

# サービスデザインへのビジョン提案型デザイン手法の応用 — 産官学連携「倉敷おみやげプロジェクト2012」—

柳田 宏治

倉敷芸術科学大学芸術学部

(2013年10月1日 受理)

## 1. はじめに

ビジネスのイノベーションのためには、単に技術開発に留まらず、機能性に加えてHCD (Human Centered Design: 人間中心設計) に基づいてホリスティックな経験価値 (エクスペリエンス) を創出するサービスデザインが重要になってきている。大学におけるデザイン教育の場でも、このようなビジネスの変化に対応して、これまでのプロダクトデザインや情報デザインなどの個々のデザイン領域を超えて領域を横断した総合的なエクスペリエンスを生み出すサービスデザインの教育が求められている。しかしながらサービスデザインのための手法としてまとめたものは少なく、従来のHCDの手法であるペルソナ、シナリオなどを組み合わせて行っているのが現状である。このような問題意識のもと筆者らは、日本人間工学会アーゴデザイン部会での研究成果として「構造化シナリオ法」<sup>1)</sup> やこれをさらに発展させて包括的な手法としてまとめた「ビジョン提案型デザイン手法」<sup>2) 3)</sup> を開発・提案した。本稿では、筆者が大学でのサービスデザインの教育におけるビジョン提案型デザイン手法の有効性を検証することを目的に3年次の実習授業において行った産官学連携プロジェクト「倉敷おみやげプロジェクト2012」(以下、プロジェクト) について、その概要と結果を報告する。

## 2. プロジェクトの概要

### 2-1. 背景と目的

倉敷市は、年間約600万人が訪れる観光地である。しかしながら観光の中心は美観地区と呼ばれる江戸時代の街並みを残すエリアに限られ、市内の他の地域にも多くの観光資源があるにもかかわらず観光地としてあまり認知されていない。このようなことから倉敷市では、市内全域の観光資源を活かし、加えて体験型観光や特産品の開発により、倉敷観光の魅力さをさらに高めることを目的に、2010年から「記念日をすぞすまち倉敷」<sup>4)</sup> というコンセプトで観光プロモーション事業を行っている。これは、様々な記念日を倉敷で過ごすという観光形態を提案するもので、市内の企業等の事業者が提供する記念日に相応しい体験型観光プログラムがその柱となっている。2012年のプロジェクト開始時点で40種が提供されていたが、さらに新たなプログラムを開発し、より魅力的な体験型観光プログラ

ムを数多く揃えることが必要となっていた。

プロジェクトは、倉敷芸術科学大学芸術学部デザイン学科と倉敷市観光課および記念日をすごすまち倉敷推進協議会との連携により、両者に有益な win-win 関係を構築することを基本に行われた。両者にとってのプロジェクトの目的は次のようになる。

① 倉敷市観光課および記念日をすごすまち倉敷推進協議会にとって

学生による新鮮な切り口の新たな体験型観光プログラムや商品の提案を得て、今後の開発のヒントにする。

② 倉敷芸術科学大学芸術学部デザイン学科にとって

3年次のデザイン教育の中で人間中心設計に基づいたサービスデザインの実習課題として位置付け、実社会の課題に対して取り組むことで実践的なデザインを学ぶ機会を学生に提供する。

## 2-2. プロジェクトの概要

プロジェクトは、次のような形態で取り組まれた。

- ・科目名：総合プロジェクト実習Ⅱ（3年次後期デザイン学科専攻科目。15週30コマ）
- ・授業目標：実習課題を通して「ビジョン提案型デザイン手法」を実践し、サービスデザインの手法を修得する。
- ・参加学生：デザイン学科3年生14名が4つのグループに分かれて取り組んだ。学生は、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、テキスタイルデザイン、空間プロデュース、イラストレーションの5コースの何れかを専攻しており、デザイン分野を融合したグループを形成した。
- ・期間：2012年9月28日－2013年2月1日（2012年度後期）
- ・体制：倉敷市観光課、記念日をすごすまち倉敷推進協議会、およびデザイン学科との産官学連携プロジェクトとして実施した。また、記念日をすごすまち

