

行政・公共サービスにおける HCDの活動紹介



KEY PERSON INTERVIEW

経済産業省：松島さおりさん

CASE STUDY

株式会社コンセントほか

HCD の困りごと **Q&A** 行政・公共サービス編

KEY PERSON INTERVIEW

経済産業省 松島 さおりさん

国のクールジャパン戦略を担う
経済産業省・クリエイティブ産業課。
同課にて、企業や地域への
デザインの普及を担当されている
松島さおりさんに、行政における
HCDへの取り組みについて
話を伺いました。

「クリエイティブ産業の支援のために 行政内外でHCDの活用を推進」

PROFILE

2013年4月株式会社スマイルズ入社。店舗営業、人材採用・開発などを担当。2015年7月より、官民交流制度を通じて経済産業省へ出向。クールジャパン政策を推進する商務情報政策局 生活文化創造産業課(クリエイティブ産業課)にて、デザイン政策に携わっている。

「デザインを産業振興やイノベーションに役立てたい」

クリエイティブ産業課では、どのような取り組みを実施されているのでしょうか。

クリエイティブ産業課(生活文化創造産業課)は、クリエイティブ産業の振興とクールジャパン政策の推進を目指して2011年に設立されました。クールジャパン政策では、日本ならではの魅力を活かした商材・サービスの海外市場の販路開拓を支援していますが、日本らしい価値の発掘や磨き上げにはデザインの力が重要です。そこで、デザイン政策では、「経営」、「教育」、「国際化」という3つの柱を中心に、デザインを活用した商品開発・市場開拓や、デザイン思考・デザイン経営に関する調査研究も行っています。よく知られている施策では、優れたデザインの価値を顕彰し普及につなげる「グッドデザイン賞」、「キッズデザイン賞」などがあります。

HCDやデザイン思考については「国際競争力強化のためのデザイン思考を活用した経営実態調査(2013年度)」や「デザインの活用によるイノベーション創出環境整備に向けたデザイン業の実態調査研究(2015年度)」などの企業調査も見られますね。

調査の結果、デザイナーの役割がプロダクトやグラフィック、WebからUXデザインへと領域が広がっていることが分かりました。これはUXデザインやデザイン思考がビジネス一般において注目され活用が進んだこと、デザインコンサルティングを事業とする企業への認知が増えたことが関係していると考えられます。よく指摘される消費者の嗜好の変化——機能や色、形で選ぶ「モノ消費」から、世界観やストーリーをきっかけに選ぶ「コト消費」——に 대응していくために、これからの産業には、製品やサービスがどのように生活を豊かにするだろうか?というデザイン思考的な消費者起点の考え方や、開発のプロセス全体をデザインする意識が大切になるでしょう。

デザイナーは元々そうした発想を持っている方が多いと思いますが、デザイナー以外の職種の方々が「デザイン=モノの見栄えを良くする行為」という認識から、「デザイン=課題解決・イノベーションにつながるUXデザインやデザイン思考まで含む」という理解へシフトしていくことが重要だと考えています。そのため当課では、デザイン思考を活用した成功事例を調査するなど、広義のデザインの普及・

啓発活動に取り組んでいます。

確かに経営者や中小企業、地域といった多様な支援が目を見えますね。

デザイナーの活用やデザイン導入には経営者のデザインに対する考え方が大きく影響しますから、経営者への啓蒙活動には力を入れています。先に述べたような優れたデザインの顕彰や、デザイン啓蒙活動への後援、デザインの有用性や投資の必要性についての調査、国内外の成功事例の取りまとめなどを積極的に発信しています。各都道府県のデザイン政策を収めた『デザイン政策ハンドブック』の発行もそうした発信ツールのひとつであり、直接の窓口である地方経済産業局の担当者に活用していただいています。

また、日本の良さを活かした商材の海外展開を目指す中小企業とデザイナー・プロデューサーの活動をサポートする「MORE THAN PROJECT」、同様の座組でインバウンド開拓を目指す「Travel Mine Japan」などのプロジェクトも実施しています。2015年度は、世界に知られていない地方産品を発掘し海外販路開拓を支援する「The Wonder 500」を実施しました。これまで地方産品の海外展開支援は、作り手側の視点で選出されることが主でしたが、「The Wonder 500」では、ユーザーのニーズや海外視点に長けたクリエイターが「使い手に喜ばれるものかどうか」という視点で選出しているのが特長です。

