

# ニーズ発掘ワークシート

記入日: 年 月 日 記入者:

## 1. 顧客を徹底的に理解する

- ペルソナ設定:
    - ターゲット顧客を具体的にイメージした「ペルソナ」(架空の顧客像)を作成します。
  - カスタマージャーニーマップ:
    - 顧客が製品・サービスを知り、購入し、利用するまでの、一連の行動・思考・感情を時系列で可視化します。
  - インタビュー、アンケート:
    - 顧客に直接話を聞いたり、アンケートを実施し顧客理解を深めます
- 

## 2. 顧客の「不」の洗い出し

以下の項目について、顧客が感じている「不」を書き出しましょう。

不満(満足していないこと)

- 
- 
- 

不便(不便に感じていること)

- 
- 
- 

不安(心配や懸念)

-

- 
- 

不足(足りないと感じているもの)

- 
- 
- 

不快(嫌だと感じること)

- 
- 
- 

---

### 3. 「なぜ？」を5回繰り返す

特定の「不」に対して、5回の「なぜ？」を問いかけ、根本原因を探ります。

対象とする「不」

1. なぜそう感じるのか？ →
2. なぜそうなのか？ →
3. なぜそうなのか？ →
4. なぜそうなのか？ →
5. なぜそうなのか？ →

根本原因:

---

#### 4. ニーズの仮説設定

洗い出した「不」から、ニーズの仮説を設定します。

顧客の「不」	「なぜ？」の繰り返し	ニーズの仮説	解決策アイデア

---

#### 5. 仮説検証計画

立てた仮説が正しいかを検証する計画を立てます。

検証方法(該当するものにチェック)

- インタビュー
- アンケート
- プロトタイピング
- テストマーケティング
- A/Bテスト
- その他(            )

質問内容・検証内容

- 
- 
- 
- 
- 
-

- 
- 

成功基準

---

## 6. 結果と改善点

検証結果をまとめ、次のアクションを決定します。

検証結果

ニーズ仮説の妥当性(該当するものにチェック)

- 有効だった
- 一部有効だった
- 有効ではなかった

改善アイデア

次のアクション