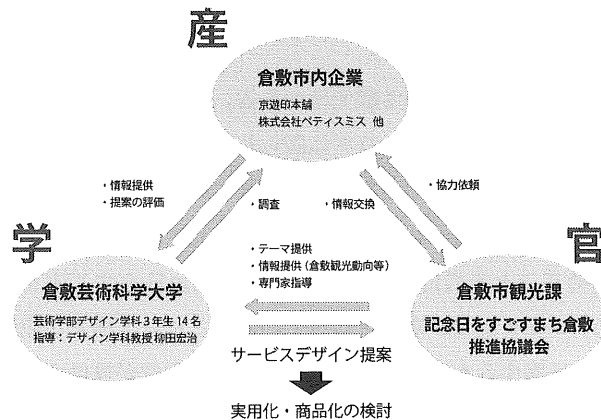


図1. 産官学連携プロジェクトの体制

倉敷推進協議会の加盟企業の協力を得た。三者の関係を図1に示す。

### 2-3. プロジェクトのテーマ

プロジェクトのテーマは、「倉敷のおみやげ：新しいおみやげ体験のデザイン～魅力的な記念日をつくる」とした。これは、倉敷を訪れる人々が、まちや人、文化と関わり、「エクスペリエンス」というおみやげを手に入れ、その日が魅力的な記念日になるというものである。「おみやげ」とは、一般には旅行先で名物の食品や工芸品などを購入して誰かまたは自分のために持ち帰るモノであるが、本プロジェクトではおみやげの対象をモノに限らずサービスも含めた全体的なエクスペリエンスとし、これを持ち帰り誰かに伝え分ける、または自分のものにする事とした。また、「記念日」とは一般には誕生日、結婚記念日、家族の思い出の日などあらかじめ決まっている日を言うことが多いが、本プロジェクトではこのような記念日に加えて、倉敷観光における質の高いエクスペリエンスにより、その日が思い出深い記念日になるということも含めて捉える事とした。このように再定義した「おみやげ」および「記念日」に基づいて、体験型観光のエクスペリエンスを考えサービスデザインの提案に取り組んだ。

### 2-4. プロジェクトの手法とプロセス

ビジョン提案型デザイン手法を応用し、デザイン教育におけるサービスデザインへの有効性を確認することがプロジェクトの目的であった。このビジョン提案型デザイン手法は、HCD プロセス全般に渡る包括的なデザイン手法で、真に人々や社会に受け入れられる新たな体験価値のビジョンと、具体的なサービスやシステム、製品のアイデア、そしてその仕様を、一貫してHCDの考え方に基づいて創出するものである。その特徴は、提供者と享受者双方の得られる価値を重視して新たなサービスやシステム、製品を発想するところにある。具体的には、ユーザーの本質的要求とビジネスの提供方針の両観点で成立することを旨とし、アイデアの的確な共有のために表現手段としてペルソナとシナリオを積極的に活用する。その特徴をまとめると以下ようになる。

- i ユーザーの本質的要求から開始する
- ii 上位の提供価値レベルから発想する

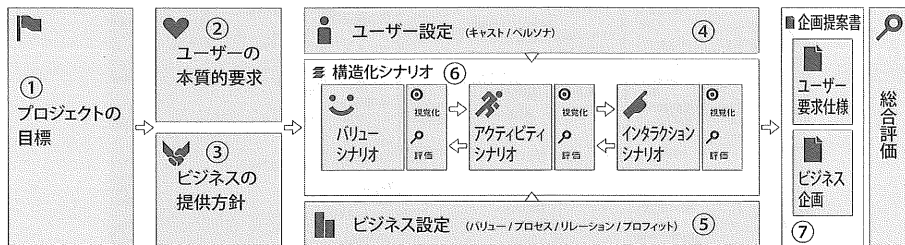


図2. ビジョン提案型デザイン手法のフレームワーク

- iii ユーザーの本質的要求をサービス、システム、製品の仕様まで一貫して通す
- iv 視覚化と評価を段階的に繰り返す（常にユーザーに聞く）
- v 異分野の専門家のコラボレーションを考慮する（ユーザー視点、ビジネス視点）

図2に示すビジョン提案型デザイン手法のフレームワークに沿って、プロジェクトは以下のようなプロセスで進められた。各プロセスでの具体的な活動を示す。

① プロジェクトの目標

プロジェクトの大目標は、プロジェクトのテーマ「倉敷のおみやげ：新しいおみやげ体験のデザイン～魅力的な記念日をつくる」に表されている。プロジェクトの最初に、倉敷市観光課および記念日をすごすまち倉敷推進協議会事務局から、倉敷市の観光と記念日事業について講義を受け、これをもとにグループ毎に、記念日事業の加盟企業37社の中から対象とする企業を選ぶ、または新たな加入企業を想定することにより、具体的な目標をユーザーとビジネスの両観点から設定した。

