

シナリオグラフィ 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. シナリオグラフの作成にあたって
2. 時間軸の記入
3. 空間軸の記入
4. プレイヤーの記入
5. アクションの記入
6. 気持ちの記入
7. シナリオの作成
8. アイデア出し
9. 項目の追加・入れ替え・アイデアの追加
10. シナリオグラフのポイント

0. はじめに

シナリオグラフは、デザイン思考のプロセスにおいて新しいアイデアを生み出すためにスタンフォード大学で考案されました。

シナリオグラフでは、特定の状況やシナリオを視覚的に表現して、強制的に連想させることで、より創造的でユーザー中心の新しいニーズの発掘や、その解決策としてのアイデアを生み出すことができます。

特にブレインストーミングやアイデア出しの初期段階で非常に有効であり、さまざまな分野で活用されています。

2. 時間軸の記入

シナリオグラフでは「いつ」「どこで」「だれが」「何をする」「どんな気持ちで」といった切り口で、ケースを分類して、それを繋ぐ形でシチュエーションを作っていきます。

まず、「いつ (When)」の時間軸から、複数のケースを考えます。

いつ When	妊娠中 出産後 平日 休日 朝 夜
どこで Where	
だれが Who	
何をする What	
どんな気持ちで Feel	
アイデア Idea	

Point

- ① 時間軸には下記のような、さまざまな尺度があります。
 - 朝昼晩などの1日の時間軸
 - 季節や平日、休日などの時間軸
 - 妊娠中や出産、年齢など、個人のステータスの時間軸
 - 通勤中や旅行中など、行動の時期
- ② 全ての時間軸を書き出す必要はありません。これから繋ぐシチュエーションを想像しながら、代表的なケースを書き込みます。

3. 空間軸の記入

次に「どこで (Where)」の切り口で、複数のケースを考えます。

いつ When	妊娠中	出産後	平日	休日	朝	夜
どこで Where	家	保育園	学校	デパート	公園	図書館
だれが Who						
何をする What						
どんな気持ちで Feel						
アイデア Idea						

Point

- ① 空間軸にも下記のような、さまざまな尺度があります。
 - 自宅内の場所（寝室、浴室、台所）
 - 日常の居場所（自宅、職場、学校）
 - 移動中の場所（歩道、車、電車、駅）
 - 良く行く場所（店、保育園、公園）
 - 非日常の場所（旅行先、スタジアム）
- ② 全ての場所を書き出す必要はありません。これから繋ぐシチュエーションを想像しながら、代表的な場所を書き込みます。

4. プレイヤーの記入

次に、「誰が(Who)」の切り口で、複数のケースを考えます。

いつ When	妊娠中	出産後	平日	休日	朝	夜
どこで Where	家	保育園	学校	デパート	公園	図書館
だれが Who	私	赤ちゃん	小学生	パートナー	祖父母	友人
何をする What						
どんな気持ちで Feel						
アイデア Idea						

Point

- ① テーマのメインターゲットとなる人物（母親など）から書き入れます。ここでは、利用者の立場から考えられるように、「私」としています。
- ② テーマの主対象から連想して、他にも重要な対象となりそうな人物を書き入れます。
 - 子ども、パートナー、祖父母など
- ③ この時点では、サービスの対象は必ずしも決まっていません。より発想の幅を広げるために、上記の人物を取り巻く人も記入してみます。
 - 友人、近所の人など

5. アクションの記入

さらに、「何をする(What)」の切り口で、複数のケースを考えます。

ここから、「いつ」、「どこで」、「だれが」にさかのぼって、追記、修正する方法も良いでしょう。

いつ When	妊娠中	出産後	平日	休日	朝	夜
どこで Where	家	保育園	学校	デパート	公園	図書館
だれが Who	私	赤ちゃん	小学生	パートナー	祖父母	友人
何をする What	食べる・授乳	移動する	寝る	遊ぶ	病気になる	買い物
どんな気持ちで Feel						
アイデア Idea						

Point

- ① 自らの経験や観察から、多くのケースを記入することができます。
- ② また、上段の「いつ」「どこで」「だれが」からも連想できます。
- ③ 日常のルーティンワークから始めて、病気や事故、旅行など、非日常のケース（風景）も考えましょう。
- ④ 課題の解決だけを念頭に考えていると、苦労や心配など、ネガティブなケースだけになってしまいます。遊びや楽しみを想定したケースも考えましょう。