「デザインを普及するため行政内にも施策を展開」

前述のような外部に働きかける活動の他に、行政内でも、デザインの普及・啓発活動を行われているそうですね。

中小企業の方々にデザインの重要性を伝えるには、まず支援する側の徹底した理解が欠かせません。そこで、全国にある地方経済産業局の職員や地方公共団体のデザイン担当者、公設試験研究機関の方を対象に、「デザイン行政研修」を2013年から毎年、実施しています。デザインの動向や企業の取り組み、デザイナーのニーズ、効果的な連携・戦略についてなど、デザイン産業の振興に取り組むために必要な知識やスキルの習得、さらにはデザイン思考を学ぶワークショップを通して、「デザイン」とは何かをリアルに体験していただくことが目的です。



『デザイン政策ハンドブック2016』は経産省のウェブサイトにPDF版も用意されている

松島さんご自身のHCDへの取り組みや考え方を教えてください。

私自身の取り組みでは、試行錯誤ではありますが、例えば1、2カ月に一度、クリエイティブ産業に関わるさまざまな外部クリエイターを招いて、彼らのニーズや課題をヒアリングし、議論する機会を設けています。まだ表出していないユーザーのニーズを発見してアプローチするデザイン思考は行政にも役立つところがありますので、外部の方との議論はいいきっかけになると考えています。実際、デザイン思考を取り入れた業務効率化の取り組みが、省内で働き方改革表彰を受けるなど、仕事に活用してみようという動きが活発になってきていますね。

HCDやデザイン思考と聞くと、特別なスキルが必要だと思われがちですが、実はもっと身近なものではないでしょうか。「こうしたい」という目的に対して、そこにアプローチするために本当に必要なものは何なのか?を考え、いろいろな人の意見を聞きながら実現していく——このようなプロセスは通常の仕事や日常生活において、みなさん経験されているはず。「作る人と使う人の関係を考える」ことは、誰にでも実践できます。HCDはこれからの社会や暮らしにフィットする素晴らしい考え方や個人的にも思うので、今後も普及に努めて、多くの方々に活用いただきたいです。

✓ POINT

- 生活をいかに豊かにできるか?という発想と開発のプロセス全体をデザインする意識が、これからの産業には必要。
- ビジネスでのデザイナー活用やデザイン導入のために、経営者へのデザイン啓蒙活動に注力。
- ユーザーのニーズを発見・アプローチしていくデザイン思考のプロセスを行政にも活用。

CASE STUDY

株式会社コンセント ほか

サービスデザイン思考により 公共の課題を共創で解決する

行政課題や社会課題の解決を試みる研究開発活動「PUB.LAB.」
「PUB. LAB. (パブラボ)」は、株式会社コンセント（以下コンセント）による行政や社会の課題解決を試みる研究開発活動である。サービスデザイン（※）のアプローチを活用した、行政、企業、民間団体、市民など立場の違うステークホルダーの「共創」により、さまざまな課題解決を目指し、パイロットプロジェクトの実践、メソッドや方法論に関する研究活動を展開している。

※：サービスデザインとは「企業などの組織が顧客に提供するものは有形無形を問わず、すべてサービスであると捉えて、顧客体験を基点として事業全体を再構築する」というものである。サービスデザインでは、「ユーザー中心」を第一に掲げており、そのためプロセスとしてHCDのアプローチを用いることが多い。

PUB. LAB.



いすみ市発 房総ライフスタイルプロジェクト

コンセントはPUB.LAB.の活動の一環として、2015年度より、いすみ市の地域課題解決を目指したプロジェクトを実施している。それが、「いすみ市発 房総ライフスタイルプロジェクト」である。千葉県いすみ市と武蔵野美術大学デザイン・ラウンジが提携して進めている産官学民協働プロジェクトで、いすみ市民をはじめ、地域おこし協力隊や地元団体「NPO法人いすみライフスタイル研究所」などと連携しながら活動している。2015年は「いすみライフスタイルリサーチ」、2016年は「いすみ未来会議」という活動を行った。



○プロジェクト主体

千葉県いすみ市
武蔵野美術大学デザイン・ラウンジ
株式会社コンセント
NPO法人いすみライフスタイル研究所
いすみ地域おこし協力隊

○紹介サイト

いすみ市発 房総ライフスタイルプロジェクト Vol.1



<http://www.concentinc.jp/labs/2015/12/isumi-boso-life-style-project-1/>

いすみ市発 房総ライフスタイルプロジェクト Vol.2



<http://sd-park.tumblr.com/post/146049788786/bousoulifestyle-vol2>

成果

- HCDプロセスを利用して、市民とともに、ユーザー（市民）を取り巻く課題の構造化、課題を発見した
- 地域おこし協力隊など地域のプレーヤーの活動支援にHCDプロセスを適用し「共創」の場づくりを実現した

