

人の新しい行動を促す新規事業検討とMVP開発

sse09-03

大澤 俊

当初の出発点と課題

「あたらしいことをする人を増やしたい」という個人の想いから検討を開始。

誰のどんな困りごとを解くかが曖昧で、解決策を選ぶ基準が定まらなかった。

ジョブ起点で具体化

「やろうとしている人がいるが、うまくいっていないことをジョブとする」と定義。

ジョブ・課題から解決策を定め、MVPを作り、実利用を通じて検証した。

今回の実践：仮説を立て、MVPを作り、使ってもらう

① 仮説を立てる

「日々の家での料理」の領域に絞り込み探索し、調査データから「いろいろ試したいのにいつも同じ料理になっている」= 献立のマンネリ化を課題とした。

そこから「いつもと違う選択肢の中から、負荷を感じずに“今日これを作ろう”と決めたい」がジョブである、と仮説を立てた。

② MVPを作る(iOSアプリ)

保存 → 思い出す → 作ったことを記録



App Store
リンクURL ↓



③ 使ってもらう

実際にアプリを利用してもらい、その時とった行動と本人の声を手がかりに、仮説を見直す。

■ 出てきた声
「作りたい時に一から探さなくていいのは楽」。「作ったことのある料理の数は増えそう」

検証から出てきた新たな仮説

「作ったことのある料理の数は増えそう。でも、新しいことができるようになった、という感じはしない」という声が出てきた。

■ 考察

作ったことのあるレシピの数が増えることと、料理ができるようになった実感には、ずれがあるのではないか？

■ 次に確かめるべき新たな仮説

新しいレシピへのチャレンジを起こすためには「こう手を加えたら味はどうなるのか？」という工夫と結果の関係が分かることが重要ではないか？

実践を通して得られた気づき

新たに出てきた仮説から「作ったレシピの数が増えれば、料理ができる実感も得られる」という暗黙の前提を見直す契機に。

このように、具体的な出来事に触れる前にジョブを固めると、こうしたずれを見落としたまま検討を進めるおそれがあると気づいた。

MVPを作る障壁が下がった今、実際の出来事からジョブ・課題の仮説を立て、確かめ直すサイクルを早く回す。そこに事業開発の力を注ぐことが最も重要だと感じた。