6. 気持ちの記入

最後に、その時のプレイヤーの「どんな気持ちで(Feel)」を考えます。

サービスの対象となる人物の気持ちが、新たなサービスの利用の動機や利用価値の評価に繋がります。

気持ちからさかのぼって、上段で想定していなかったケースを、追記、修正することもあります。

いつ When	妊娠中	出産後	平日	休日	朝	夜
どこで Where	家	保育園	学校	デパート	公園	図書館
だれが Who	私	赤ちゃん	小学生	パートナー	祖父母	友人
何をする What	食べる・授乳	移動する	寝る	遊ぶ	病気になる	買い物
どんな気持ちで Feel	困った	面倒	疲れた	楽しい	心配	辛い
アイデア Idea						

Point

- ① 気持ちには、まず課題として、「痛み (Pain)」が挙げられます。「痛み」には、「困った」「面倒」「疲れた」などの様々な種類があり、それにより解決方法が変わるので、細かく分類します。
- ② サービスには課題解決だけでなく、「嬉しい」「楽しい」「知りたい」などの付加価値を与えるサービスも考えられます。こうしたポジティブな感情のケースも重要です。
- ③ 自己の感情だけでなく、「心配」「助けたい」など、他者を思う気持ちも動機になります。

7. シナリオの作成

作成したケースを繋いで、シチュエーションのシナリオをできるだけ多く考えます。
 その中から、「これは」というシナリオは書き留めておきます。

いつ When	妊娠中 出産後 平日 休日 朝 夜
どこで Where	家 保育園 学校 デパート 公園 図書館
だれが Who	私 赤ちゃん 小学生 パートナー 祖父母 友人
何をする What	食べる・授乳 移動する 寝る 遊ぶ 病気になる 買い物
どんな気持ちで Feel	困った 面倒 疲れた 楽しい 心配 辛い
アイデア Idea	

