



マンガで
分かる

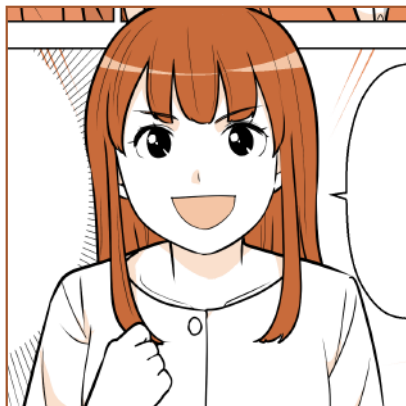
サービスデザイン ガイドライン

サービスで生活を豊かにする、

それが私たちにできること

東京都デジタルサービス局
2025年1月

登場人物



織田 しおり (おだ しおり) 28才
デジタルサービス局 総務部 デジタル人材戦略課

しっかり者だが完璧主義なところがあり、失敗を恐れがち。「デジタル人材採用情報サイト」の企画～制作を任せられ、先輩・早川のサポートで「サービスデザイン」を活用しながらプロジェクトを進める。『東京都をより暮らしやすい街にしたい!』と考え入庁した。



早川 颯真 (はやかわ そうま) 35才
織田の先輩

局内でも一目置かれるリーダー的存在。場を和ませるムードメーカー。周囲の状況やチームの空気感にも敏感で、冷静かつ最適な判断ができる。仕事に対して妥協を許さず、特に「サービスデザイン」に精通しており数々のプロジェクトを成功に導いてきた。

あらすじ

ある日、主人公の織田しおりは上司に呼ばれる。内容は、「デジタル人材採用情報サイト」制作に織田を指名するというものだった。

入庁して6年目、やっと責任感のあるポジションを任されてやる気満々の織田。早速取り掛かろうとするものの、思ったように進められない。これまでプロジェクトの一旦を担うことはあったが、企画から担当するのは初めて。どう進めようか考えあぐねっていると先輩の早川 颯真が近づいてきた。

事情を説明し、悩んでいることを伝えると、先輩は「サービスデザインの視点を取り入れたらどうか?」とアドバイスをくれた。まだ活用したことがない織田は、早川からイロハを教わっていく。

目次

0章:プロローグ	P.01
1章:サービスをデザインする	
そもそもサービスデザインってなに?	P.03
サービスデザインガイドラインとは?	P.06
2章:東京都におけるサービスデザイン	
サービス開発プロセスの全体像	P.11
東京都サービスキャンパスとは?	P.19
3章:サービスを考える	
企画(仮説検討・サービス立案)	P.25
要件定義・調達	P.33
4章:サービスを実現する	
設計	P.43
開発	P.46
テスト・改善	P.49
リリース後	P.51

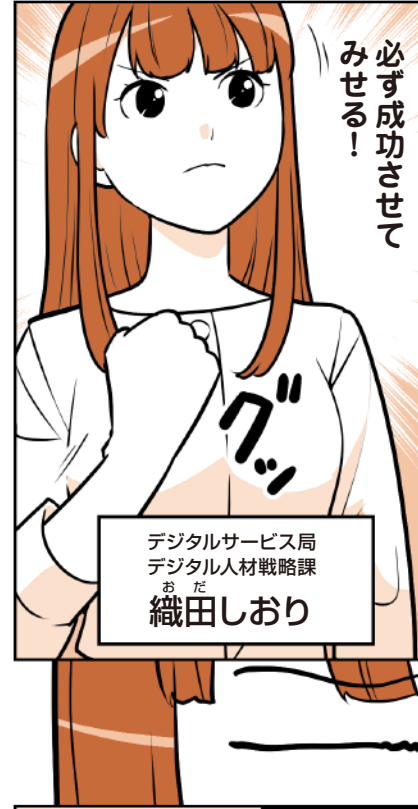
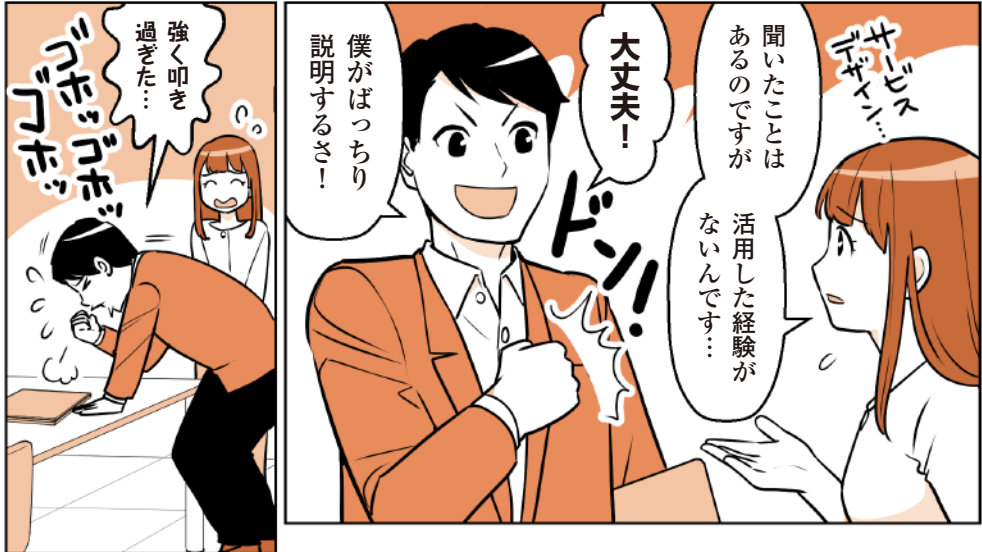
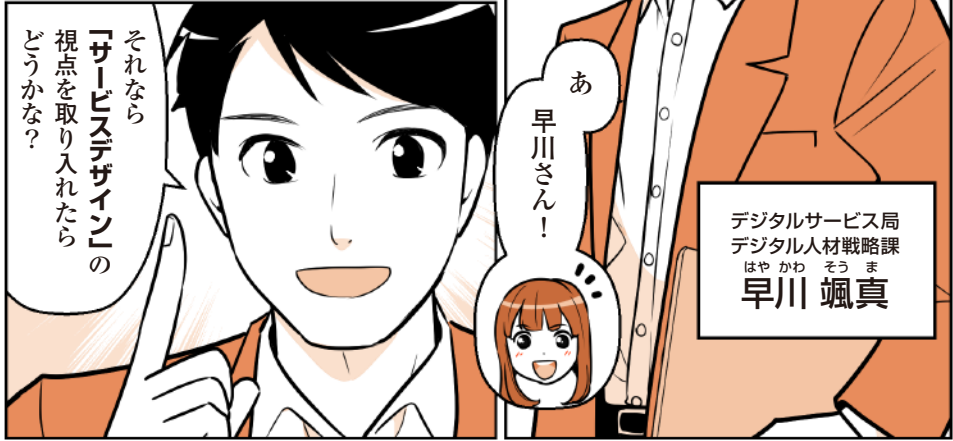
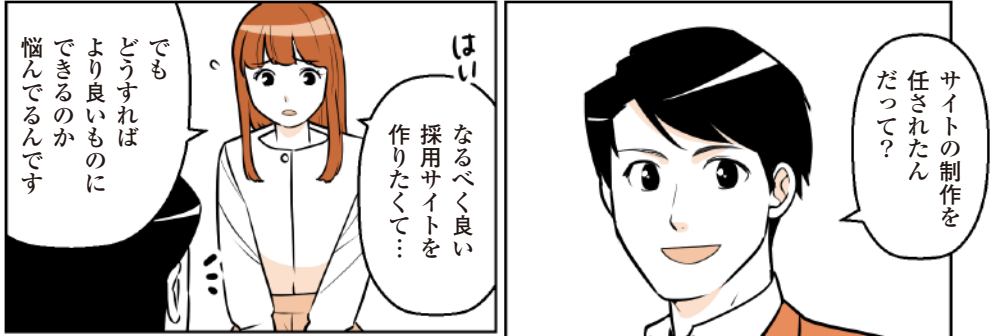
本コンテンツの読み方 各章はマンガと解説で構成されています。

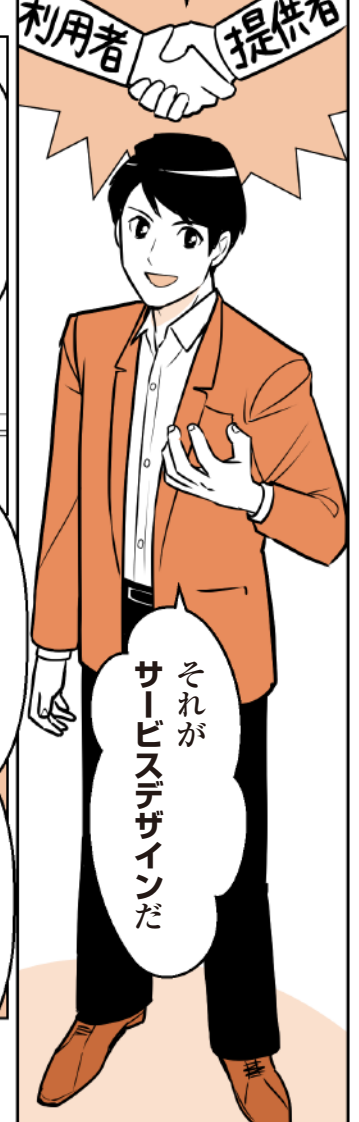
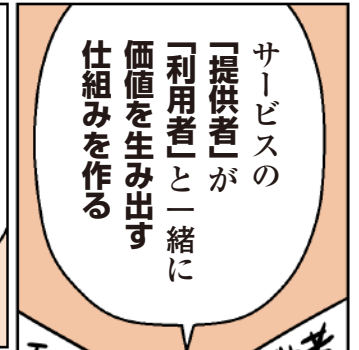
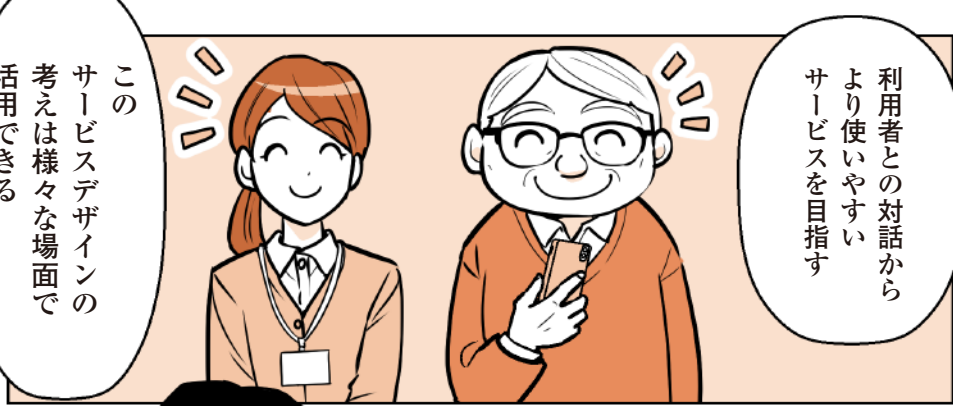
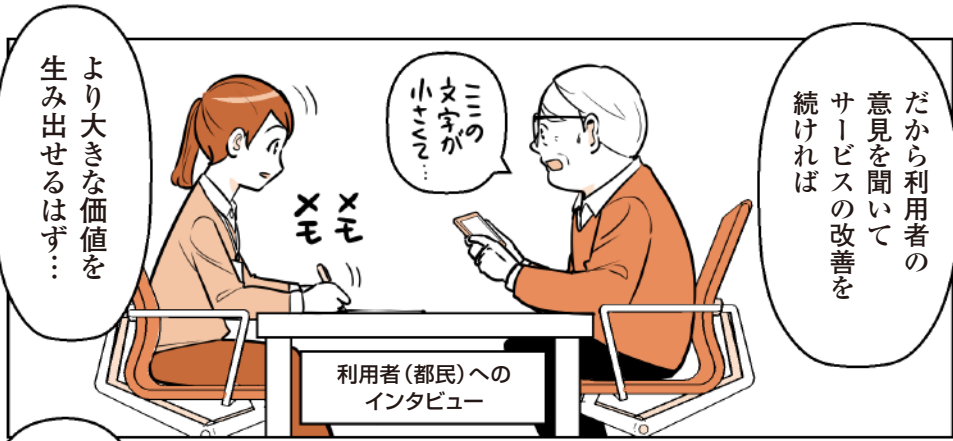


