

IT技術者のための イノベーション・デザイン

—課題の調査分析、分析編—

https://satoyoshiharu.github.io/innovation_design/

イノベーションのデザイン、課題の調査分析 自利利他

[動画解説](#)



自利（自分が好き）

スチーブ・ジョブズ曰く、
「大好きなことをする。自
分の心に従う。なぜか。
人は、そういうときに、最
もパワフルになるから。」



好きなことをやると力が湧く

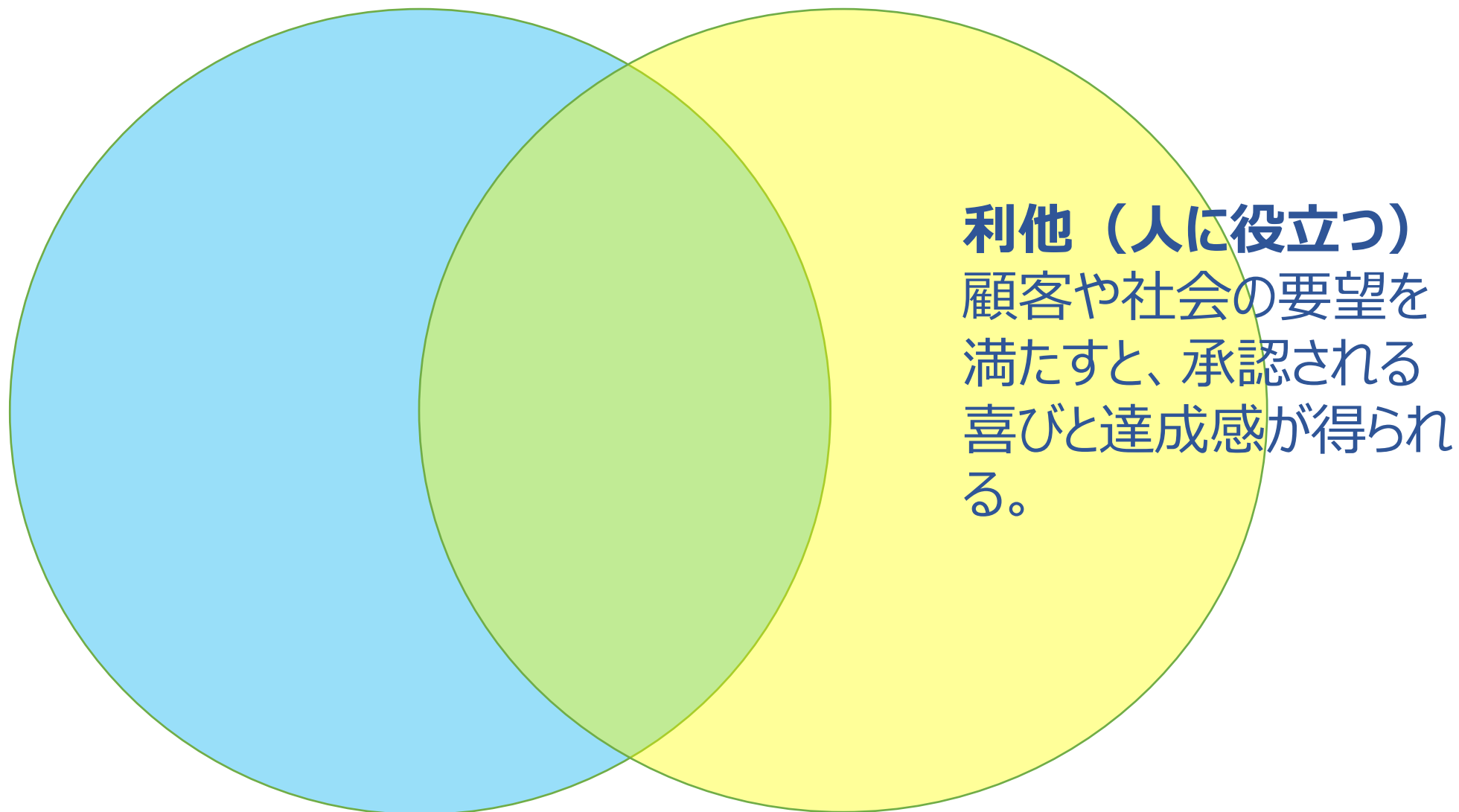
脳に幸福感のドーパミンが出る

