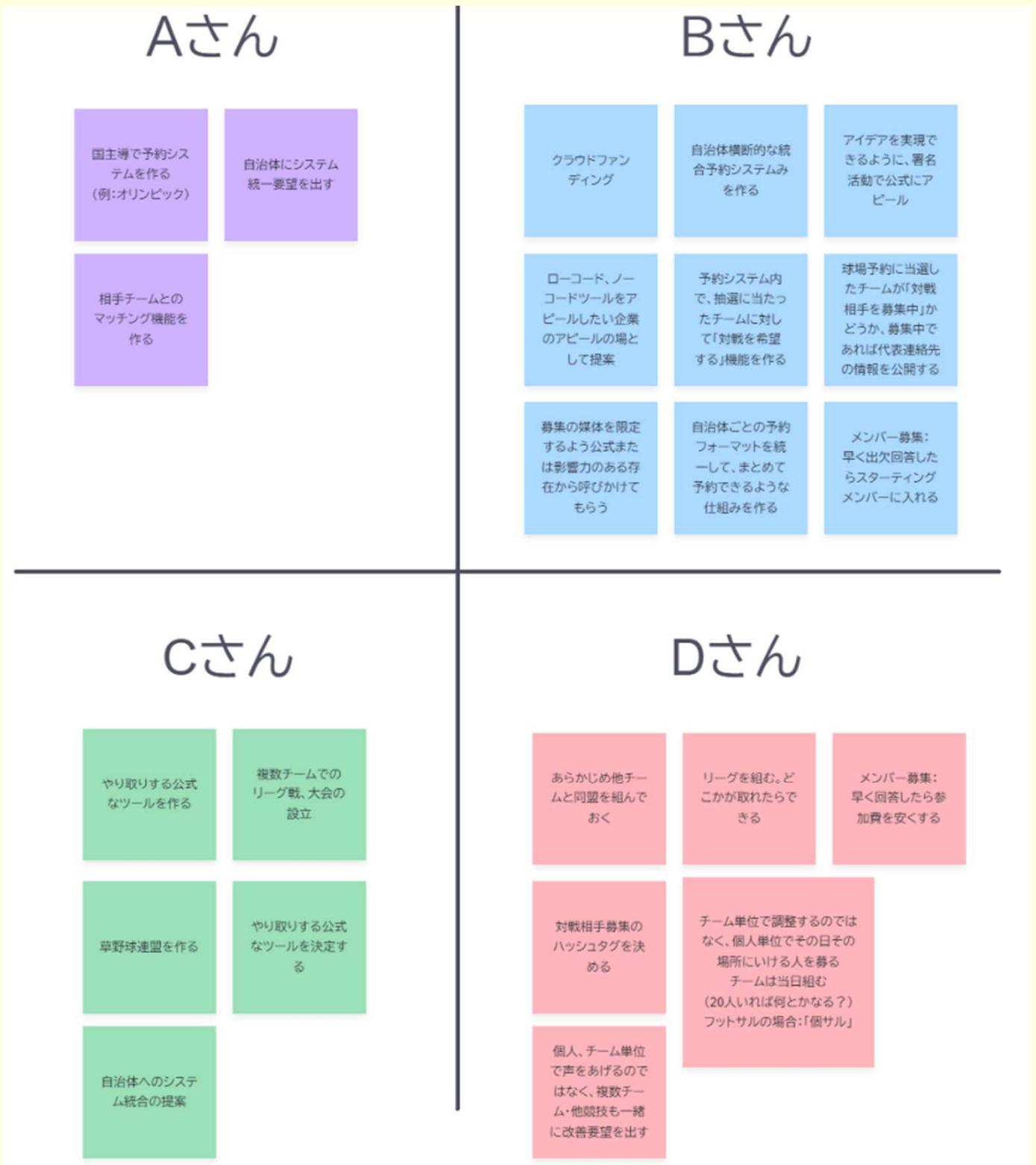
# 4. 各プロセスの実例

- 3-④ フロー、感情、問題の可視化にて作成したフロー図



# 4. 各プロセスの実例

- 3-⑤ アイデア発散の個人ワークにて出たアイデア



# 4. 各プロセスの実例

- 3-⑤ アイデア発散のグループワークにてアイデアをグルーピングした結果



# 4. 各プロセスの実例

- 3-⑥ アイデア収束では、グルーピングしたアイデアの有効性と実現性を高・中・低の3段階で評価。

●新システムを構築できる場合  
⇒ 統合システムにし、1つのシステムで完結させる

**有効性 高**  
**実現性 中**

双方に属するアイデア

- 国主導で予約システムを作る (例:オリンピック)
- 自治体ごとのシステム統合
- 個人、チーム単位での予約システムで、他競技種目に改善要望を出す
- 断片的な統一的なシステムのみを作る
- 自治体にシステム統一要望を出す
- クラウドファンディング
- レコード、ノーコードツールをアピールしたい企業のアピールの場として提案

