



Agile social and business value creation approach and case study

Social design

Junzo Hagimoto & Koji Shiota

Who we are



Junzo Hagimoto

Social Business Design Advisor,
NPO Florence
Chairman,
Takumi Business Place Inc.



Koji Shiota

MBA, CBAP, AAC, PgMP, BRMP,
DASSM, SAFe5 SPC, APM, PO/PM
President&CEO,
CreaVision Ltd.



我々がBBC講演で伝えなかったこと

1. BBC2022年講演での我々の意志（意）

- BBC2019フロリダ講演で伝えられなかった知・情・意を入れ込んだ知のフレームワークをしっかりと説明したい
- チームの志を表す自分達視点（意の視点）、関係者の価値を重視する情の視点を持って戦略や施策を生み出す、日本的な考えを盛り込んだBABOKベースの手法を世界に広めることで、より良い社会を形成したい

2. BBC2022講演、受講者にとっての価値（情）

- ビジネスアナリストが持つ知識をプロジェクトで十分に活かすために、プロジェクトの価値・戦略・活動を一貫通貫でデザインすることを形式知として理解できた
- 感性から始めて論理展開する方法により、プロジェクト参加者達のこれまでの慣習的な考えから脱却させ、未来に向けた価値重視のプロジェクトがデザインできるようになった
- 実際のワークショップイメージがフローレンスの生の声によって伝わった

3. BBC2022におけるプレゼン構成（意と情を併せた知）

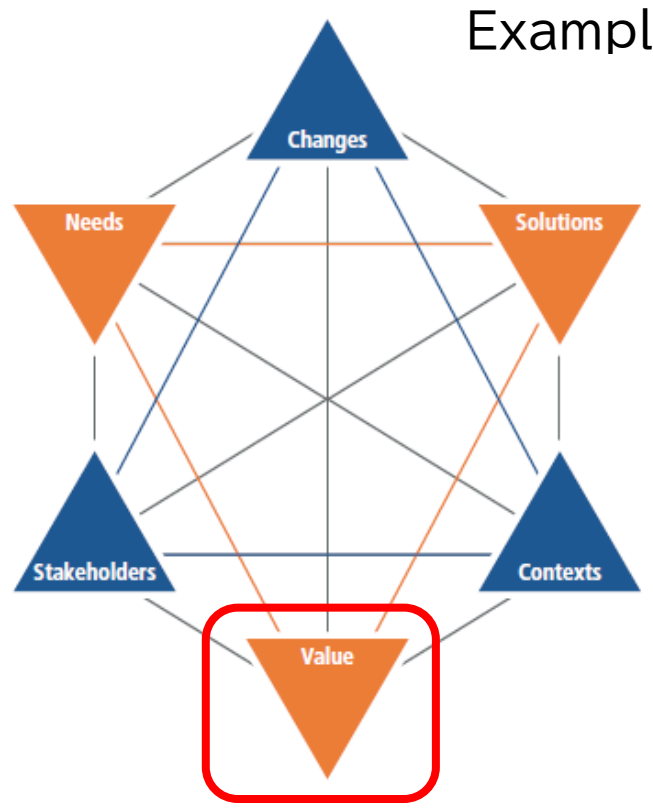
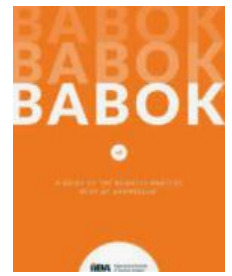
- 今後、世界的に見てソーシャルデザインは重要なビジネステーマとなるため、題材はソーシャルデザインとする（フローレンスのプロジェクトデザインを事例に使い、メンバーの熱い想いを伝えたい）
- モデル事例だけではなく、ソーシャルデザインにおける重要なポイントをしっかりと押さえる

匠Methodによるビジネスデザインの基本

Social design

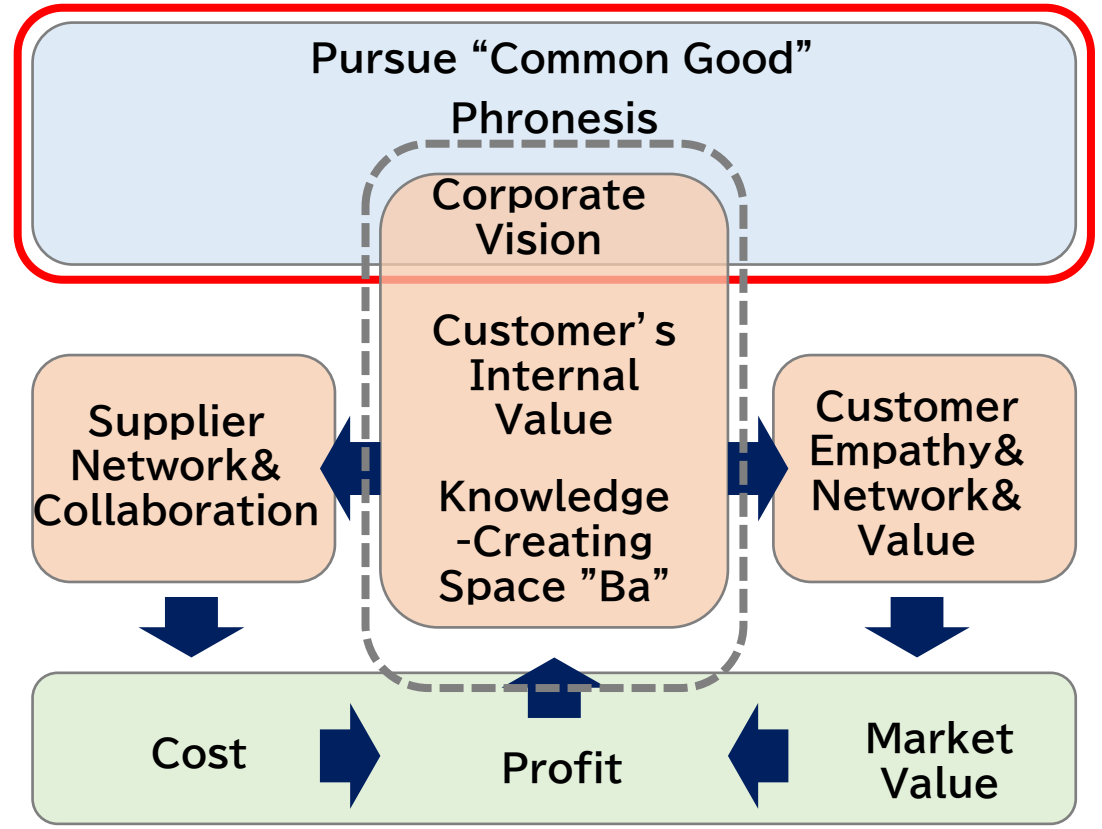
Focus shift

Today's Business Frameworks focus on "Value"