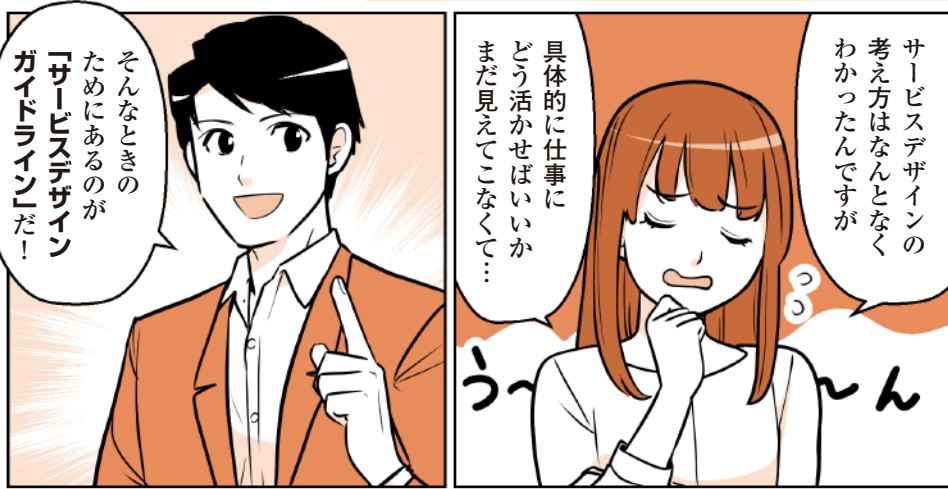
マンガ



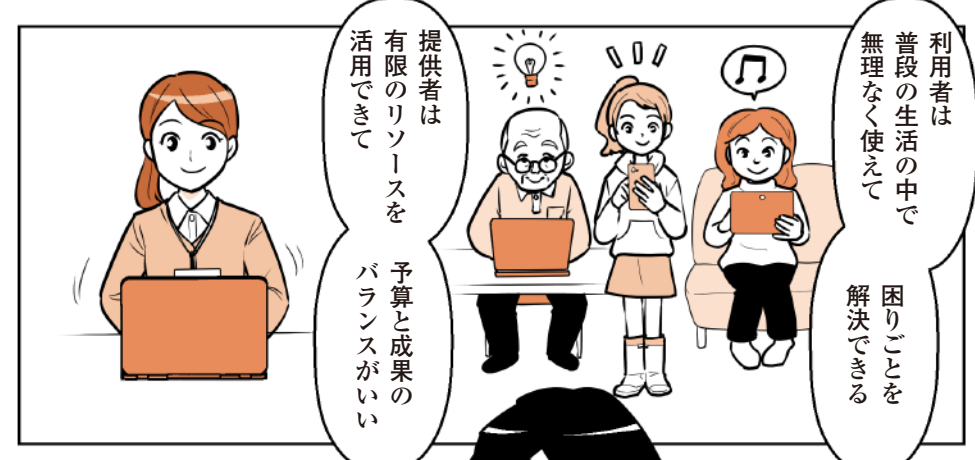
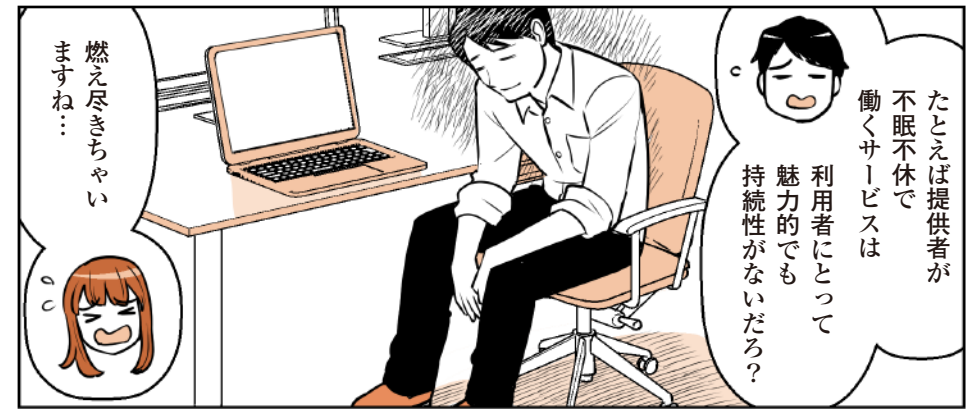
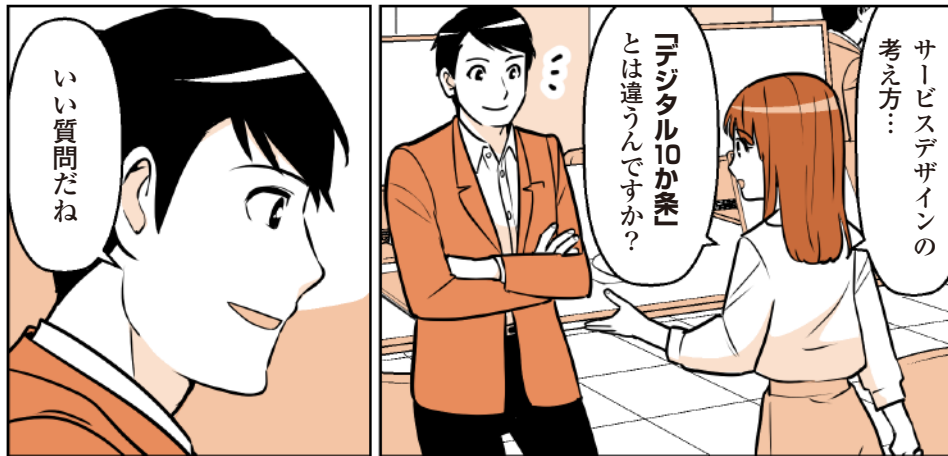
解説







ガイドラインには
東京都が推奨する
考え方がまとめてある



デジタル
10か条は…



顧客視点でデザインしよう

シンプルなおサービスを心がけよう

誰ひとり取り残されないようにしよう

資源(データ)を最大限に活用しよう

安全安心なデジタル社会をつくらう

オール東京一丸となって取り組もう

都政の見える化をしよう

都民と共創しよう

つねに見直しチャレンジし続けよう

ともに学びつづけよう

政策って、デザインだ。

TOYOYO METROPOLITAN GOVERNMENT

#デジタル10か条

QRコード

デジタルサービスの開発・運用に携わる職員が遵守すべき基本的な理念のこと

「顧客視点でデザインしよう」の実践に必要な技術的基準が「サービスデザインガイドライン」なんだ

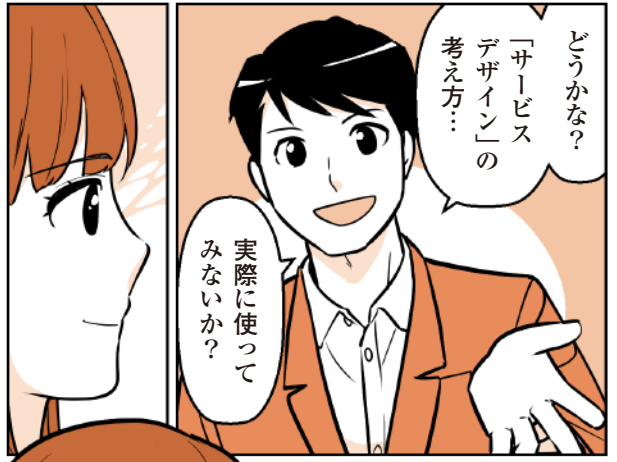


サービス開発の各工程でやるべきことやノウハウが具体的に記載されている



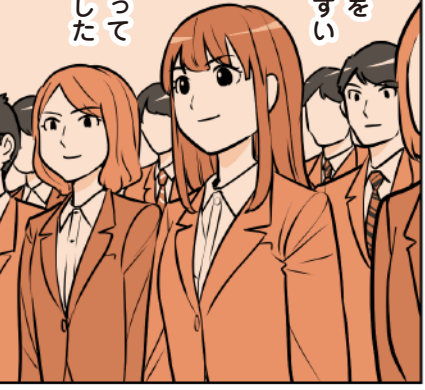
「サービスデザイン」の考え方は…

実際に使ってみないか?



大好きな東京をより暮らしやすい街にしたい!

私はそう思って都庁に入庁した

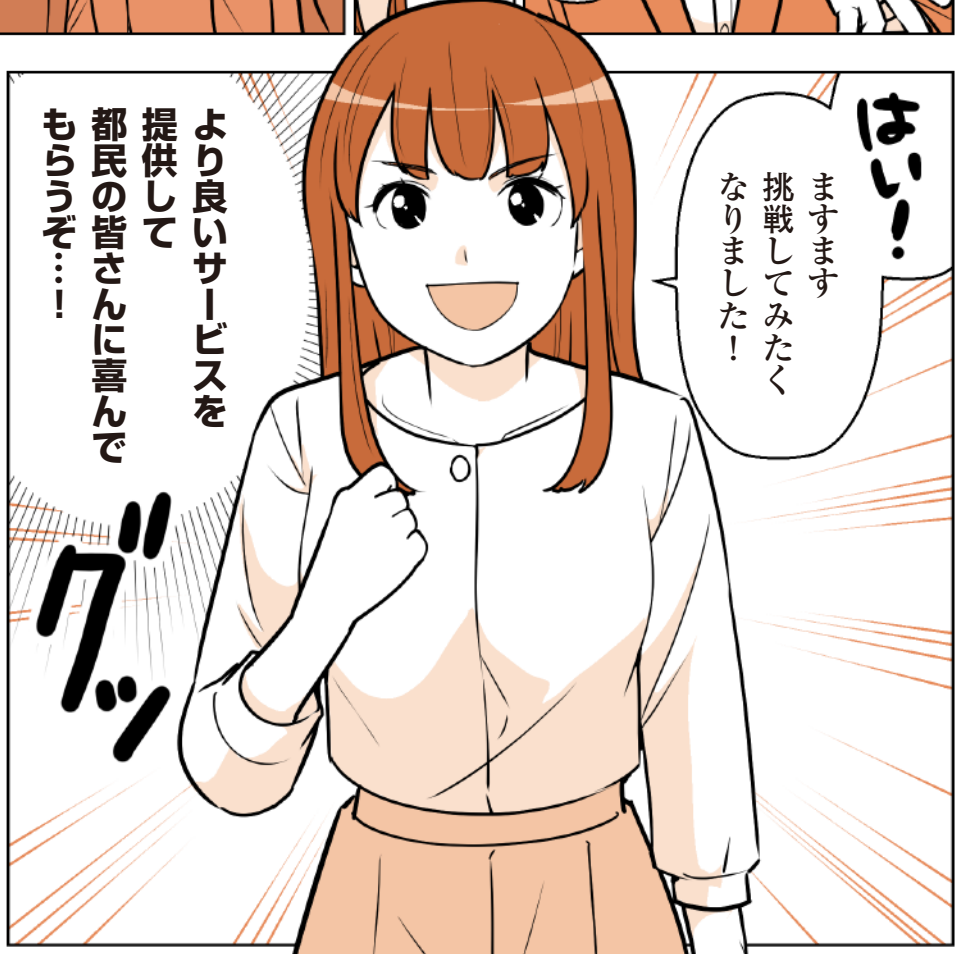


はい!

ますます挑戦してみたくなりました!

より良いサービスを提供して都民の皆さんに喜んでもらうぞ…!

