

## 企画プレゼンテーションでは、4つの賞を用意しています

10チームによる企画プレゼンテーションには4つの賞を用意しています。

審査員による採点の結果、最上位の1チームに贈られるのは、最優秀賞です。惜しくも次点となった2チームには、優秀賞が贈られます。

また、各チームにさまざまなサポートとアドバイスを提供してくれてきた人間中心設計(HCD)専門家であるファシリテーターの投票で決まるのは、HCDファシリテーター賞です。これは、各ファシリテーターが、自分の



チーム以外で評価したいチームに投票し、選ばれる賞です。他のファシリテーターにアピールするにはどんなことが必要か、

仮説を立てて取り組んでみましょう。

会場でみなさんのアクティングアウトを見る聴衆が選ぶのは、オーディエンス賞です。アクティングアウト終了後の5分間が、そのチームへの投票時間となります。会場に応援に来てくれる上司や同僚には、投票時間を逃さないように、この投票ルールを伝えておきましょう。

受賞チームのメンバーそれぞれには、後日、記念となる特製トロフィーが送付されます。こちらも楽しみに。

## 企画プレゼンテーション会場のお知らせ

企画プレゼンテーションは、組込みシステム技術協会が主催する展示会「EdgeTech+ 2024」の企画の一つとして、パシフィコ横浜で行われます。

仮説検証ブートキャンプに参加するチームメンバーとファシリテーターには、2F講師受付付近にて専用の入場バッジが配布されます。入場バッジ受け取り後、13:00までに1F展示ホール内のRoomE(展示ホールA奥)に集合してください。

早めに入場して雰囲気確かめたり、事前に集まって最終練習を行うのもよいでしょう。

なお、会場に応援に来てくれる上司や同僚の方々の入場には、事前にEdgeTech+ 2024ウェブサイトからの来場者登録(無料)

が必要です。席に限りがありますので、早めの登録がお勧めです。

では、当日、お会いしましょう。

**パシフィコ横浜アクセスマップ**

住所 : 〒220-0012 横浜市西区みなとみらい1-1-1

最寄り駅 : みなとみらい線 みなとみらい駅から徒歩5分  
JR根岸線/市営地下鉄ブルーライン 桜木町駅から徒歩12分

集合 : 2F講師受付にて受付後、13:00に1F展示ホール内RoomEへ集合。



# 結局 V(Uncertainty) C(Complexity) A(Ambiguity) とどう付き合う?

仮説検証ブートキャンプには「VUCAワールドを制する短期集中トレーニング」というサブタイトルが付けられている。

この「VUCA」というキーワードについては、ラーニングサイトの「仮説検証ブートキャンプ入門」でも説明しているが、ある環境が、早く大きな変化(Volatility)の中にあり、それに加えて、不確実(Uncertainty)で、複雑(Complexity)で、曖昧(Ambiguity)であるため、未来を予測しにくい状態にあることを表している。簡単に言えば、「一寸先は闇」の状態だ。

このような環境下では、従来のように長期的な戦略を立てたり、確実な情報に基づく意思決定が難しくなる。ひらめいたアイデアやそれをもとに予測した未来へのシナリオも、急速な技術革新や市場環境の変化の中では、常に新しい環境にあわせて更新し続ける必要があるだろう。

仮説を立て、検証する方法は、今回の仮説検証ブートキャンプで紹介している手法以外にも様々なものがある。だが、どのような手法を使ったとしても、短い期間で仮説と検証を繰り返して、アイデアとシナリオを練り上げることの重要性は変わらない。「ペルソナ」「インタビュー」「ストーリーボード」「アクティングアウト」のよいとこ

ろは、誰でもが特別な機器を用意することなく試してみることができる点だろう。これらの手法を使いこなすことができれば、小さな実験を通して市場の反応やユーザーのニーズを早期に確認することが期待でき、実現可能性の低いアイデアにリソースを割くことなく、何が効果的なのかを検証し、最適な解決策を見つけ出せるだろう。

また、これらの手法は、ユーザーや市場に近い視点を獲得するための重要な手段でもある。市場の変化に対応するためには、顧客ニーズやトレンドを敏感に察知することが不可欠だが、「ペルソナ」を起点として「インタビュー」でフィットするかを確認し、ユーザーを中心とした「ストーリーボード」の形でソリューションを検討していくことは、ニーズを的確に捉えた製品・サービスの開発を促すことにつながる。また、ペルソナになりきっての「アクティングアウト」は、簡易的なユーザーテストでもある。

さらに、仮説検証を重ねることは、組織文化の変革にも繋がると言われている。VUCA環境下で求められるのは、「失敗しないこと」を重視する文化よりも、「失敗からの学び」を重視する文化だ。仮説の検証により得られた結果は期待通りでなくても、そこで得られた洞察や改善点は、次なる仮説の土台となる。小さな失敗や仮説修正を重ねて、継続的に取り組むことができる文化を育むことが、組織の長期的な競争優位性の確立に繋がる。