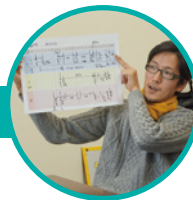
いすみ市の地域特性

- 1 都心からのアクセスが1時間程度の千葉県房総半島南部に位置する市
- 2 良好な漁場を営む里海と昔ながらの田園地帯が残る里山
- 3 都会からの移住・定住の促進に注力
- 4 サーファー、エコな暮らしを求める人、IT系リモートワーカーなど多様な暮らしを送る人が存在

プロジェクト概要

2015年 いすみライフスタイルリサーチ

多様な暮らしを実践している市民の関係性や課題構造を明確にして、どのような解決策が必要なのかを検討した。具体的には、市民参加のワークショップからライフスタイルを調査し、優先すべき課題テーマとして「子育て」と「農業」を設定した。そこからフィールド調査、エスノグラフィ調査を実施し、課題の構造を「サービスエコロジーマップ」と呼ばれるダイアグラムで可視化。市民と解決策（事業アイデア）を検討した（詳細は右ページ参照）。



2016年 いすみ未来会議

いすみ未来会議は、いすみ市の未来について多様なステークホルダーを巻き込みながら検討を行うシンポジウムである。継続的に地域で解決策を生み出す「共創の場」として機能させるため、開催に向けてはまず、地域おこし協力隊のビジネスプラン検討を支援し、いすみ未来会議に参加する市民に対してプレゼンテーションを実施した。そして、その内容をもとにいすみ市の未来について、市民とのディスカッションを行った。



「いすみライフスタイルリサーチ」における取り組み



ここではHCDプロセスの公共分野への適用という観点から「いすみライフスタイルリサーチ」について紹介する。このプロジェクトでは、参加市民の目線をそろえ、本質的な課題を定義するために、初期段階から市民を巻き込む「共創」型プロセスを実践した。「共創」型プロセスを実践した理由としては、「いすみ市の地域特性」の4から見られるように、いすみ市には、自身の志向に合わせて多様なライフスタイルを送る人が存在しており、移住・定住に関して、そもそもどのような課題があるのかを、地域の状況を全体的な視点で捉えて定義する必要があったことが挙げられる。

ステップ 1：住民セグメントの分類

いすみ市住民のライフスタイルを理解するために「いすみライフスタイル類型化ワークショップ」を市民と実践した。このワークショップは、いすみ市住民のさまざまなライフスタイルを洗い出して分類した上で、それぞれのセグメントに属する住民の特徴と課題を理解し、分類した各セグメントの住民について、各グループで現状の情報共有を図ることを目的としている。結果として、地域に強みがあり、移住促進につながるテーマとして「子育て」、「農業」を設定し、移住・定住促進へ向けたアプローチ検討のための調査対象とした。



ワークショップでライフスタイルの洗い出しを行った

ステップ 2：住民への調査

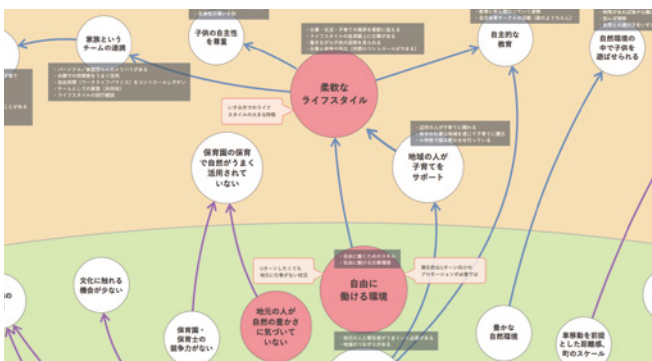
「子育て」、「農業」それぞれのセグメントに合致する市民のリクルーティングを行い、フィールド調査やインタビューを実施した。「子育て」では、いすみ市で実際に子育てをしている方々を招いてワークショップ形式で調査をした。具体的には、「我が家の1日」と題した代表的1日のタイムスケジュール発表と、「子育て」から連想される言葉を自由に書き出すワークを実施した。「農業」については、フィールドワークとして、農業従事者の生産現場へ出向き、実際の暮らしや仕事の様子を観察した。また、同時にデブスタインタビューを実施した。