BACCM
IIBA, BABOK

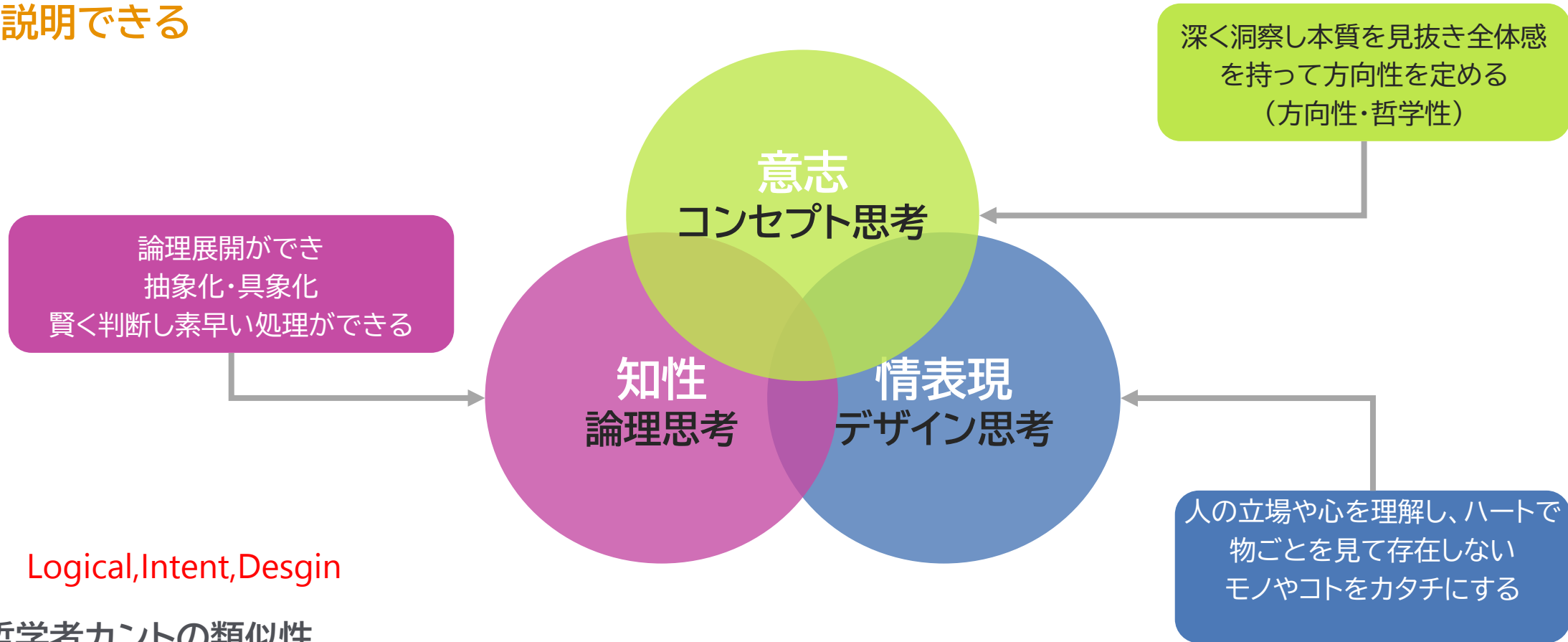
Business is approaching Social



Modified based on Nonaka, Konno, "The Grammar of Knowledge Creating Management for Prudent Capitalism," p318

匠Methodの思考法(哲学者カントの知・情・意)

匠Methodの思考法は、哲学者カントの知情意で説明できる

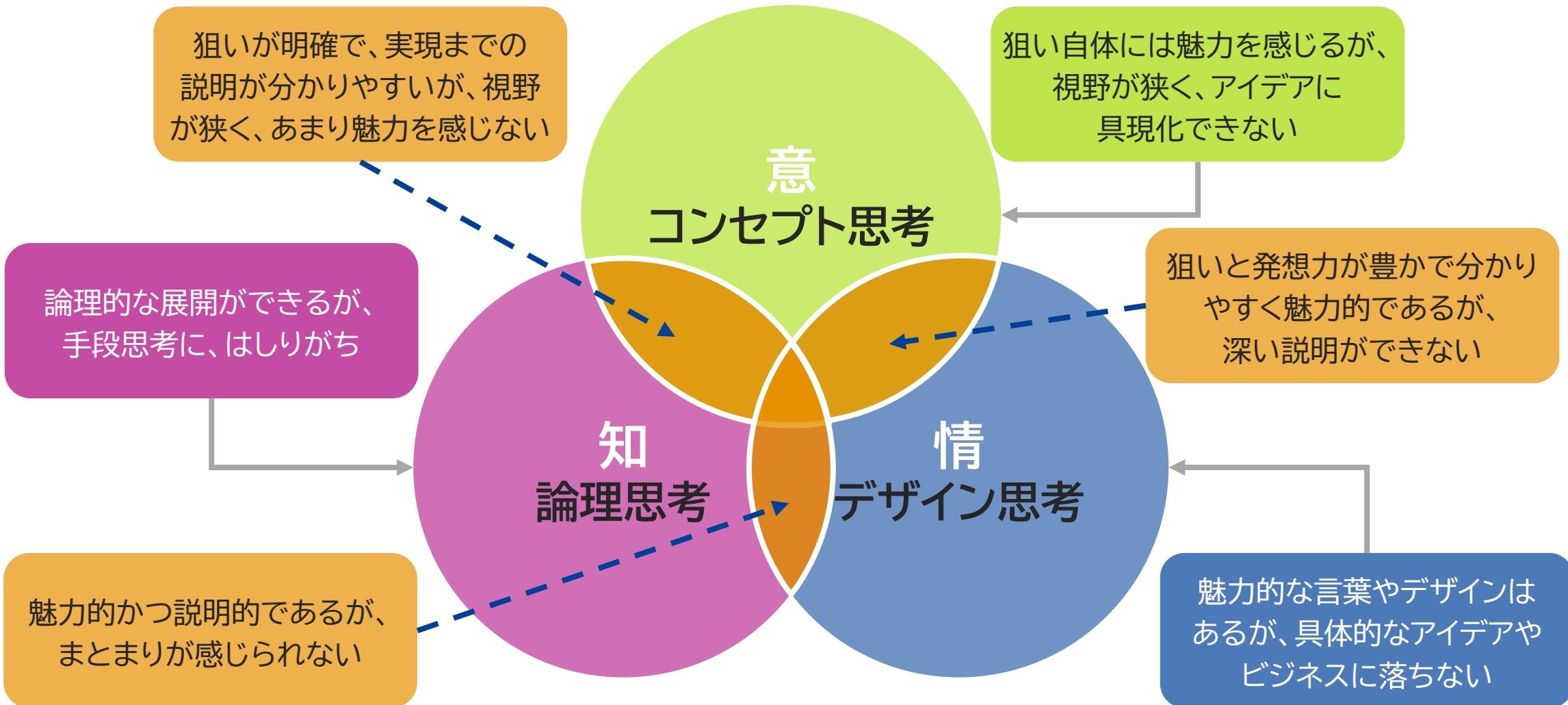


Logical, Intent, Design

哲学者カントの類似性

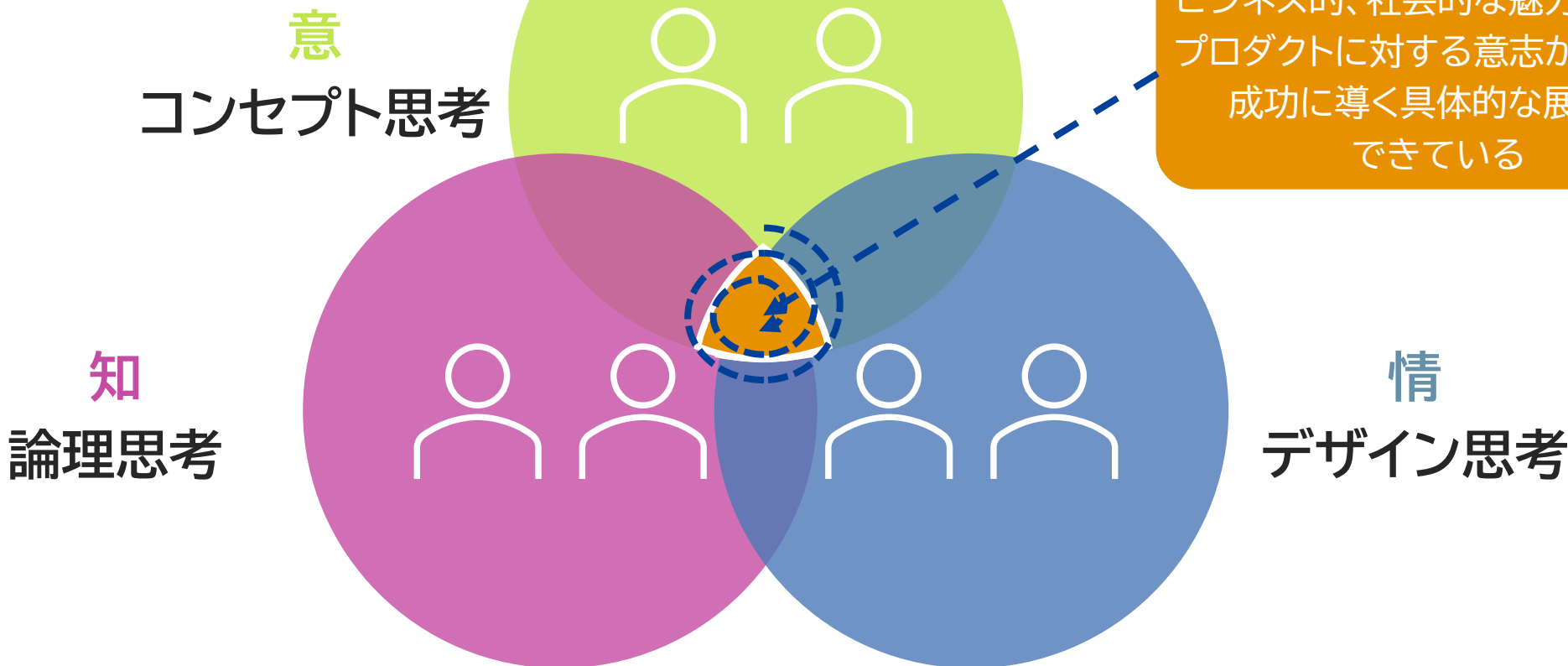
「知性」とは、知識や思考といったものを活用すること、「感情」とは、喜びや悲しみや怒りなどのこと、「意志」とは、意欲や精神力・決断を指します。

