

高山 光正 (日産自動車)

中村 健 (日産自動車)

1. はじめに

研究者が研究課題を発想するアプローチとして、シーズ発想とニーズ発想とがある。本手法は、ニーズ発想の一例として、市場の人々の潜在ニーズ（ウォンツ）を探索することによって、顧客受容性の高い技術課題を捕らえること、その結果としてのシーズ技術とのドッキングを目的としている。本報告では、この手法のプロセスを中心に報告する。

2. 本探索手法のプロセス

この手法によるプロジェクトの実施では、将来のクルマのある生活シナリオを想定し、その中から技術課題の発掘を行なっている。そのフローを図1に示すが、この手法は、街の中へ出て、現実世の中に発生しつつある現象、意識の変化を研究者自身の眼で見ることにより、時代の変化を読みとる作業を自分で行なうことに特徴がある。

2. 1 生活基本領域の設定

経済企画庁や民間の総合研究機関が発行している将来の環境予測資料を分析することにより、調査の対象とする生活上の基本領域を図2の8項目（食・住・遊・知・働・交・健・性）とした。

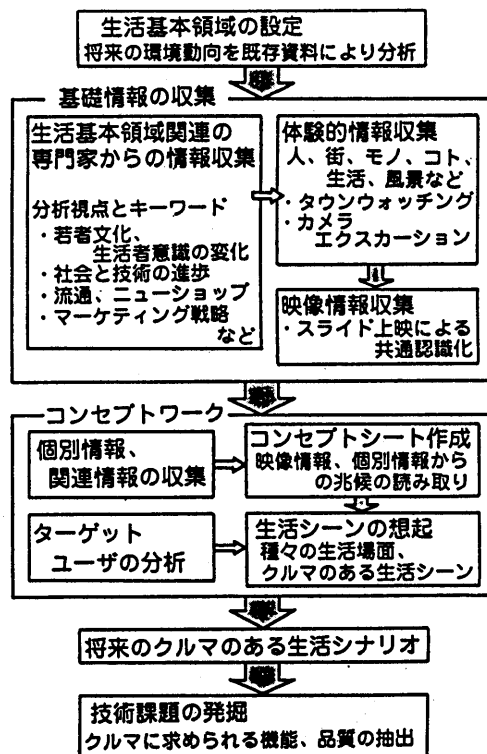


図1. 本探索手法のプロセス

2. 2 基礎情報の収集

基礎情報の収集にあたり、留意した点は、

(1) 人間は自分を取りまく環境の中に生活しており、その環境の変化を個々人

の価値観というフィルタを通して受けとめ、その結果、個々人の種々の行動、生活スタイルとして、表出してくると思った。

(2) また、今後都市化がより一層進展し、しかもその中で東京が情報発信基地としての機能をより強めていくことが予想されたため、情報収集の場を東京およびその周辺とした。

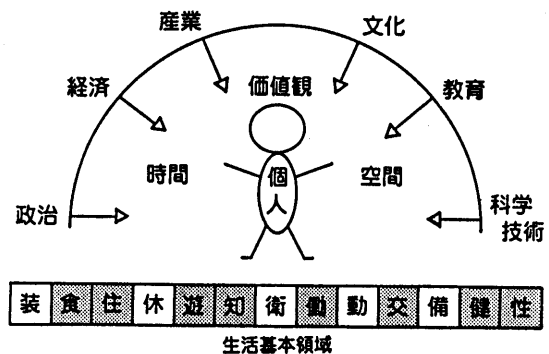


図2. 人間をとりまく環境と生活基本領域

また、生活基本領域の専門家から情報収集することにより、プロジェクトメンバー間の情報の共有化とレベリング化を行なった。

そして、体験的情報収集として、各メンバーが各々カメラを持って、東京とその周辺の街で何が起きているのか、どんなことが起こりつつあるのかを探索して歩いた。(タウンウォッチング) 各メンバーは、現実の街中で「ひと」、「モノ」、「コト」を視て、聞いて、触れて、感じとってくるとともに、人々の生活シーンや背景をフィルムにおさめてきた。(カメラエクスカッション) それらのフィルムをスライド上映し、撮影時に感じたこと、なぜフィルムにおさめたのかを説明し、その映像の背景にある心象、イメージについて、各メンバー間の共通認識化をはかった。

2. 3 コンセプトワーク

これら映像情報と個別情報を基に、コンセプトシートを作成した。このシートには、

- (1) 写真を貼り、感じとったことをコメントとして記入する。
- (2) 要因分析を記入する。
- (3) 関連情報(現実の事象として、掘んでいる情報)を記入する。
- (4) 写真のシーンを素材として、将来を考えたとき自分はどうありたいか、どうあって欲しいかという内容をコンセプトとして記入する。

