

サービスデザインガイドライン

事例集



この事例集では、東京都のワーキンググループで令和四年度に実践したサービスデザインの取り組みをご紹介します。

各事例では、事業の概要とサービスデザインのポイント、そして、プロセス全体でどのような活動を行ったのかを俯瞰的にご紹介します。

実際にサービスデザインに取り組む際には、さまざまな前提条件の違いなどを考慮し、どのように活動を進めていくかの検討が重要になります。

この事例を参考にさせていただきつつ、ぜひサービスデザインを経験された方やデジタルサービス局と連携して、実践に取り組んでください。

目次

デジタルサービス局・
TOPホームページ…………… p.3

「東京都介護予防・
フレイル予防ポータル」サイト…………… p.5

「デジタルサービス局・TOPホームページ」

デジタルサービス局HPの改善をサービスデザインで実現

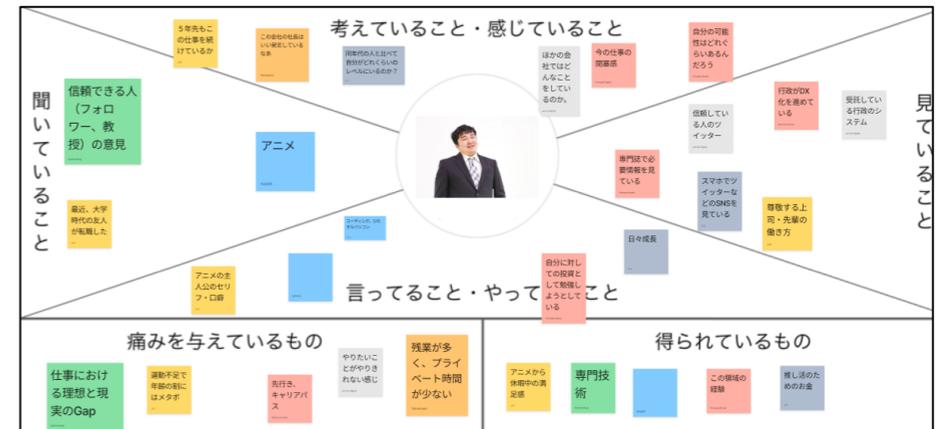
デジタルサービス局では、より見やすく使いやすい局HPを構築するために、以下の観点でパーツデザインやテンプレートの見直し等の検討を図ることとなった

- 1 UI/UXの改善
- 2 SEO対策
- 3 マルチデバイス対応

注：この事例では、主に1のUI/UXの改善に関して紹介をしている

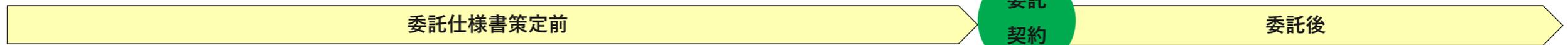
サービスデザインのポイント

- HPリニューアルの目的・背景・課題を整理
情報のまとめりやページデザイン、サイト構造の統一性という課題を確認。
- 利用者の立場で考える
区市町村からの派遣職員・民間からの転職者へのユーザーインタビュー等を実施
区市町村からの派遣職員・民間からの転職者へのユーザーインタビュー等を実施
- 利用者が求めるHPへのリニューアルを実現
ユーザーがHPに期待するものを、どのように反映させるかについて、民間有識者に意見を聴取