グッ



サービスデザインとは

職員の皆さんが日々の業務で手がけるウェブサイトやデジタル施策などを通じて、利便さ、嬉しさ、快適さ……といった価値を様々な人に届けることを「サービス」と呼びます。

そして、サービスを使う側(利用者)、届ける側(提供者)双方の立場や状況に思いを巡らせながら、それぞれの「困りごと」を「嬉しい！」に変えていくことが「サービスデザイン」です。

サービスデザインガイドライン

職員の皆さんがより良いサービスを作り、様々な人の暮らしを豊かにすることを支援するものです。

サービスデザインの考えに基づき、「東京都サービスキャンバス」やユーザーテストといったツールを使いながら、より良いサービスを作るために必要なことを解説しています。



都民の生活の質を向上させるため
目的に応じた
ガイドラインが
あるんですね！



サービスの利用者・提供者

サービスのユーザーには「利用者」だけでなく、皆さんのようなサービスの「提供者」も含まれています。

利用者にとって価値があることが前提とはいえ、あらゆる要求を実現しようとするサービスは持続できません。提供者視点も加味し、双方のバランスがとれた状態を目指すことが重要です。

都民だけでなく職員や事業者も利用者になる！
自分たちが使うサービスにもサービスデザインが活きるんだ



東京都におけるサービスデザイン

東京都は『デジタルサービスの開発・運用に係る行動指針』で、より良いデジタルサービスの実現を通して、都民のQOL(クオリティ・オブ・ライフ、生活の質)を向上させていくことをビジョン(理想像)として掲げています。

限られたリソースの中で都民のQOL向上に寄与するため、東京都ではサービスデザインの考え方をういたサービス開発・運用を推進しています。

デジタル10か条

デジタルサービス局が作成した「東京都デジタルサービスの開発・運用に係る行動指針」の構成要素の1つであり、行動規範を示したものが「デジタル10か条」です。その実践にあたって必要な技術的な基準を定めたものが「サービスデザインガイドライン」となります。

デジタルサービスの開発・運用に携わる全ての職員等が遵守すべき基本的な価値観

行動規範(デジタル10か条)

機能別技術ガイドライン

サービスデザインガイドライン

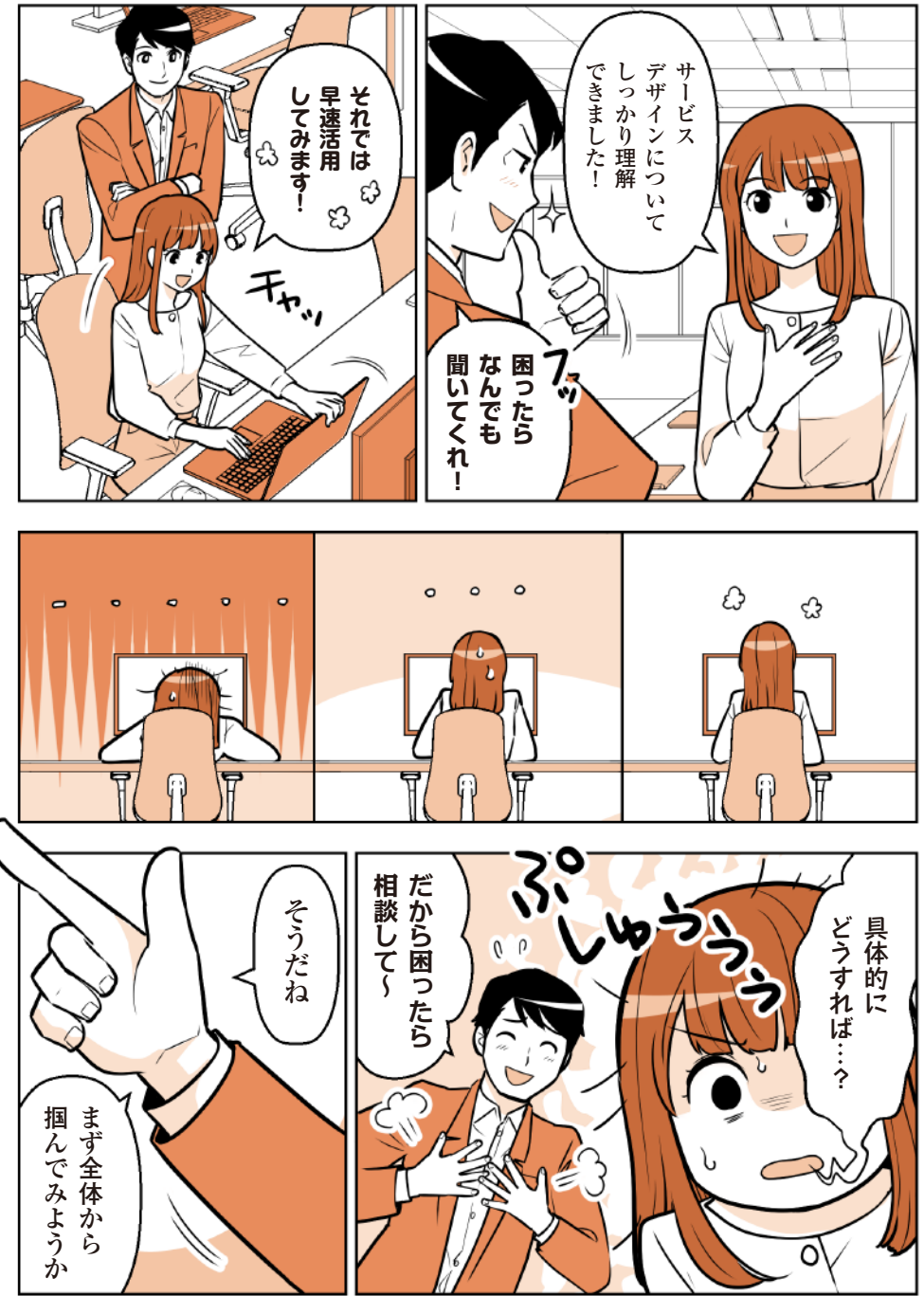
データ活用ガイドライン

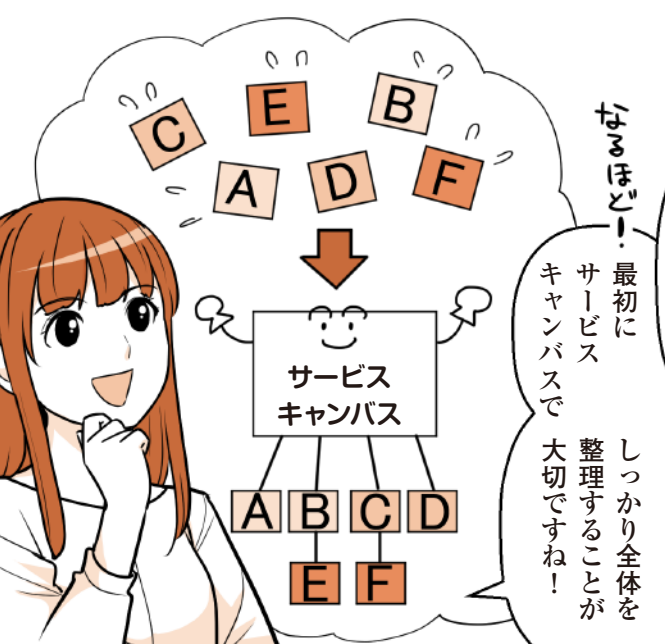
セキュリティガイドライン

東京都デジタルサービスの開発・運用に係る行動指針



- 仮説検討
- 企画
- サービス立案
- 要件定義・調達
- 設計
- 開発
- テスト・改善
- リリース





なるほど！最初にサービスキャンパスで、しっかり全体を整理することが大切です！

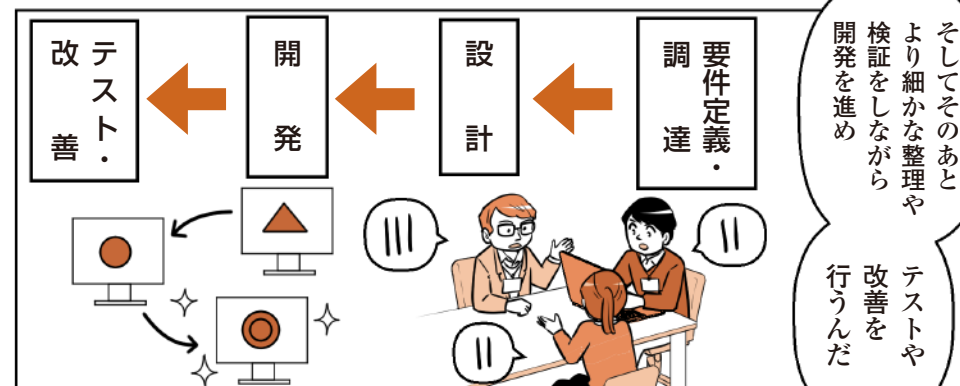


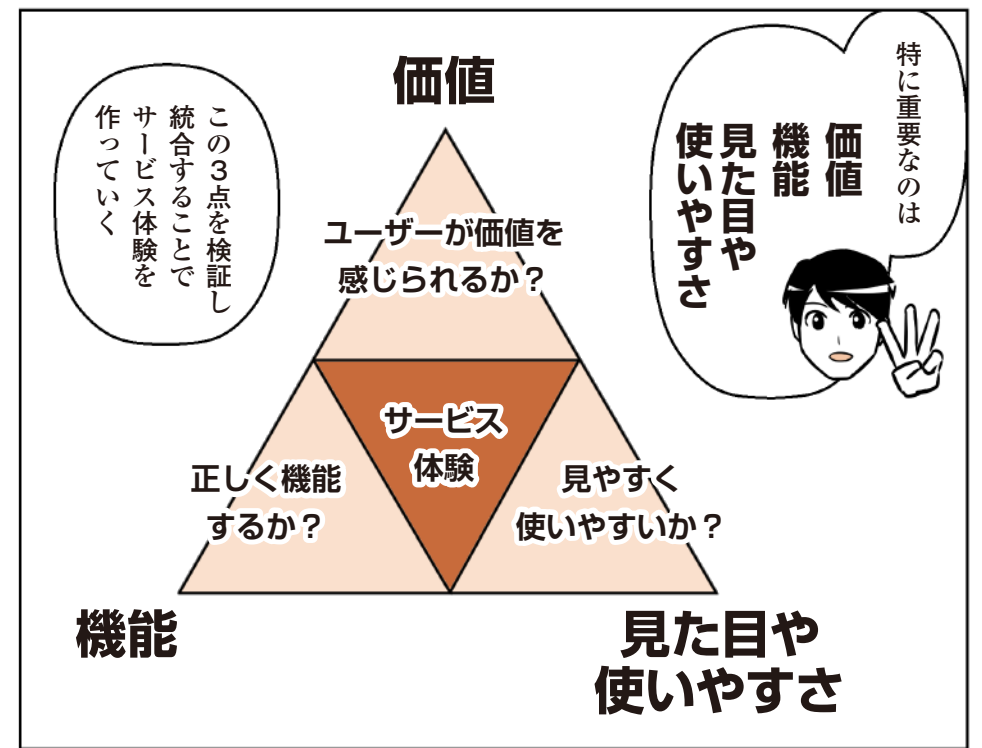
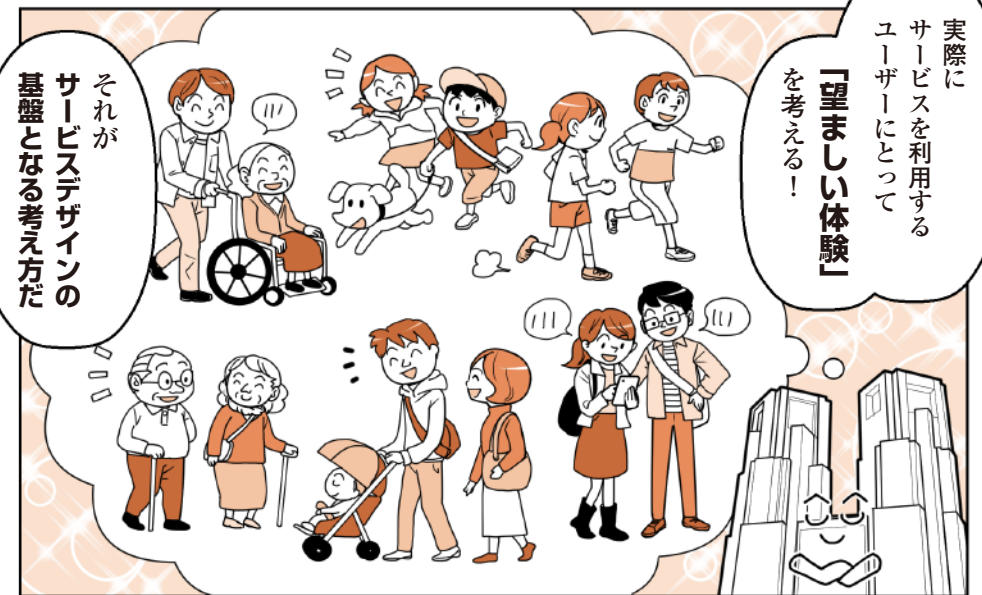
東京都サービスキャンパス

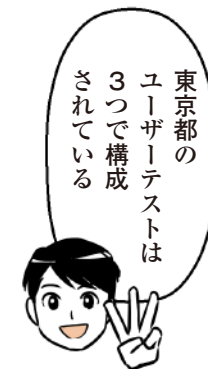
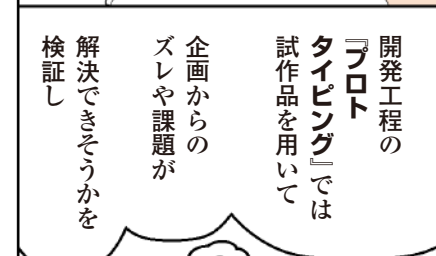
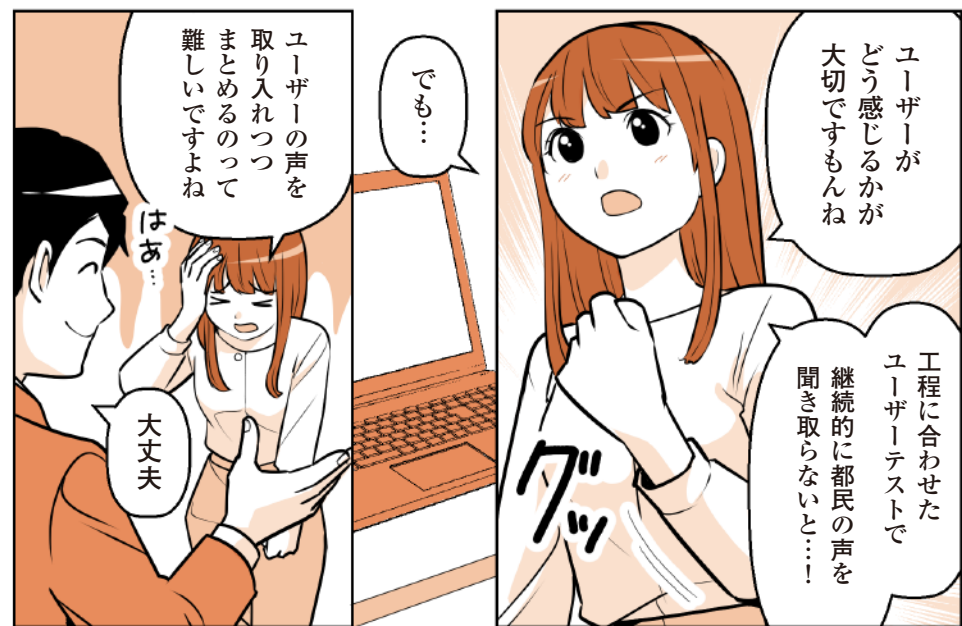
把握すべき項目が網羅された1枚!