カント「 Logical,Intent,Desgin(仮) 」の一部の思考だけだと問題が生じる



お客様のビジネスを成功に導くために…

匠Method(方法論) は、社会課題の解決や共創型ビジネスに役立つ思考のフレームワーク

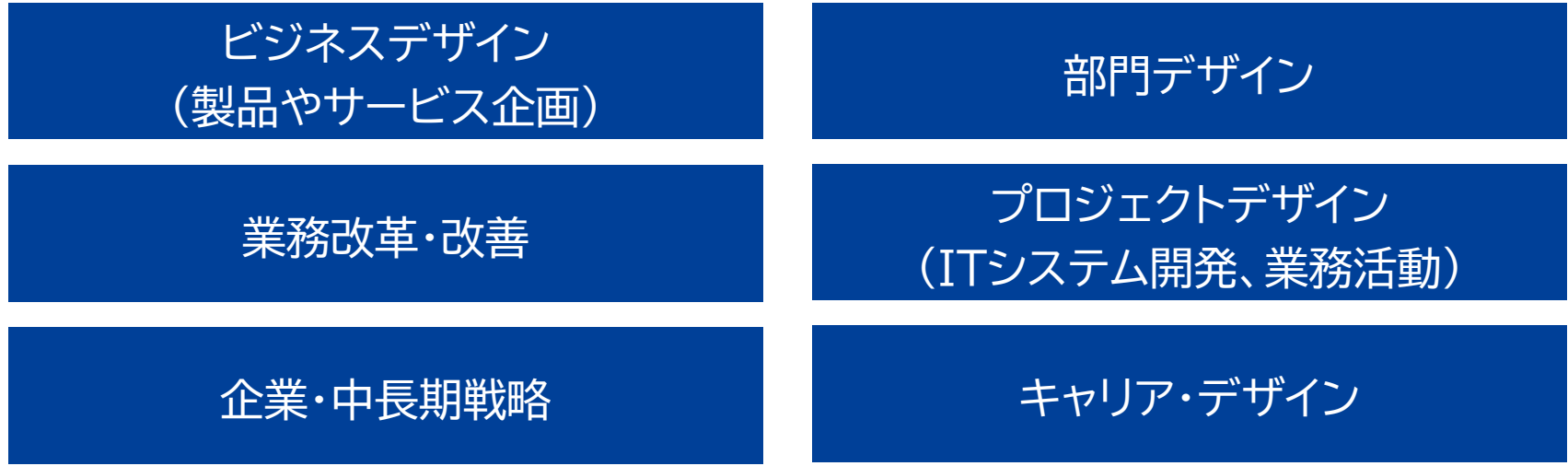


ビジネス的、社会的な魅力があり、プロダクトに対する意志が明確で、成功に導く具体的な展開が
できている

※匠Methodは天才を創るものではありませんが、集合天才を創り出すことを目標としています。

匠Methodの活用領域

知情意を満たす手法は、あらゆる領域で適用可能

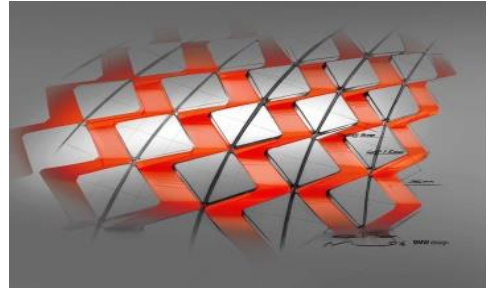


製品・サービス・組織を対象とした領域に活用できる



魅力のある製品

良いものを捉える人の感性は、
芸術と何も変わらない！



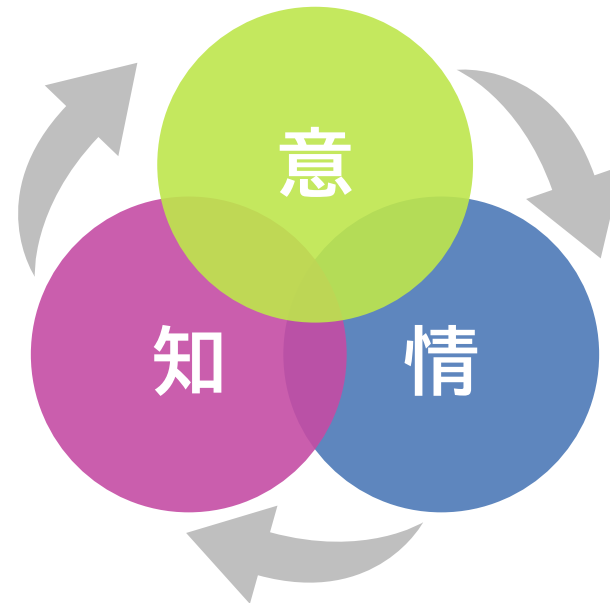
創り手と受け手の
心の共鳴

機能やスペックを知り乗って
体感「納得する」

