

## 誰向けの提案か：たくさんの装置を使う若手の臨床検査技師

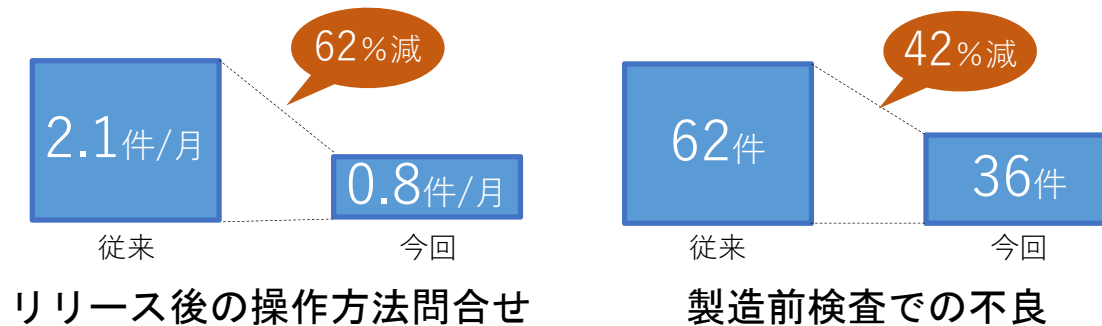


業務用製品の企画者・開発者・デザイナー

検査技師はひとりで複数の検査機器を扱わないといけなくなっているが、どの技師も凝固測定装置の取り扱いに慣れている訳ではない

### 成果 主な成果

- 不良数減による **製造コスト削減**
- 問合せ数減はユーザー、メーカー共に直接的な手間減のみならず、確実に **使い勝手の向上にも寄与**していると想定



### エッセンス 本事例のエッセンス

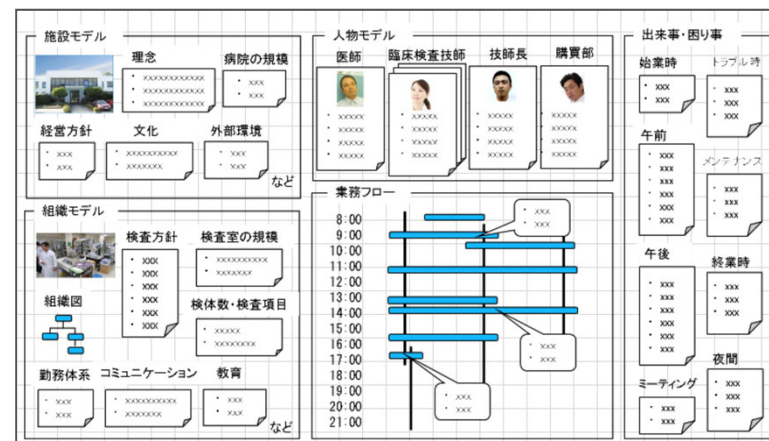
- 業務用製品の利用状況を明確にするため、**組織、人物、業務フロー**などを可視化できるようにペルソナ手法をカスタマイズ
- 徹底的に調査したペルソナは、**B2Bプロダクト**であっても **十分有効な結果**を出せることを証明することができた。

#### 従来のペルソナ記述 (コンシューマー向け)

- デモグラフィック (年齢、性別、居住エリアなど)
- 心理的な特性、価値観
- 利用目的
- ...etc.

