

ピュー・コンセプト・セレクション ユーザー向けガイド

2025年3月版

福田次郎（横浜市CIO補佐監）

目次

0. はじめに
1. コンセプトの抽出
2. コンセプトのリストアップ
3. 評価項目の設定
4. 基準 (DATUM) の設定
5. 比較と評価
6. 評価の集計・各コンセプトの比較
7. 基準の変更と再評価 (その2)
8. コンセプトの絞り込み
9. ピュー・コンセプト・セレクションのポイント

0. はじめに

ピュー・コンセプト・セレクション (Pugh Concept Selection) は、複数のアイデア (コンセプトと呼びます) を比較評価し、最適な案を選定するための体系的な手法です。1980年代に英国のストラスクライド大学のStuart Pugh教授によって開発されました。この手法は、Pugh法やPugh分析とも呼ばれ、定性的なアプローチでコンセプトの選択肢を絞り込むことに役立ちます。ピュー・コンセプト・セレクションは、反復的なプロセスであり、異なるコンセプトの特徴を組み合わせ、より優れたコンセプトを生み出すことができます。

ピュー・コンセプト・セレクションの目的は、単に「最良」のコンセプトを選ぶのではなく、既存のコンセプトを組み合わせ、改善することで、より優れたコンセプトを創り出すことです。これは、各コンセプトにはそれぞれ長所と短所があり、それらを組み合わせることで、より優れたコンセプトが生まれるという考えに基づいています。さらに、この構造化されたアプローチは、ステークホルダーに対してコンセプトを説得する際にも役立ちます。

1. コンセプトの抽出

本ガイドでは、「市民の問合せ・相談に対応する新たな方法」というテーマを例に実践方法を説明します。まず、ブレインストーミングなどから、複数のサービスやソリューションの案（コンセプト）を出します。



Point

- ① コンセプトは突飛なものも入れると良いでしょう。
- ② 突飛なコンセプトは、新たなコンセプトや新しい視点をもたらしてくれます。

例：

- 「職員の代わりに、ボランティアの市民が相談に乗るのはどう？」
- 「専門知識がいるよ。」
- 「では、AIのエージェントはどうだろう？」
- 「何を案内したか、後で確認する必要があるね。」
- 「では、ビデオ会議で記録しよう。」

3. 評価項目の設定

縦軸に各コンセプトを評価するための評価項目を設定します。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担						
市民の待ち時間						
手軽さ・気安さ						
市民の相談内容の説明し易さ						
回答のレスポンス完了までの期間						
市民の表情の読み取り						
温かみ・親近感						
職員の効率						
＋の数						
Sの数						
－の数						

Point

- ① 評価項目には、
 - 利用者（市民）にとっての価値（バリュー）
 - 提供者（公的機関）にとってのリスク（費用や手間）
 - 提供までの時間や実現可能性（技術的、社会的）、CVCA（Customer Value Chain Analysis、顧客価値連鎖分析）のステークホルダーやその価値感などを参考に、多様な視点からの評価項目を設定します。
- ② 左図の場合、職員の仕事のしやすさ、効率などが挙げられます。

4. 基準 (DATUM) の設定

既存の方法など、比較の基準 (ベンチマーク) となるコンセプトを1つ選びます。この基準は他のコンセプトと比較するための参照点となります。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担	D					
市民の待ち時間	A					
手軽さ・気安さ	T					
市民の相談内容の説明し易さ	U					
回答のレスポンス完了までの期間	M					
市民の表情の読み取り	.					
温かみ・親近感	D					
職員の効率	A					
＋の数						
Sの数						
－の数						

Point

- ① 既存のサービスや競合するサービス、平凡なコンセプトを基準 (ベンチマーク) にすると良いでしょう。
- ② 基準の評価にはDATUM (与件、前提) と記載します。

5. 比較と評価

ディスカッションしながら、基準となるコンセプトと他のコンセプトを1対1で比較し、各評価軸ごとに「+」（優れている）、「S」（同等：SAME）、「-」（劣っている）の評点を付けます。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担	D	+	+	+	+	+
市民の待ち時間	A	S	-	S	+	+
手軽さ・気安さ	T	+	-	+	+	+
市民の説明し易さ 書面での説明	U	-	S	S	-	-
回答のレスポンス 完了までの期間	M	S	S	S	-	S
市民の表情の読み 取り	.	-	S	S	-	-
温かみ・親近感	標	-	S	S	-	-
職員の効率	準	-	-	S	+	+
+						
S						
-						

Point

- ① DATUMとなる基準のコンセプトと比較して記載します。
- ② 評点は数値化する必要は無く、感覚的な大小や優劣で評価してかまいません。
- ③ 他のコンセプトとの差をつけたい場合、++などつけます。
- ④ なぜ「+」なのか、「-」なのか、優劣をつけた理由は重要です。ホワイトボードなどに書き出してメンバーと共有します。
- ⑤ 評点をつける過程で、新たな評価項目を見つけたら、追加します。
- ⑥ 左図では、口頭での説明のしやすさの対比として、書面を見ながらの説明のわかりやすさに気づいて評価項目を修正しています。