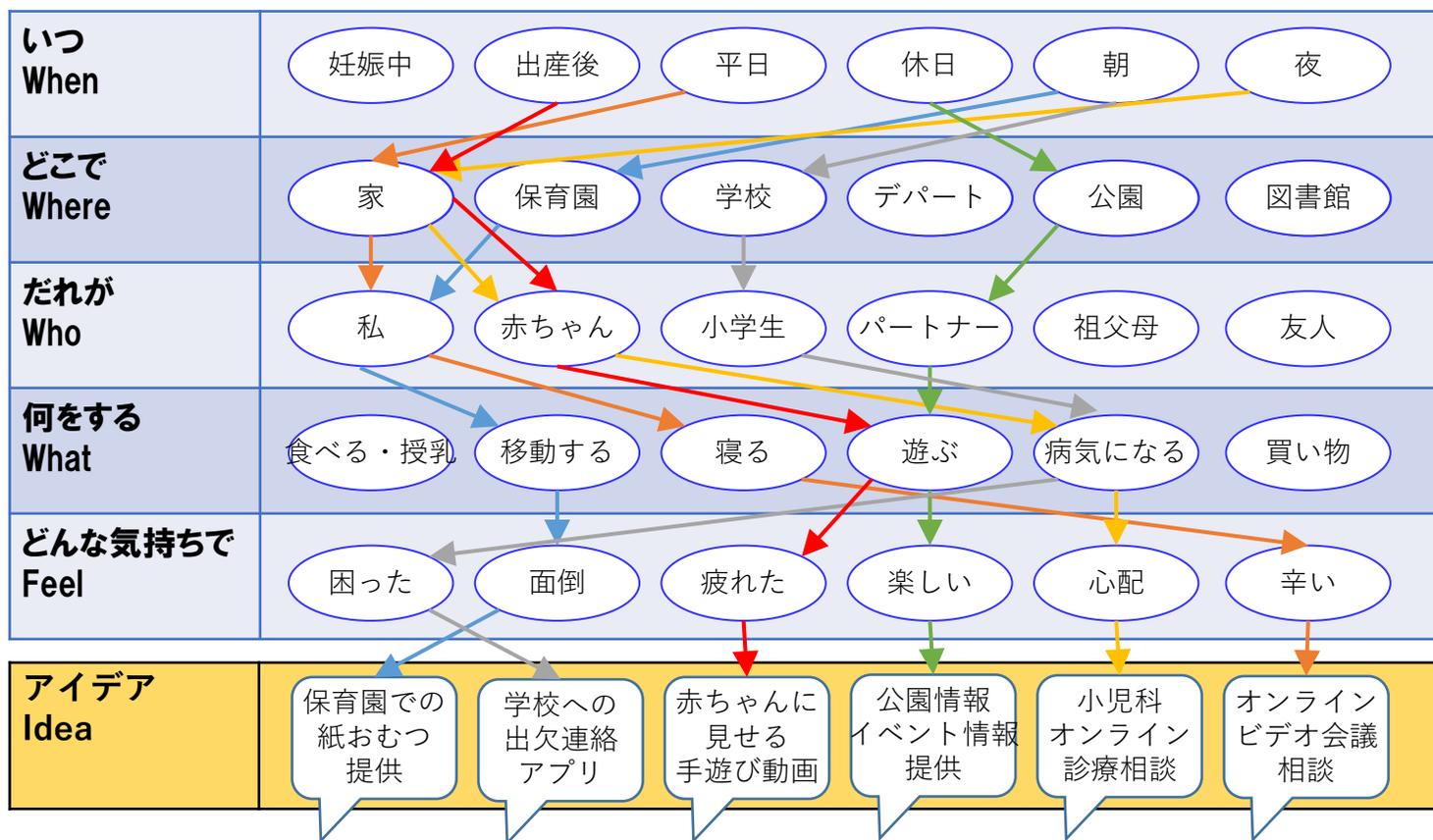
Point

- ① 各段のケースを記入する段階で、シナリオのイメージができていると思います。
 - 平日、家で、赤ちゃんと一緒に寝るとき（夜泣き）が辛い
 - 朝、保育園に連れて行くのが面倒
 - 休日公園で遊ぶのが楽しい
- ② 線が増えたら消して書き直して、できるだけ多くのシナリオを考えます。考えたシナリオは、別紙に書き出しておいても良いでしょう。
- ③ また、関係が無さそうなケースも無理やり繋ぐことで、想定外のシナリオを得ることができます。

