



## 2020年11月～12月 ワークショップ開催のご報告

11月  
開催

### ～OMOで女性インサイトはつかめるか？～ ペルソナ視点で考えるOMOワークショップ

#### 概要

- 開催日時：2020年11月4日（水）・11日（水） 13:30～15:30
- 開催方法：Zoomミーティングによるオンライン
- 参加料：無料
- 全体モデレーター：VMIパートナーズ合同会社 黒川智生氏
- 主催：WIC@LAB（共同印刷株式会社）

現在OMOへの取り組みをあわただしく迫られている方が、業界を問わず急増しており、この時期だからこそ、「お客さま視点のOMOとは何か」を改めて取り組み方を見直す必要があるとWIC@LABでは考えています。

当ワークショップでは、①ミドルクラスのブランド商材のコミュニケーションをOMOの視点で考えるチームと、②子育て中の女性にとってのパンのサブスクの価値を考えるチームに分かれ、ペルソナキューブをもとにした議論を交わしました。

12月  
開催

### ～本格的なペルソナ活用をプロから学ぼう～ サービスデザイン・ワークショップ講座

#### 概要

- 日時：2020年12月10日（木）10:00～16:00（お昼休憩1h含む）
- 開催方法：Zoomミーティングによるオンライン
- 参加料：WIC@LAB会員：無料／非会員：8,000円（税込み）
- 定員：20名
- 全体モデレーター：株式会社オージス総研 竹政昭利氏
- 主催：WIC@LAB（共同印刷株式会社）

サービスデザイン思考とは、「顧客の視点から問題点を見つけ出し、顧客にとって好ましく、価値があるアイデアを発想・検証し、提供者の視点から、全体のサービスをデザインし、ビジネスとして提供すること」（オージス総研）。マーケティングが大きく変動している今だからこそ、改めてサービスデザイン思考の概念を学び、自社のマーケティング手法に取り入れるためのワークショップ。



## ～OMOで女性インサイトはつかめるか？～ ペルソナ視点で考えるOMOワークショップ

WIC@LABサミットにより定義されたニューノーマル時代のペルソナをもとに、

- OMOが巷で多く語られるが、何を指し、自社の取り組み以外はどうなのか？
  - OMOで女性インサイトはつかめるか？ インサイトに触れる仕組みとは何か？
  - 上記2つの課題へのアプローチで、“ペルソナキューブ”はどう貢献するか？
- をコンセプトに組み立て、2テーマ・2チームに分けて進めました。  
多様な業種が集まり、今までにない有意義な議論が交わされました。

水沢 彩(29歳・未婚)



※WIC@LABが定義した仮想ペルソナ

### Aチームテーマ：水沢彩×FURLAのOMOをどう進めるか？ 議論の方向性：

- OMOを議論する上で、参加者の多くが知っていて、何らかの印象があるブランドで、リアル店舗もECも持つところを設定した。「ルイヴィトンほどは高くないが、国産のそれと比較すると安くはない」そんなポジションのブランドをどう表現するのが、お客様との交流を増やすか？の視点で議論を進める。
- コロナ禍になり、外出用やビジネス用バッグへのニーズが減っている。だが、それだからこそ、メインの品種をどうアプローチするか？ユニーク、かつ、リアルを考える意味がある。

### Bチームテーマ：菅野陽子×フレッシュパンのサブスク 議論の方向性：

- 家族がいる方、日々新しいものを作り、ダイレクトにお客様へ届けることができる業態を選んだ。
- 菅野さんの家族構成、彼女の現在の感情から、「フレッシュパン」の位置づけは、何を楽しくしてくれるのか？満たしてくれるのか？インサイトを多面的に見てほしい。
- フレッシュパンをサブスクモデルで購入するということは、何かの理由があるはず。それは何と想像されるか？パンは自分でも作れるし、近くで買うこともできる。それでもサブスクとは？

菅野 陽子(42歳・2児マザー)



※WIC@LABが定義した仮想ペルソナ



### 全体モデレーター：黒川智生氏

VMIパートナーズ合同会社代表社員。

1988年國學院大學文学部史学科卒。(株)ワールドにてアパレル&雑貨ブランド業務を担う。2006年3月独立。東アジアのファッションブランドを主な対象とし「BRANDING」「MERCHANDISING」「LOGISTICS」の分野で事業戦略構築&実施を支援。一般財団法人ファッション産業人材育成機構(IFIBiznesスクール)と文化服装学院では、各種クラスで講師を担当。



