

デザイン思考と経営

デザイン思考

- **実践的かつ創造的な問題解決もしくは解決の創造についての形式的方法**
- **特定の問題を解決するのではなく、目標(より良い将来の状況)を起点に据える。**
- **問題に関する現在と未来の条件とパラメータを考慮し、代替となる複数の解決方法を同時に探求**
- **現況について既知の側面だけでなく未確定の側面も合わせて同定・検討、目標達成につながる隠れたパラメータと代替的手段を切り開く**

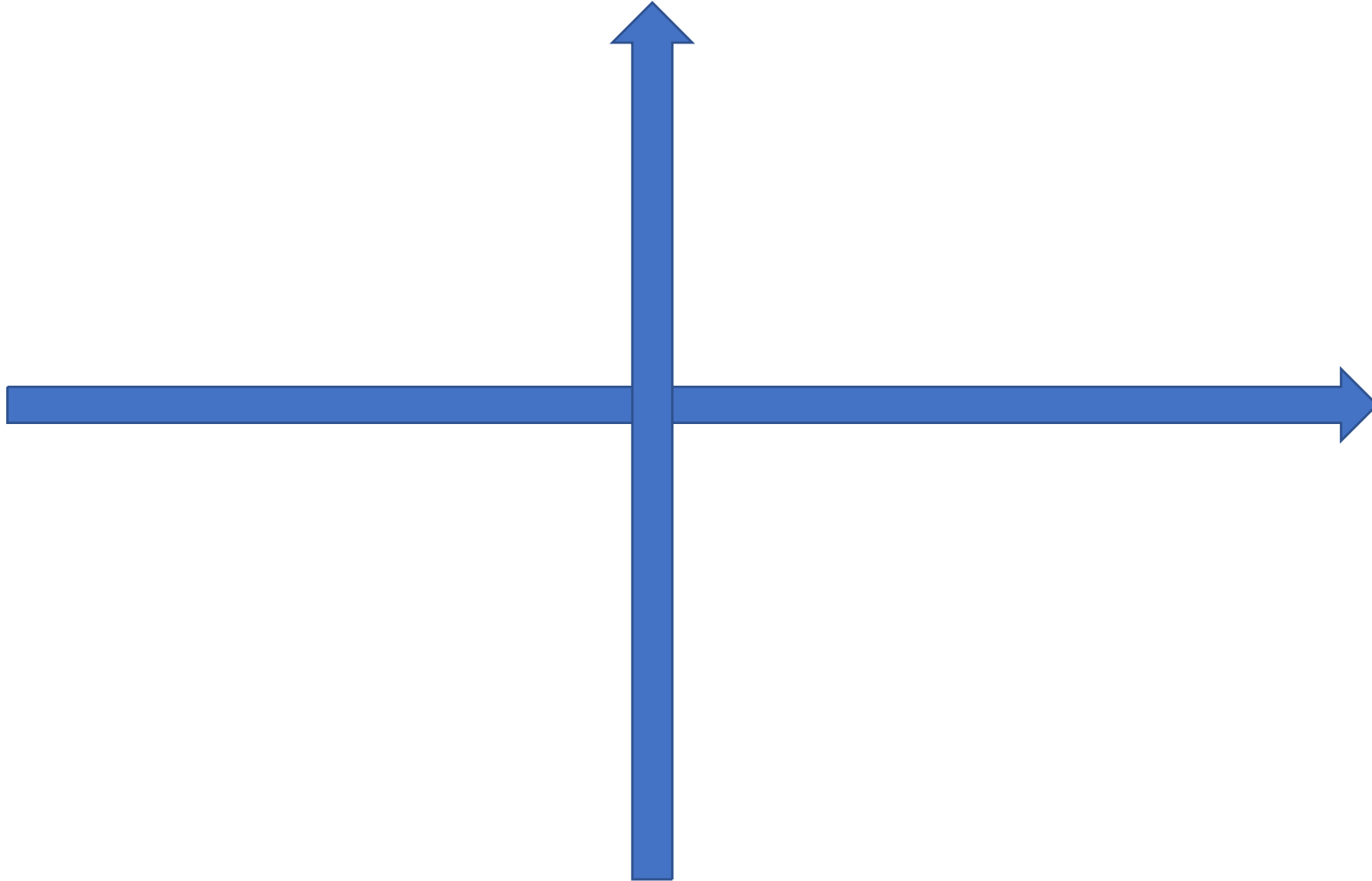
デザイン思考の特徴

- **イノベーション重視**
- **研究開発効率の低下に対応**
- **潜在需要の探索**
- **未来予測**
- **未来洞察**
- **技術機会**
- **新たな市場の機会領域**
-

