

# 発想プロセスのモデル化

- プロセスは5つの段階からなる

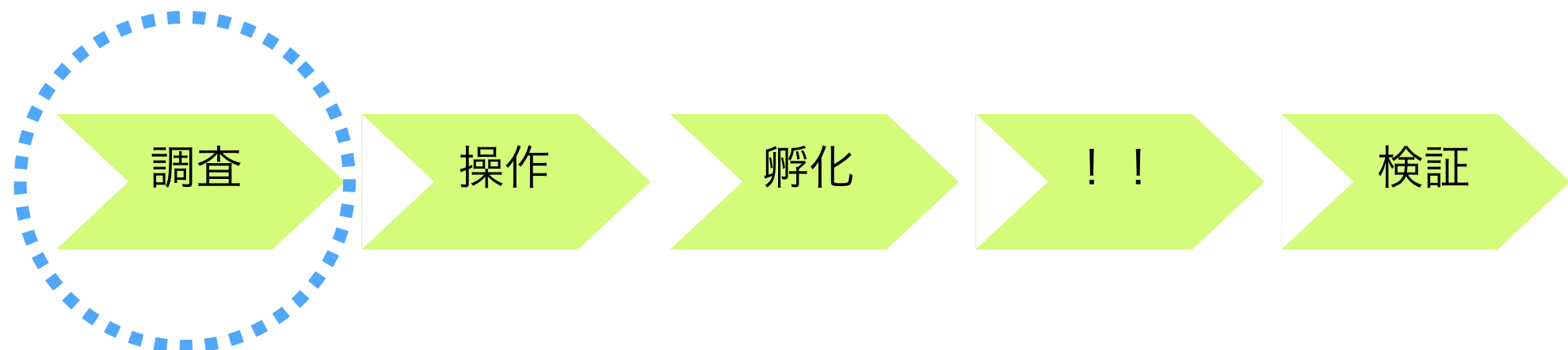
1. 調査：資料集め

2. 机の上で行う調査  
操作：資料を咀嚼してパズルのように組み合わせる

3. 客観的な情報（事実・データ）を集める

4. 部屋の外で行う調査（フィールドワーク、デザインリサーチ）

5. 主観的な情報を集める（意見・気になる／感じること）  
検証：発見が有用性に合致するようにアイデアを具体化し展開



# 第一段階：資料集め

- 資料集めはおろそかにされる／無視されることもある
- **体系的に資料を集めること**：いきなりひらめきを待とう、なんてことの無いよう
- 集めるべき資料は2種類
  - **特殊資料**：**当面の**課題のための資料
    - 製品とそれを売りたいと想定する人々についての資料
    - アンケート・観察・フィールドワーク・エスノグラフィーなど
  - **一般的資料**：自分の引き出しを豊富にする**一生の**仕事
    - 自分のジャンルに関係ないような雑誌に目を通す
    - 街でオモシロいこと／ヒントになることはないかキョロキョロ

調査

操作

孵化

！！

検証



# 技法（調査）

SFCで開講されている関連科目		
フィールドワーク法	加藤	春
パーソナルプレイスデザイン	石川	春
デザインリサーチ	水野	秋
デザインリサーチGIGA	大西	春
質的調査法	宮垣	春
インタビュー法	田部井	秋

# 技法（調査）

机の上で行う	部屋の外で行う
客観的な情報（事実・データ）を収集	主観的な情報（気になる・感じる）を収集
検索・データベース（統計情報）	観察
トレンド分析	エスノグラフィー
歴史分析	オンラインインタビュー
	オフラインインタビュー