●システム改修やサブシステム程度の規模感なら実現できる場合  
⇒ 調整が楽になるような仕組みをつくる

**有効性 中**  
**実現性 中**

- 予約システム内で、抽選に当たったチームに対して「対戦を希望する」機能を作る
- やり取りする公式なツールを作る
- 相手チームとのマッチング機能
- アイデアを実現できるように、署名して公式にアピール
- 球場予約に当選したチームが「対戦相手を募集中」かどうか、募集中であれば代表連絡先の情報を公開する
- 自治体ごとの予約フォーマットを統一して、まとめて予約できるような仕組みを作る

●システム構築・改善以外の解決案  
⇒ 調整が楽&試合がたくさんできるように

**有効性 低**  
**実現性 高**

- 草野球連盟を作る
- 複数チームでのリーグ戦、大会の設立
- あらかじめ他チームと同盟を組んでおく
- リーグを組む。どこが取れたらできる
- 募集の媒体を限定するよう公式または影響力のある存在から呼びかけてもらう
- 対戦相手募集のハッシュタグを決める
- チーム単位で調整するのではなく、個人単位で調整する。場所によって人数を調整する。チーム単位で組む。(20人いれば何とかなる?) フットサルの場合:「個サル」
- やり取りする公式ツールを決定する
- メンバー募集: 早く出欠回答したらスターティングメンバーに入れる
- メンバー募集: 早く回答したら参加費を安くする