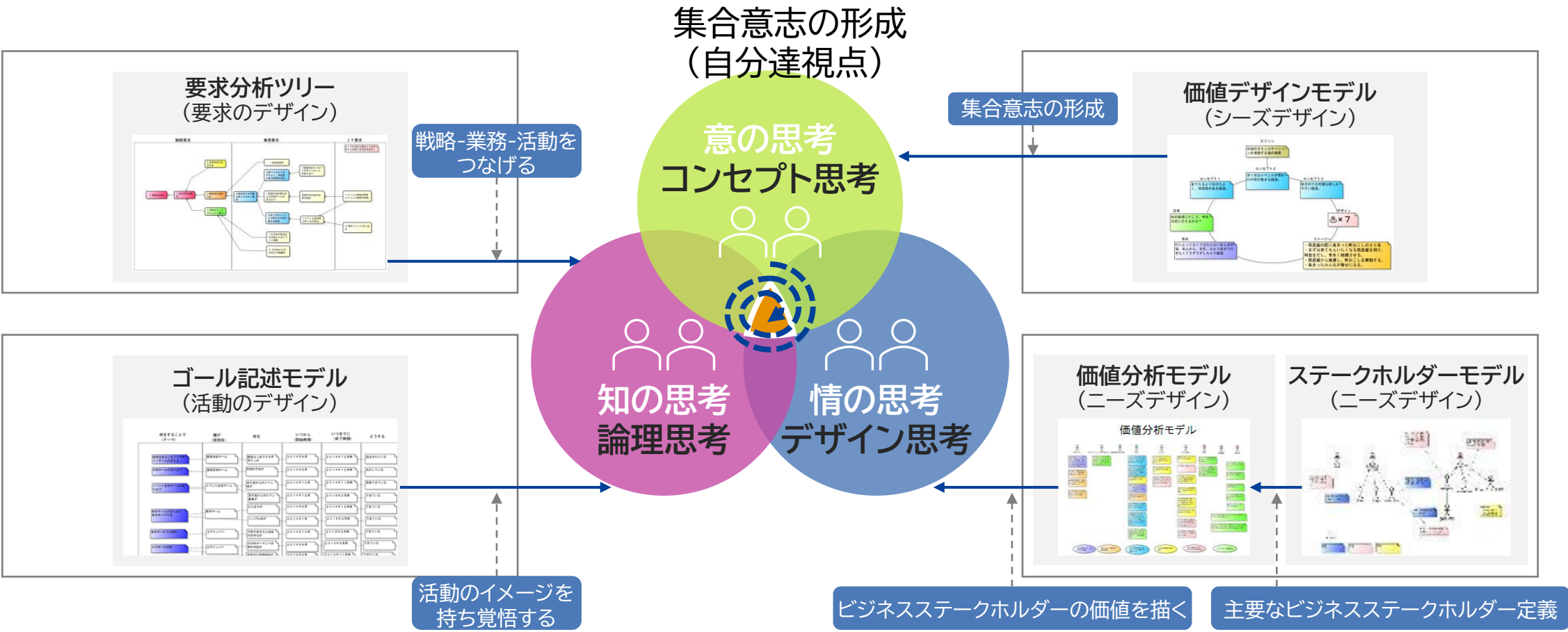
見て触って「感じる」

- 知 を蓄積してこそ、やりたいことを実現できる
- 情 を広くしてこそ、人を集め情熱を共有することができる
- 意 を持ち続けてこそ、高い志を貫ける

それぞれの強化が、それぞれを強くする



匠Methodで共創型ビジネスを創る(3つの思考との関係)



匠Methodのモデル(図)を活用する

- 1. 1枚の図として使っても有効なものです
- 2. セットにして使うと更に有効なツールとなります

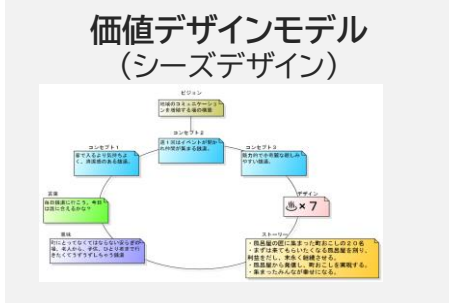
匠Methodによる知情意のサイクル

感性
思考

↑

↓

論理
思考



自分達の目指す方向性
(自分達視点)



ステークホルダーの価値
(他人視点)

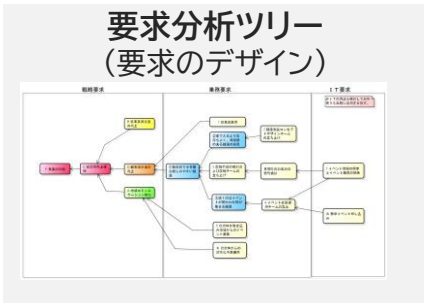


連結

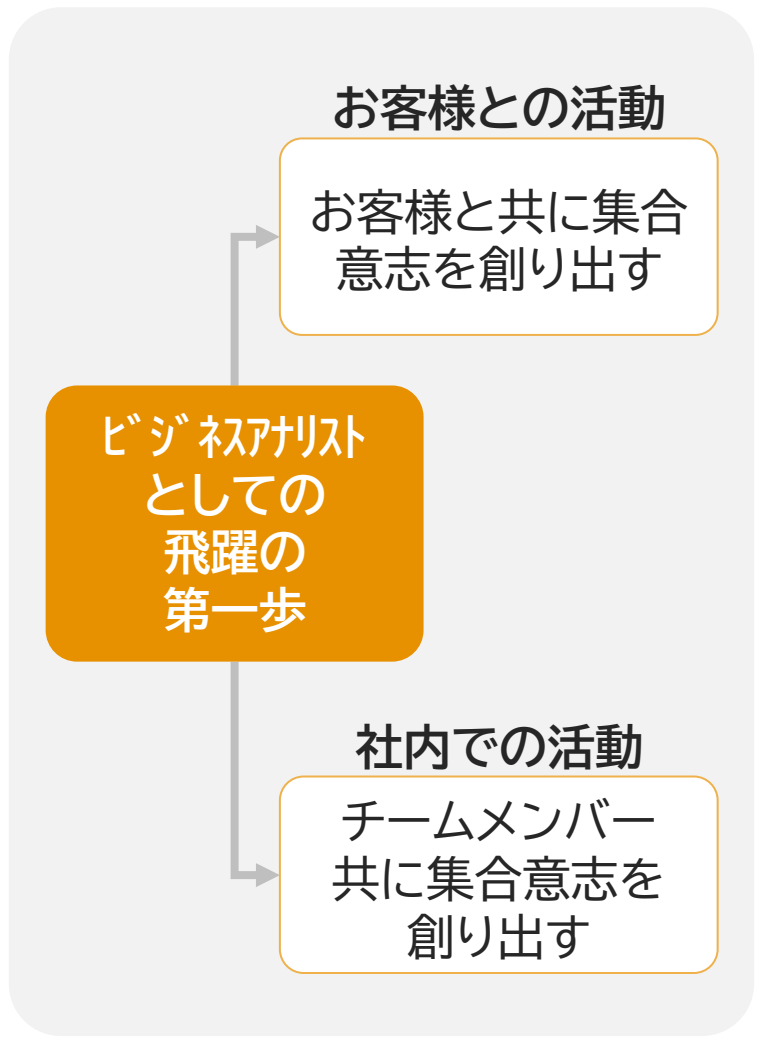
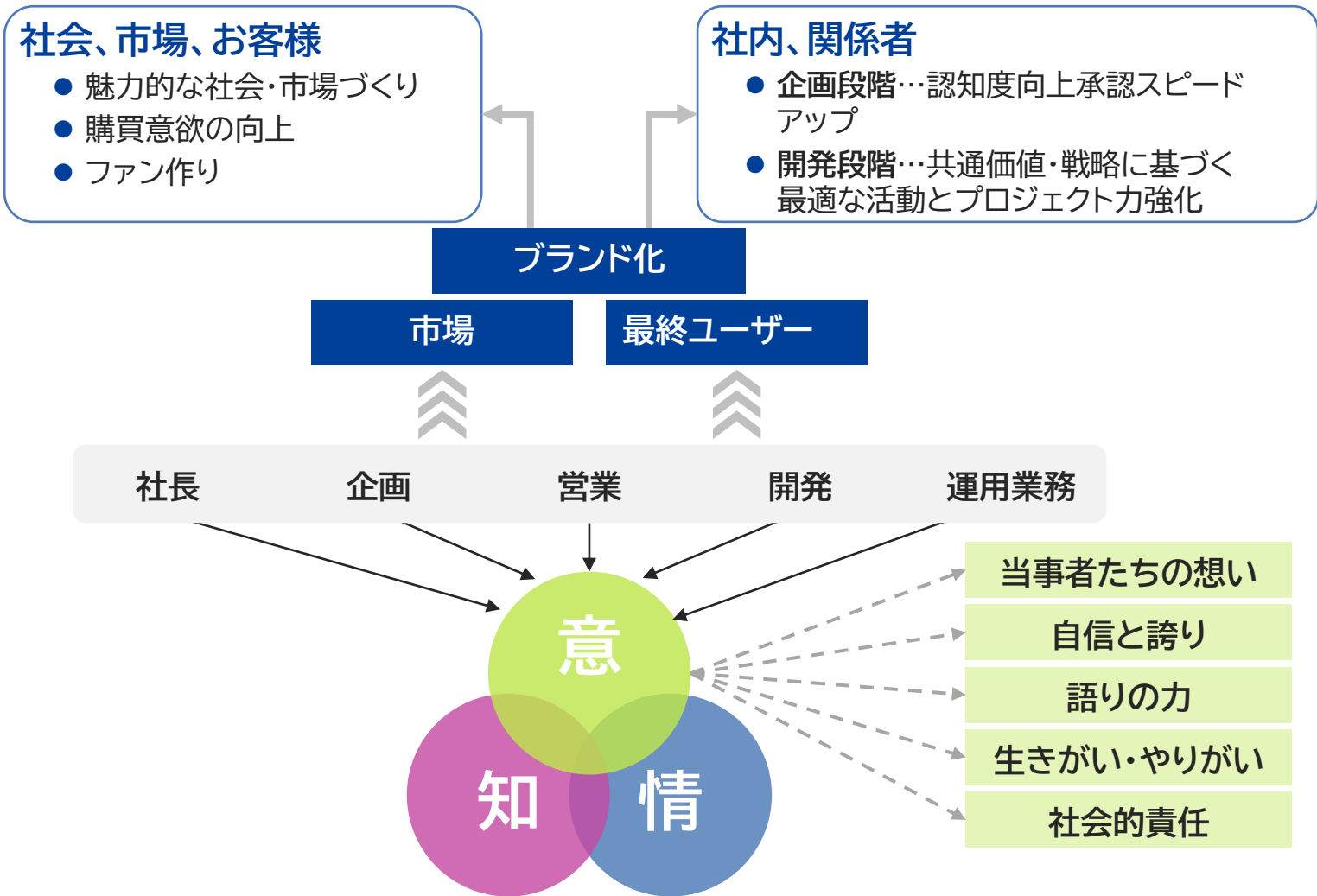
フィードバック