リラックスするので、脳にシータ波が出て瞑想状態になる。

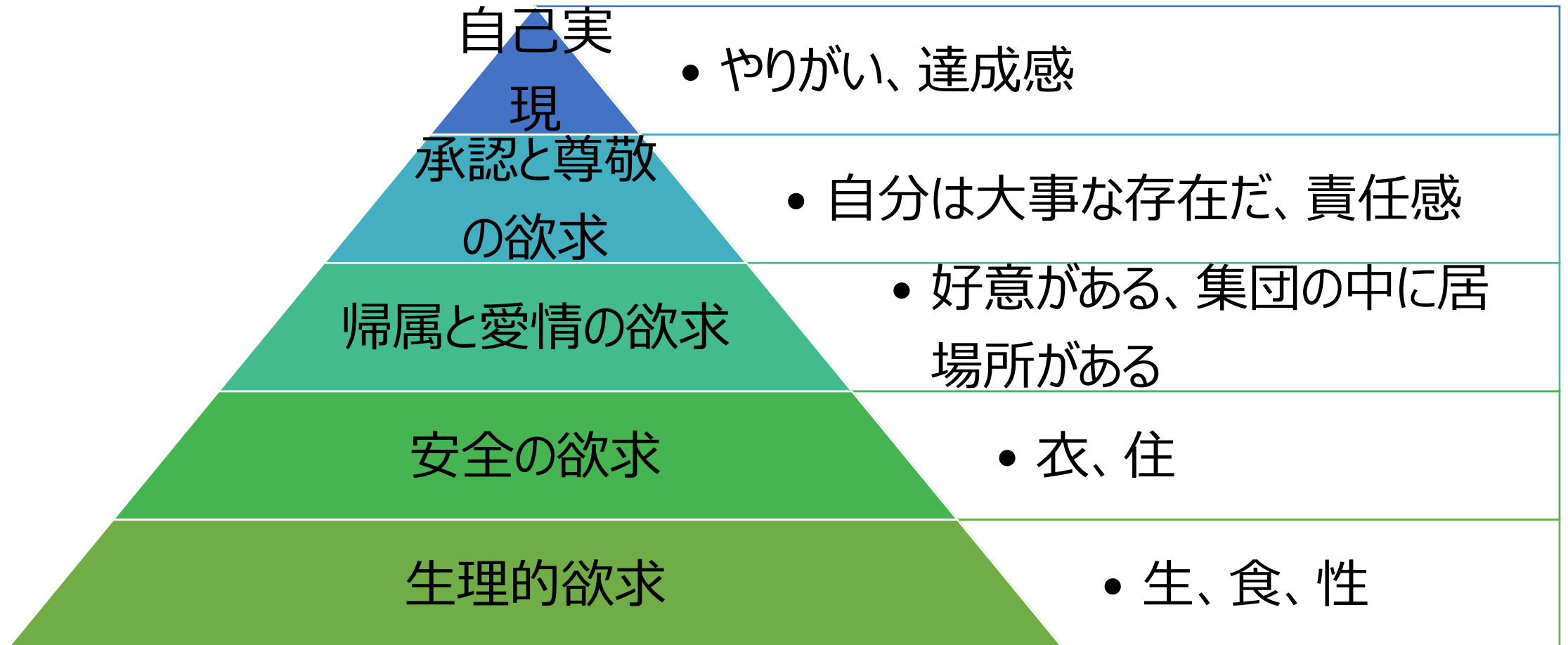
関連情報が頭に入りやすい

達成したいことをイメージすることで現実化しやすい





人は社会的



マズローの欲求五段階説



自利（自分が好き）

スチーブ・ジョブズ曰く、
「大好きなことをする。自
分の心に従う。なぜか。
人は、そういうときに、最
もパワフルになるから。」

自利利他

利他（人に役立つ）

顧客や社会の要望を
満たすと、承認される
喜びと達成感が得られ
る。(マズロー)