# 歴史・トレンド分析

- ・ 「時代が長期的にどのような方向に流れているのか」という視野を持つのに役立つ
- ・ 「体験の本質的意味」を見直し初期課題を特定

## トレンド分析

	過去	変化	未来
技術			
人			
文化			
ビジネス			

今のカテゴリーを破壊するようなイノベーションの種を探す  
ビジネス・テクノロジー・消費者のどのサイドにイノベーションが起こりそうかの仮説を立てる

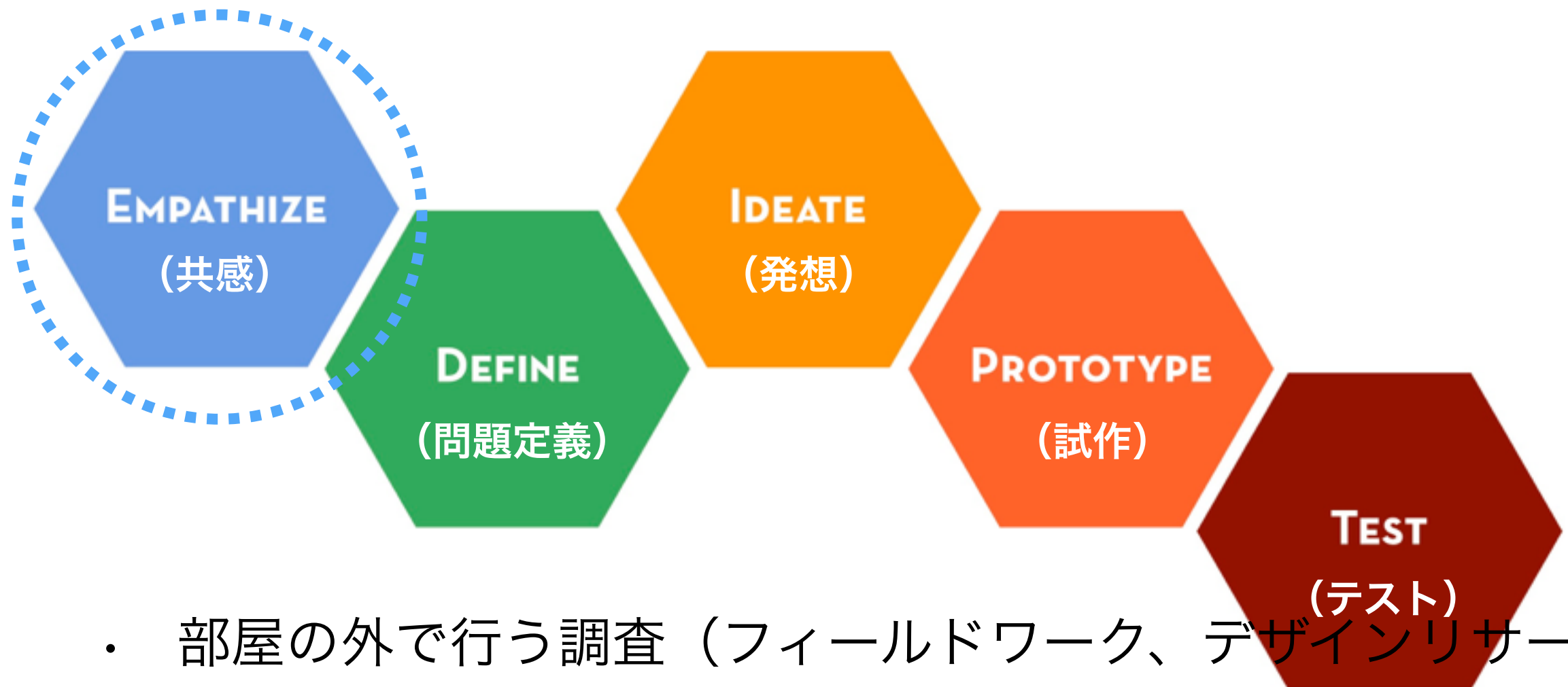
## 歴史分析

	時代1	時代2	時代3
年代			
ユーザ			
用途			
技術			

「そのものなぜこのようなサービスが必要なのか？」を本質に戻って考える



# 発想プロセスのモデル化



- ・ 部屋の外で行う調査（フィールドワーク、デザインリサーチ）  
：主観的な情報を集める（意見・気になる／感じること）
- ・ 観察
- ・ インタビュー（オンライン／オフライン）

# 傾聴

- <http://kotobank.jp/word/傾聴> より
  - カウンセリングやコーチングにおけるスキルの一つ
  - 自分の訊きたいことを訊くのではなく、  
**「相手が話したいこと、伝えたいこと」を、  
受容的・共感的な態度で真摯に“聴く”行為や技法**
- Hear よりも Listen に近い

# 傾聴

- ・ 受容的態度
  - ・ うなずき：ほー， へー， ふんふん
  - ・ あいづち：話し手の話の1語か2語を伝え返す
- ・ 事柄への応答
  - ・ 相手が話した事柄のキーワードを話し手に伝え返す
  - ・ 短いオウム返し・聴き手の意見や感想を言ったりしない
- ・ 感情への応答
  - ・ 事実を形容する言葉や感情を表す言葉は注意深く捉える
- ・ 質問はオープンクエスチョン：話し手により多く話させるよう務める