6. 評価の集計・各コンセプトの比較

各コンセプトの「+」「S」「-」の数を合計し、比較による全体的な評価を行います。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担	D	+	+	+	+	+
市民の待ち時間	A	S	-	S	+	+
手軽さ・気安さ	T	+	-	+	+	+
市民の説明し易さ 書面での説明	U	-	S	S	-	-
回答のレスポンス 完了までの期間	M	S	S	S	-	S
市民の表情の読み 取り	.	-	S	S	-	-
温かみ・親近感	標	-	S	S	-	-
職員の効率	準	-	-	S	+	+
+	0	2	1	2	4	4
S	8	2	4	6	0	1
-	0	4	3	0	4	3

Point

- ① 評点の集計から、各コンセプトの比較をします。
- ② 「+」の数では、各コンセプトの持つメリットや長所を可視化します。
- ③ 一方、「-」の数にも着目して、改善すべき点を考えます。
- ④ 左記の例では、「ビデオ相談」は「+」の数は「メール相談」より少ないですが、「-」も少なく、窓口と遜色のないレベルのサービスが可能なのが判ります。

7. 基準の変更と再評価（その2）

評価の中での気づきから、評価項目やコンセプトを見直し、再度評価を行います。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	事前予約&ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担	D	+	+	+	+	+
市民の待ち時間	A	S	-	+	+	+
手軽さ・気安さ	T	+	-	+	+	+
市民の説明し易さ 書面での説明	U	-	S	S	-	-
回答のレスポンス 完了までの期間	M	S	S	S	-	S
市民の表情の読み 取り	.	-	S	S	-	-
温かみ・親近感	標	-	S	S	-	-
職員の効率	準	-	-	+	+	+
＋の数	0	2	1	4	4	4
Sの数	8	2	4	4	0	1
-の数	0	4	3	0	4	3

Point

- ① コンセプトの評価結果を基に、各コンセプトの長所を組み合わせたり、短所を改善したりすることで、新たなコンセプトを創り出します。
- ② この段階では、収束的思考（選択肢の中から最適なものを選ぶ）と発散的思考（新たな選択肢を生み出す）の両方が重要となります。
- ③ ビデオ相談は窓口と同等レベルのサービスが可能ですが、接続の順番が来るまでの市民の待ち時間や、市民の接続を職員が待つ点で、メールやチャットに劣っていました。
- ④ そこで、「事前予約」の機能をコンセプトに追加することで、待ち時間や効率の評価を「+」に変えられます。

8. コンセプトの絞り込み

比較を繰り返す中で、考慮すべき評価項目や、それらに対応する最適なコンセプトを絞り込んでいきます。

評価項目	窓口案内	電話相談	訪問相談	事前予約&ビデオ相談	メール相談	チャット相談
市民の移動の負担	D	+	+	+	+	+
市民の待ち時間	A	S	-	+	+	+
手軽さ・気安さ	T	+	-	+	+	+
市民の説明し易さ 書面での説明	U	-	S	S	-	-
回答のレスポンス 完了までの期間	M	S	S	S	-	S
市民の表情の読み 取り	.	-	S	S	-	-
温かみ・親近感	標	-	S	S	-	-
職員の効率	準	-	-	+	+	+
+	0	2	1	4	4	4
S	8	2	4	4	0	1
-	0	4	3	0	4	3

Point

- ① 評価項目の入れ替えや、コンセプトの修正を繰り返しながら、最適なコンセプトを選んでいきます。
- ② 左図では、事前予約を取り入れることで、市民や職員の滞留時間を減らしつつ、対面と同等以上のサービスレベルを維持することができそうと判りました。
- ③ 一方、メールやチャット相談は、24時間対応や、同時に複数の市民の相談が可能などのさらなるメリットがあります。
- ④ ビデオ相談でもそのメリットを実現したいと考えていくと、例えば、AIエージェントなどの自動化などが連想でき、さらなるコンセプトの修正につながります。

9. ピュー・コンセプト・セレクションのポイント

ピュー・コンセプト・セレクションは、システム思考で複数のコンセプト案を客観的に評価し、最適なコンセプトを創出・改善・選定するための強力な手法です。

実施の際には、評価基準と基準コンセプトを適切に設定し、チームで十分な議論を行うことが重要です。最終的なコンセプトの決定には、評価結果だけでなく、顧客ニーズや市場動向・技術動向なども総合的に判断する必要があります。

ピュー・コンセプト・セレクションのポイント

- ① **コンセプトに既成概念を超えたアイデアを入れる**
 - 突飛なコンセプトは、選定の対象にならなくても、評価すべき項目や新たな気づきを与えてくれます。
- ② **評価項目は多く、かつ客観的なものを入れる**
 - 多様な視点での評価が必要です。また、誰もが納得できる客観的な比較ができなければなりません。
- ③ **適切な基準となるコンセプトを選定する**
 - 基準となるコンセプトは、過去の失敗や、明らかに劣るコンセプトを基準にしてしまうと、評価が歪みます。
- ④ **議論を行い、評価基準の解釈を共有する**
 - チームで議論を行うと、新たな評価項目やコンセプトの気づきがあります。また、コンセプトの実現にあたって共通の認識を持つことができます。
- ⑤ **顧客ニーズや技術動向なども考慮する**
 - ピュー・コンセプト・セレクションはあくまでコンセプト選定のためのツールの一つです。この結果だけでコンセプトを決めるのではなく、実際の顧客の意見や、新たに導入可能な技術なども考慮して、さらにコンセプトを磨き上げて、最終的なコンセプトを設計します。