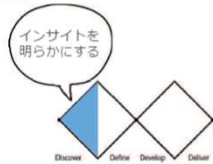
## ～本格的なペルソナ活用をプロから学ぼう～ サービスデザイン・ワークショップ講座

当ワークショップは、

- サービスデザイン思考概要とその意義を把握
  - ペルソナキューブを活用したペルソナの組み立て方
  - カスタマージャーニー (AS-IS) を作成し、プロトタイプ作成・発表
- という盛りだくさんの内容となりました。ワーク内容が多岐にわたり戸惑う場面もありましたが、最終的なペルソナとアイデアのアウトプットは質の高いものがそろいました。

### DISCOVER 探究 共感、テーマの定義

- ・ステークホルダー・マップ
  - ・デプスインタビュー
  - ・行動観察
  - ・文脈的インタビュー
  - ・上位下位関係分析
  - ・ペルソナ
  - ・カスタマージャーニーマップ
- など



### DEVELOP 再構成 アイデアの視覚化と評価

- ・カスタマージャーニーマップ
  - ・アクティングアウト
  - ・プロトタイプ
  - ・ストーリーボード
- など



### DEFINE 設計 アイデア創出

- ・ブレインストーミング
  - ・バイアス崩し (強制発想)
  - ・SEPIAフレームワーク
  - ・UXコンセプトツリー
  - ・デスクトップウォークスルー
- など



### DELIVER 実施 アイデアのビジネス化

- ・ビジネスモデルキャンパス
  - ・サービスブループリント
- など

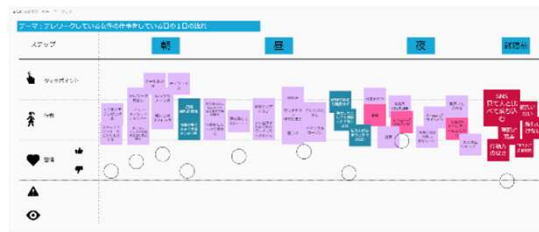


### <各チームのワーキング結果>

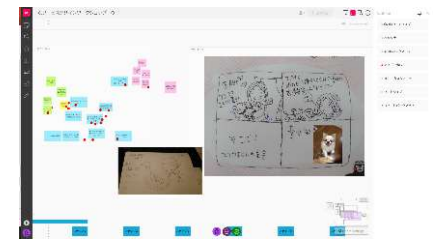
#### ペルソナの肉付け



#### カスタマージャーニーマップ



#### プロトタイプ (四コママンガ)



### 全体モデレーター：株式会社オーガス総研 ビジネスイノベーションセンター長 竹政 昭利氏

オブジェクト指向システムの開発、デザイン思考関係を中心にコンサルティング、開発者向けトレーニング、セミナーの講師を行いながら、JUAS（一般社団法人 日本情報システム・ユーザー会）セミナー「デザイン思考入門」講師ファシリテーター2014年～現在も継続（年2回実施）。ビジネスイノベーションセンターが主催するセミナーやコミュニティにおいて、デザイン思考とアジャイル開発、チームデザインの組み合わせの普及に取り組み中。





## WIC@LAB活動のご紹介

多様化する女性の価値観やインサイトを研究するマーケティング・ラボWIC@LABでは、マーケティング手法の開発、人材育成、ペルソナキューブ活用によるデータ連携研究を行っています。

### ■セミナー・ワークショップ予定

・WIC@LABプレミアムセミナー（2021/1/26開催）

『ウイズコロナで変わる女性たちの意識  
薬やサプリメントとのいい関係』

今後も食や金融、健康などをテーマに開催していきます。

※WIC@LAB問い合わせ先：

[wicalab@kyodoprinting.co.jp](mailto:wicalab@kyodoprinting.co.jp)（WIC@LAB運営本部）

月次アンケートレポート  
・ワークショップレポート  
を定期発行中！



<https://wicalab.com/download/>

## ペルソナキューブ無料トライアル 申し込み受付中

WIC@LABでは多くの方にペルソナキューブをご体験いただきたく、無料トライアルをご案内しております。

約60分程度の操作説明を行い、各企業様の課題に沿ってどんな使い方ができるかのご提案をさせていただきます。

ご希望の方はWIC@LAB運営本部までお問い合わせください。