ここまで、仮説検証と、紹介した手法について考えられる有用な点ばかりを挙げてきたが、実際には一見簡単で取り組みやすいだけに、扱いの難しさもある。都合のよい「ペルソナ」を作ってしまう、「インタビュー」で偏った意見のみを恣意的に取り上げ、自分たちの成功をゴールとした「ストーリーボード」をもとに、見栄えのよい「アクティングアウト」を追求してしまう。そして、それをもとにした製品やサービスの展開を許容してしまうような、批判のない組織だったらどうなるだろう。仮説検証に対して、こうしたネガティブな視点を感じたなら、ではどのようにするとそれを避けることができるのか、ぜひ仮説を立てて検証してみてもらいたい。

VUCA環境では未来が予測しにくい、「一寸先は闇」であることは冒頭にふれたが、コンピュータ科学者であるアラン・ケイの有名な言葉に、「the best way to predict the future is to invent it」というものがある。VUCA環境と上手く付き合っていく時に必要なのはまさに、仮説検証をもとにして「未来を予測する一番よい方法は、それを創り出すこと」だろう。

## 仮説検証の本棚

仮説検証ブートキャンプが終わった後にも、現場の中で仮説検証は続く。仮説検証の考え方や方法を何度でも振り返るための参考書籍を紹介する。

**ジョブ理論 イノベーションを予測可能にする消費のメカニズム**

クレイトンMクリステンセン他著 (ハーバード・ビジネス・レビュー 2,200円)

『イノベーションのジレンマ』で著名なクリステンセンが、顧客が商品やサービスを選択する過程を「何を解決するために雇うか」という視点で読み解く。

**ABOUT FACE インタラクションデザインの本質**

アラン・クーバー他著 (マイナビ出版 6,589円)

ソフトウェアのインタラクションデザインのベストプラクティスについて、Visual Basicの設計者が解説する。「ペルソナ」をはじめて世に紹介した本としても有名。

**エクスペリエンス・オーケストレーション**

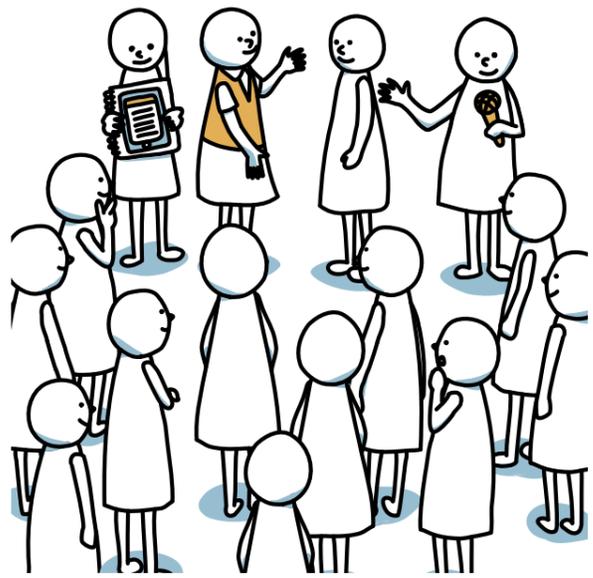
クリス・リスドン他著 (東京電機大学出版局 4,950円)

今回のワークでは掘り下げなかったが、「カスタマージャーニーマップ」をとおして、顧客体験を設計する方法を、第一人者が解説する。

**仮説思考 BCG 流 問題発見・解決の発想法**

内田和成著 (東洋経済新報社 1,760円)

素早く仮説を立て、限られた時間を検証に使うことを提案。「どうすれば早く良い仮説を立てられるか」「仮説が正しいかどうかを、どう検証すればいいのかわかるか」について、事例を元に解説する。



## 来場者に一目でわかる、ひと言を

11/22 の会場では、来場者向けに、登壇チームの一覧を掲載したパンフレットが配布される。このパンフレットには、チーム名やチーム写真のほか、32文字以内のソリューションタイトル、128文字以内のソリューション概要が掲載される。

エレベーターピッチと呼ばれる、エレベータに乗っている15~30秒程度の短時間でアイデアをアピールするプレゼンテーション手法がある。パンフレットに掲載するタイトルと概要は、文字によるエレベーターピッチだ。審査員だけでなく、一見の聴衆の興味を引き、効果的に伝わる言葉を探そう。そんなキャッチーな言葉は、アクティングアウトでソリューションを紹介する際の、「キメの一言」にもなるはずだ。



ステージでは、背景にスクリーンが設置され、このスクリーンにはアクティングアウト中に最大4枚の資料を投影できる。アクティングアウトの場面毎の状況を投影してもよいし、ソリューションの説明を投影してもよいだろう。

注意しなければならないのは、投影内容に文章を入れる場合の、文字の大きさやコントラストだ。スクリーンは大きいものの、会場は明るいため、小さな文字や淡い文字は会場の聴衆には読めない可能性がある。パンフレット以外の資料が聴衆の手元に配付されることもないため、文章による詳細な説明は避けたい方がよいだろう。

