



新規事業創出に向けたMVP開発とリリース後の検証/学習の実践

ステップ別簡易タスクリスト

2023年11月28日(火) 11:00開催

株式会社システムインテグレータ × 株式会社アピリッツ 共催オンラインセミナー

DX × 新規事業創出の実践～顧客とつながりマネタイズするUXと開発プロセス～

ステップ別簡易タスクリスト

初期構想ステップ

■ 会社の方針とユーザーのニーズをすり合わせ、プロダクトアイデアを固める

会社の経営方針をもとに、サービスの必要性や世の時流からアイデアを検討する。

企業がリーチ可能なユーザー・企業の掲げる理念・独自技術など、いずれかに軸をおいてアイデア出し（ブレインストーミング）を行う。

出たアイデアを吟味し、企業のミッション・ビジョンとのすり合わせ、ユーザーのニーズがマッチするかどうか整理・確認をする。

おすすめの相談先

- ・ 経営的な観点からサービスの有用性についてアドバイスをくれる会社
- ・ ユーザー体験に基づいた価値検証を得意する会社

タスクリスト

	アイデア創出を進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	ブレストするにあたり軸（対象ユーザー・サービスで解決したい課題・解決策）を決定した
	ブレインストーミングを行った
	アイデアの吟味を行なった
	他サービスと差別化戦略の仮説を立てた
	企業全体の方針とのマッチングが済んでいる

PoCステップ

ニーズとサービスの価値を結びつけ サービスをユーザーに喜ばれるものにする

ユーザーがしたいことと企業が提供したい体験をすり合わせ、ユーザーが使いたいと思うものにブラッシュアップする。

新規サービスの使用シーンにおいて、ユーザーが見て操作して感じることをまとめた資料=カスタマージャーニーマップ作成し、煩わしさを排除し、サービスを補強する。

おすすめの相談先

- ・UXプランナー/UXデザイナーを擁し、デザインコンサルを得意としている会社

タスクリスト①

	UXプロセスを進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	プロダクトアイデアの対象ユーザーの言語化・明確化・存在証明を行なった
	プロダクトアイデアのユーザー体験(使用メリット/問題解決/得られる喜び)の言語化を行なった
	競合となりえるサービス/類似したユーザー体験を提供している他業種サービスを調査と施策ブレストでユーザー体験を補佐・増強する施策の追加をした
	プロダクトアイデアの対象ユーザーの言語化・明確化・存在証明を行なった

PoCステップ

ニーズとサービスの価値を結びつけ サービスをユーザーに喜ばれるものにする

ユーザーがしたいことと企業が提供したい体験をすり合わせ、ユーザーが使いたいと思うものにブラッシュアップする。

新規サービスの使用シーンにおいて、ユーザーが見て操作して感じることをまとめた資料=カスタマージャーニーマップ作成し、煩わしさを排除し、サービスを補強する。

おすすめの相談先

- ・UXプランナー/UXデザイナーを擁し、デザインコンサルを得意としている会社

タスクリスト②

	ユーザーの行動に合わせて施策、画面、タスクを整理し、CJM（ユーザーシナリオ）の作成をした
	画面ごとにユーザーの状態・タスクを整理し、そのために必要な機能や施策を整理、定義した
	最低限のUIだけでプロトタイプ化して想定のカJMを辿ることができるか操作して確認した
	プロダクトを使用することで得られるユーザー体験・提供価値を言語化（サービスコンセプトの作成）は完了した