農業従事者へのフィールドワークの様子

ステップ 3：プロブレムフレーミング

調査結果からの気づきを構造化、視覚化し分析することで、調査対象セグメントの潜在的課題を捉えた。「子育て」では、いすみ市は豊富な自然環境があり、認識されている顕在的な課題は少ない。しかし、分析の結果、「自由なワークスタイル」が子育てに良い環境づくりを下支えている構造が明らかになり、本質的課題として「自由なワークスタイルを選択できる環境づくり」を設定した。「農業」も同様に検討を行い、一方的なプロモーションではない、「農業を通じた地域外とのコミュニケーション」の必要性を本質的課題として設定した。



「子育て」系市民の課題構造 (サービスエコロジーマップ：部分)

ステップ 4：アイディエーション

「子育て」と「農業」両者の課題特定の議論から共通する観点として、「いすみ市に来る人にとっての魅力」と「いすみ市で暮らしている人のメリット」の両立を行うことが、本質的な移住・定住促進に有効であるという結論を得た。これは、単なる観光やプロモーションではなく、地元の生活に根付いた魅力で、来訪者がいすみ市での暮らしをリアルに想起できるものである必要がある。このようなテーマをもとに市民とともに、解決策のプロトタイプングとして、サービスアイデア発想ワークショップを開催し、事業アイデアの検討と共有を実践した。



アイディエーションワークショップで解決策をプロトタイプング

HCDの困りごと Q&A

HCDの実践において寄せられる質問と答えをまとめました。

Q. 行政・公共サービスを効果的に提供するには？

A. HCDの手法を基本にしたサービスデザインのアプローチを活用しましょう。ユーザー調査の手法を活用して、住民の真の課題や状況を把握することからスタートします。

行政・公共サービスを効果的に提供するには、HCDの手法を基本にしたサービスデザインを取り入れるのがお勧めです。デザインというと目に見える“形”を考えるものとして捉えられていますが、サービスデザインでは、そこから一歩踏み込んで、住民にとって役に立つこと、嬉しくなることを提供するためにはどうするかといった“仕組み”をデザインします。

では、サービスデザインをどう導入するのか。例えばユーザー調査という手法を用いて住民の課題や状況を把握することからスタートします。ここで大切なのは、従来の住民アンケートに象徴される定量的な調査だけでなく、対象者を絞り、定性的に住民の体験を捉えていくことです。

対象を「引っ越しをする人」に絞ったとしましょう。住民票の移動からゴミの始末まで、引っ越しの際にやるべきことの多くは行政が提

供するサービスと関連していますよね。その対象者が、引っ越しをする前、引っ越しをする時、引っ越しをした後、それぞれの場面でどのような情報を必要とするのか、ひとつひとつ丁寧に観察調査していくのです。サービスデザインでは、このようにユーザーの体験を時間軸で捉えていきます。

もう1つ、サービスデザインには大きな特徴があります。サービスデザインとHCDはとても近いものですが、HCDは視点がユーザー中心なのに対し、サービスデザインはユーザーに加え、提供する人たちのことも考えます。提供する人たちの使いやすさを考慮して初めてサービスが円滑に進んでいくからです。サービスデザインを学ぶには、HCDの基礎学習に加え、サービスデザインの専門書籍を読まれるといいでしょう。

Q. 住民参加型の行政を実践するには？


A. HCDやサービスデザインを学び、取り入れてみましょう。まずは小さな活動から実践を始めるといいでしょう。住民参加を進める仕組みが大切です。

HCD、並びにサービスデザインは効果的な住民参加を実現する方法です。これまでも住民参加ということ意識して、公聴会や市民アンケートの実施、提案箱の設置などさまざまな仕組みを導入されてきたと思います。ところが、それらは往々にして一方通行に終わりがちです。住民が行政と一緒に地域について考え、より暮らしやすい環境を整えていく本来の住民参加を実践するには、「ユーザーとの共創が新たな問題解決やサービスにつながる」とするHCDの哲学を、行政

側と住民の双方が学ぶこと。そこがまずめざすべき第一歩です。

学びを得て「一緒に創っていくことが必要だよ」と実感したら、HCDやサービスデザインを実践するための手法を体験してみましょう。手法は多種多様にあります。

例えば、住民参加型で新しい公園について考えるケース。漠然と全住民を対象として議論するのではなく、ペルソナと言われる手法を使って「行政や住民で公園に関係するのはどんな人だろう？」という問いを立て、人物像を共有するところから始めます。その上で皆さんが納得できる公園を考えていく。こうしてHCDやサービスデザインを用いた住民参加型の行政を実践していきます。