8. アイデア出し

考えたシナリオとその気持ちから、課題であれば解決する方法、価値であれば実現する方法を考えます。

シナリオとの関連が判りやすいように、シナリオからアイデアをつなぎます。



Point

① アイデアを考えるときに、シナリオや気持ちの深掘りが必要です。

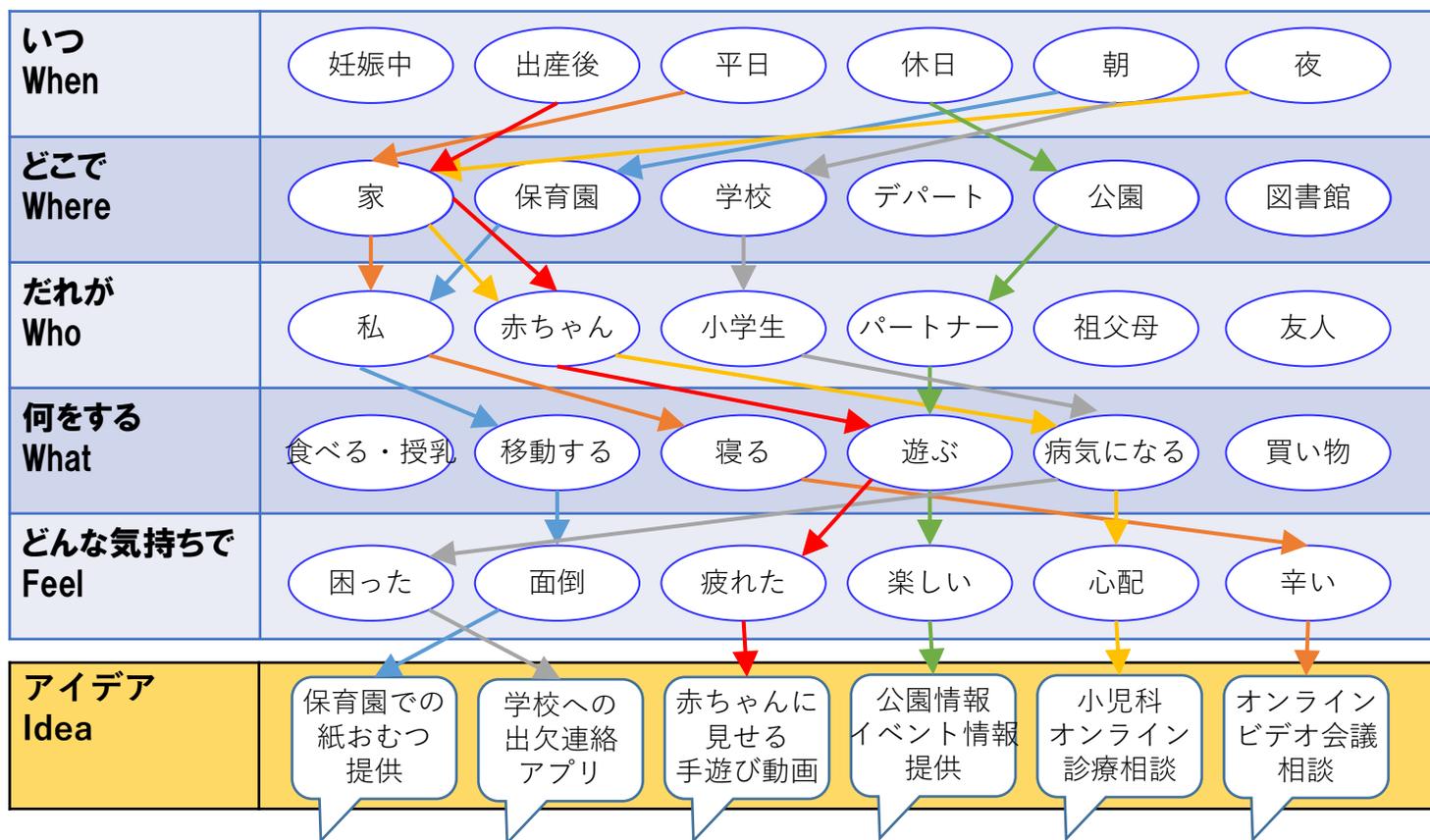
考え方の例：

- 毎日保育園に連れて行くのが面倒 → 何が面倒？ → 「紙おむつを持参するのが面倒」
- 小学生の子どもが病気で困った → 何が困った？ → 学校への連絡をどうしたらよい？
- 休みに公園で遊ぶのが楽しい → より多く実現するには？ → すぐ遊べる場所、楽しく遊べる機会

9. 項目の追加・入れ替え・アイデアの追加

テーマによっては、「いつ」「どこで」「だれが」「何をする」「どんな気持ちで」のケースは多くなります。全てのケースを書き出し、全てのパターンを網羅する必要はありません。

新たに思いついたケースを追加して書き直し、新たなシナリオを発見して、それを解決するサービスのアイデアを考える作業を繰り返していきます。



Point

- ① ケースを記入して、シナリオを考えていく過程で、新たなケース（いつ、どこで、だれが、何をする）に気がつきます。
- ② 既存のケースからシナリオ、アイデアをいったん考えた後、ケースを書き直して新しいシナリオを考えます。
- ③ シナリオグラフは、ケースの組み合わせからさまざまなシチュエーションを造りだし、そこからシナリオを強制的に連想させて、新しいアイデアを得るのが目的です。
- ④ さまざまな、ケースを追加して、線でつないで、新しいシナリオを発見しましょう。

10. シナリオグラフのポイント

シナリオグラフは、ランダムな組み合わせにより、見落とししがちなシチュエーションでのアイデアが生まれ出せるため、発想の幅を広げ新しいサービスのアイデアを得るのに有効です。一方で、ユーザー中心の発想を促進するため、ユーザーの具体的な行動や状況に基づくサービスのアイデアを得ることができます。

実施の際には、多くのケースを設定し、さまざまな組み合わせとシナリオを考えることが重要です。個人で考えるのも、チームで十分な議論を行うのも有効な方法です。

シナリオグラフのポイント

① 多くのケースを考える

- 「いつ」「どこで」「誰が」「何をする」「どんな気持ち」をできるだけ多く考えます。
- 途中で新たなケースに気がつくはずですが、必ず後で追加して新しい組み合わせを考えます。

② 先入観を無くして考える

- 想定していない組み合わせから、強制的に考える方法です。これは無いだろうという先入観を無くして、まずは、ケースを線をつないで、そこからどんなシナリオがあるか考えます。

③ 「どんな気持ち」を深掘りする

- 対象者の気持ち（痛み、価値、動機）には、根底に理由があります。深く洞察してその理由を突き止めます。そこから解決・実現するためのアイデアを考えます。

④ アイデアを磨く

- シナリオグラフから得られるのは、新しいサービスのアイデアやヒントです。サービスの実現にあたっては、ピュー・コンセプト・セレクションやCVCAなどで得られたアイデアから、最適で実効性のある方法の検討に進みます。