イノベーションのデザイン、課題の調査分析 未知の潜在的な課題を探そう

[動画解説](#)



顧客の課題やニーズは、どこを探す？



自分の殻を出て、外に出よう

自分で考える（鏡を見る） 他者や外界に触れる（窓の外を見る）





	自分が意識している 欲望やニーズ	自分が意識していな い欲望やニーズ
他人が意識している 欲望やニーズ	解放 (顕在)	盲点
他人が意識していな い欲望やニーズ	秘密	未知 (潜在)



イノベーションのデザイン、課題の調査分析：

現実、欲望、認知

[解説動画](#)



課題調査の基礎知識

意識された欲求は現実の延長枠内にある

ニーズや課題の裏に多様な欲望がある

人には認知バイアスがある



意識された欲求は現実の延長枠
内にある



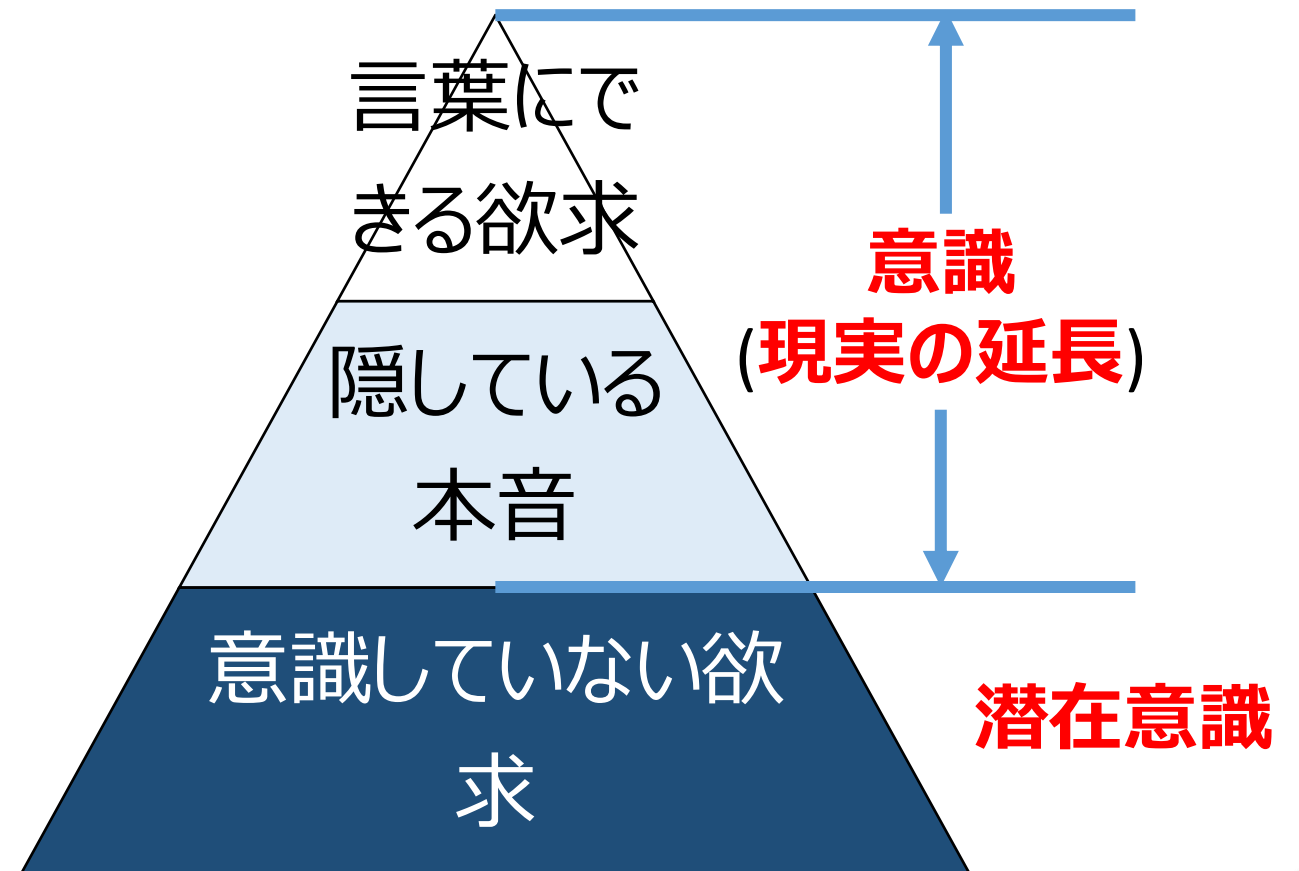
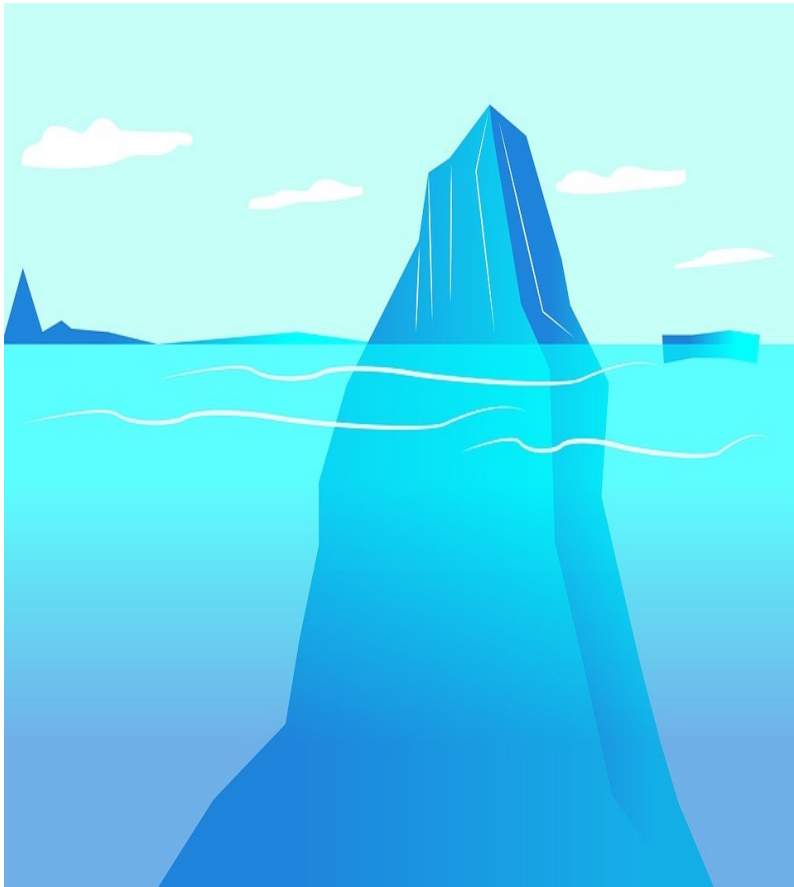
顧客の言うこと == 現実の延長 != 顧客の本当の目的・課題