#### 「施設ペルソナ」を開発 (B2B向けカスタマイズ)

- 所属施設のアウトライン
- 所属組織のアウトライン
- 業務フロー (タイムライン)
- 人物の関係性
- 出来事・困りごと



[検体検査機器開発における人間中心設計プロセスの導入事例] 概要

応募部門	1. サービス・プロダクト 部門
応募タイトル	業務用製品開発に向けた「施設ペルソナ」の開発とその適用事例
サブタイトル	ペルソナ手法のカスタマイズにより、業務用製品のユーザビリティ向上に成功
表彰対象者（所属／氏名フルネーム／よみがな）	シスメックス株式会社／水本 徹、有吉 俊輔／みずもと とおる、ありよし しゅんすけ
自薦／他薦	自薦
対象のサービス・プロダクト名	全自動血液凝固測定装置CS-1600
プロジェクトの成果	製造前検査における問題点発見数：42%減（62件→36件） リリース後の操作方法に関する問い合わせ件数：62%減（2.1件/月→0.8件/月）
プロジェクトの概要	従来のペルソナ手法は、エンドユーザーの人物像を具体化するにとどまっていることから、コンシューマー製品開発には利用しやすいが、業務用製品開発には利用しにくいという課題があった。本事例では、ペルソナ手法をカスタマイズすることで課題をクリアし、業務用製品のユーザビリティ向上を実現した。その結果、リリース後の操作方法に対する問い合わせ件数の削減に寄与することができた。
プロジェクトで使用したナレッジ・ノウハウの内容	本事例のノウハウは、ターゲットユーザーを深く理解するというペルソナ手法の本来の目的を鑑み、業務用製品開発に適するようエンドユーザーだけではなく施設を深く理解できるようペルソナ手法をカスタマイズすることで、業務用製品の本質的課題を発見できたことにある。人間中心設計の各手法を教科書通り実行するのではなく、目的を理解しカスタマイズして利用することで効果を発揮することができた。
ナレッジ・ノウハウを活用できるターゲット	業務用製品の企画者・開発者・デザイナー
ナレッジ・ノウハウや取組の新規性・ユニークさ	インタビューや行動観察といった従来の調査手法から得たデータを組み合わせて使用したことと、ペルソナのフォーマットをカスタマイズしてエンドユーザー以外の分析に適用したことに新規性がある。
ナレッジ・ノウハウの再現性、有用性	ペルソナの概念を広げて人物以外に適用するという点において、病院施設以外で利用される業務用製品やサービスの開発にも応用可能。

成果

# プロジェクトの成果

従来のペルソナ手法は、エンドユーザーの人物像を具体化するとどまっていることから、コンシューマー製品開発には利用しやすいが、業務用製品開発には利用が難しいという課題があった。本事例では、ペルソナ手法をカスタマイズすることで課題をクリアし、業務用製品全自動血液凝固測定装置CS-1600のユーザビリティ向上を実現した。リリース後の操作方法に対する問い合わせ件数の削減に寄与することができた。



全自動血液凝固測定装置CS-1600

## 主な結果

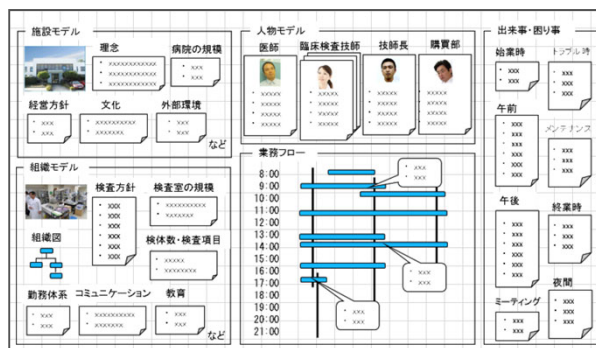
ユーザーの琴線に触れる改善が行われており、売りやすくなったと営業部門から好評価  
 製造前検査における問題点発見数：42%減（62件/月→36件/月）

リリース後の操作方法に関する問い合わせ件数：62%減（2.1件/月→0.8件/月）



調査：インタビュー・行動観察

ユーザーインタビューに加え、ワークフローや施設で働く職員の行動観察を実施し、検査業務全体のデータを収集した。



分析：施設ペルソナ

従来のペルソナに加え、施設や組織、そして施設内で起こる出来事までも、ペルソナのフォーマットを用いてまとめた。ワークフローや登場人物間の関係性を分析することで、本質的な課題を抽出することができた。



解決案作成：ハード・ソフトのプロトタイプ

抽出した課題を解決するためのアイデアを考え、そのアイデアをもとにソフト・ハードのプロトタイプを作成し、ユーザー評価を実施した。

背景・経緯

# 成果が出た背景

業務用製品の顧客満足度向上を実現するために、コンシューマー製品開発でよく利用されるペルソナ手法を、業務用製品開発向けにカスタマイズした「施設ペルソナ」を開発した。人間中心設計の各手法を教科書通り実行するのではなく、目的を理解しカスタマイズして利用することで効果を発揮することができた。