② ユーザーの本質的要求

グループ毎に、プロジェクトの目標に応じてステークホルダーや対象ユーザーを検討し、インタビュー等から得た事象を基に上位下位関係分析法<sup>5)</sup>を用いて上位ニーズを探り、最上位ニーズとしてユーザーの本質的要求を得た。成果物の一例を図3に示す。

③ ビジネスの提供方針

対象ビジネスとして設定した企業等へのヒアリングやネット調査、店舗等の現地調査などから、ビジネスの戦略とビジネスの提供方針を考察した。

④ ユーザー設定（キャスト/ペルソナ）

インタビュー等から得たユーザー情報に基づいて、対象ユーザーを精緻化しペルソナを

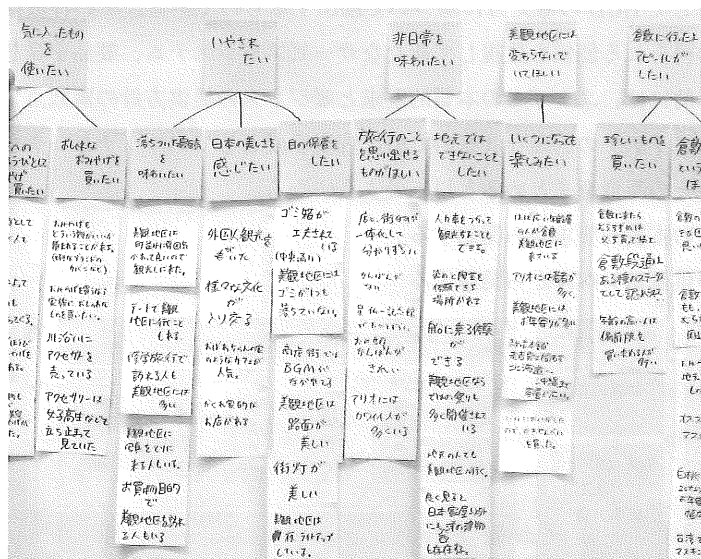


図3. 上位下位関係分析法によるユーザーの本質的要求の導出の一例

作成した。ペルソナは後で示すように簡易ペルソナとして視覚的に表現した。

⑤ ビジネス設定 (バリュー/プロセス/リレーション/プロフィット)

対象ビジネスとして設定した企業のビジネス戦略と提供方針から新たなビジネスの展開を探りビジネスモデルのアイデアを検討した。いくつかのグループでは、対象企業の経営者や経営コンサルタントにヒアリングを行いアドバイスを受けた。

⑥ 構造化シナリオ

ビジョン提案型デザイン手法の中核となる構造化シナリオについては、授業の履修学生の人間中心設計のデザイン手法に関するスキルの差が大きいため、より多くの学生が取り組みやすいように表現方法として「1 + 8 コマシナリオ法」<sup>6)</sup>を応用した。これは、ペルソナやシナリオの文章記述作業をより簡易にするために1コマのイラストでペルソナを表現し、8コマのイラストでシナリオをストーリーボードのように表現するものである。これにより、文章表現が得意ではない学生もシナリオのアイデアを容易に視覚化することができた。さらにイラストで即座に可視化されるためにグループワークによるアイデア発想が活発になった。また、構造化シナリオではシナリオをバリューシナリオ、アクティビティシナリオ、インタラクションシナリオの3段階に描き分けるが、ここではアクティビティシナリオとインタラクションシナリオとを一体として8コマシナリオに表現した。シナリオ評価ではアクティングアウトも行った。作成された1 + 8 コマシナリオの一例を図4に

両親から、生まれてくる子供へ名前のプレゼント



図4. 1 + 8 コマシナリオの一例

示す。

### ⑦ 企画提案書・総合評価

4グループからの合計7件のサービスデザイン提案は、最終プレゼンテーションでの配布資料としてA3サイズ52ページの企画提案書にテーマ、コンセプト、提案概要、ペルソナ、1+8コマシナリオ、サービス関係図、提案サービスのポスターの項目で提案毎にまとめられた。最終プレゼンテーションは、倉敷市観光課、記念日をすごすまち倉敷推進協議会、関係企業、大学から約20名の参加者を得て2013年2月1日に行われた。