企画の目的や価値を整理する

まず企画の段階ではユーザーリサーチで得られた結果をもとに東京都サービスキャンパスを作成!







企画工程

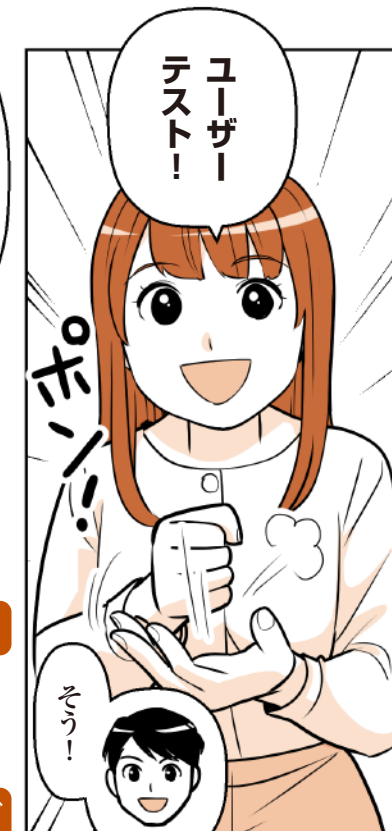
ユーザーリサーチ

設計工程

プロトタイプング

テスト・改善工程

ユーザーティテスト



※サービスリリース前に設計物を最終確認するためにテスト環境で用意されたサンプルシステム

利用者 エリア

利用者はどんな人	
困りごと	嬉しいと感じること
利用者がもっとも実現したいこと	

求職者にリサーチした上で書くんですね

利用者エリアではサービスの利用する人の視点で書く利用者の視点…今回だと求職者だな

これまでの検討を踏まえて**解決策エリア**に記入する

利用者や提供者それぞれの立場で考えるんですね

価値 エリア

利用者の価値
提供者の価値

価値エリアではサービスで実現したい価値を書く

解決策 エリア

取り組むべき課題	解決策(実施内容)	施策を普及させるための手段
解決策を実現するための活動とリソース ・予算 ・期間 ・想定利用者数 ・想定される利用者 ・一人あたりのコスト	目指す成果 中長期的に目指すこと	活動評価指標

キャンパスは項目を埋めただけで完成じゃない
 繰り返し書き直して精度を高めよう!
 はい!

東京都サービスキャンバス VERSION 1.0.0

担当部署: _____ 事業名: _____ 重要項目

<h4>提供者 エリア</h4> 提供者はどんな人 困りごと 嬉しいと感じること 提供者がもっとも実現したいこと	<h4>価値 エリア</h4> 利用者の価値 提供者の価値	<h4>利用者 エリア</h4> 利用者はどんな人 困りごと 嬉しいと感じること 利用者がもっとも実現したいこと
<h4>解決策 エリア</h4> 取り組むべき課題 解決策(実施内容) 施策を普及させるための手段 解決策を実現するための活動とリソース ・予算 ・期間 ・想定利用者数 ・想定される利用者 ・一人あたりのコスト		
		目指す成果 中長期的に目指すこと
		活動評価指標

そこで使うのが『東京都サービスキャンバス』

企画段階からリリース後まで広い範囲で活用できるものだよ

サービスを考えるのに必要な項目を整理し全体像を描くためのツールだ

提供者 エリア

提供者はどんな人	
困りごと	嬉しいと感じること
提供者がもっとも実現したいこと	

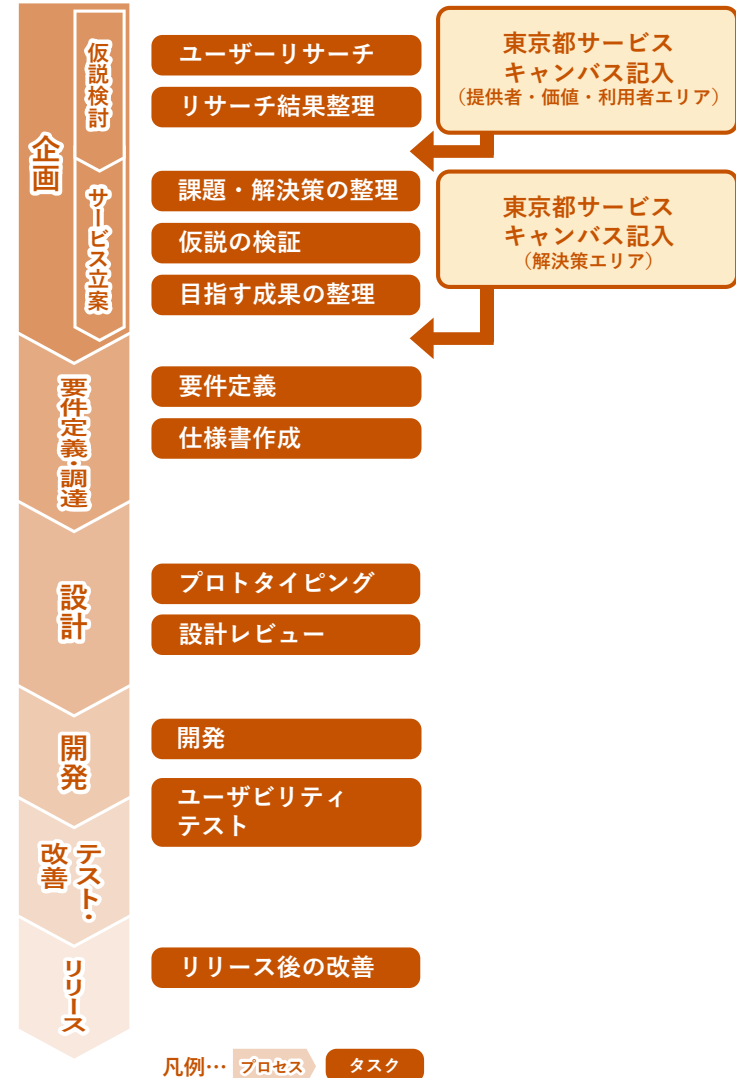
今回は職員である私の視点で書けばいいんですね

提供者エリアではサービス提供者の視点で書く

サービス開発プロセスの全体像

サービス開発プロセスは企画〜リリースまでの工程で構成されています。企画ではユーザーリサーチの結果をもとに「東京都サービスキャンパス」を作成し、サービスの全体像を整理します。

要件定義・調達では実現するサービス要件を整理します。次に、設計／開発／テスト・改善ではプロトタイピングなどによりサービスを検証しながら開発を進め、テストや改善を行います。さらに、リリース後も継続的にサービスを改善していきます。

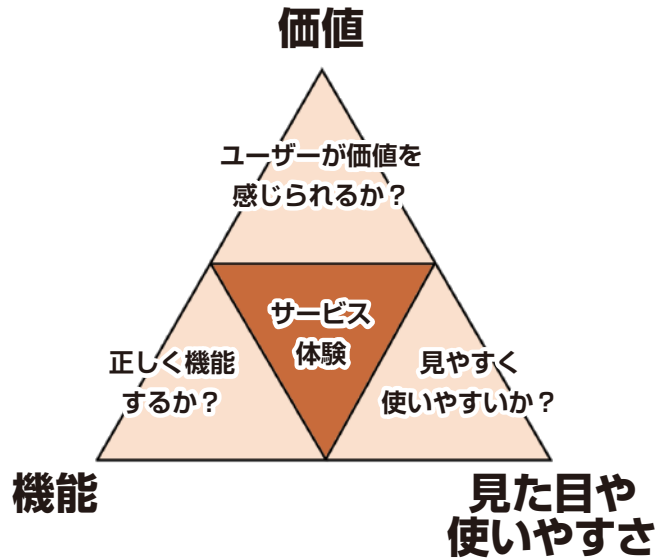


ユーザー視点の重要性

サービスデザインは、ユーザー(利用者・提供者)にとって「望ましい体験」を考えることが重要です。そして、具体的には「ユーザーが価値を感じられるか?」「正しく機能するか?」「見やすく使いやすいか?」の3つを意識し、ユーザーの声をサービス開発の中で取り入れることが重要です。



徹底したユーザー視点が良いサービスを生み出すんですね!



ユーザーテスト

ユーザーテストとは、ユーザーとのコミュニケーションを能動的に行い、抱えている要望や課題・サービスの問題点を発見し、確認する取組を指します。東京都のユーザーテストは、ユーザーリサーチ、プロトタイピング、ユーザビリティテストの3つで構成されています。

ユーザーとなる都民をテストとし、プロセスに応じてテストに用いる作成物を使い分けることで、ユーザーの要望に沿った価値あるサービスの実現に繋がります。



東京都 サービスキャンパス

東京都サービスキャンパスは、必要な項目を網羅的に整理しサービスの全体像を描くためのツールです。利用者・提供者それぞれから期待される価値や解決策を、最終的に実現するための条件や制約を考慮した上で、サービスの全体像を俯瞰的に捉えながら検討することができます。

キャンパスの全ての項目を埋めたあとも、記載内容の議論や深掘りを通じてサービス企画の精度を見直し、常にキャンパス内容を更新していきましょう。

各エリアについて

A 提供者エリア

サービスを提供する人の視点を書くエリアです。まず、前提を整理し、あなたの思いをまとめましょう。

B 利用者エリア

サービスを利用する人の視点を書くエリアです。利用する人の立場に立って考えてみましょう。

C 価値エリア

サービスに期待される価値を書くエリアです。利用者、提供者双方の立場で捉え直しましょう。

D 解決策エリア

解決方法を考えて整理するエリアです。A〜Cエリアに書いた内容を振り返り、取り組むべき課題と解決策、目指す成果を考えましょう。

東京都サービスキャンパス VERSION 1.0.0

担当部署： 事業名： 重要項目

<p>提供者エリア</p> <p>提供者はどんな人</p> <p>困りごと 嬉しいと感じること</p> <p>提供者がもっとも実現したいこと</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #e67e22;">A</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">提供者エリア</p>	<p>価値エリア</p> <p>利用者の価値</p> <p style="text-align: center; font-size: 4em; color: #e67e22;">C</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">価値エリア</p>	<p>利用者エリア</p> <p>利用者はどんな人</p> <p>困りごと 嬉しいと感じること</p> <p>利用者がもっとも実現したいこと</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #e67e22;">B</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">利用者エリア</p>						
<p>解決策エリア</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="358 1133 907 1284"> <p>取り組むべき課題</p> </td> <td data-bbox="913 1133 1451 1284"> <p>解決策（実施内容）</p> </td> <td data-bbox="1458 1133 2004 1284"> <p>施策を普及させるための手段</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="358 1289 907 1444"> <p>解決策を実現するための活動とリソース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 予算 ・ 期間 ・ 想定利用者数 ・ 想定される利用者一人あたりのコスト </td> <td data-bbox="920 1289 1451 1444"> <p>目指す成果</p> <hr/> <p>中長期的に 目指すこと</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #e67e22;">D</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">解決策エリア</p> </td> <td data-bbox="1464 1289 2004 1444"> <p>活動評価指標</p> </td> </tr> </table>			<p>取り組むべき課題</p>	<p>解決策（実施内容）</p>	<p>施策を普及させるための手段</p>	<p>解決策を実現するための活動とリソース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 予算 ・ 期間 ・ 想定利用者数 ・ 想定される利用者一人あたりのコスト 	<p>目指す成果</p> <hr/> <p>中長期的に 目指すこと</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #e67e22;">D</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">解決策エリア</p>	<p>活動評価指標</p>
<p>取り組むべき課題</p>	<p>解決策（実施内容）</p>	<p>施策を普及させるための手段</p>						
<p>解決策を実現するための活動とリソース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 予算 ・ 期間 ・ 想定利用者数 ・ 想定される利用者一人あたりのコスト 	<p>目指す成果</p> <hr/> <p>中長期的に 目指すこと</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #e67e22;">D</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">解決策エリア</p>	<p>活動評価指標</p>						