フィードバック

目標化



ブランド創り(インナー・ OUTER)



社会課題への活用事例

Social design

DV、虐待ほか「すべての親子を笑顔に」 母子シェルター実現に向けたプロジェクト

◆フローレンス

病児保育、医療的ケアが必要な障害児の保育、妊娠相談や特別養子縁組、生活が厳しい家庭に定期的に食品等を届け、見守り支援を行うこども宅食、また最近では新型コロナウイルスの感染拡大などを受けて、医療従事者や保健所に勤める方へのシッター派遣など、さまざまな困難を抱える親子の課題を解決するための事業を展開しています。2004年にスタートし今年で17年目となり、スタッフは700人ほど。

◆ポンペプロジェクト

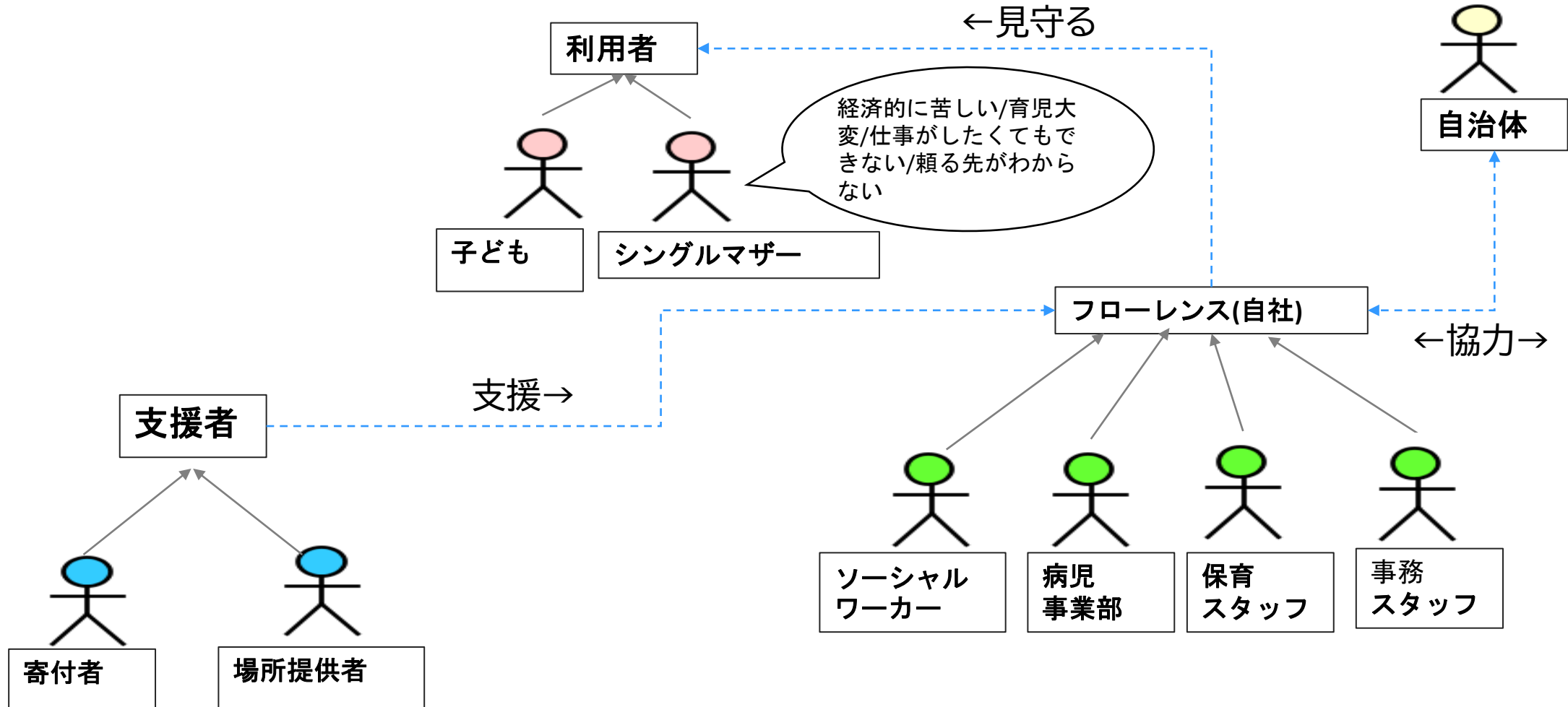
「どんな困難があっても、ひとり親と子どもが希望を持って暮らせる社会」を目指し、DV被害にあった親子の生活面精神面を救うプロジェクトを立ち上げた。

ステークホルダーモデル

プロジェクトを成功させるために、なくてはならないステークホルダーを発見し、関係線を引く。また、ステークホルダーの抱えている課題を記述する

情

ニーズ
デザイン



ステークホルダーモデル

ステークホルダーモデルには、ステークホルダーの抱えている課題を吹き出しで記述する
 今回は図を見やすくするために別表としている

情
 ニーズ
 デザイン

ステークホルダ	ステークホルダが抱えている課題
場所提供者	どのようにケアすればよい？/ノウハウがない
寄付者	お金はあるけどどうやってシェルターをつくったらいいかわからない
自治体（区役所）	自治体サービスでは手が届かないことが多い
利用者（シングルマザー）	経済的に苦しい/育児大変/仕事がしたくてもできない/頼る先がわからない
利用者（子ども）	もっとママと遊びたい/心が塞ぐ/自由がきかない/選択肢がない
事務局スタッフ	お金がない/情報処理が大変/制度の知識がない
ソーシャルワーカー	みんな素人過ぎて不安/専門性・スーパーバイザーとの繋がりが無い（欲しい）
病児保育事業部	部員のモチベーションを持続できるか不安/新しいことにチャレンジできない
保育スタッフ	どんな子どもが来るか不安/どんな保育が適しているのか/今までに経験のない子どもへの対応ができるか不安/自分の価値観を押し付けてしまわないか不安

価値分析モデル

ステークホルダー

価値記述

利用者		事業パートナー			フローレンス（自社）			
利用者 子ども	利用者 ひとり親	自治体	場所提供者	寄付者	保育 スタッフ	事務局 スタッフ	ソーシャル ワーカー	病児保育 事業部
A 他の人と会って遊んだり、相談できるので楽しい	B 辛い状況の中、 安心できる生活の場所 を提供してもらえてうれしい	H 自治体ができないことに取り組んでくれてうれしい	G 社会の役に立つ事業のため 場所を使って くれて嬉しい	HG 自分のやりたいこと が寄付を通して 実現 できてうれしい	D 利用者親子の笑顔や喜びを共有できてうれしい	G 一生懸命 学んだ知識 を実際の支援に活かせてうれしい	F 専門領域を活かせる ことによって困っている人の役に立ててうれしい	E 部員がプロジェクトに参加して 事業化スキル を身に付けてくれて嬉しい
C お母さんが生き生きとしている姿を見られて嬉しい	A 悩みを吐き出せる場に参加 していることで 元気になった	H 自治体のイメージアップになって、住民からの賛同を得られてうれしい	G 空き物件 を少しでも 社会貢献 と自社ブランドの形成につながって嬉しい	HG 事業資金提供することで 会員や社会からの評価を高める ことができうれしい	E 新しい事業を始めるにあたり 柔軟な思考と知識 が増えてうれしい	G アイディアが 事業化 できてうれしい（先事例になれてうれしい）	F 理論付けしながら 何に困っているか 細分化して導いていけてうれしい	D 部員の 社会貢献 したいという想いを、事業につなげられて、 自信 となった