氏名：野村庄一
性別：男
年齢：65
職業：農業
性格：まじめ、やり始めたことは最後までやり遂げる、協調性が高く、友人も多い。地域の祭りなどでは率先してとりまめ役を買って出る。
出身地：宮城県古川市
現住所：宮城県古川市
学歴：古川農業高等学校
家族構成：妻(55才同僚)、長男(38才同僚)、長男の嫁(35才同僚)、次男(33才在東京)、孫(7才の女兒、長男の子同僚)
趣味：読書、パソコン(1年目)
資格：大型特殊自動車免許、普通自動車免許、農業機械士、毒物劇物取扱責任者
インターネット利用歴：1年目
携帯歴：2年目、現在で1台目

経歴：
地元の農業高校を出てから家業の農業を手伝いはじめる。もともと機械や電気工作に強く、農業の機械化を地域で率先して導入した。また進学で各種の資格を取得して農業に利用してきた。しかし農機はあまり得意でなく、パソコンやインターネットについても、長男が利用しているのに刺激されていき始めてみたものの、まだ十分になれておらず、どのように利用すべきか目標をもっていない。子ども達に勧められて携帯電話の利用を開始したのもようやく2年前からである。ほとんど通話機能しか使っていないが、もう少し活用したいとは思っている。なお、妻も長男も携帯電話を持っている。経済的に特に不自由はしていない。母親が病気がちでほとんど寝たきりである。

ペルソナの例：

例えば、新しい公共サービス事業を考える際に、そのサービスに関係する人たちの人物像を詳細に設定し、事業関係者で共有します。このペルソナを中心に議論することで、「誰のためのどのようなサービスが必要なのか」をイメージしやすくなります。

ご存じの通り、昨今は革新的な技術やサービスが次々に誕生しており、それに伴い、ユーザーの使い勝手や利便さがますます重要視されてきています。こうした世の中の動きに倣い、使いやすさ、分かりやすさ、親しみやすさといった観点から、住民に対する行政のあり方が問われていくことは間違いありません。よりよい行政のあり方を実現していくのがHCDでありサービスデザインなのです。HCDやサービスデザインの実践を考えてみてはいかがでしょうか。

HCDやサービスデザインについては、『HCDライブラリー』（出版：近代科学社）などの書籍で学べる他、行政に役立つ内容のイベントやセミナーをHCD-Netで実施しています。ぜひご活用ください。

Q. 行政のビジョンを魅力的に伝えるには？

A. HCDを基本にしたコミュニケーションデザインを活用しましょう。行政のビジョンを住民とともに創り、そのビジョンを住民と一緒に具体化することも大事です。

コミュニケーションデザインとは、必要な情報を相手に分かりやすく伝える方法です。コミュニケーションデザインを用いて行政のビジョンを効果的に伝えるには、次の3つのルールに沿って進めるといいでしょう。

1つ目のルールは、“HCDを基本とした”コミュニケーションデザインを用いること。これは、情報を分かりやすく伝えるということから一歩踏み込んで、伝える情報、すなわち行政のビジョンそのものも住民と一緒に創っていくことを意味しています。まずは手始めに住民との対話やフィールドワークのような観察調査を実施してみましょう。

2つ目のルールは、伝え方を考えること。同じ情報でも、誰に、どのタイミングで伝えるかによって情報の内容も見せ方も違ってきますよね。ですから、どのように提供すれば住民に伝わりやすい情報にな

るのかを徹底的に考えるわけです。

3つ目は、情報を伝えた後の住民の反応を調査し、その上で、もう一度コミュニケーションの方法を考えていくこと。伝えたままではいいけれど、役に立っていないなかったり、ゴミ箱にすぐ捨てられてしまったりというケースも少なくありません。やりっぱなしにしないで、伝わったかどうかを検証して伝え方を継続的に改善することも大事です。

最近では、情報が探しにくいと言われていた自治体のウェブサイトにおいても改善例が見受けられます。また、『東京防災』という防災ガイドブックも話題になりました。こうした事例などをひも解きながら考え、実践する場をHCD-Netでは提供していく予定です。ぜひご参加ください。