Used as a reference 'Business Model Canvas' Strategyzer.com
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

サービス開発プロセスが複雑だからこそ東京都サービスキャンパスで整理することが重要なんだ



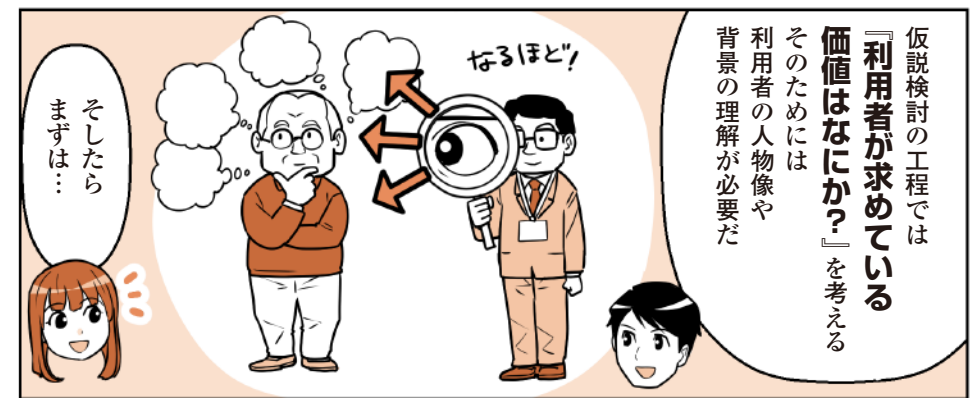


東京都
サービスキャンパスは
サービスの
提供価値を定める
『仮説検討』
サービスを形作る
『サービス立案』
の工程で作成する

企画
1 仮説検討 2 サービス立案

東京都サービスキャンパス VERSION 1.0.0 担当部署: 事業名: 重要項目

提供者エリア	価値エリア	利用者エリア
提供者エリア	価値エリア	利用者エリア
解決策エリア	解決策エリア	解決策エリア





名前

東京都(あずま けいと)

この人の口癖

来週はみんな(家族)でどこにいきますか?

基本プロフィール

性別	男性	年齢	33歳
家族構成	妻、長女(5歳)	居住地	世田谷区在住
仕事・業務内容	国内システム開発会社 プロジェクトマネージャー (大手製造業の基幹システム刷新)		
今年の目標	インパクトのあるプロジェクトを手がけたい。 プライベートでもより家族との時間を 持てるようにしたい。		
性格	真面目で人当たりが良く温厚		

ペルソナシートには性別、年齢、業務内容といった人口統計学的な属性

性格や価値観
ライフスタイルといった
心理的な属性を記入している



なるほど!

ステップ

「カスタマー
ジャーニーマップ」は
利用者の行動を
可視化するツールだ

行動や感情を
掘り下げて
理解するんですね

利用前 → 利用中 → 利用後

利用者の行動	経験や人生プランを踏まえ、転職の軸を検討する	転職希望先の情報を収集する	希望する会社の応募準備・面接対策をし始める
利用者の感情	不安 😞 そろそろ転職しようかな。自分に合うところ見つかるかな...	安心 😊 業務や働き方がよく理解できた!ただ、もう少し実態を知る機会がほしい	緊張 😓 面接うまくいかな。本当にこの軸で選んでいいのかな
タッチポイント	家族・同僚・友人	採用サイト	採用イベント・面接



サービスデザイン
ガイドラインでは
分析手法も
紹介されているよ

データは
取れたけど...



どう活かし
ましょう?



数日後

ユーザー
リサーチが
終わりました!

このような分析手法を使って関係者間で認識を共有しよう

属性	どんな人かをペルソナで分析	利用者の要望や課題を明らかにするにはこの3つの観点から捉える
行動	行動と感情をカスタマージャーニーマップで分析	
考え方	価値観を共感マップで分析	



はい!

ペルソナシートはその属性をまとめたものだ

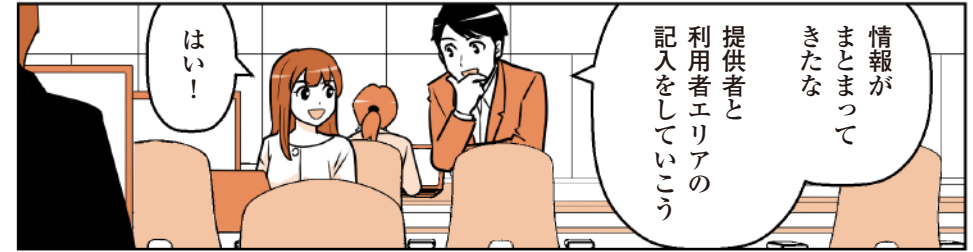
「ペルソナ」は利用者の属性に関する分析手法のこと

価値エリア	
利用者の価値	<ul style="list-style-type: none"> 東京都が就職先の選択肢に入る 知りたい情報がすぐ見つかる
提供者の価値	<p>東京都のデジタル人材として適性がある人材が集まり、業務で活躍する</p>

価値エリアでは『望ましい体験』や『あるべき姿』を書くんだ



提供者や利用者が最も実現したいことを踏まえて書くんですね



提供者エリア	
提供者はどんな人	デジタル人材に関する採用PRの担当
困りごと	嬉しいと感じること
<ul style="list-style-type: none"> 情報が散在している 応募者が集まらない 	東京都でデジタル人材として働くことが魅力的と感じる
提供者が最も実現したいこと	自治体のDX推進のロールモデルとして認知される

私たちの困りごとは...



企画

1 仮説検討 2 サービス立案

東京都サービスキャンパス VERSION 1.0.0

担当部署: 事業名: 重要項目

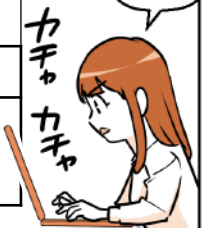
提供者エリア	価値エリア	利用者エリア
提供者エリア	価値エリア	利用者エリア
解決策エリア		
解決策エリア		

次はサービス立案だ サービスキャンパスの下半分に課題を記入しよう



利用者エリア	
利用者はどんな人	<ul style="list-style-type: none"> IT系企業等に就業中の方 デジタル分野への就職を考えている学生
困りごと	嬉しいと感じること
<ul style="list-style-type: none"> 業務内容、職場の雰囲気がよくわからない 	知りたい情報を入手でき、働く職員の顔が見える
利用者が最も実現したいこと	自分のスキルを活かせる仕事があることを知る

利用者の困りごとは...



解決策エリア
解決策（実施内容） <ul style="list-style-type: none"> 採用PRサイトを立ち上げ、利用者が知りたい情報にアクセスできるようにする 職場の雰囲気等がわかる動画コンテンツを発信

目指す成果 採用試験応募者数の増加
中長期的に目指すこと 安定的にデジタル人材を確保すること

活動評価指標 <ul style="list-style-type: none"> サイトのアクセス数 応募者数 採用イベント参加者数

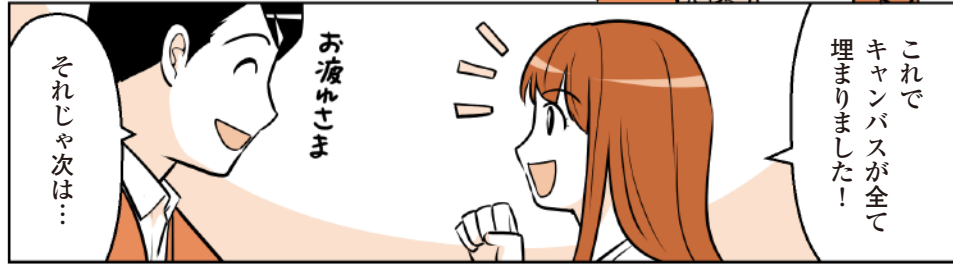
プロジェクトの結果を
キャンパスで
整理しました！
項目を
埋めていくと
明確になりますね！



短期的に
目指す成果と
中長期に
目指す成果を
段階的に考えよう

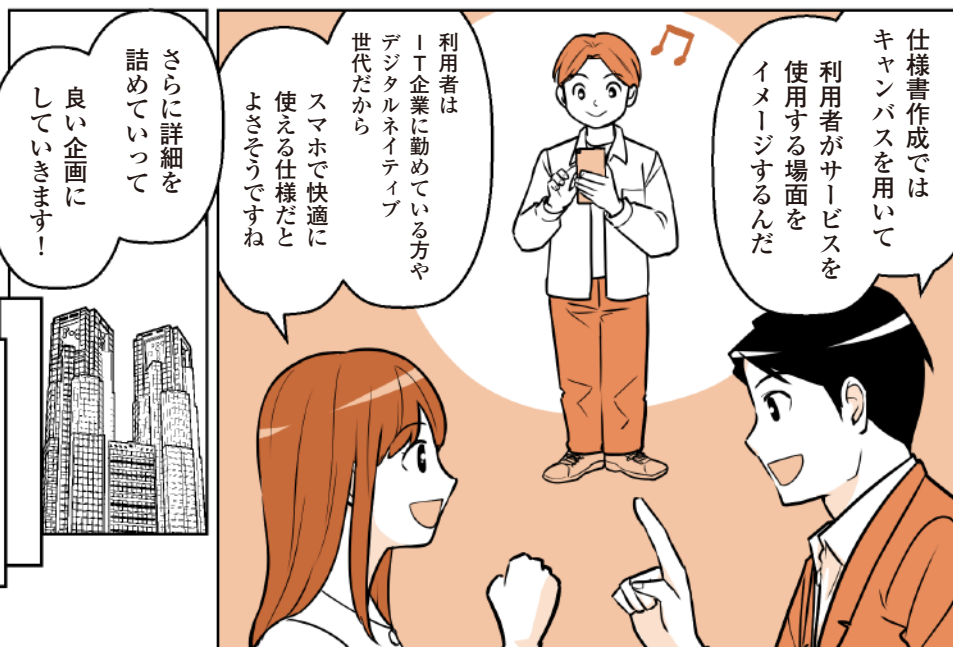


目指す成果と
関連があり
実際に計測できる
指標を設定しよう
はい！



解決策エリア
取り組むべき課題 <ul style="list-style-type: none"> 認知と理解が不十分である 応募までの導線がわかりにくい





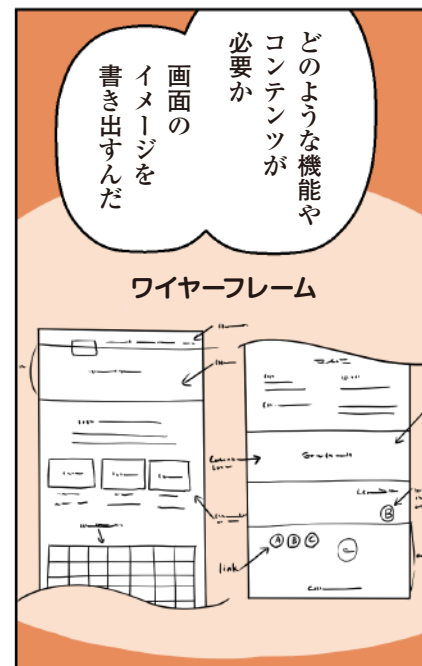
3 要件定義・調達

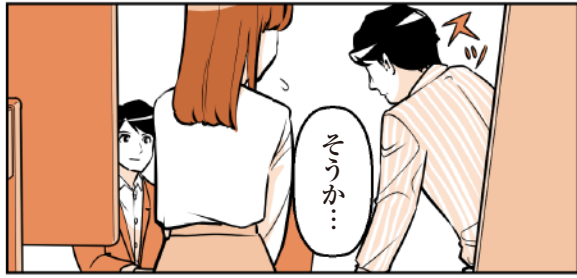
要件定義

- 解決策となるサービス像を 具体的に整理
- 実現すべき要件抽出
 - ・ 必要な業務条件
 - ・ 機能要件 (画面、外部インターフェース等)
 - ・ 非機能要件 (ユーザビリティ、運用・保守性等)

