

政策提案をロジカルに可視化する ～「目的-手段ツリー」と「ポジション・マップ」～

今回の研修では、マーケティング手法の「目的-手段ツリー」と「ポジション・マップ」を使って、提案書の骨格を構築した。その手法は「動的」なものなので、理解には、別紙の図を見ながら、下記、X町の新人A君物語をお読み下さい。

<X町 新人A君物語>

X町役場の新人A君は、上司から、X町が「若者が定着する町」になる手段(政策提案)を考えるように指示された。いろいろと悩んだ末、手段(アウトレットの誘致)」を思いついたので、上司に報告したところ、
質問1 その手段は、何のために行うのか(目的は何か)、現実的な、他の手段(代替案)はないのか。
質問2 その手段を導入したら、どのようにX町は、変化するのか(効果は何か)
と問われ、回答に窮した。

そこで、先輩のB氏に相談したところ、マーケティング手法の、「目的-手段ツリー」と「ポジション・マップ」を教授された。その手法を使って、直観的に考えていた自分の思考プロセスを、「ロジカル」に整理したところ、次のようになった。

まず、別紙 左図の「目的-手段ツリー」を見て欲しい。

- 1 「若者が定着する町」(最上段)を作るための手段(条件)を書き出してみたのが、上から二段目である。
- 2 次に、二段目の条件を目的として、それを実現するための手段(条件)を考えて見たのが、上から三段目である。
- 3 ここで、三段目の「買物が便利な店がある」と「アウトレット」が「目的と手段(線)」で結びついた。
また、同じく「若者が集まれる店がある」と「アウトレット」が「線」で結びついた。
- 4 今度は、3のプロセスを「逆」に考えて、「アウトレット」の代替案はないかと考えて、「商店街をリノベ」と「高校生のYou Tube」を導いた。つまり、最下段の四角枠が「若者が定着する町」づくりの手段群(政策提案)となる。
- 5 ここで、手順2と手順3の注意事項としては、「網羅的である必要はない」という点である。つまり、質問1に対応する「目的-手段ツリー」の1例が、ロジカルに描ければ十分である。

次に、「ポジション・マップ」の作成に移ろう。

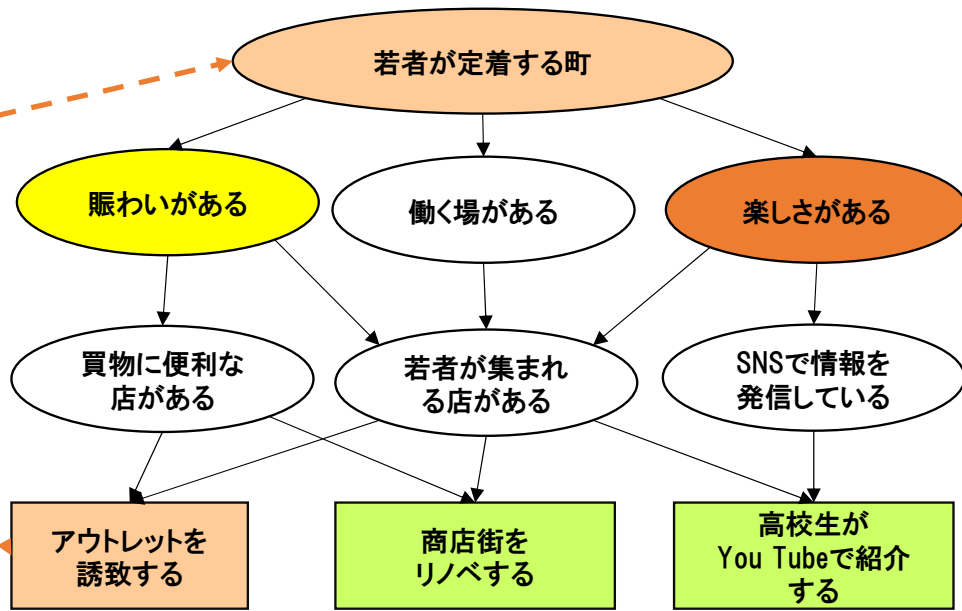
- (1) 質問2 つまり、最下段の四角枠の手段(政策提案)を実施することで、X町が、「現状」から「将来」に変化する2つの「軸(成分)」を、「目的-手段ツリー」をヒントを見つける。
- (2) この変化の軸(成分)は、具体的に見えるもの、または、数量的にカウント出来るものが、可視化にとって有効となる。
- (3) ここでは、「賑わい」と「楽しい」という「抽象的」なものからヒントを得て、x軸を「店舗の雰囲気(楽しいつまらない)、y軸を「中心街の賑わい性(賑わう-寂しい)」とした。
- (4) 次に、「現状のポジション」は、お店の雰囲気(X軸)が「つまらない」(x1)と、中心街の賑わい(y軸)が「寂しい」(y1)にあるとするなら、座標(x1, y1)に○をつける。
- (5) さらに、「将来のポジション」は、お店の雰囲気(X軸)が「楽しい」(x2)と、中心街の賑わい(y軸)が「賑わう」(y2)にあるとするなら、(4)と同様に、座標(x2, y2)に○をつける。
- (6) さて、x町の変化は、座標(x1, y1)(現状)から、座標(x2, y2)への変化(ベクトル)として表されるので、この変化を可視化するにふさわしい指標がないか探したところ「若者の(X町に定住する)数(人口)」があるのではないと思いついた。
- (7) そこで、「現状の若者数」の○は小さく描き、「将来の若者数」の○は大きく描くことにする
- (8) 一方、手順(6)の変化(ベクトル)は、x町の変化を表現しているとともに、その変化要因である「政策提案」をも表しているのので、どの代替案が、ポジションアップのベクトルとして、フィットするか(現実性が高いか)考えてみる
- (9) 結果、「アウトレットを誘致」では「中心街が賑わう」とは限らず、しかも、X町にアウトレットが出店するのは現実的ではない。一方、「商店街のリノベ」や「高校生がYou Tubeで紹介」は、X町の財政力でも十分に可能と思ったので、この両方の代替案を採用し、(6)のベクトルには、「商店街のリノベ」+「高校生がYou Tubeで紹介」と書き込んだ。

