

ステップ	やるべきこと	そのために必要なこと(アクション)	発想・具体化のモデル	ケーススタディー
1 観察 実感	<ul style="list-style-type: none"> ●意味の理解 <ul style="list-style-type: none"> ・問題点、課題の発見 <ul style="list-style-type: none"> 何が不足しているか、何が阻害しているか 違和感 ・ユーザーに対し何が必要か ・マーケットの課題(市場戦略) ●アイデア原型の生成 <ul style="list-style-type: none"> ・改善への想い、願望の表出 ・造形イメージ 	<ul style="list-style-type: none"> ●観察、現場への参画 <ul style="list-style-type: none"> ・体験、使用による実感 ・関係者の聴取 ●環境への取り込み <ul style="list-style-type: none"> ・場所、空間の中での観察と ・歴史(時間)的経緯の理解 <ul style="list-style-type: none"> (大きさ、作業時間による疲労度) ●経験知の発揮 <ul style="list-style-type: none"> ・経験と照らし、現場体験における違和感、 ・問題点を感じる <p>連想</p> <p>メタファ(比喩、見立て) 他で用いられている事例</p>	<p>重さに関する実感</p> <ul style="list-style-type: none"> ・持ち上げる、運ぶ、収める ・両手、片手、一人、二人 ・手掛かりが無い、つかみにくい ・運転時の安定性 <p>低い位置から持ち上げる 腰を落とす姿勢</p> <p>他の 具体例を 挙げる</p>	<p>メタファ</p> <p>ケーススタディー 小型発電機</p> <p>持ち運びの出来る 小型発電機</p> <p>運ぶ形の 検討</p>
2 概念化 構想 アイデア	<ul style="list-style-type: none"> ●意味の発見 <ul style="list-style-type: none"> ・問題解決の必要性と対策の方法を認識 ●背後にあるメカニズムの把握 <ul style="list-style-type: none"> ・複数のアイデアが結びついて理解できるレベルのものになる。 ・アイデアの背後にある文脈 ・具体化のための段取り、枠組みが含まれている ・新しい観点や洞察が含まれる言葉、 ・新しい出来事を発生させる枠組み 	<ul style="list-style-type: none"> ●アブダクション的思考と対話 <ul style="list-style-type: none"> ・解決策検討のため、メタファの知を發揮 ・他での解決事例からそのメカニズムをモデル化し適用 ・複数の意見の融合 ・連想により考えかたの飛躍を図る ・暗黙知、形式知の往復によるスパイラル的飛躍 <ul style="list-style-type: none"> 提案に対する具体化の討議 ●知識化を図る <ul style="list-style-type: none"> ・全体のイメージを定める ・各部のデザインの要目をまとめる <ul style="list-style-type: none"> スタイル、取っ手、キャスター、 <p>新しい発想を得るためには同類の製品を見るより、幅広い関連事象よりメタファを集</p>	<p>重量物を運ぶ、 他製品の事例を把握する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取っ手をつける ・車、キャスターを付ける ・台車に組み込む ・クレーン用フックを取り付ける ・頭に載せる ・他 	<p>台車の機能の 分析</p> <p>バーベルの握り</p> <p>2輪か4輪か</p>
3 モデル化	<ul style="list-style-type: none"> ●因果関係の発見 <ul style="list-style-type: none"> ・新提案の効果の因果関係を明らかにする ・モデルにより検証 ・コンセプトが複数の概念と結びつけられるもの ●プロトタイプの新出 <ul style="list-style-type: none"> 製品、システム ●デザイン評価 <ul style="list-style-type: none"> 目的に対し、適合しているか 	<ul style="list-style-type: none"> ●変数へのブレークダウン <ul style="list-style-type: none"> ・モデルやプロトタイプ制作 ・概念の具体化、定量化を行い表出 ・設計値化 ●具体化したもので、効果を確認 <ul style="list-style-type: none"> ・シミュレーション ・アンケート 	<p>最適な方法を抽出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取っ手をつける ・キャスターを付ける <p>両者を融合させた具体案を創出</p> <p>取っ手の位置、サイズ、取付位置 キャスターの取り付け位置、車輪径</p> <p>メタファの融合</p>	<p>応用面の分析</p> <p>移動の容易さ 車輪、取っ手 積荷の扱い</p> <p>運搬姿勢の最適化 重量、移動距離</p> <p>アタッシュケースと台車の融合</p>
4 実践化	<ul style="list-style-type: none"> ●意味の発見 <ul style="list-style-type: none"> 製品、商品化する ●知識を物、有益なモノに換える <ul style="list-style-type: none"> 暗黙知 → 形式知化(定量化、指標化) 	<ul style="list-style-type: none"> ●因果関係の発見 <ul style="list-style-type: none"> ・コンセプトによる統合 <ul style="list-style-type: none"> 「物語」の知 販促に向けて商品-消費者を結ぶストーリーの作成 ・メディア化 <ul style="list-style-type: none"> 販促活動に展開 カタログ、取り説 イベント <p>カタログ ドキュメント</p>	<p>デザインモデル</p> <p>最適イメージの中に方法を統合化する 機能を持った形にまとめる 具体的形にする</p> <p>デザインの検討課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スタイリング・カラーリング ・使いやすさ <ul style="list-style-type: none"> 発電機操作性 持運びやすさ <p>今回のテーマ</p>	<p>製品モデル</p> <p>取っ手の形</p> <p>使いやすさ</p> <p>車輪の検討 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運転時の固定法