Thinking outside the box

- 分析思考とは異なり、デザイン思考はアイデアの「積み上げ」重視、広く多様な情報源を用いる。
-
- 「箱の外に出て考える (thinking outside the box)」。与えられた状況下で気が付いていない要素を発見、誤った前提を見つけ出す。
- 明確に定義されず扱いにくい問題を早期に解決
-

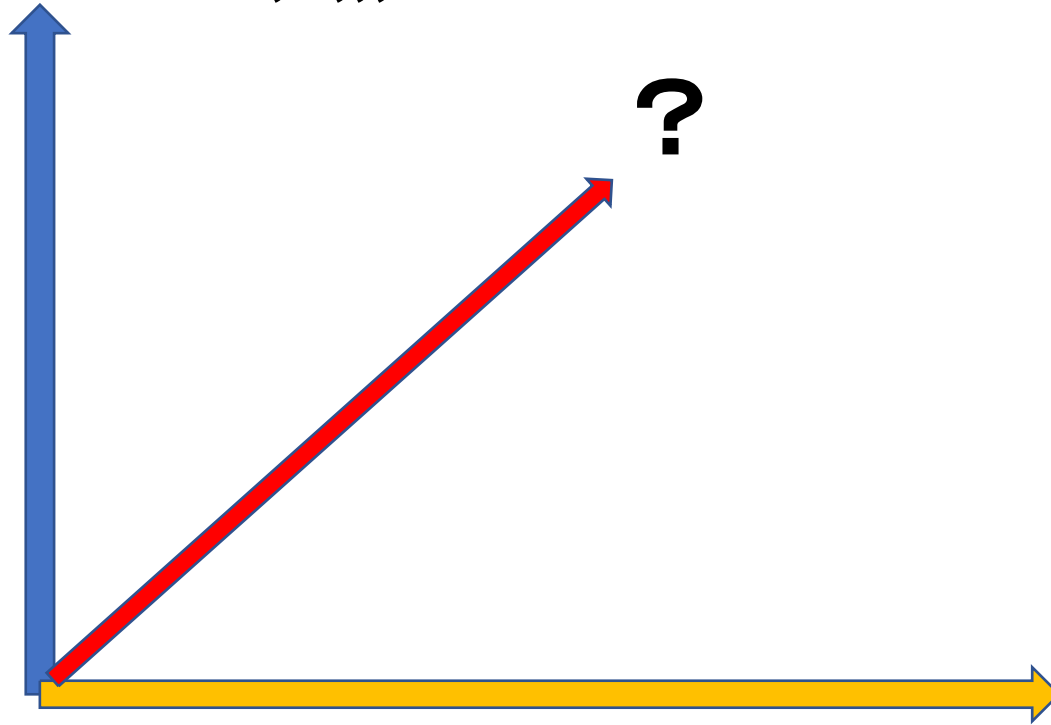
經營力



技術力

経営力をどう分解するか

国際性(要素1,2,,)



判断力(要素1,2,,)

デザイン思考と経営：関連用語



-
- 人間工学(コンパクトな動き、動きに無駄がない)
-
- 先見性：需要予測、未来予測、先取り
-
- 材料工学(鉄、土、火、など、材料の特性を理解)
-
- 禅の哲学：自然の動きを感じる(花、葉、水、風など)
-
- サービス工学(次ページ参照)

□ □システムズ(

サービス工学：モノ売りからコト売り？



- サービス工学とは：ものづくりで培われてきた工学手法を「サービスづくり」へと応用すること
- 「製品そのものを販売」するのではなく「製品の持つ機能を提供」する
- サービスは、客観性を重んじる科学・工学では排除され、経営学やマーケティングの一分野で分析されてきた。
- 製品の使われ方が多様化し、新しい方法が必要になった。
- 例：製品の製造から廃棄までその生涯全体に亘ってその価値を維持するサービスなど。

ロジスティクス



- サプライチェーンの一部。顧客の要求を満たすため、原材料調達から生産・販売に至るまでのものの流れと、関連する情報を管理する過程。
-
- 日本の大学では、サービスを工学分野で、設計段階から応用する学科は少ない。また、人材育成は進んでいない。
- 東大で、サービス工学があるがかなりマイナーな学問にとどまっている。
-