ステップ別簡易タスクリスト

PoBステップ

新規サービスを打ち出す目的を達成するための項目を決めていく

ユーザーが使えば喜ぶサービスを作ったとしても企業にメリットがないサービスはビジネスとして成立しない。

サービス利用を通して何かを購入欲しい、会員登録をして欲しい、ファンになって欲しい、サービスごとのさまざまな目的を達成するための施策を設計していく。

おすすめの相談先

- ・企画サービス中のUXに対する理解をベースにマーケティングやマネタイズのコンサルティングができる会社

タスクリスト①

	ビジネス化を進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	認知獲得・集客方法などプロダクトをどのようにユーザーに届けるか施策を検討・決定した
	顧客化したユーザーの囲い込み・関係を保つ施策を検討・決定した
	開発、営業、マーケティング等を行う上で必要なタスクの洗い出しとそれに必要なリソースの計画をし、コストの流れをビジネスモデル図などで整理した
	競合調査とCJMからマネタイズ方法とユーザーが課金するタイミングを設計した

ステップ別簡易タスクリスト

PoBステップ

新規サービスを打ち出す目的を達成するための項目を決めていく

ユーザーが使えば喜ぶサービスを作ったとしても企業にメリットがないサービスはビジネスとして成立しない。

サービス利用を通して何かを購入欲しい、会員登録をして欲しい、ファンになって欲しい、サービスごとのさまざまな目的を達成するための施策を設計していく。

おすすめの相談先

- ・企画サービス中のUXに対する理解をベースにマーケティングやマネタイズのコンサルティングができる会社

タスクリスト②

	プロジェクトがうまく行っているか、ユーザーの行動が想定通りかを判定する数値取得の設計を行なった
	大枠の機能要件を作成し制作に必要なコストと初期リリースにかかるコストの算出をした
	開発以外に発生するコストを概算し、損益計画と単価設定を行なった

プロジェクト化ステップ

作成したビジネスを実現するためのプロジェクトを企画する

作成したビジネスの企画を実現するために現実的なプロジェクトを設計、実行計画を作成する。
必要に応じて企画書を作成し、稟議に上げ、開発費用の調達を行う。

おすすめの相談先

・デザイン/システム開発/マーケティングを得意とする会社
(役割別に別ベンダーを揃えて進行することも可能)

タスクリスト

	ユーザーへ届けるべき体験の優先順位から開発優先度を整理、リリースのフェーズ分けとロードマップ化を実施した
	要件整理・要件定義が完了している
	各リリースフェーズの開発・製造体制の構築
	初回リリース分の開発タスク・体制・スケジュールを作成した
	初回リリースの詳細な製造コストの算出した

開発ステップ

ビジネスを実現するプロジェクトを推進する

制作・開発体制を組成し、詳細設計・実装を行う。
UXプロセスフェーズを実施したメンバーを入れると設計・制作していくうちに要件が変わってしまうリスクを防ぐことができる。

おすすめの相談先

- ・プロジェクト方針と目的を理解しながら開発できる企業
- ・保守フェーズのことを考慮できる企業

タスクリスト

	開発を進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	体制の構築が完了した
	画面設計・デザインの制作が完了した
	設計・開発が完了した
	各テストが完了した
	リリースが完了した

リリース後ステップ

リリースしたサービスを より良いものに洗練していく

サービスはリリースして終わりではない。継続的にユーザーを増やす・囲い込めるようにユーザーの反応を見て問題点の改善や機能の追加などでさらにユーザーに喜ばれるサービスにしていく。

また、リリースして時間の経ったレガシーなシステムやデザインはリニューアルを行ってユーザーが離れることを防ぐ必要がある。

おすすめの相談先

- ・PDCAサイクルを得意としている会社
- ・リリースまでの対応をした会社

タスクリスト①

	運用開発を進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	PDCA運用を進める担当者任命を行なった (プロジェクトリーダー兼任でも可)
	運用体制の見直し
	数値から確認して設計したユーザー体験が提供できているかを観察・施策検討し実施した

無料相談会を実施いたします

現在進行されているプロジェクトや企画段階でお悩みの方に向け、個別相談会を実施いたします。状況の整理から実行計画の立案、アウトプットに関するお悩みなど個別にご支援させていただきます。ご希望の方はアンケートよりお申し込みください。

開催形式：Zoom

開催日時：個別相談

※ご相談内容に応じてシステムインテグレーター様にもご同席いただきます