プロジェクトの目的

A	ひとり親の幸福度向上
B	ひとり親の生活力向上
C	子どもと一緒に安心して生活できるお母さんの増加
D	保育スタッフの働きがい向上

E	保育スキルの向上
F	ソーシャルワーカーの活躍の場を増やす
G	フローレンスの専門領域拡大
H	経済的支援の獲得

価値分析モデル

Step1 プロジェクトの重要なステークホルダーの価値を記述する。(プロジェクトゴール)

Step2 プロジェクトの目的を付箋に書き出す

Step3 記述した価値とプロジェクトの目的の対応付けを行う

Step4 対応付けができない場合は、対応付けられるように目的を増やす、または価値記述を修正する

情

ニーズ
デザイン



最も重要なことは、それぞれのステークホルダーに対して、魅力的な未来価値をストーリーとして描けているか？
そして、そのストーリーの中に自分達が達成すべき手段(アイデア)を入れ込めているか？

みんなの嬉しいをデザインし、自分達の嬉しさを創り出す

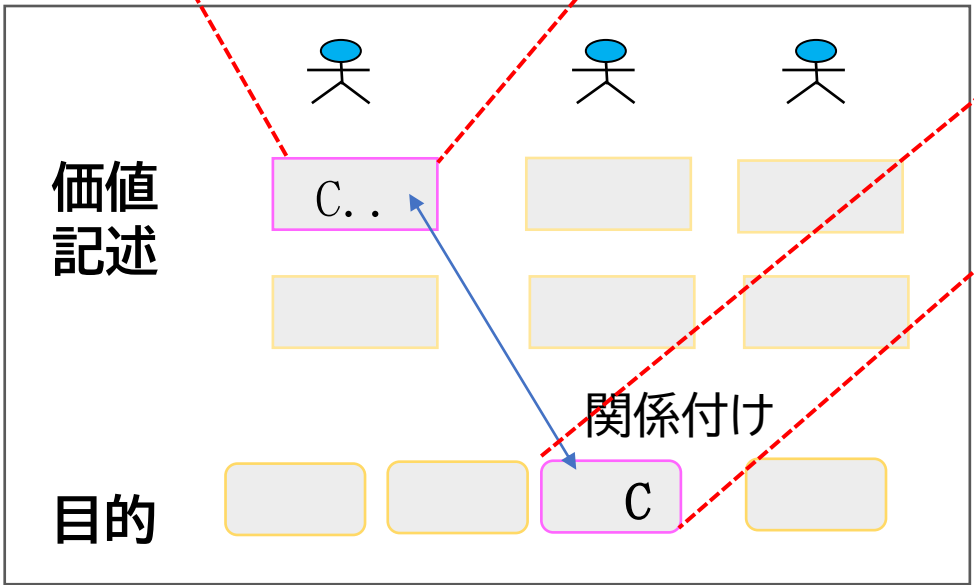
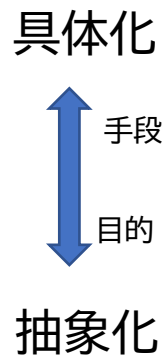
価値記述の例

購入時からメンテナンスまで一貫したサービスが受けられ、安心して住めるので嬉しい(A)

○重要なのは魅力的な未来価値を表すストーリー作り

○価値記述文の構成要素

- シチュエーション=購入時からメンテナンスまで
- 手段 =一貫したサービスが受けられ
- 価値の言葉 =安心して住めるので嬉しい



目的の例

データ活用によるお客様サービスの強化(A)

← ステークホルダーが獲得する未来の価値 (主語はステークホルダー)

← 自分達の価値視点 (主語は自分達)

価値デザインモデル(プロジェクトの意志創り[集合意志])

意
シーズ
デザイン

<ビジョン:未来に掲げる夢>

どんな困難があっても、ひとり親と子どもが希望を持って暮らせる社会

<コンセプト:3大目標>

持続可能な事業づくり

みんながうれしくて必要な資源(人・お金・場所)が集まってくる、循環型事業

親子支援

ひとり親と子どもの問題を親子で抱え込まずに、話をよく聞き、気持ちを汲み入れ、夢や目標をもってもらえるよう受け止めながら共に歩いていく

支援の虹の輪を創造

利用者自身も一緒に支援の形を考えて、共に創りあげる社会の実現

<言葉:キャッチフレーズ>

No Rain, No Rainbow !

<意味:全体説明>

ポンペに関わるみんなの「想い」が重なり合って色とりどりの支援の輪を広げて繋ぐ。今どんな状態の親子であっても、ポンペと歩めば希望が持てる

<デザイン:ロゴイメージ>



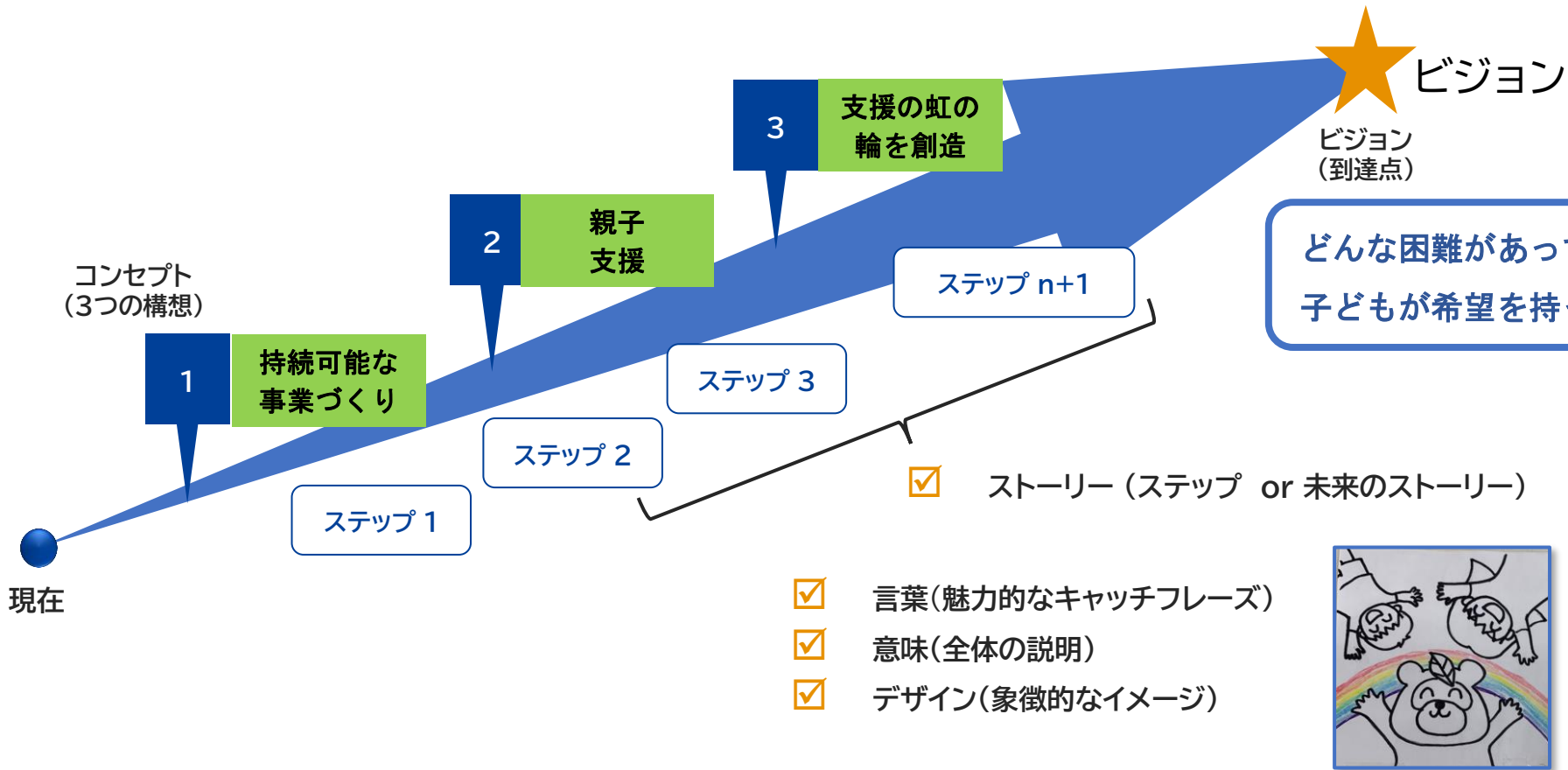
<ストーリー:現在から未来へのステップ、又は、未来のストーリー>

雨の中うずくまる母と子。そこに傘が差し掛けられる。振り返ると、ポンペが!「だいじょうぶ?」そっと傘をさして隣に寄り添ってくれる。「少し寒いね」ひさしぶりの人のぬくもり。「あっ・・・」空には大きな虹がかかっていた。「いってらっしゃい」