仕様書作成

- 仕様書の作成とレビュー
- 事業者の選定実施

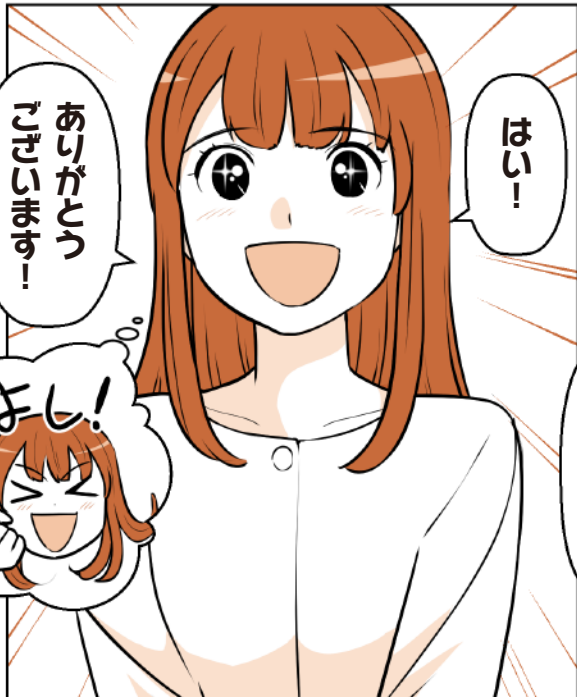




そうか…

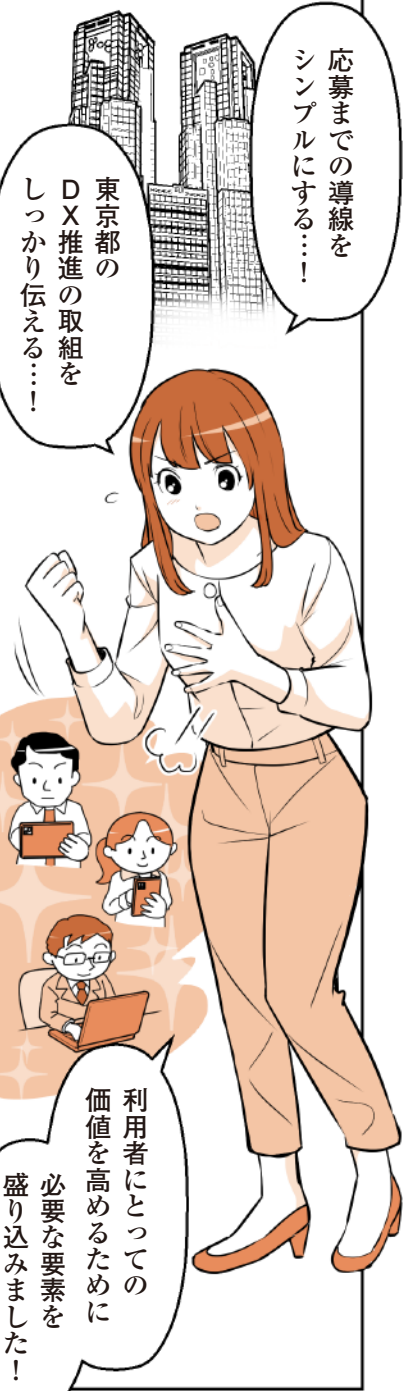


よく練られている
サービス企画だ！
設計と開発を
進めてくれ！



はい！

ありがとう
ついでにまもろー



応募までの導線を
シンプルにする…！

東京都の
DX推進の取組を
しっかり伝える…！

利用者にとっての
価値を高めるために
必要な要素を
盛り込みました！



上司の確認だ！

デジタルサービス局
デジタル人材戦略課長



やっと
満足いく企画の
準備ができた！

いよいよ…



ユーザーリサーチの
結果から
職務情報への
容易なアクセスを
重視しました

そのほかにも…

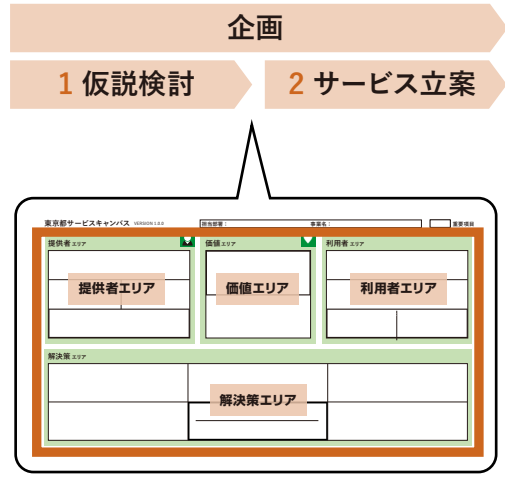


なぜ
この企画構成
なんだ？

はい

企画 (仮説検討・サービス立案)

企画はサービスの全体像を描く工程です。その中でも仮説検討はサービス企画の第一歩として、ユーザーが求めている価値を検討し、サービス立案は解決すべき課題と解決策を検討します。



仮説検討段階では東京都サービスキャンパスの上半分、サービス立案段階では下半分を記入しよう

東京都サービスキャンパス 提供者エリア記入のポイント

- 提供者はどんな人**
サービス提供者の部署や役職名だけではなく、役割が具体的にわかるように書きます。
- 困りごと**
リサーチ結果を引用し、提供者が業務において課題と感じていることを書きます。
- 嬉しいこと**
リサーチ結果を引用し、提供者にとって起こると嬉しいことを書きます。
- 提供者がもっとも実現したいこと**
「困りごと」「嬉しいこと」の内容を要約し、今はできていないが解決・改善・達成したいことを書きます。

ユーザーリサーチと 結果分析

ユーザーリサーチは、利用者満足度の高いサービスを企画するための基盤です。ターゲット像を設定し、その行動、動機、課題を調査することで、利用者に喜ばれるサービス立案に繋がります。新しい発見を目的とした定性調査と、統計的な証明を得るための定量調査の結果を活用し、本質的な課題を見つけ出します。そして、リサーチ結果をもとにサービスデザインの代表的な分析手法や、「属性」「行動」「考え方」の3つの観点をを用いて、利用者をより深く理解し、潜在的な要望や課題を探っていきます。

提供者エリア記入のポイント



提供者エリア	
提供者はどんな人 東京都におけるデジタル人材の採用PRを担当する部署で、業務内容や魅力についての情報発信	
困りごと	嬉しいと感じること
<ul style="list-style-type: none"> デジタル人材に関する情報が点在していること 応募者が集まらないこと 	<ul style="list-style-type: none"> 東京都のデジタル人材として働くことを魅力的に感じてもらいたいこと 多くの応募者が集まること
提供者が最も実現したいこと	
東京都のデジタル人材の活躍が自治体のDX推進のロールモデルとして認知されること	

サービス提供者の前提を整理するエリアです。提供者が考えるサービスの目的や狙いを整理しましょう。

提供者の事業の目的や業務を通して解決したい課題や実現したいことをもとに記入することが大切です！

	発見型	検証型
定性調査	定性データから新しい価値を発見する 例) 行動観察調査、インタビューなど	サービスの仮説を検証する 例) プロトタイプング、ユーザビリティテストなど
定量調査	定量データから新たな意味を見出す 例) データマイニングなど	定量データを統計的に処理し仮説を検証する 例) 選択肢式アンケートなど

※詳細手順や注意事項は「ユーザーテスト実施手順書（ユーザーリサーチの進め方）」を確認してください。

東京都サービスキャンパス 利用者エリア 記入のポイント

利用者はどんな人

解決すべき問題を抱えている人の情報を書きます。あなたが実現したいと思っ
ていることに対し、最も多くの困難を抱
えていると考えられる人を想定して書
きます。

困りごと

リサーチ結果を引用し、利用者が普段の
生活の中で感じている困りごとを書き
ます。

嬉しいこと

リサーチ結果を引用し、利用者にとって
起こると嬉しいことを書きます。

利用者がもっとも実現したいこと

「困りごと」「嬉しいこと」の内容を要約
し、今はできていないが解決・改善・達
成したいことを書きます。

東京都サービスキャンパス 価値エリア 記入のポイント

ユーザーリサーチから得られた分析
結果をもとに、サービスを通して得られ
る提供者や利用者の価値を考えます。

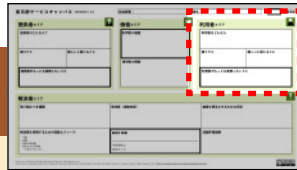
利用者の価値・提供者の価値

利用者・提供者にとってそれぞれ価値
と感ずることを書きます。



記入後も
繰り返し
見直しな
がら常に
改善して
いくこと
が重要で
す！

利用者エリア記入のポイント



利用者エリア

利用者はどんな人

- ・IT系企業等に就業中の方
- ・デジタル分野への就職を考えている学生
- ・行政のデジタル人材として働くことに興味がある方

困りごと

東京都のデジタル人材の
具体的な業務内容、職場の
雰囲気がいまいちわからない

嬉しいと感じること

- ・具体的な業務内容や職場の
雰囲気などの知りたい
情報を入手できること
- ・新しいコンテンツが更新
されること
- ・職員の名前が見えること

利用者が最も実現したいこと

自分のスキルを活かせる仕事があることを知ること

サービス利用者像を明
確にするエリアです。
利用者の立場に立って
サービスの価値を考え
るために最も重要な箇
所です。

価値エリア記入のポイント



価値エリア

利用者の価値

- ・就職先の選択肢が行政にも広がる
- ・転職活動、公務員試験のモチベーションを維持できる

提供者の価値

- ・東京都におけるDX推進の取組に対する
認知度が上がる
- ・東京都のデジタル人材として適性のある
人材が集まり、業務で活躍する

利用者や提供者が実現した
いことを踏まえて、「望まし
い体験」や「あるべき姿」に
ついて記入してください。

東京都サービスキャンパス
解決策エリア
記入のポイント

取り組むべき課題

利用者の価値を実現するために、行政が取り組むべき課題を書きます。

解決策（実施内容）

取り組むべき課題を解決するための方法を書きます。

目指す成果

望ましい社会や公共の状態など、サービスの実現によって目指したい成果を書きます。

中長期的に目指すこと

「目指す成果」を達成することで、将来的に行政として社会にどのような良い効果を与えられるか、長期的な目線で書きます。

活動評価指標

「目指す成果」やその過程の達成状況を適切に評価するための定量的な指標を書きます。

施策を普及させるための手段

サービスを利用者に告知するための手段や、必要な広報活動を書きます。

解決策を実現するための活動とリソース

サービスの開発と運用に必要な活動とリソースを書きます。

仮説の検証

ワイヤーフレームの作成

解決策の仮説ができれば簡易的な検証方法（ワイヤーフレーム作成など）を用いて、立案したサービスが価値提供において妥当かどうかを確認し、仮説を見直します。

ワイヤーフレームは、サービスでどのような機能やコンテンツが必要かを検討するための設計図です。シンプルな線と図、文字で作成することができ、手書きやパワーポイントなど必要に応じて使い分けましょう。



解決策エリアの記入ポイント

解決策エリアは、必ず左上の「取り組むべき課題」から記入し「解決策（実施内容）」の検討へと進むようにしてください。解決策がすでに決定している場合でも、その解決策を記入した上で、課題と整合が取れているかを確認してください。

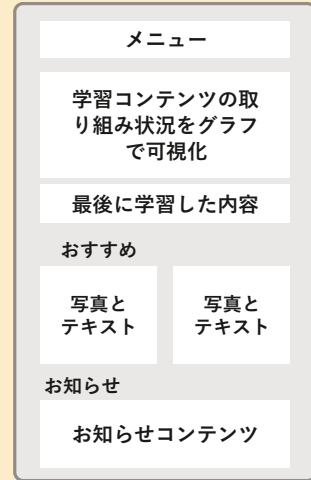
解決策エリア		
取り組むべき課題	解決策（実施内容）	施策を普及させるための手段
<ul style="list-style-type: none"> 認知が不十分である 情報が点在していて、具体的な職務や応募条件等の情報について、検索がしにくい 応募までの導線がわかりにくい 	<ul style="list-style-type: none"> 採用PRサイトを立ち上げ、広告の配信や定期的なコンテンツの更新を行い、利用者が知りたい情報にアクセスできるようにする 職場の雰囲気等を伝えられるような動画コンテンツ作成やライブ配信を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 東京都公式XなどのSNSで周知 ターゲティング広告出稿
解決策を実現するための活動とリソース	目指す成果	活動評価指標
<ul style="list-style-type: none"> 予算 サイト構築・運用で〇〇万円 期間 令和5年10月公開 	<ul style="list-style-type: none"> 採用試験の応募者数が増える 	<ul style="list-style-type: none"> サイトのアクセス数 応募者数 採用イベント参加者数
	中長期的に目指すこと	
	<ul style="list-style-type: none"> 安定的にデジタル人材を確保できること 	