そして、これらのコンセプトシートを生活基本領域ごとに見直し、変化要因、将来への兆候となりうる現象などを抽出した。

2. 4 クルマのある生活シナリオと技術課題発掘

種々の兆候を読みとることにより、将来の種々の生活場面やクルマのある生活シーンを想い描くことによって、将来のクルマのある生活シナリオを作成し、クルマに求められる機能、品質を抽出した。

3. 分析結果と主な技術課題

コンセプトシートから読みとった人々の欲求やニーズの潮流のひとつは、戦後から高度成長期を通して存在していた「無駄の排除、節約といった効率化に対する欲求」から、「束縛からの解放、価値の転換といった自由度拡大への欲求」、さらには「自己の拡張、自己の創造といった統合、高度化への欲求」へと、より精神的な充足感を求める方向へ、人々の心の中が変化しつつあることである。

(表1参照)

表1. 欲求、ニーズの潮流

効率化 (無駄の排除、節約)	自由度拡大 (束縛からの解放、価値の転換)	統合、高度化 (自己の拡張、自己創造)
合理化、利便性の追求 ・時間概念の否定 ・時間の合理化とゆとりの創出 ・痛動からの解放 など 新しい機能の発見 ・機能、効率の追求が美 ・サイズが生む機能 など ハイテク化、自動化 ・ファミコン、パソコンの浸透 ・クルマのオフィス化 ・賢い、やさしい応答 など	自然感覚、生理的解放 ・ナチュラル、ヘルシー、 ・解放感、静かさ ・リゾート感覚 ・ストレスの解放と精神的若さを保つ ・自分自身をリフレッシュ など ネットワークコミュニケーション ・情報交換スペース ・共通の仲間の証明 ・ファミリープライベートの交際 など シーンの素材 ・機会の提供としての場 ・よい雰囲気、心地良さ ・フィットネス ・シーン消費 など	生活・こだわり ・仕事、遊びへのこだわり ・仕事の道具もトータル コーディネーション ・生活の全てが遊びと ファッションの組合せ など 知的 ・カルチャー需要 ・思考のためのスペース など アイデンティティ ・顔を持つ道具 ・今昔の調和 など 新感覚 ・所有感覚より使用感覚 ・リサイクル循環システム など

そして、この潮流にあわせて作られた将来のクルマのある生活シナリオから、技術課題を抽出した。そのプロセスの例を表2に示す。

表2. 技術課題発掘プロセスの一例

クルマに求められる機能、品質	技術への要求	技術課題
高性能の イージー化	高性能の 低コスト化	・
	高性能の 没記号性	・
	運転する楽しさ の要求	・
快適さ、 心地良さの追求	居住性の重視	・
	人間の感性、 感覚に関する研究	・
	快適空間の実現	・
	パワーユニットの 小型化	・

4. 個別技術課題発掘への応用方法

企画手法でいうマトリックス法の概念と同じであるが、表1に示した人々の欲求やニーズの潮流を横軸（行）にとり、縦軸（列）に分野、部位、シーズ等、時代の流れによって、どう変化していくのか予測をおこないたい要素を列挙する。そして、この行と列の各要素の組合せにより思考をおこない、新しい発想に結びつけようとするものである。この一例を表3に示す。

表3. 新しい発想への応用

	効率化 (無駄の排除、節約)	自由度拡大 (束縛からの解放、 価値の転換)	統合、高度化 (自己の拡張、 自己創造)
エクステリア デザイン			
インテリア デザイン			
車 体 (居住空間)			
メータ			

5. まとめ

高度成長時代は、企業の思い込みだけで商品を作っていれば売れていたが、市場が成熟してきた今日では、お客様の潜在ニーズをつかみ、新しい市場を創造していくことが要求される。潜在ニーズをつかめと言っても、簡単にできるわけではなく、本手法もその一手段と考える。

本手法の実施により、世の中の変化の方向、人々の欲求、潜在的なニーズのいくつかが確認することができた。しかし、ここで捕らえることのできた変化や事象は、我々をとりまく環境全体からすれば、氷山の一角でしかなく、欧米の変化とのかかわり合い等、まだまだ研究すべき課題は多い。

また、研究課題の発掘プロセスにおいても、技術の方向性は抽出しやすいが、シーズとのドッキングや目標性能、機能の設定は容易ではない。その主な要因は、外界の環境変化に問題意識のある人にとっては、生活者という立場で、市場の人々の欲求の細かいニュアンスまで理解できるが、問題意識のない人にとっては、理解が難しいところにある。

6. おわりに

本手法によるプロジェクトの実施により、参加した研究者の外界志向に対する意識と外界の動きを肌で感じとれる感受性とを、高めることができたのも成果の一つと考えられる。なお、本プロジェクト実施にあたり、(株)電通と共同で作業を実施した。ここに感謝の意を表する。