価値デザインモデル全体でプロダクトの意志を表す全体ストーリーを表現する



シーズ
デザイン



どんな困難があっても、ひとり親と子どもが希望を持って暮らせる社会

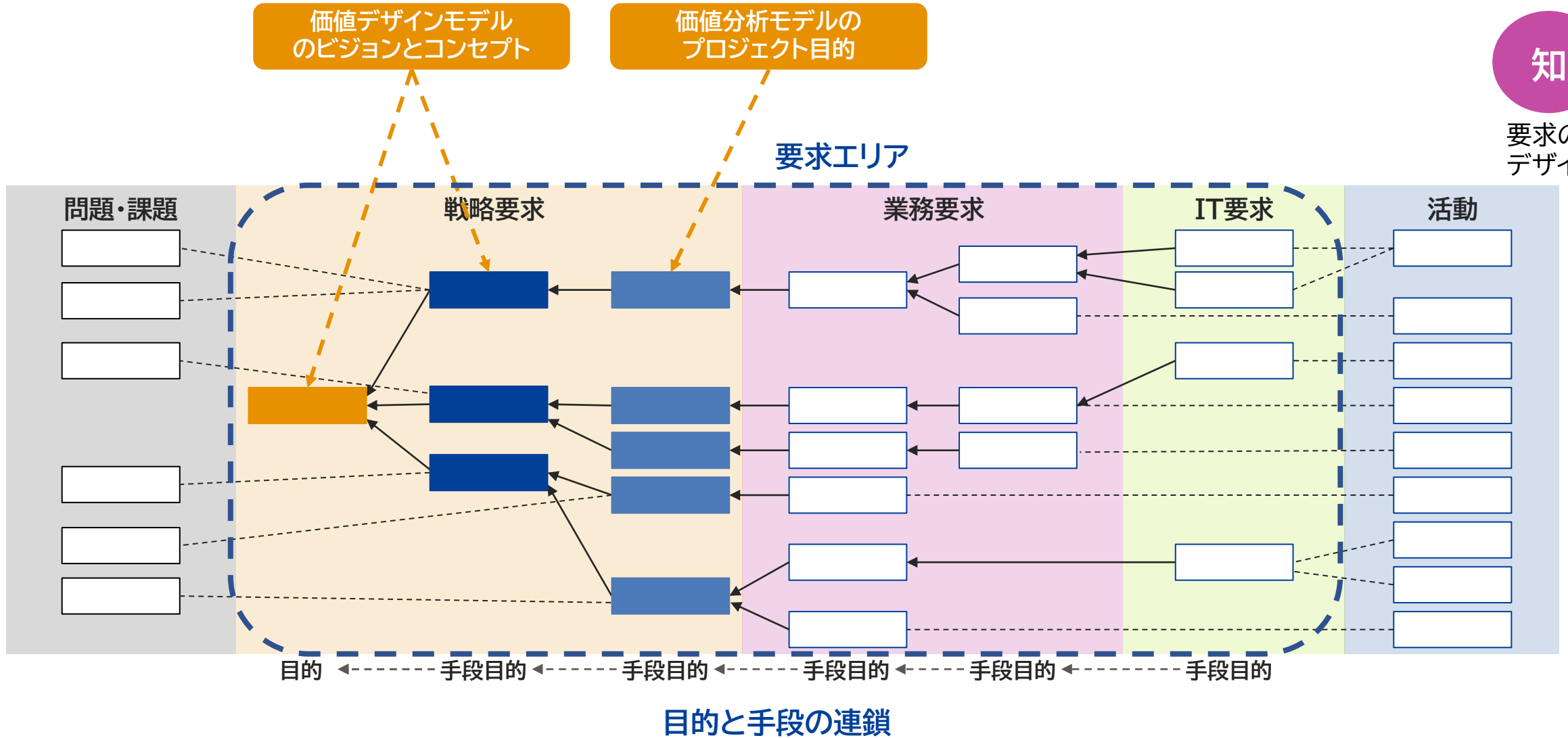
- ☑ ストーリー (ステップ or 未来のストーリー)
- ☑ 言葉 (魅力的なキャッチフレーズ)
- ☑ 意味 (全体の説明)
- ☑ デザイン (象徴的なイメージ)



要求分析ツリーの基本構造



要求の
デザイン



要求分析ツリー

From ビジョン

From コンセプト

From 目的

戦略要求

業務要求

活動

どんな困難があっても、ひとり親と子どもが希望を持って暮らせる社会

<親子支援>
ひとり親と子どもの問題を親子で抱え込まずに、話をよく聞き、気持ちを汲み入れ、夢や目標をもってもらえるよう受け止めながら共に歩んでいく

<持続可能な事業>
みんながうれしくて必要な人・お金・場所が集まる、循環型事業

<支援の虹の輪を創造>
利用者自身も一緒に支援の形を考えて、共に創りあげる社会の実現

- A** ひとり親の幸福度向上
- B** ひとり親の生活力向上
- C** 子どもと一緒に安心して生活できるお母さんの増加
- D** 保育スタッフの働きがい向上
- E** 保育スキルの向上
- H** 経済的支援の獲得
- F** ソーシャルワーカーの活躍の場を増やす
- G** フローレンスの専門領域拡大

- 保育施設と要員確保
- 住居の提供
- 制度の紹介
- 家事支援
- 子育て相談
- ゆとり支援
- 価値から企画するスキル向上
- 新たな人間関係の構築
- シニア保育士による指導
- 寄付金の募集
- 自治体制度の調査
- 助成金の活用
- ソーシャルワーカーの活動の場作り
- ソーシャルケア保育の確立
- まるごと保育の確立

- 保育施設の確保
- 環境・備品整備
- パートナーからの提供
- フローレンスからの提供
- 仕事探し支援サービス
- 資格取得支援サービス
- 生活ケアサービス
- ライフプラン支援
- ファイナンシャルプラン支援
- 社会デザイン企画ワークショップ
- 研修プログラムの実施
- 寄付金募集サイト・イベント等の企画
- 助成金調査・活用
- ソーシャルケア事業向上チーム設立
- まるごと保育事業チーム設立