ワイヤーフレームの例

● 手書き



● パワーポイント



ワイヤーフレームがあると機能やサービス要件についての議論がより深まるんだ





プロトタイプング

設計レビュー

開発

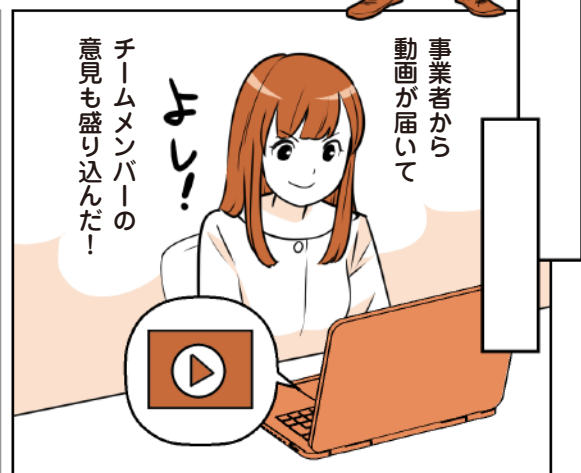
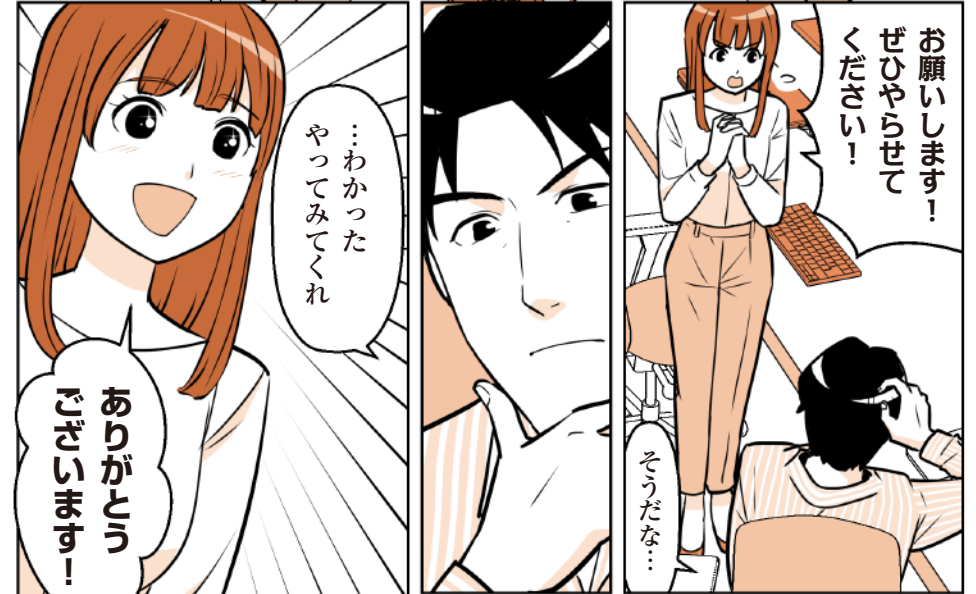
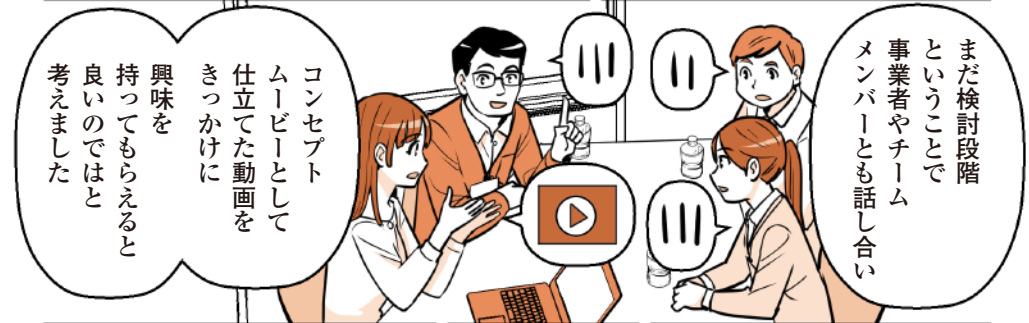
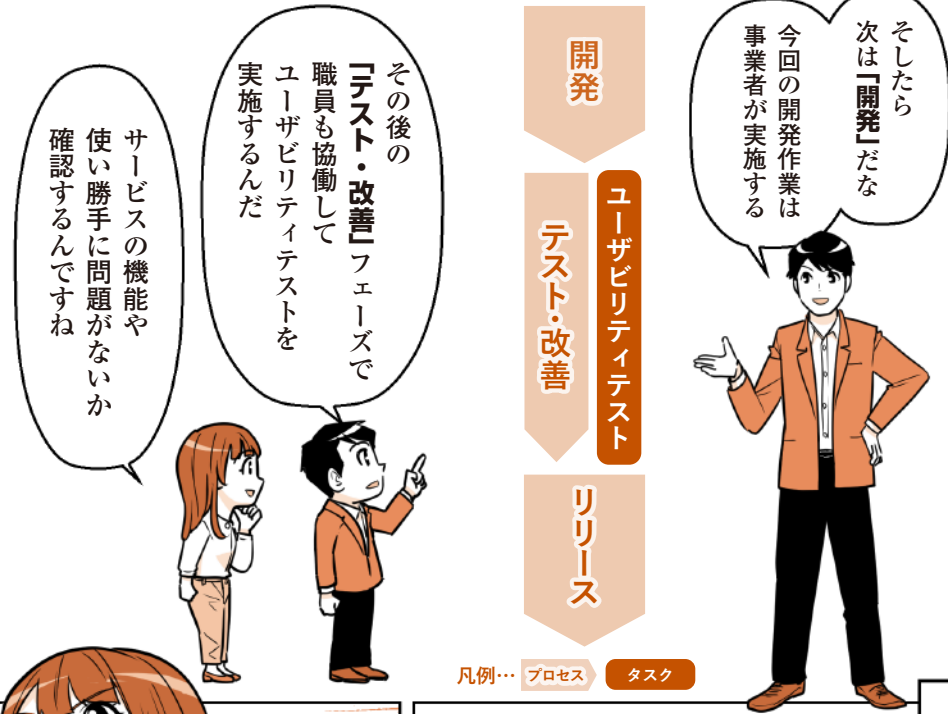
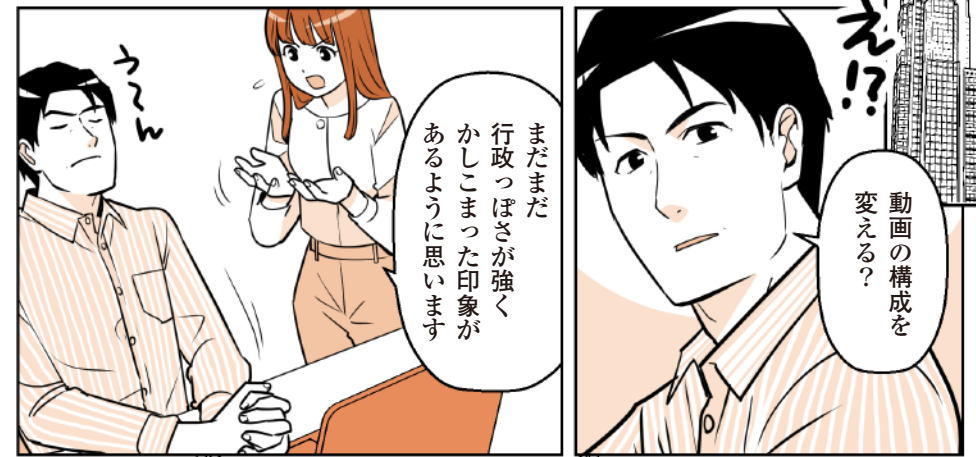
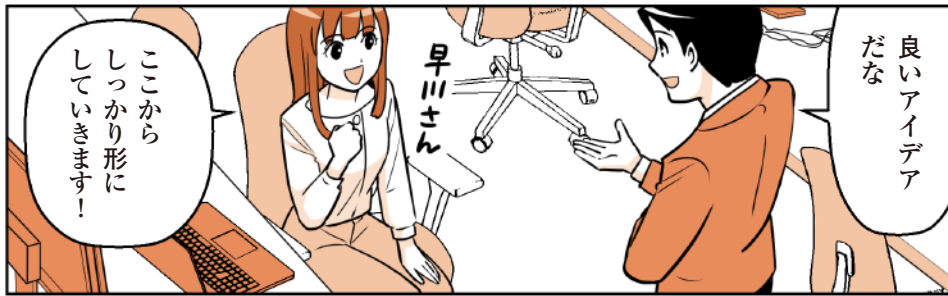
ユーザビリティテスト

リリース後の改善



凡例... プロセス タスク



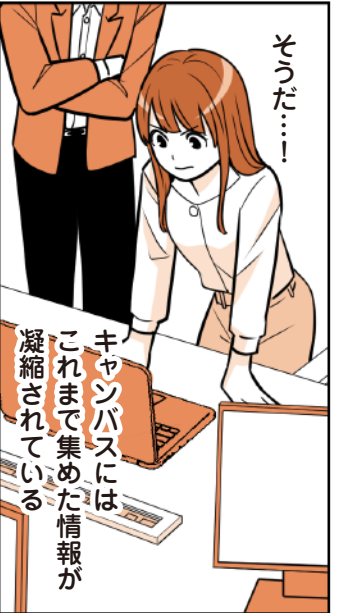


私も色々考えたんだが…
本当にこの構成でいいんだろうか

都庁で働きたい気持ちを高めてもらうには
先端性や変革のイメージを演出に取り入れたほうがいいんじゃないか？



…!!



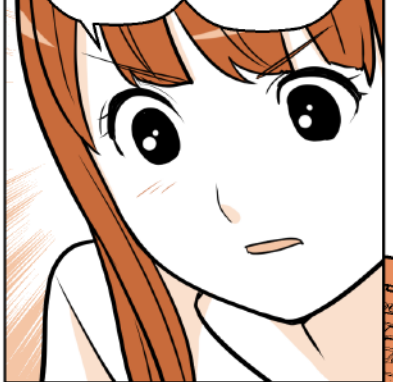
そっだ…!!

キャンパスには
これまで集めた情報が
凝縮されている

その観点で
突き詰めると…

大切なのは
都庁のDX推進や
新しい挑戦を
視覚的に伝えつつ
利用者の共感を
得ること…!!

それに沿った
構成であれば
きっと認めて
もらえる!



先端性…
変革…

遅くまで
頑張ってるね

迷ったときこそ
もう一度
サービスキャンパスを
使ってみよう



なるほど…



グッと
良くなった!