## 4. 各プロセスの実例

- 3-⑥ アイデア収束で、有効性と実現性の評価で絞り込みが難しい場合には、ADKARモデルを用いた比較も有効。

アイデア	A	D	K	A	R	計
新システムの統合	5	5	5	5	4	24
システム改修	5	3	5	3	3	19

### 参考:ADKARモデル



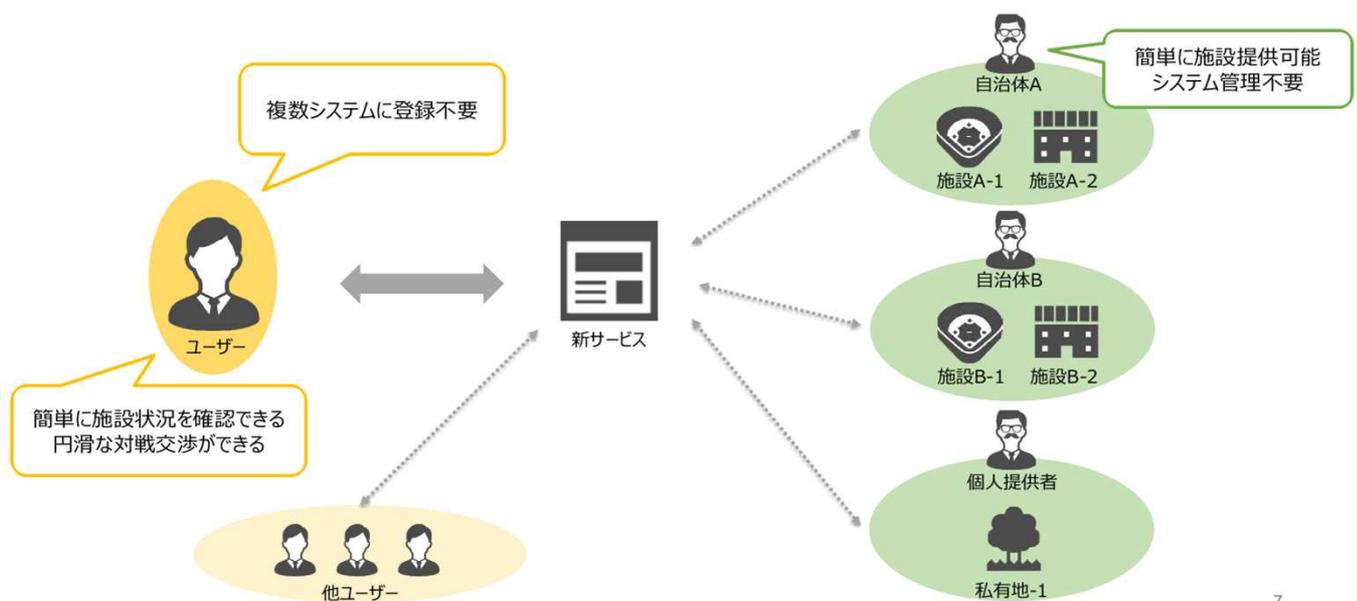
## 4. 各プロセスの実例

- 3-⑦ アイデア実現にて、試作品としてユーザーに提案した「新サービスの概要」のイメージ図。

※この資料を基にユーザーのフィードバックを得る。

### 新サービス概要

システムを統合した新サービスでは、施設予約とユーザー同士のコミュニケーションを同時に実現する。



7

## 4. 各プロセスの実例

- 3-⑦ アイデア実現にて、より具体的なシステムのイメージを掴むため「ユーザーインターフェース」のイメージ図を作成。

※この資料を基にユーザーのフィードバックを得る。

### UIイメージ

マップを利用したUIに変更し、空き施設を素早く検索することで、システムの煩雑さを解消するだけでなく、多くのユーザーが施設を利用できるようになる。

空き施設を検索しやすい



検索結果 : 23件

	○○グラウンド	2時間 ¥3,000
9:00-11:00 ○	11:00-13:00 ×	詳細表示
	××グラウンド	2時間 ¥3,000
9:00-11:00 ○	11:00-13:00 ○	詳細表示
	△△グラウンド	2時間 ¥4,000
9:00-11:00 ○	11:00-13:00 ×	詳細表示

空きのみをリスト表示する

検索結果をマップで表示する

グラウンドのフェンス有無、両翼の距離、ナイター設備有無、駐車場の有無など、詳細な条件で検索できる

## 5. さいごに

デザイン思考の具体的な進め方は以上となる。

本書の作成にあたり、当分科会メンバーには当初、デザイン思考に精通した人員はいなかった。全員で試行錯誤しながらデザイン思考を研究し、より効果的な手法に練り上げてきた。

これからデザイン思考に取り組まれる初心者に対し、分かり易く、実践しやすい方法を一冊にまとめたのが本書である。

最後に、当分科会の1年間の研究・経験を踏まえ、「デザイン思考を成功に導くポイント」を10か条にまとめたのでご紹介したい。デザイン思考を進める中で押さえておくべきポイントを記載しているため、ぜひとも活用してほしい。

なお、デザイン思考は万能ではなく、他の問題解決手法等も取り入れながら、繰り返し実践しながら、自分達の進め方を確立してほしい。

我々の提案する手法が、各社における問題解決手法の原型となり、さらなるDXの推進に繋がることを期待している。

## 5. さいごに

### デザイン思考を成功に導く10か条

#### その1. ユーザーが感じていること、考えていることを最重要視する

ユーザーの問題(あるべき姿と現状のギャップ)を把握し、真のニーズを探求するためには、この姿勢が必要不可欠。

#### その2. コミュニケーションを図り、連携を強化する

より良い問題解決を実現するためには、デザインチームの各メンバーやユーザーから、自分の意見や気持ちを安心して表現できる関係づくりが重要。

デザイン思考のプロセス全てにおいて、円滑なコミュニケーションがマストである。

#### その3. ユーザーの「3つの不」を意識し、問題(あるべき姿と現状のギャップ)を洗い出す

不満・不安・不便を押さえた問題の分析を行うと、ユーザーの思うあるべき姿と現状に関する認識や感情を把握・深堀しやすくなる。

その4の「気づき」等も活かし、ユーザーの望む姿の再設定(ユーザーも認識していない、あるべき姿の定義)ができれば、真のニーズに近づける可能性がある。

## 5. さいごに

### デザイン思考を成功に導く10か条

#### その4. 各プロセスで得た各人の「気づき」を大切にする

各個人が感じた気づきは、ユーザーの理解の更なる深堀、真の問題への肉薄、新たなアイデアの着想など、いろんな場面で役に立つ。自身では些細な気づきであっても、それは他メンバーが気づいていない「気づき」かもしれない。

#### その5. 考え得るアイデアを、全て出し切る

ユーザーが抱える問題に対し、経験や背景等がそれぞれ違うメンバーから出てくるアイデアは千差万別。無駄なアイデアは何一つない。アイデア同士の結合で、新たなアイデアが生まれることもあるので、出し惜しみは絶対にしない。

#### その6. アイデア発散の個人ワークは、自分の考えを整理する重要な機会

「その5」でアイデアを出し切るためにも、インタビューや感情の可視化などを通じて得たユーザーに対する理解を、まず自身の内で再整理する。その後、自身の経験や知見も踏まえてアイデアを検討する。

## 5. さいごに

### デザイン思考を成功に導く10か条

#### その7. ユーザーからのフィードバックはこまめに

一度で解決策が完成することはないと覚悟すること。素早く、何度もユーザーから意見や指摘等をもらうことでユーザーの問題に最適な解決策づくりを進める。

#### その8. 各プロセスに戻ることを躊躇わない

真のニーズや効果的なアイデアにはなかなかたどり着かない。良いアイデアが生まれなければ、ユーザーの理解を深めるために共感プロセスに戻ったり、ユーザーからのフィードバックを受け、解決策を見直すために発案プロセスに戻ることも必要。