要求のデザイン

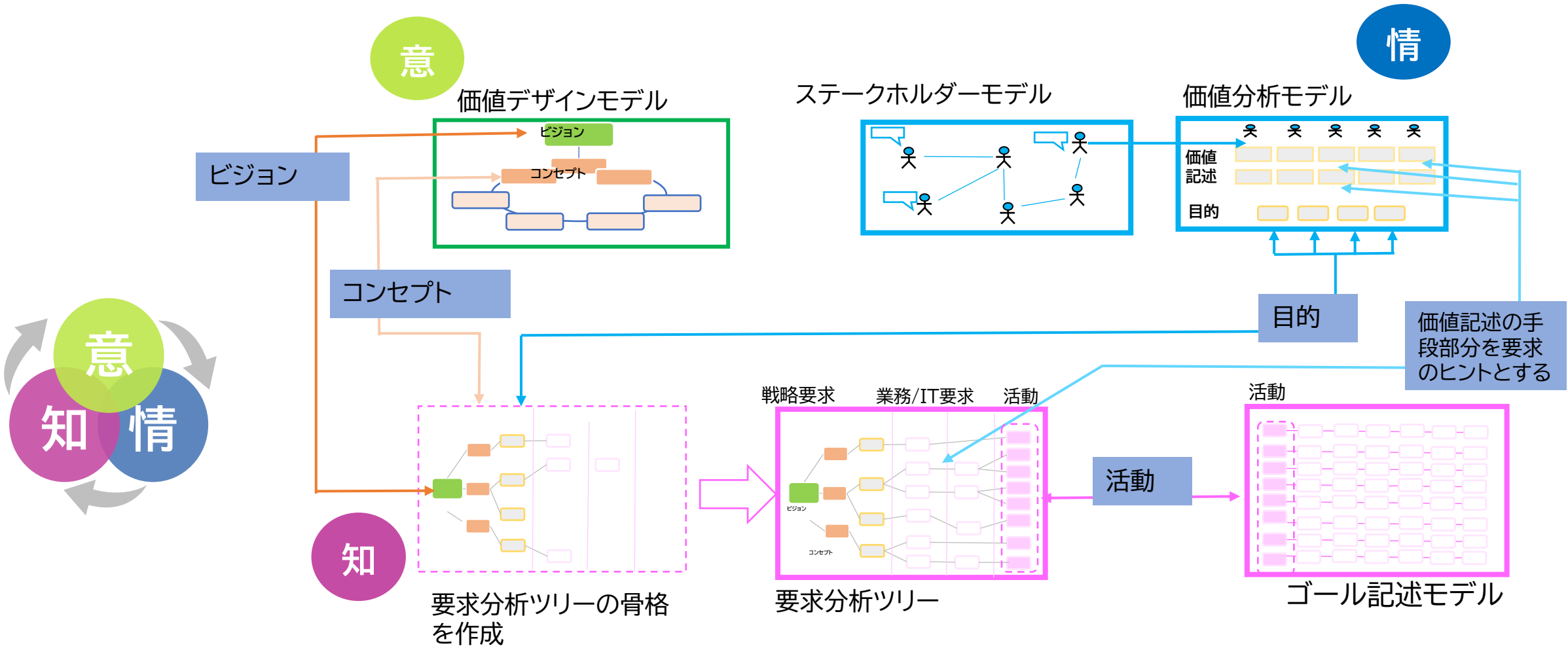
優先度

- …高 ~9月
- …中 ~11月
- …低 ~1月

意と情で知(要求分析ツリー)の骨格を形成する

ポイント

- 「意」と「情」から知を創り上げて戦略要求で論理的に連結し「知」の目標とする
- 見つけ出した「知」の要素がなぜ必要なのかを「意」と「情」で問うことができる



社会課題のデザインに必要な6つのこと

Social design

プロジェクトデザインに必要な5つのこと

1. ステークホルダーの価値のバランスに注視せよ

私たちは、すべてのプロジェクトメンバーの努力によって、すべての利害関係者に幸せをもたらしたいと考えています。利害関係者の将来の価値のデザインは、重要な利害関係者がプロジェクトに関与し、貢献することを促進します。

2. ステークホルダーの未来価値を考える

ステークホルダーの将来価値と現在の価値を設計しなければなりません。そのために未来のステークホルダーを「価値分析モデル」に組み込むようにしています。

3. 価値から戦略要求をデザインする

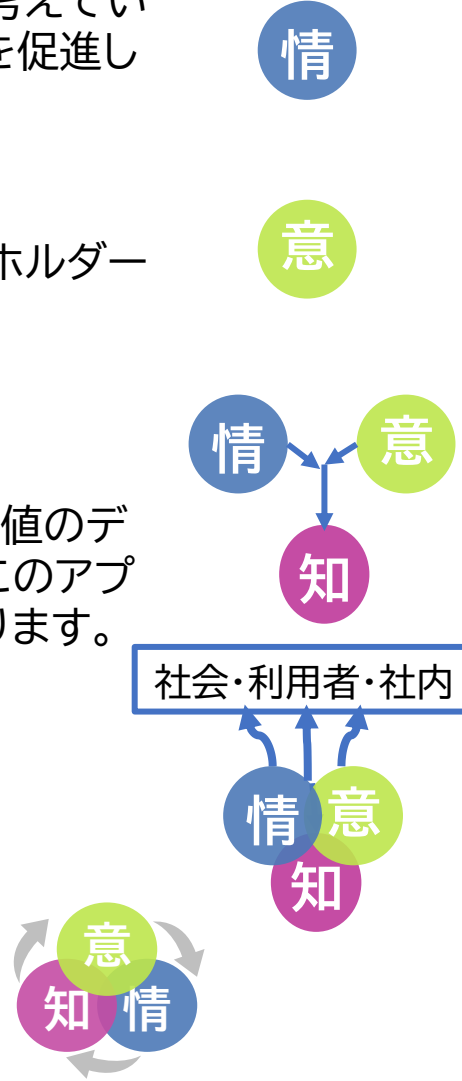
要求について考えるときは、現時点で何をすべきか、何をしたいのかから始めないでください。将来の価値のデザインから始めましょう。その際に何をすべきか、何をしたいのかを心に踏まえておくことが必要です。このアプローチにより、現在のビジネスを超えたイノベーションのための戦略またはアクションの作成が可能となります。

4. インナー・アウターブランディングで人々を巻き込む

世の中や業界に、魅力をもたらすような集合意志を形成しましょう。情と意は対象のプロジェクトブランディングに活用できるものです。

5. 社会視点で集合意志を形成し、情熱を持ち続けられる持続的な活動につなげよ

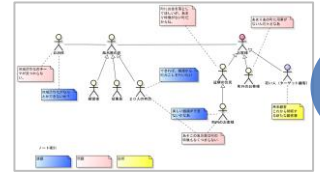
常にプロジェクトが社会に与える影響を意識し、より良い社会形成につながる活動を創り出しましょう。



ソーシャルプロジェクトがゆえに必要なとなる4つのこと

1. これまで想定していなかったステークホルダーの発見と、サステナブルな事業モデルへのつなぎ

ソーシャル・プロジェクトデザインには、多くのステークホルダーが必要とされるケースが多いでしょう。また、幅広い視野で新たなステークホルダーを発見することも必要となります。その上で、ステークホルダーの未来の価値をチームで創造し、プロジェクト主体の事業モデルへ、つなげなければなりません。これを匠Methodの”ステークホルダーモデル”と”価値分析モデル”で行います。



ステークホルダーモデル

情

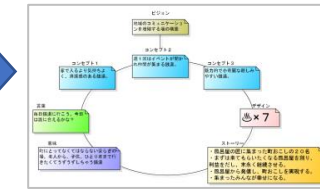
2. チームの想いを意としてデザインし、情へ繋げる

ソーシャル・プロジェクトでは、多くの人々が他の人を助けたいという強い願望を持って働いています。彼らは自分の考えだけで走る傾向があります。したがって、匠Methodの価値デザインモデルを使用してプロジェクトのコンセプト(意)をデザインし、それを価値分析モデル(情)と組み合わせることで、プロジェクトの目標(戦略)を定めます。



価値分析モデル

情



価値デザインモデル

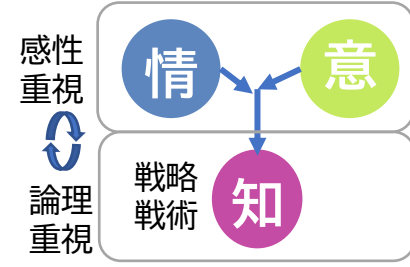
意

3. 多くの人を巻き込むための戦略的取り組み

ソーシャルプロジェクトは、多くの人々を巻き込み、彼らをファンに変える必要があります。これを行うために、プロモーションの役割で価値分析モデルの価値記述を使用します。

4. ビジネスの専門家ではない人たちを巻き込む仕組み

ソーシャルプロジェクトメンバーは、ビジネスの専門家だけではないことが多いのです。そのために、戦略・戦術という難しい話から進めるべきではありません。人の感性を刺激する価値をイメージさせる方法から始めます。そして、そこで出た言葉を使って、戦略・戦術へ展開することで、戦略・戦術に対する拒否感がなくなるのです。





匠には誰もがなれるわけではない
匠を目指そうとするものだけに、その権利は与えられる