ニヤリ



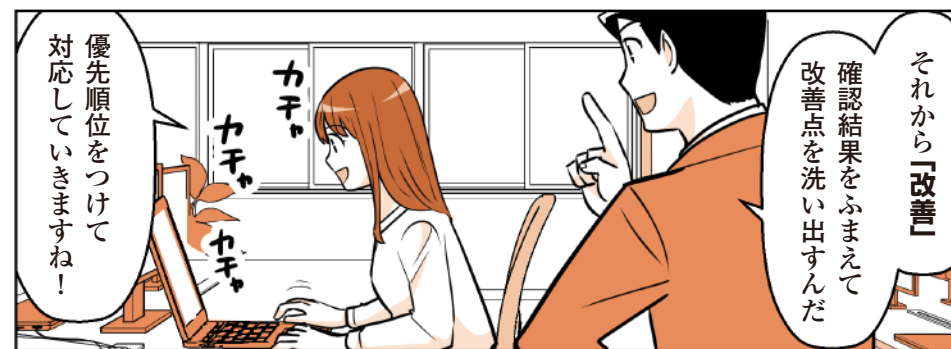
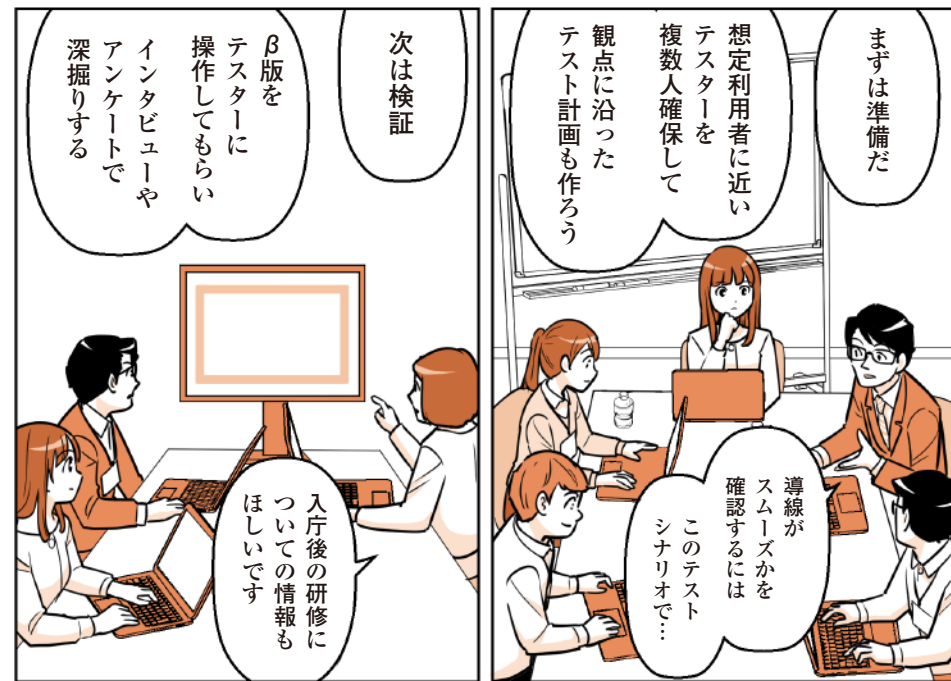
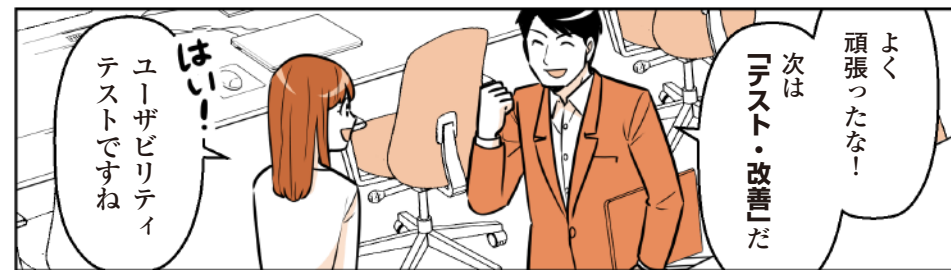
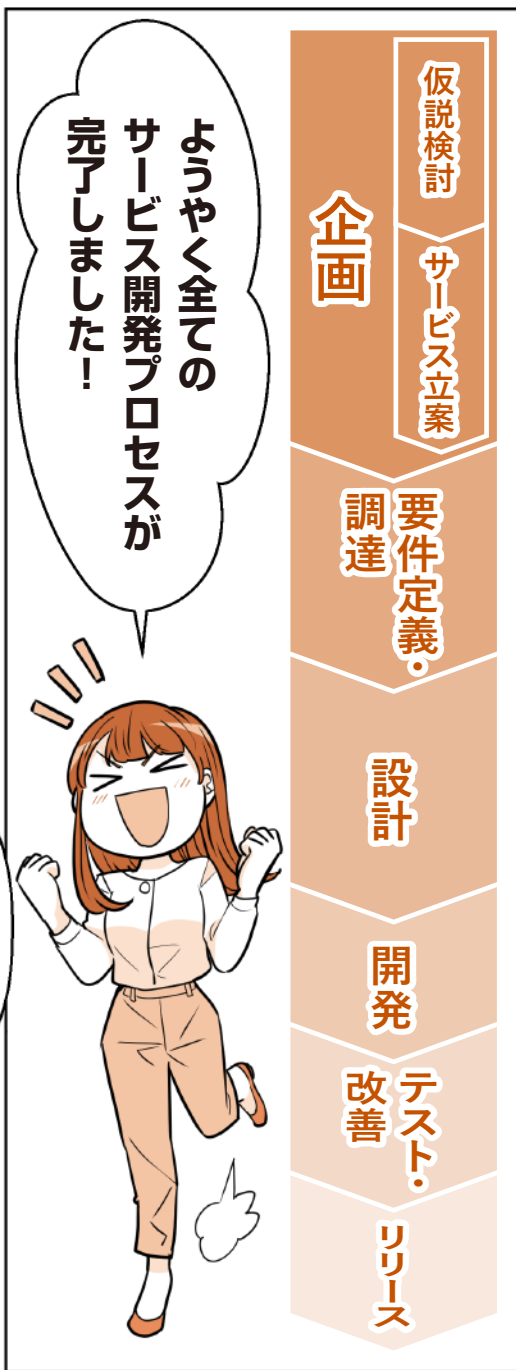
我々の想いが
詰まった構成に
なっているな

これで開発を
進めてくれ!



ありがとう
ございます…!!





月日は経ち
「デジタル人材採用情報サイト」が
リリースされた

あのサイト
利用者からも
好評みたいだな

はい！

リリース後も
継続して検証し
改善を重ねて
いきます！



そのために
ご意見フォームや
アクセス状況を
確認して

利用者の意見・
行動情報を
収集します！



☑ 入力フォーム

1 入力

下記のフォームにご入力をお願いします。

ホームページタイトル **必須**

ホームページ評価アンケート
ご協力いただき、ありがとうございます。
直前に閲覧していたページの内容について、ご評価ください。

Q1. 閲覧していたページはいかがだったでしょうか？
ページに関する評価(満足度)を選択してください。 **必須**

不満 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ 満足

Q2. 評価(満足度)の理由を教えてください。(複数回答可)

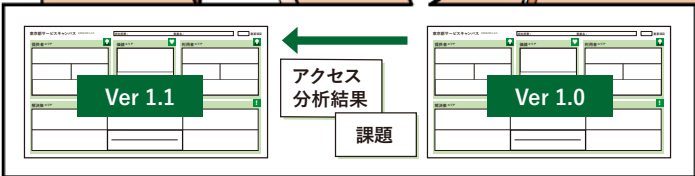
- このページへのアクセスのしやすさ
- ページ内での情報の見つけやすさ
- ページ内の情報の充実度
- 文章・内容のわかりやすさ
- ページ内の操作性(クリック、入力等)
- その他

サービスデザインの
考え方が
しっかり身についたな



東京都サービス
キャンパスも活用して
アップデートを
重ねながら
より良いサービス像を
探っていきます！

カチャ
カチャ
カチャ



そうだな
サービスは
リリース
してからが
スタートだ

はい！



これからもっと
サービスの価値を
高めていくんだ！

サービスで
生活を豊かにする！

それが私たちに
できることだから！



サービス実現のプロセス 設計〜リリース

要件定義・調達完了後は、サービス仕様の設計に着手し、開発を進めます。サービス開発工程は事業者が担当するケースが多いですが、サービス企画をイメージ通りに実現するためには、事業者との協働が重要です。

設計、開発、テスト・改善、リリースの工程においても、ユーザーの価値を達成できるサービスになっているか、確認しながらマネジメントしていく必要があります。事業者とのコミュニケーションや連携は密に行い、サービスの質を向上させましょう。

プロトタイピング

基本設計で実施するプロトタイピングでは開発工程前の作成物をユーザーに試してもらい、企画していたサービス像から離れていないか、ユーザーの課題が解決できそうか、を事業者と協働して検証します。そこで生じた様々なユーザーの声を取り入れることで、ユーザーの要望や課題に沿った、使いやすいサービス開発に繋げることができます。

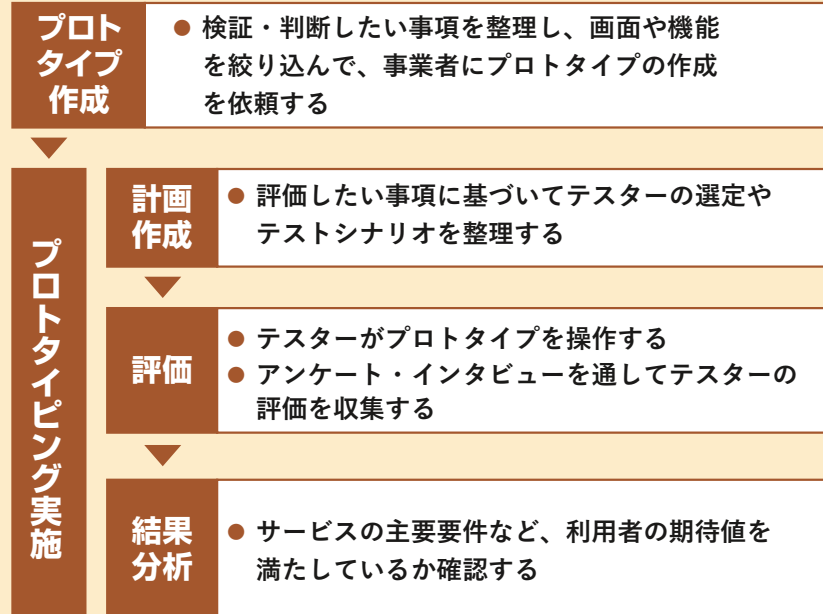
さらに「企画通りのサービスになりそうか?」という観点だけでなく、「画面構成がわかりやすいか?」「利用上のストレスが無いか?」といった設計観点も確認し、その後の設計レビューにも活かしましょう。

プロトタイピングの際は
検証方法や検証結果の
解釈の仕方を
しっかり考えられる
スケジュールを組もう!



プロトタイピングの流れ

「どんな検証をすべきか?」「検証のためにどんなプロトタイプが必要か?」「検証結果をどう解釈すべきか?」をしっかりと考えられるようなスケジュールを組むようにしましょう。



※詳細手順や注意事項は「ユーザーテスト実施手順書（プロトタイピングの進め方）」を確認してください。

基本設計
詳細設計

1 設計

プロトタイピング
企画時のサービス目的が達成できるか、事業者が作成した基本設計をレビューする。

設計レビュー

事業者が作成した詳細設計が、基本設計に沿っていることを確認する。

2 開発

開発
事業者が設計内容に沿ってサービスを開発する。

3 テスト・改善

ユーザビリティテスト

サービス品質・仕様が仕様書通りであり、ユーザーにとって使い勝手が良いか確認する。

リリース後の改善

ユーザーに公開する。リリース後もユーザーの声をサービスに継続して反映する。

4 リリース

凡例… プロセス タスク

ユーザビリティテスト

開発が完了したらテスト・改善フェーズへ移行します。ここでは主にβ版を作成し、ユーザビリティテストを実施します。

リリース前にユーザーの希望と目的に合うサービスになっているか、使い勝手を含めて検証し、テストによって発覚した課題のうち、重要な機能に影響するものはリリースまでに対応しましょう。

その際、挙がった課題を全て直そうとするのではなく、優先順位を付けて対応することが重要です。同時に、テスト実施者はサービスの想定ターゲット層に近い人物を選び、複数名で実施することでフィードバックの精度が高まります。



リリース

リリース後も、現在のサービスがユーザーの求める価値を提供できているか検証と改善を行い、サービスの価値を高めていく必要があります。サービス利用状況のデータは積極的に取得し、この改善サイクルを繰り返して回していくことが重要です。

☑ 入力フォーム

1 入力

下記のフォームにご入力をお願いします。

ホームページタイトル **必須**

ホームページ評価アンケート
ご協力いただき、ありがとうございます。
直前に閲覧していたページの内容について、ご評価ください。

Q1. 閲覧していたページはいかがだったでしょうか？
ページに関する評価(満足度)を選択してください。 **必須**

不満 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ 満足

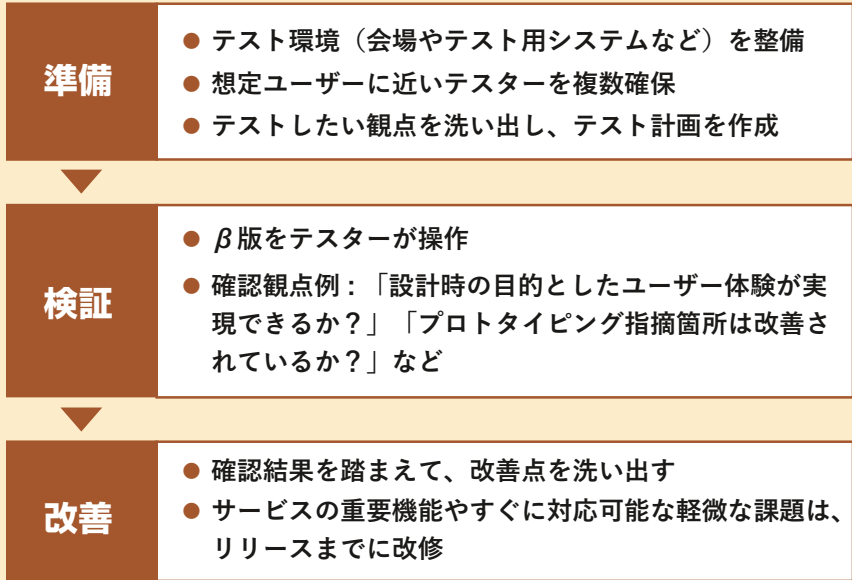
Q2. 評価(満足度)の理由を教えてください。(複数回答可)

- このページへのアクセスのしやすさ
- ページ内での情報の見つけやすさ
- ページ内の情報の充実度
- 文章・内容のわかりやすさ
- ページ内の操作性(クリック、入力等)
- その他

※ご意見フォーム例

ユーザビリティテストの流れ

ユーザーが実際に開発したものに触れてから気付くことも多くあります。軽微な修正は対応できるよう、テストからリリースまでは余裕を持つようにしましょう。



※詳細手順や注意事項は「ユーザーテスト実施手順書(ユーザビリティテストの進め方)」を確認してください。

東京都サービス キャンパスのアップデート

企画、要件定義、設計、開発、テスト・改善といくつものステップを経てサービスはリリースされます。しかし、サービスデザインにはセオリーはあっても正解はありません。どのフェーズにおいても、議論や深掘りを通じて東京都サービスキャンパスを更新し、サービスの精度を高めることを心がけてください。

また、リリース後もキャンパスを使い、サービスが想定通り利用されているか確認し、課題があればアップデートしながら、より良いサービス像を探っていきます。