HCD-Netのめざす社会

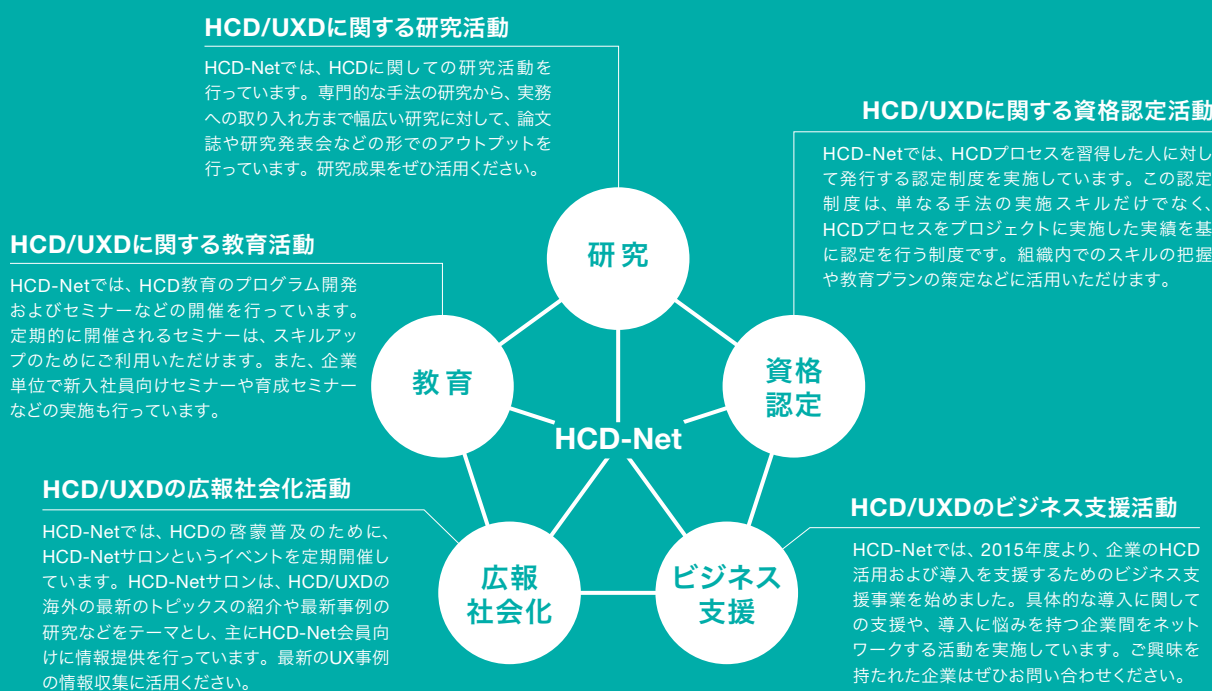
HCD-Netは、HCDやユーザエクスペリエンスデザイン（以下、UXD）に関する学際的な知識を集め、産学を超えた人間尊重の英知を束ね、HCD/UXD導入に関するさまざまな知識や方法を適切に提供することで、多くの人々が便利に快適に暮らせる社会づくりに貢献します。あわせて経済の発展への寄与と、豊かでストレスのない実りある社会の実現をめざします。

行政・公共サービス関係者におけるHCD-Netの役割

HCD-Netでは、行政・公共サービス関係者に向けてのHCD-Netサロンや研究、教育を実施しています。近年のHCD-Netサロンでは「行政・公共サービス」テーマとしたイベントを実施しています。また、研究発表会などにも行政・公共サービスをテーマとした発表される場合もあります。今後、多くの行政・公共サービス関係者がHCD-Netに参加することが期待されています。

HCD-Netの5つの活動領域

HCD-Netでは、研究分野、規格化認定事業、ビジネス支援、広報社会化、教育活動の5つの領域を設けて活動しています。商品・サービスのユーザビリティを向上させる人間中心設計の講演会、セミナー、調査・研究、コンサルテーション、評価・分析、設計・開発支援などに関する事業活動により、広く公益の増進に寄与します。



分野別パンフレットのご案内

パンフレットは「スタートアップ・新規事業」、「ITシステム・製造業」、「Web・アプリケーションの企画・開発」、「マネジメント・経営」、「教員関係者」、「行政・公共サービス」「HCD/UXDの実践者」という分野ごとに作成しています。パンフレットを入手されたいかたは、HCD-Netのウェブサイトよりダウンロードしていただくようお願いします。

■お問い合わせ

特定非営利活動法人（NPO法人）人間中心設計推進機構 事務局

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜3-7-18

第2上野ビル7階 エキスパートオフィス新横浜

TEL: 090-8170-2027

e-mail: secretariat@hcdnet.org

www.hcdnet.org