利用者視点にたったサイト構造の見直しに取り組んだ際の分析結果の一部。
上/ペルソナ。下/共感マップ

プロジェクトのプロセスとタスク



委託仕様書策定前			委託後	
リサーチ	分析・インサイト抽出	アイデア発想・仮説案作成※	プロトタイピング（仮説案検証）	ユーザビリティテスト
<p>やったこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ● HPの現在想定の利用ユーザー層、アプローチしたいユーザー層の観点で、HP改修のターゲットユーザーを二つ設定 ● 「東京都のDXの取り組みが知りたい自治体職員（特に区市町村職員）」、「デジタルサービス局への転職希望者」の二つ ● 上記ターゲットユーザーを想定した都職員4名（中途入庁者、区市町村からの派遣職員）に対してユーザーインタビューを実施 ● 情報探索方法、日々の活動、現状のホームページ評価といったファクトを把握 ● Googleアナリティクスなどのサイト利用状況の情報把握 	<ul style="list-style-type: none"> ● インタビュー内容に基づき、ペルソナ設定（ターゲット像の明示的共有）、共感マップ（ファクトをさらに深堀）をワーク形式で作成 ● 関係者間で成果物を確認し合い、ターゲットユーザーの具体像・価値観を共通認識化 ● ペルソナのPOV（Proof of value ≡ インサイト）を「〇〇な状況の〇〇さんは、〇〇を求めている。なぜなら〇〇だから。」の形式でブレースト ● 表面的な要望、課題整理から潜在的、本質的な要望、活動課題の抽出 	<ul style="list-style-type: none"> ● 注目すべきPOVと、そのPOVのHMW（How might weの問い）を洗い出し、インサイトを深堀り ● HMWを参考に、どのようなHPがよいかアイデアをブレースト ● その後アイデアをグルーピング・カテゴライズし整理 ● 整理したアイデアを重要度・実現可能度の二軸で優先度付けを行い、仮説案へ昇華 	<p>やったこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 制作過程の制作物（リニユアルホームページ）を受託事業者と都庁で共有し、委託内容にずれがないか常に関係者間でコンセンサスを図る ● 利用者要望にフィットしているかアイデア仮説の確認を、テスターで実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● トップページ上で意図したコンテンツがスムーズに認知できるか ● PCとスマートフォンで同様の体験が実現できるか ● といった最終確認を実施

「東京都介護予防・フレイル予防ポータル」サイト 利用者を再定義し、ウェブサイトの利用体験を改善

東京都福祉保健局では、ウェブサイト更新を効率化するため、CMSの導入に併せて以下の観点でリニューアルを図ることとなりました。

- 利用者視点に立ったサイトリニューアルを検討

都民が次のアクションにつなげられることを目指す

- コンテンツ追加・編集・修正の業務効率化を目指す

ウェブサイトの鮮度を保つため、また時代の変化にスピーディーに対応するために、担当者の更新作業が効率的に行えるようにする

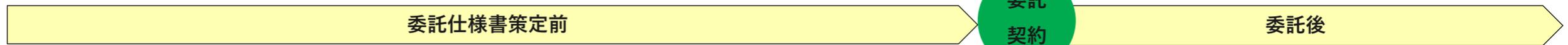


リニューアルTOPページ (イメージ)

サービスデザインのポイント

- ウェブサイトのターゲットには高齢者だけでなく、その支援者も含まれるのではないかという仮説から、高齢者のみならず支援者にも必要とされる情報とは何かを整理
- サービスデザインの手法であるカスタマージャーニーマップを作成することで、現状ウェブサイトの課題と本来あるべき姿の仮説を設定
- ユーザーリサーチより仮説を検証

プロジェクトのプロセスとタスク



委託仕様書策定前			委託後	
リサーチ	分析・インサイト抽出	アイデア発想・仮説案作成 ※	プロトタイピング (仮説案検証)	ユーザビリティテスト
<p>やったこと</p> <ul style="list-style-type: none"> カスタマージャーニーマップを活用して下記シーンにおける課題と機会を関係者で共有 <ol style="list-style-type: none"> キッカケ 流入経路 サイト流入時 サイト内行動時 サイト離脱時 その後 着目している改善ポイントが妥当であるかをユーザーインタビューを通じて確認 	<ul style="list-style-type: none"> テストターの回答をもとにした具体的な対応策の絞り込み 	<ul style="list-style-type: none"> 課題解決のための想定施策だけではなく追加解決策が必要という示唆を導出 例) サイトリニューアルだけでなく、他のメディアとの連携が必要など 	<p>やったこと</p>	<p>やったこと</p>

サービスデザインガイドライン [事例集]
VERSION 1.0.0

発行：東京都デジタルサービス局