

株式会社 NTTデータ

1. 名称：Fluid Experience Design Studio “AQUAIR(アクエア)”™
2. 目的：デジタルビジネスのデザインスタジオをビジネスとして提供
3. 設立日：2018年6月11日
4. 場所：東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー36階
5. 概要：

“AQUAIR(アクエア)”™は、顧客のデジタルビジネスについて、企画から実証実験、マーケティングまでシームレスに実現するためのスタジオである。Googleクラウド、(株)博報堂、(株)乃村工藝社といった技術・マーケティング・空間デザインなどの専門家とともに、顧客の新しいビジネスを実現する。

同スタジオでは、最新の技術・ワークスタイルが体験でき、実証実験のための仮設店舗も備えている。VR やリアル空間のプロトタイピング、実証実験による顧客の行動・感覚の分析、マーケティングへの応用まで幅広く支援している。さらに、海外のNTTデータグループのデザインスタジオ(15拠点)と人材・ノウハウも共有し、グローバルの先進事例の活用、グローバルの専門家への相談も可能である。

6. 取材日：2018年6月25日

7. ヒアリング結果

(1) 設立のねらい～企画から実証実験・マーケティングまでをワンストップで提供～

デジタルトランスフォーメーションの流れが一段と加速している中で、企業はアイデアや企画をいかに顧客に届けるかを検討しており、投資体力を維持しながら取り組んでいる。アイデアや企画が、ユーザエクスペリエンスを意識し、デザインあるいはビジネス戦略と連動するためには、多くの技術が必要である。

そうした状況の中で同社は技術・マーケティング・空間デザインなど、顧客がワンストップで複合的・専門的に検討するためのスタジオ「AQUAIR™」を2018年6月にオープンした。

(2) Fluid Experience Design～実際のプロセスを流れるように体験できる「場」～

スタジオのコンセプトは「Fluid Experience Design Studio」である。これは、デザインを一つの流れの中でどのように実現するか、という問題意識から名付けられた。スタジオ名である「AQUAIR」もまた、AQUAとAIRを掛け合わせた造語だ。デザインプロセスを流れるように体験できる場を目指して名付けられた。

このようなデザインプロセスを実現するためのポイントは、GATHER(集める)、IDEATE(発想する)、EXPERIENCE(体験する)の3点である。GATHERは、さまざまな専門家の知見、海

外スタジオの知識やノウハウが集まっていることを指す。IDEATE は、既成概念を越えたアイデアを発想し、新しい技術を活用して実現することを指す。EXPERIENCE は、このスタジオの大きな特徴の一つであり、アイデアの検証・改良までをワンストップで体験できることを指す。

(3) デジタルとリアル～VR によるプロトタイピングや実証実験のための仮設店舗を活用～ スタジオの内観は下図のとおりである。

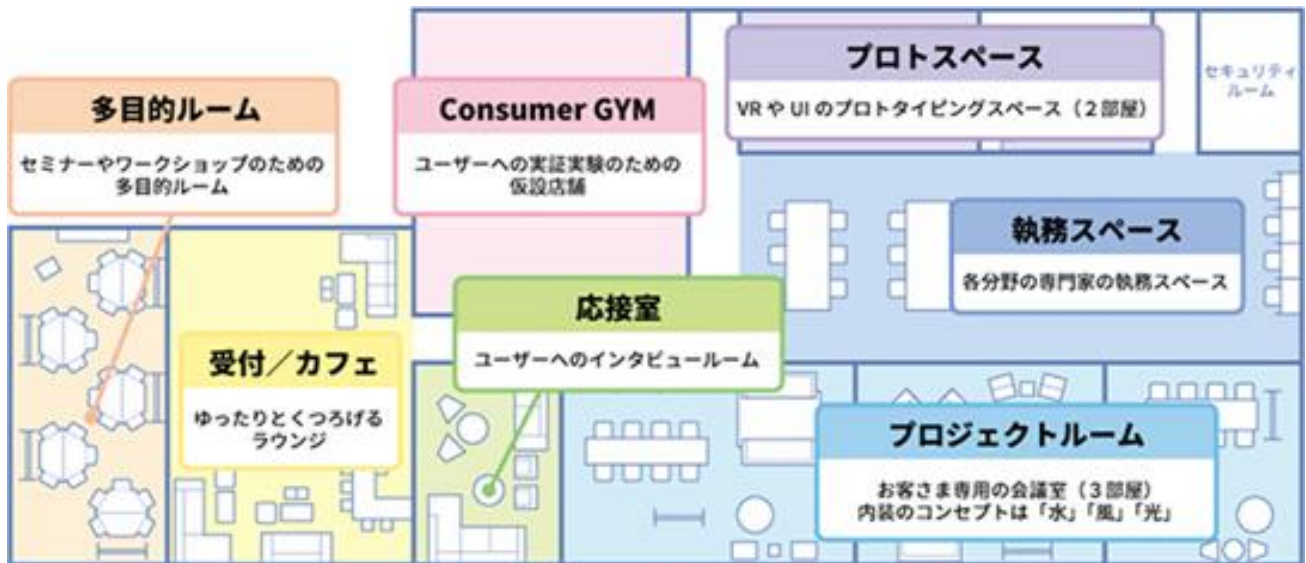
多目的ルームでは、セミナーやワークショップが開催できる。隣接するカフェとの間のパーティションを動かすことで、オープンなスペース、クローズドな会議室など複数の用途で使用できる。

