

現場視察をもとにしたペルソナ設計ワークシート

このワークシートは、現場視察で得た情報や気づきをもとに、課題の深掘りとペルソナの想定を行うためのものです。

まずは個人で考え、次にチームで共有し、最終的に現場の方とのやり取りを経て、具体的なペルソナを完成させましょう。

- ・STEP1：個人観察の整理（Think）＋チーム内共有（Share）
- ・STEP2：ペルソナ候補（2 パターン/チーム）＋役割分担の決定
- ・STEP3：現場の窓口の方と調整・ヒアリング → ペルソナレビュー（集中講義枠）
- ・・・3週間後：PoC 構想の完成とあわせて、ペルソナシートも完成（一つに集約）

【Step 1：Think（個人観察の整理）】

- 視察現場で印象に残った「困っているように見えた場面」

- その人はどんな人？（職種、年齢、行動パターン、感情など）

- その人の課題はなぜ起きている？背景や構造的な要因は？

【Step 2 : Share (チームで共有・収束)】

- チーム内で話し合った結果、注目すべきペルソナ候補はどんな人？

- どのような共通点や共感ポイントがありましたか？

- このペルソナをさらに深掘りするために、現場の方に聞いてみたいこと

【Step 3 : アクション計画（やりとり・レビューに向けて）】

- このペルソナを完成させるために必要な情報や確認したいことは？

- チームで誰がどのような役割を担当しますか？（例：ヒアリング交渉、記録、まとめ）

- ペルソナシートの完成予定日・レビュー計画（現場の方との確認含む）

MIRS ドキュメントの項目

1. ペルソナの設定

- 1.1. ペルソナの属性
- 1.2. ゴール(達成したいこと・理想の状態)
- 1.3. ストーリー(業務上の状況・環境)
- 1.4. 課題(現場監督としての困りごと)
- 1.5. 現状(行動・工夫)
- 1.6. 情報源(日常的に触れている情報)

2. リーンキャンバス

対象顧客・課題

セクション	内容
1. 課題	顧客が直面している具体的な“困りごと”は何か？上位3つを挙げる
2. 顧客セグメント	その課題を持っている“ターゲット顧客”は誰か？
3. 独自の価値提案	顧客にとっての“価値ある提案”。なぜ選ばれるか？
4. ソリューション	その課題をどう解決するか？解決手段の概要
5. チャンネル	顧客にどう届けるか？販売・提供ルート
6. 収益の流れ	どのように収益を得るか？(売上モデル)
7. コスト構造	開発・運用にかかる主なコストは何か？
8. 主要指標	成功や成長を測るために重視すべき指標は？
9. 圧倒的優位性	他が真似できない強みは？(特許、チーム、信頼など)