## 3. プロジェクトの成果

### 3-1. サービスデザイン提案

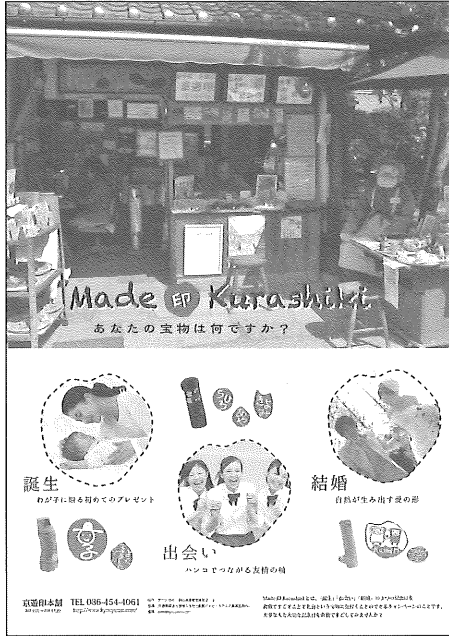
4つのグループから7件のサービスデザインが提案された。提案のタイトルと概要を表1に示す。図5は、そのうち4提案のポスターである。

### 3-2. ビジョン提案型デザイン手法のサービスデザインへの有効性の考察

専攻デザイン分野を融合した4つの学生グループは何れも、ビジョン提案型デザイン手法を応用してゴールであるサービスデザイン提案にたどり着くことができた。半数の学生

表1. 提案された7件のサービスのデザイン

<p><b>提案1：「Made 印 kurashiki ～誕生・結婚・出会い」</b> 京遊印本舗（手彫り印鑑製造販売）に向けた製品、サービスと販促キャンペーンのデザイン提案。「名前」という宝物に気づく体験型観光の3つのシナリオ「誕生」「結婚」「出会い」を創出。</p>
<p><b>提案2：「繋がるまち倉敷～くら助」</b> 仕事に悩んでいる若者に向けた人生設計支援サービスのデザイン提案。悩みの解決を求めて倉敷を訪れる若者と、若者をサポートできる倉敷の人材とを結び付け、若者の次の人生の歩みを後押しする。</p>
<p><b>提案3：「繋がるまち倉敷～くらねこ」</b> AR（拡張現実）技術とSNSを応用した観光ガイドサービスのデザイン提案。観光客のニーズと位置情報に応じて猫のCGキャラクターがスマートフォン上のカメラ画像に登場して観光ガイドを行うと共に、観光客同士が体験を共有する。</p>
<p><b>提案4：「倉敷でハンドメイド～きめこみ倉敷」</b> 「きめこみ」を応用したハンドメイドワークショップのデザイン提案。繊維産業が集積する児島地区の企業から提供される様々な種類の布の端切れを活用する。</p>
<p><b>提案5：「倉敷でハンドメイド～アレンジ」</b> 観光客が持ち込む不用品をリメイクするハンドメイドワークショップのデザイン提案。使わなくなったカバンや財布等に児島地域の企業から出る端切れ布をアレンジしてオリジナルアイテムにリメイクする。</p>
<p><b>提案6：「夜的美観地区～倉敷はしごツアー」</b> 美観地区の飲食店の連携による食べ歩きツアーイベントのデザイン提案。観光客が一夜に数件の飲食店を食べ歩き、倉敷の食を幅広く堪能することによりリピートを促す。</p>
<p><b>提案7：「夜的美観地区～川舟」</b> 夜的美観地区を楽しむための川舟サービスのデザイン提案。光る番傘、光のトンネル、肝試しなどの様々なアトラクションを盛り込み、夜の川舟を演出する。</p>



提案1：「Made印 kurashiki  
～誕生・結婚・出会い」



提案3：「繋がるまち倉敷～くらねこ」



提案4：「倉敷でハンドメイド  
～きめこみ倉敷」



提案6：「夜的美観地区  
～倉敷はしごツアー」

図5. 4提案のポスター

はペルソナ・シナリオ法を始めて学ぶ授業であったが、1 + 8シナリオ法の導入による容易化もあり、ビジョン提案型デザイン手法を理解して進めることができた。プロジェクトの途中および終了後に行った学生に対するヒアリングで、ビジョン提案型デザイン手法がサービスデザインに有効であったかどうかの問いに対する肯定的な回答の一部を以下に示す。他の手法との比較ができなためか否定的な回答は無かった。