プロジェクトルームは 3 部屋が用意されている。それぞれの部屋で顧客（企画をする人）とスタジオの専門家がディスカッションをする。また、プロトタイピングのためのプロトスペース、よりリアルな実験のための仮設店舗「Consumer GYM」があり、これらを「場」として提供している。顧客は、いずれかのプロジェクトルームを占有し、スタジオの専門家と活動することができる。



出所：NTT データホームページ

図 AQUAIR™の内観



出所：NTT データホームページ

図 AQUAIR™の設備の詳細

(4) 実現のための体制～技術、マーケティング、空間デザインの各専門家と連携～

同スタジオには、企画から実証実験・マーケティングまで、一元的に検討できる専門家が揃っており、各プロジェクトに必ず参加する。例えば、ビジネスコンサルタント、ユーザーエクスペリエンス・空間・コミュニケーションのデザイナー、先進技術の活用を支えるテクニカルアーキテクト、ソリューションアーキテクトなどがある。コミュニケーションデザイナーは、顧客自身による事業化を想定し、マーケティングの観点から検討する。

これらはNTT データだけでなく、空間デザインは乃村工藝社、マーケティングは博報堂、先進技術はさまざまなベンダと連携し、全体をワンストップで実現している。

(5) 3つの特徴～先進技術を活用し、新しいアイデアを試す～

特徴は下記の3つである。

- ① Blooming Technology（最先端の技術で、まだ世の中に無いアイデアを試せる）：さまざまな先進技術・新しい技術を使ったプロトタイピングが可能。NTT データからも最新の技術を提供しながら、新たなアイデアを作り出し、具体化している。
- ② Consumer GYM（顧客の意見をすぐに把握できる）：Consumer GYMは実証・検証をする場（実証実験のための仮設店舗）である。プロトタイピングと実証実験を繰り返す、ユーザーの行動・感覚を分析し、マーケティングへとつなげていく。効果的な実験のための空間デザインを乃村工藝社が担当し、マーケティングは博報堂が担当することにより、活動の精度を高めている。
- ③ NTT DATA Design Network（グローバルの情報が活用できる）：NTT データの海外にあるスタジオ・ラボ（15拠点）と連携し、海外の事例やノウハウの共有、海外の専門家との交流を図りながら、より広い視野でビジネスを検討している。

(6) 成功率アップを目指す～アイデアの可視化とアウトプットの検証～

スタジオの活動は、企画→プロトタイピング→実証実験→マーケティングの順に進み、コンセプトの可視化からサービスの具体化までを実現できる（下図）。

ビジネスアイデアとしてはかなり練られてきたところから始まるイメージである。特に、各フェーズを目に見える形でアウトプットして、顧客と作り上げることに力点を置いている。例えば、企画段階で生まれたアイデア・コンセプトをムービーや模型で可視化したり、プロトタイピングをVRの仮想店舗で実際にどう対応したらユーザは感動するかが検証できる。

目に見える形でアウトプットを出すこと、更にはアウトプットを技術的・客観的に検証することに重きを置いている。アイデアを具体化する中で、どれだけ成功率を高く提供できるかという点が、このデザインスタジオの肝でもあるという。プロトタイピングや実証実験による検証がコアにあり、ワークショップやミーティングの機能を付している。より一層成功率を高めるためには、顧客とスタジオメンバーの綿密な連携が鍵となる。

また、新しいシステムに問題点があるかどうか検証することができる。例えば、RPA（robotic process automation）がきちんと使えるかが検証できる。それにより、「使われないシステム」の量産を防ぐことができる。実店舗では発生しうる制約条件を乗り越えて、仮想店舗ではより自由な検証ができる。



出所：NTT データホームページ

図 AQUAIR™ サービス全体の流れ

(7) 一元化したサービスの提供～新たなビジネスモデルの期待と課題～

同社による一元的なサービスはあまりなく、コンサルティング・プロトタイピングなどの個別のサービス提供が大半であったという。一方、顧客によるスピーディなビジネス検討を支援するため、一元的なサービスの提供に至ったとのこと。

新しいビジネスモデルや技術の取り扱いはそれぞれの顧客と話し合いながら、また、活用しているグーグルクラウドについて、新しいビジネスアイデアを外のサーバに置く形になるため、それを企業（顧客）が許していない場合もあり、これも調整が必要になるとのことである。

以上