会場と同じ環境はなかなか用意できないだろうが、明るい場所に置いたプロジェクターを利用して、見え方を確認しながら調整したい。

## 背景に投影可能な資料は4枚まで

## 全員参加で、役割をわかりやすく

アクティングアウトで表現したい状況を説明するには、ナレーションはとても便利な役割だ。参加者それぞれが担当するペルソナの言葉でわかりやすく状況を説明することは、シナリオを練り込むことと、息の合った演技を行うことが重要になり、限られた時間の中でそれを行っていくことはかなりの工夫を要するだろう。ナレーションによる状況説明に頼ってしまうことは避けたいが、タイミングよく簡潔な説明をいれることで、テンポよく進めることができるだろう。

参加者全員がアクティングアウトに参加することは審査員や聴衆に対するアピールとしても有効だが、誰がどのような役割を演じているのかを一目で伝えることにも工夫をしたい。自分が演じる役割のペルソナを掘り下げることはもちろんだが、それを見やすくボードに掲げて演じること、投影する資料には状況だけでなく役割も掲載すること等、伝える工夫にも挑戦してほしい。



## プレゼンテーション自体は5~7分で

登壇する1チームに割り当てられる持ち時間は、質疑応答も含めて10分。チーム名とソリューションは司会者から紹介されるが、まずは導入として、ソリューションについて簡単に説明することから始めるとよいだろう。その後、アクティングアウトを行うが、実際に使えるのは5~7分といったところだ。

アクティングアウトの短い時間で、練り上げたソリューションの全てを伝えるのは難しいだろう。そこで、パンフレットに掲載する概要などと組み合わせて、どの媒体で何を表現するか、その内容やバランスを入念に検討しておきたい。

当日はステージから視認できる10分間のカウントダウンタイマーを用意することを検討しているが、持ち時間を意識しながら練習しよう。

アクティングアウトが終わった後、審査員からはコメントや質問が寄せられる場合がある。ステージで突然意見を求められる際に、無言が続いてしまうのは時間ももったいない。事前に想定しておらず、チーム内で意見が分かれそうな質問であっても、無言の時間が続くよりは、積極的に「自分の考えですが、〇〇と思います」「そのような考え方もありますが、〇〇という場合には〇〇になるでしょう」といった形で意見をかぶせて、状況やソリューションについて説明を加えたい。

注意点としては、先に出た意見を否定しないこと。どのような前提の違いが意見の違いになっているのかを短い言葉で説明できれば、質疑応答としてベストだろう。



## ステージでは無言になるより多様な意見を

## 敵を知り、己を知れば、仮説検証はもっと捗る

11/22の企画プレゼンテーションの審査において、評価の軸になるのは何だろうか。

通常の仮説検証では、ソリューションのターゲットとなるユーザーを中心に検討していくが、ここでは審査員の評価視点から効果的なアクティングアウトについて、仮説検証を進めてみよう。

DAY2とDAY3で行ったアクティングアウトは、自分たちのソリューションが機能するかどうかを検証する役割が大きかった。ソリューションをそれぞれの立場から擬似的に体感し、課題の状況にフィットしているか、ターゲットユーザーのニーズを満たしているかについて、仮説と検証を繰り返すためのツールだった。

一方で、企画プレゼンテーションでのアクティングアウトは、このような検証としての役割と比較すると、議論に参加していない審査員や会場の聴衆に、「伝える」「評価してもらう」役割が大きい。

右に挙げる5つの項目は、評価軸として審査員に共有しているものだ。全てに高得点をめざすか、取りこぼしを減らすか。もともと

のソリューションのエッセンスを生きながら、「自分たちがこの評価軸を与えられた審査員だとしたらどう評価するか」という視点をもとに、チームでアクティングアウトの内容を検討してみよう。

### 独自性

#### これまでにない視点か?

ネット検索ですぐ見つけられるような、既に広く知られるようなソリューションの紹介にとどまると、評価は低い。全く新しいアイデアだけでなく、既に知られているものでも「そんな使い方が!」といった発想の転換は、評価される。

### 社会的インパクト

#### インパクトの範囲は?

ソリューションが影響を与える範囲が、個人や小さな集団に対してなのか、地域や社会的といった大きな集団なのかを評価する。社会のような広い範囲を狙う場合、ターゲットが漠然しがちなので注意が必要。

### 魅力度

#### 伝えたい魅力は?

顧客満足度を測るネット・プロモーター・スコアのような、「誰かに伝えたい魅力があるか」という観点から評価する。身近な人とだけにとどまらず、様々な人に伝えたい魅力は、高い評価となる。

### 仮説検証度

#### 仮説検証は繰り返した?

審査員にはDAY1~DAY3での検討内容(ワークの成果物)が資料として共有される。この資料をもとに仮説検証のプロセスが繰り返されているかが評価されるが、投影資料や説明の中でチームの取り組みを補足してもよいだろう。

### パフォーマンス性

#### みんな舞台を楽しんだ?

ナレーター役が一人で全てを説明してしまうより、チーム全員が役割をもって演じることが評価される。また、演技の巧みさが評価の基準ではなく、参加者全員が楽しみながら参加しているかを評価する。