## プロジェクトで使用したノウハウ

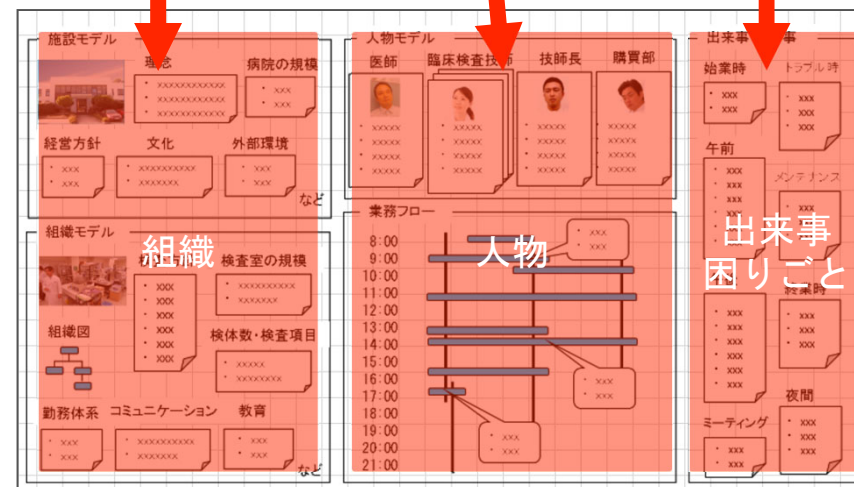
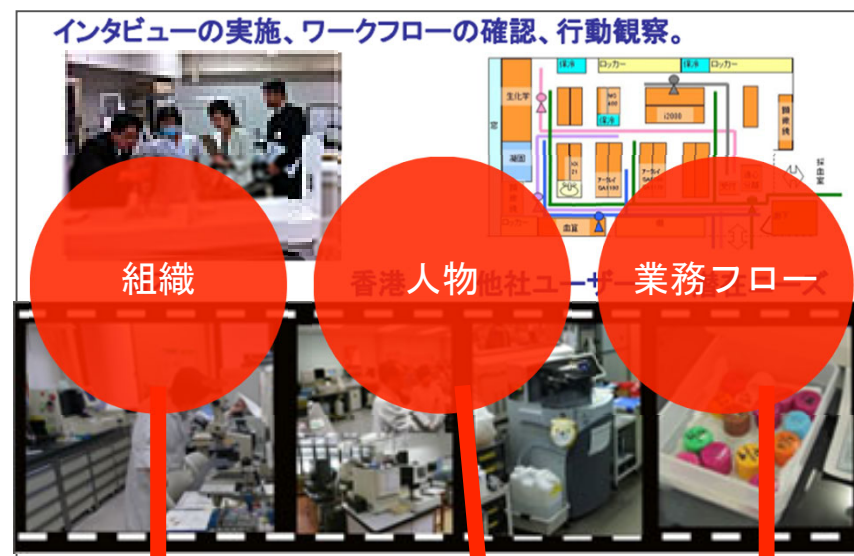
本事例のノウハウは、インタビューや行動観察、業務フロー分析を組み合わせて、組織像や複数の人物像を含む施設全体のペルソナを作成することにより、業務用製品の利用現場の本質的課題発見を導いたことである。一つ一つの手法はオーソドックスながらも、それらの手法の本来の目的を鑑みカスタマイズして利用することで、課題解決に至った。

エンドユーザーの描写に加えて、購買決定者・購買決定フロー・業務フロー・組織情報・施設情報などをペルソナに付加した「施設ペルソナ」を作成。業務用製品利用時の課題を抽出し、製品改善に活用することができた。

業務用製品を開発する企業の企画者・開発者・デザイナーに向けた、製品開発ノウハウ。

消費者製品開発に活用しているペルソナをカスタマイズすることで、業務用製品開発にも活用できるようになった。

インタビュー・行動観察



施設ペルソナ