ヘンリー・フォード曰く、「顧客に欲しいものを聞いたら、『もっと速い馬が欲しい』と答えるだろう。」

スチーブ・ジョブズ曰く、「人は欲しいものがわからない。これだろう？と言われて初めてそれが欲しいとわかる。」「人が本当に欲しいものを見つけるのが、あなたの仕事だ」



課題調査では、潜在意識を探る



ニーズや課題の裏に多様な欲望が
ある

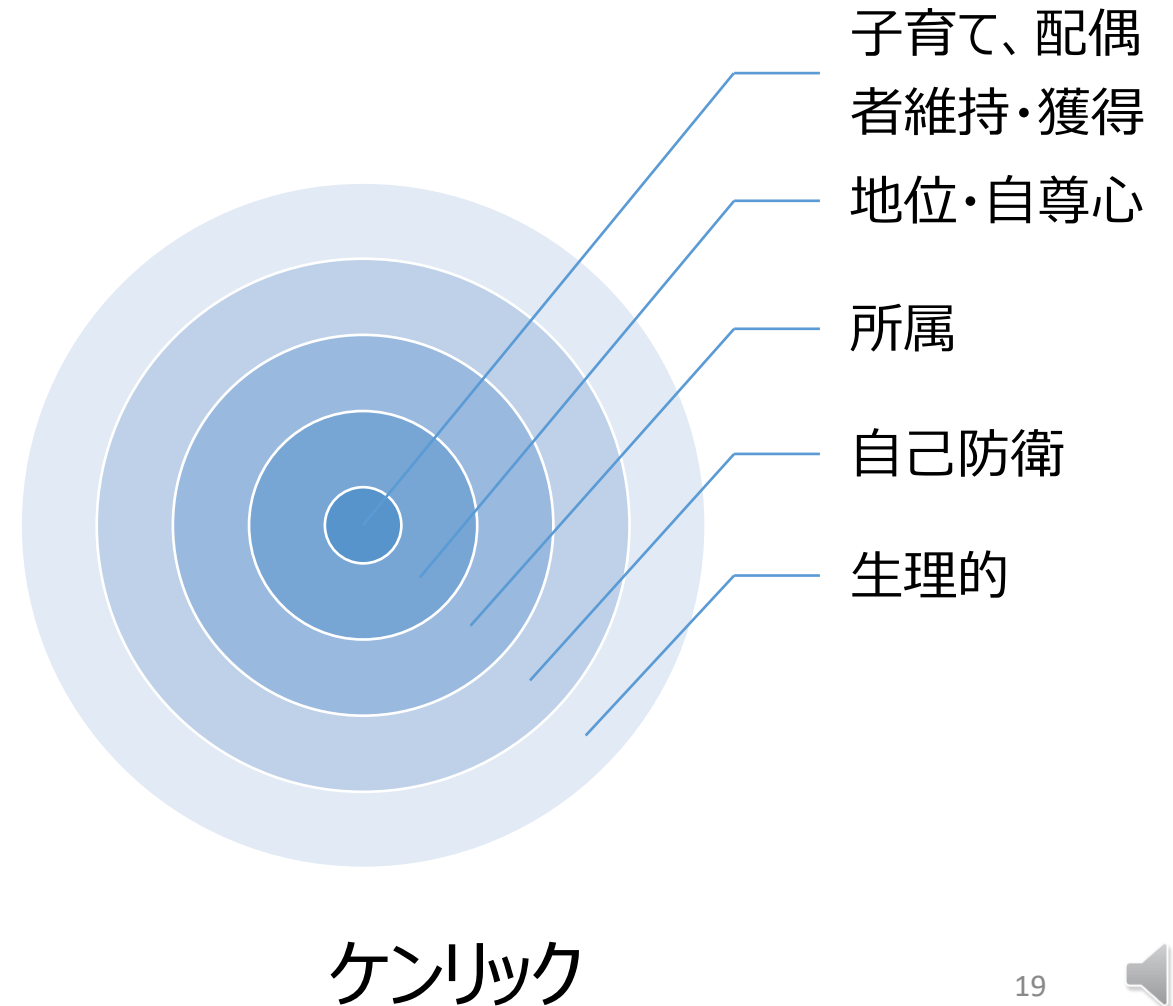
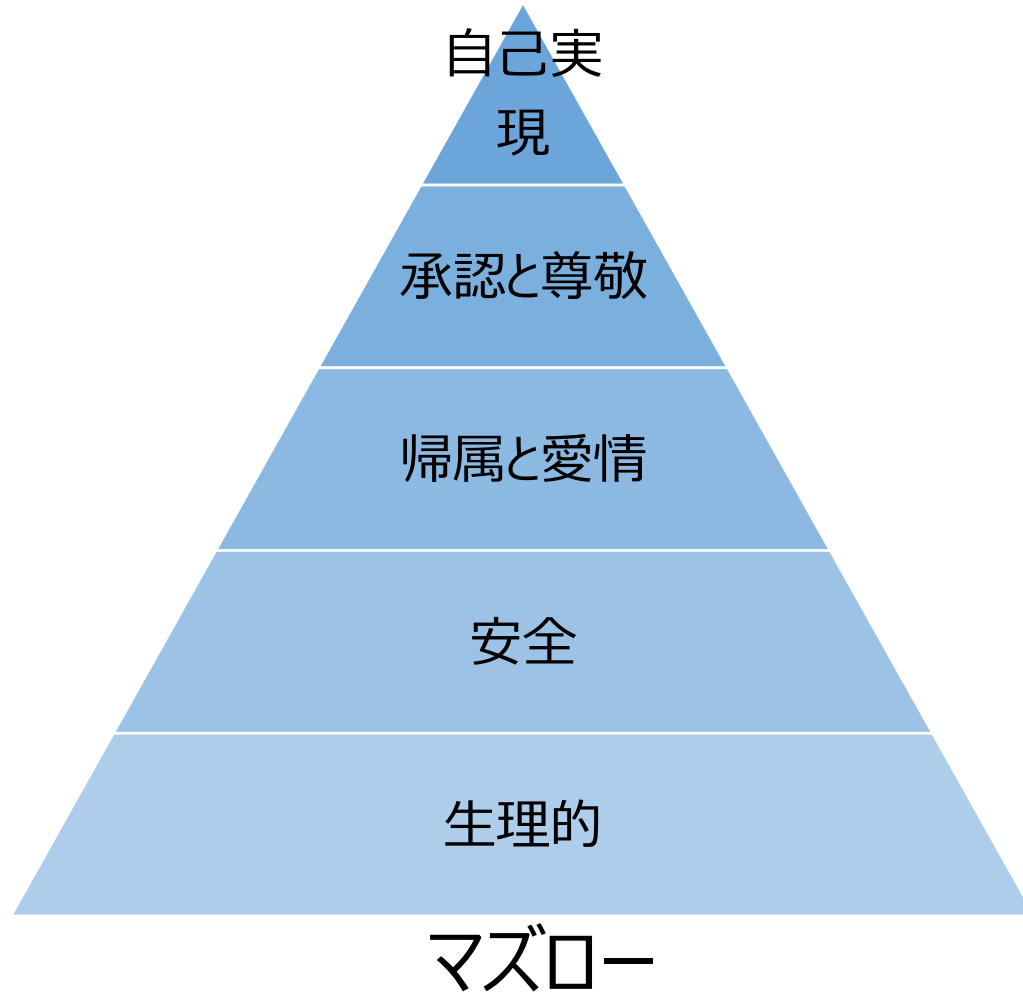