- ・「デザインプロセスの各段階で何をすべきなのかがフレームワークに照らして理解することができ、迷わずに進めることができたのが良かった」
- ・「アイデア発想では、技術的制約の少ないサービスでは何でも可能ということになりかねないが、ユーザーの本質的要求とビジネスの提供方針の両観点からアプローチすることで方針が定まりやすく、ビジネスの戦略に合致した現実的な提案にまとめることができた」
- ・「ともするとサービスの細部の奇抜なアイデアに走ってしまいがちだったが、ユーザーの本質的要求とビジネスの提供方針に立ち返ることで、提供価値からぶれないでサービスのアイデアを考えることができた」
- ・「サービスが生み出すエクスペリエンスが1 + 8コマシナリオによってすぐに視覚化されたので評価・検討がしやすく、さらにサービスの細部の仕様検討もしやすかった」

最終プレゼンテーションでの総合評価としては、参加者からの評価は概ね好評で、ユーザー側面として新規性、魅力性が何れの提案も高く評価された。さらにビジネス側面として、ユーザーの本質的要求とビジネスの提供方針の両観点からサービスのデザインを行っているために提案が単なる思い付きではなく事業性、市場性、戦略性を伴ったものになっているところが認められた。提案された7件のうち、1提案（提案1）は既に採用・実施され、1提案（提案4）が実施検討中である。

#### 4. まとめ

産官学連携プロジェクトとして期待通りにサービスデザインの提案を行うことができた。そして、プロジェクトの成果から、大学でのサービスデザインの教育におけるビジョン提案型デザイン手法の有効性を確認した。課題としては、サービスデザインのビジネスモデル設計に関して、具体的なプロフィットモデルの検討が十分ではなかったことが挙げられる。これは、デザイン系3年次学生の持つ知識やスキルの制約によるところが大きい。しかし、サービスデザインの提案には緻密なビジネスモデルの設計が不可欠であるため、今後のサービスデザインの教育では産官学連携の協力の形を見直してビジネスモデル設計の質を高める必要があると考えている。

#### 謝辞

本産官学連携プロジェクトにご協力・ご指導いただいた、倉敷市観光課様、記念日をす



ごすまち倉敷推進協議会様、関係企業様に深く感謝致します。

#### 参考文献

- 1) 柳田宏治, 上田義弘, 郷健太郎, 高橋克実, 早川誠二, 山崎和彦: HCDと構造化シナリオ手法—概要と活用事例—, 日本デザイン学会, デザイン学研究特集号第18巻2号 通巻70号, 2011年
- 2) Koji Yanagida, Yoshihiro Ueda, Kentaro Go, Katsumi Takahashi, Seiji Hayakawa, Kazuhiko Yamazaki: Vision-Proposal Design Method, Springer LNCS, Proceedings of HCI International 2011, 2011
- 3) 山崎和彦, 上田義弘, 郷健太郎, 高橋克実, 早川誠二, 柳田宏治: エクスペリエンス・ビジョン: ユーザーを見つめてうれしい体験を企画するビジョン提案型デザイン手法, 丸善出版, 2012年
- 4) 「記念日をごすまち倉敷」web ページ <http://www.kinenbi-kurashiki.jp/>
- 5) マーケティングコンセプトハウス (編): グループダイナミックインタビュー, 同文館, 2005年
- 6) 大草真弓: ヒューマン・インタフェースデザイン授業事例報告, 成安造形大学紀要第2号, 2011年

Case Development of Vision Centered Design Method  
for Service Design  
— Educational Results of a Collaboration Project  
between Government, Industry and Academia —

Koji YANAGIDA

*College of Arts,*

*Kurashiki University of Science and the Arts,*

*2640 Nishinoura, Tsurajima-cho, Kurashiki-shi, Okayama 712-8505, Japan*

(Received October 1, 2013)

This paper reports the outline and results of the collaboration project “Kurashiki Souvenir Project 2012” between local government, industry and academia which the author conducted in the third grade university design class. This project aimed to verify the effectiveness of the Vision Centered Design Method in the education of Service Design.

The Vision Centered Design Method developed by the author and co-researchers is a method to create new experiences and ideas of services, systems and products using the Structured Scenarios and Personas based on the Human Centered Design.

Four student groups proposed the seven service designs concluding the project. In the integrated evaluation, novelty and attractiveness from the user view point, and business potential, strategy and marketability from the business view point were specifically evaluated. It was confirmed that the Vision Centered Design Method is effective for the education of Service Design in design education.