時には、ユーザーやデザインチームのふとした意見などで、真のニーズが他にあることに気づくこともある。

#### その9. デザイン思考は、繰り返し実践し、習得するもの

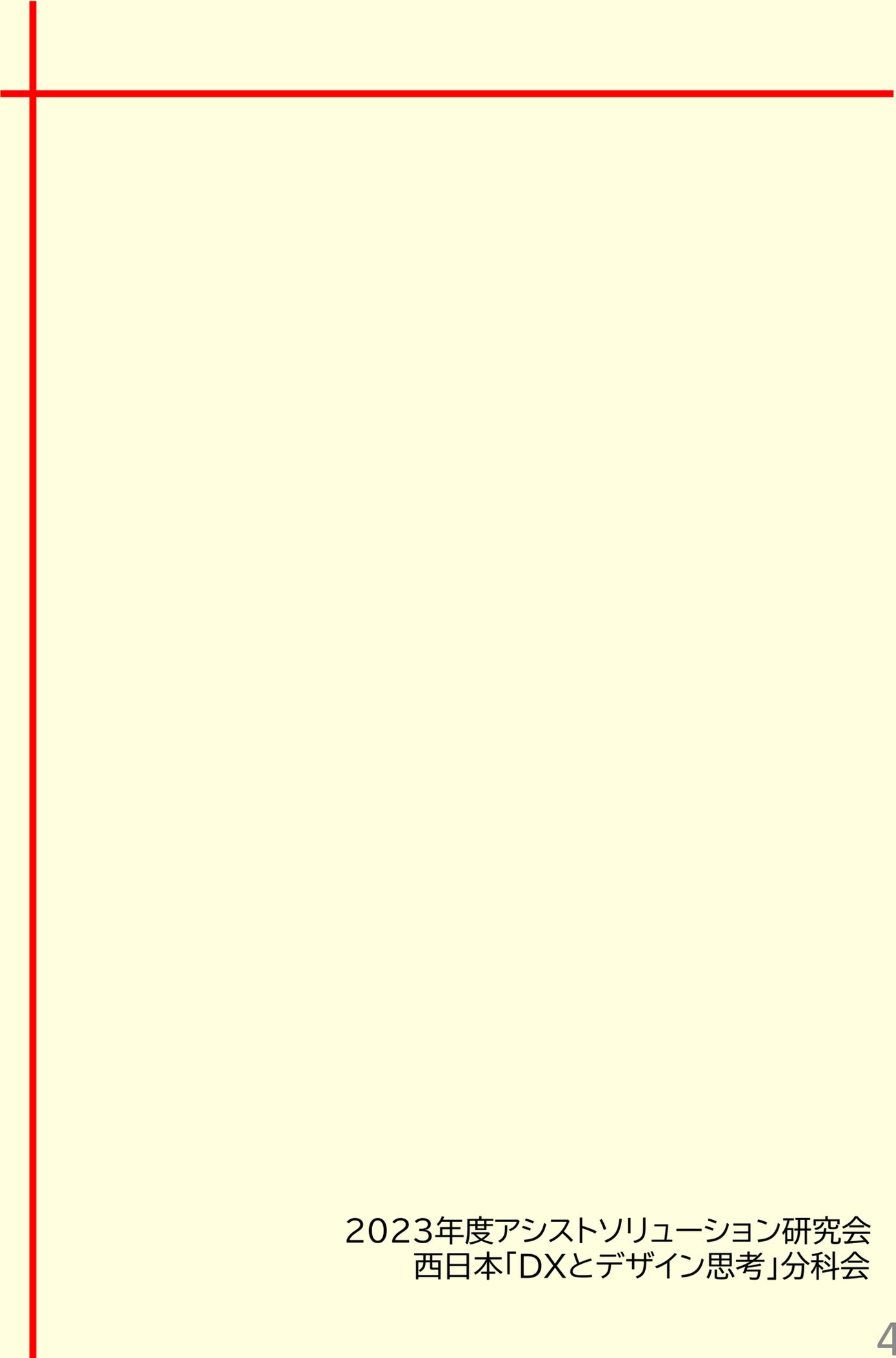
デザイン思考を実践すると、『こうした方が良かった。』、『この進め方は難しかった。』等、沢山の「気づき」が出てくるはず。習得・活用しやすいよう自身の環境に合わせてカスタマイズすること。

#### その10. 検討期間を定め、最良の解決策を目指す

期限が定まっていないと、改善や検討を「終える」ことは困難。期限内で、最良の解決策を目指す姿勢が必要である。

(ご参考)事前準備シート 様式

業務名	
業務フロー (最大5ステップまで)	業務フローに係る関係者
<b>この業務における問題(3つの不の観点で記載)</b> ・不満(何に満足できないのか?) ・不安(どんなことが気になりなのか) ・不便(何が使いづらいのか)	



2023年度アシストソリューション研究会  
西日本「DXとデザイン思考」分科会