以上、文章として読むと難しいかもしれませんが、動的な作業として行くと単純な繰り返しが多く、意外と簡単です。実際、田村市の新人6人は、「目的-手段ツリー」と「ポジション・マップ」の説明と誘導を受けて、すらすらとこなしたのが「ホワイトボード」の写真となっています。

目的-手段ツリー

解決策や課題をロジカルに検討する際に用いる。目的と手段の連鎖(階層)をツリー状に構造化する手法。

最初は、ここからスタートした。



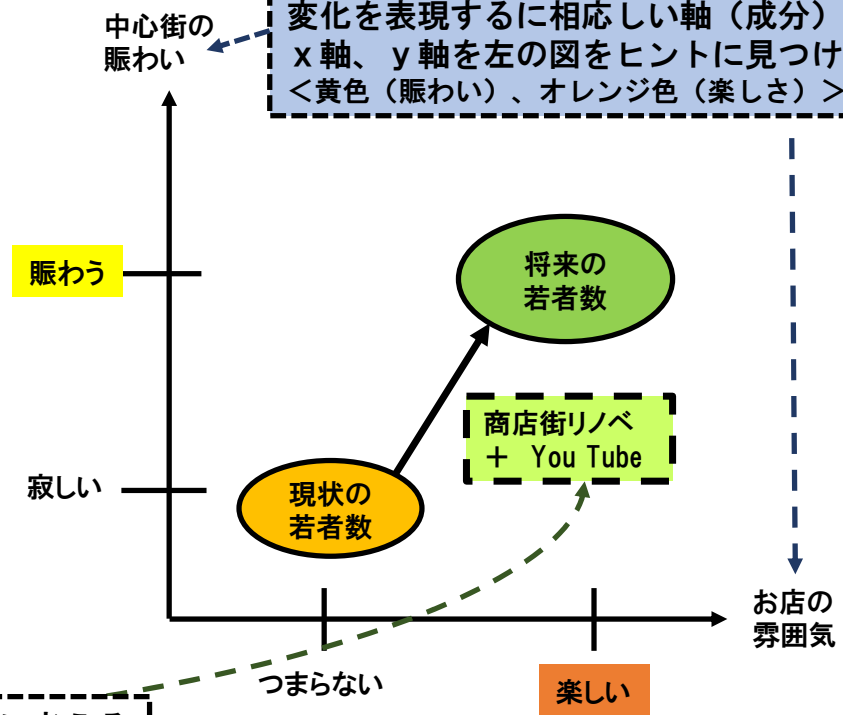
アウトレット誘致の代替案

より現実的に考える

ポジション・マップ

政策の効果を、2軸の主成分から構成される平面上の座標変化(ポジションの移動)として表現する手法。

<ポイント>
変化を表現するに相応しい軸(成分)
X軸、Y軸を左の図をヒントに見つける。
<黄色(賑わい)、オレンジ色(楽しさ)>



アウトレット誘致の代替案 --- より現実的に考える