

社会的意義のある新たな価値を創造する NRC UXリサーチ + SDGs

UX : User Experience + SDGs : Sustainable Development Goals

SDGs

持続可能な
開発目標
とは

2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標です。日本政府もアクションプランを作成し、政官民一体となって取り組みを実施しています。学校教育でも積極的にカリキュラムが実施されており、企業のSDGsへの取り組みが、今後の顧客の企業選択・商品選択に大きな影響を与えることが予想されます。

—— NRC UX リサーチ (ユーザー体験から新しい価値を創造) とは ——

ユーザーの日常体験 (UX : ユーザーエクスペリエンス) に埋め込まれた潜在ニーズ=価値を抽出し、その価値に応える新しいユーザー体験を生み出すことを目指します。製品・サービス、コミュニケーションの戦略・コンセプトづくりに役立つ新しいリサーチのプログラムです。

STEP1

ユーザー体験の収集

アンケート・インタビューでユーザー体験を収集します。

- 生活者調査
- ユーザー調査
- CS調査
- ES調査
- インタビュー

STEP2

価値の導出・可視化

ワークショップでユーザー体験を構造的に可視化します。

- KA法
- 未充足価値
- 価値マップ
- ジョブ理論
- アイデア発想

STEP3

コンセプト発想

フレームワークで潜在ニーズからアイデアを創出して、それをコンセプトへとブラッシュアップします。

- フレームワーク
- アイデア発想
- アイデア評価
- コンセプト作成
- ビジョン作成

POINT1

通常体験とSDGs体験から価値マップを作成します

POINT2

これまでにない新しい視点からコンセプトを作成します

POINT3

SDGs視点から新商品・新サービスのアイデアを発想します

POINT1 通常体験とSDGs体験から価値マップを作成します

体験のヒアリング

<顧客の体験>

Q. A社の商品・サービスを利用して良かった体験は？

→現状で充足している価値

Q. A社の商品・サービスで不満な点や改善してほしい点は？

→現状で未充足な価値

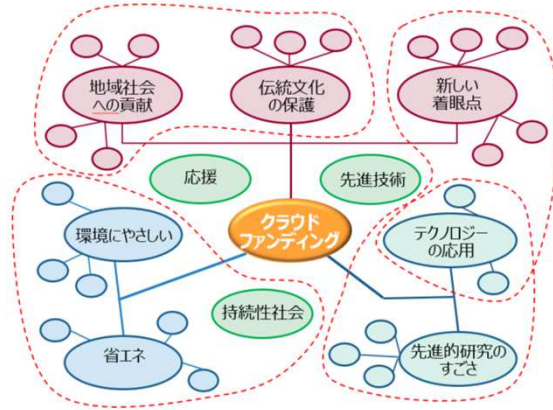
<SDGs体験>

Q. A社が取り組むべき社会課題、どのような事に取り組むべき？

→今後提供すべき価値

価値マップ

通常の体験から得られる価値に、SDGs視点の価値を追加することにより、新しく提供すべき価値を明らかにします。



POINT2 これまでにない新しい視点からコンセプトを作成します

UX × SDGs コンセプト発想ステップ

[STEP1] 価値の評価

価値マップにプロットされた価値を以下の基準で評価します。

- 基本的に必要な価値
- これまでにない着眼点の価値
- 自社が提供したら面白い価値

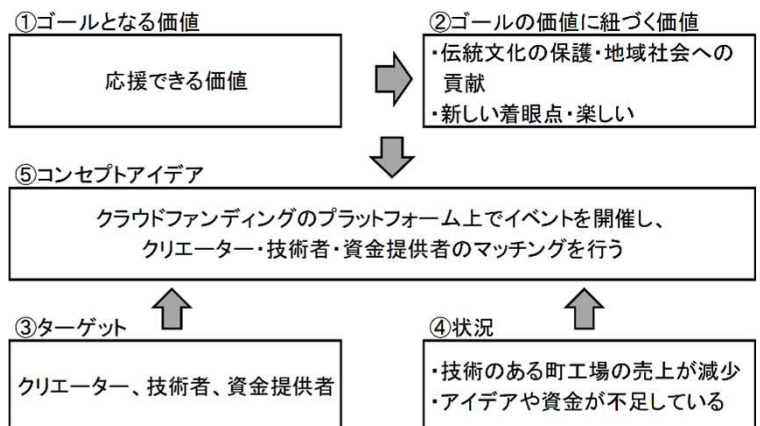
[STEP2] 価値マップの再構築

価値マップにプロットされた価値を以下の基準で評価します。

- ① 提供すべき新しい価値をゴールに設定します
- ② ゴールの価値とその他の価値の関係性を再度構築・確認します

[STEP3] コンセプト発想フレーム

価値マップを参考に、以下の要素(①②価値、③ターゲット、④状況)から、⑤コンセプトアイデアを発想します。



POINT3 SDGs視点から新商品・新サービスのアイデアを発想します

UX × SDGs アイデア発想フレーム

[STEP1]

- 価値マップとSDGs一覧から、
- ② SDGsの社会的問題を解決できるかもしれない
 - ① 価値の組み合わせを任意に設定する。

[STEP2]

- ③ ターゲットを設定する。

[STEP3]

- ターゲットにその価値を提供する
- ④ 手段を考える。自社のみで難しい場合は
 - ⑤ パートナーを設定する。

[STEP4]

最後に⑥アイデアを整理する。