質問

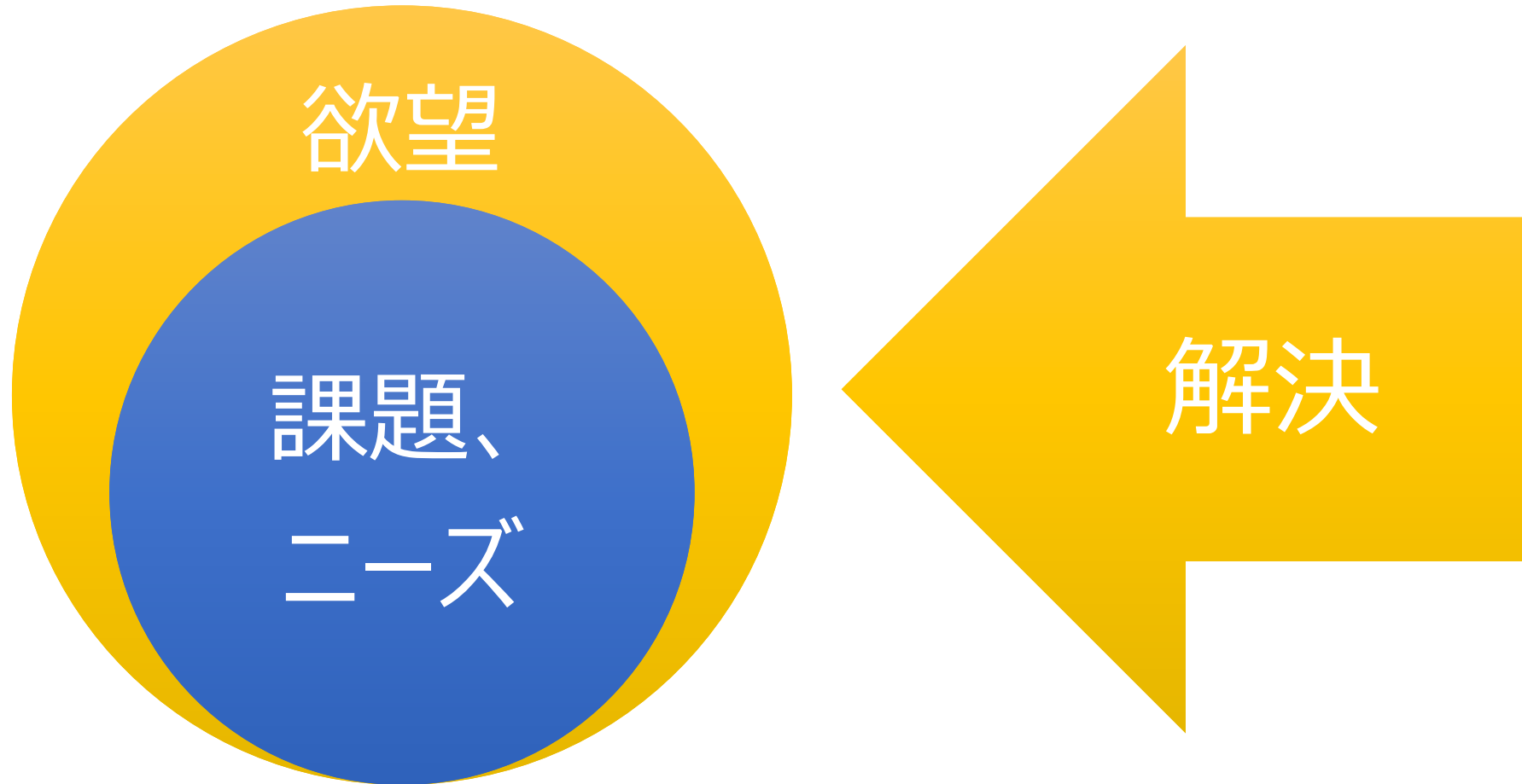
中国では自撮り棒がは
やりました。それを利用
するユーザの欲望は、ど
ういうものでしょうか？



秘密の欲求感情まで探る



欲望を解決する



人には認知バイアスがある



カラーバス実験 1

周りを10秒見渡したあと、目をつぶってください。



カラーバス実験 1

周りに何か赤いものがありましたか？



カラーバス実験 1

目を開けて、赤いものを探してください。



カラーバス実験 1

- 目をつぶって、赤いものを思い出しても、思い出せない。
- 赤いものがないか再度確認すると、実はいくつも見えていた。



カラーバス実験 2

動画を見て、バスケットをしている人たちのうち、白い服を着ている人たちが何回バスをしたのかを教えてください。

<https://www.youtube.com/watch?v=vJG698U2Mvo>



カラーバス実験 2

- 黒いゴリラが通ったことに気づいたでしょうか？
- 白いシャツを着た人の動きに注意していると、それ以外の意外なこと、ゴリラに気づきにくいのです。



カラーバス効果

自分が意識していることが情報として入ってくる。つまり、脳は、身を置いた環境で知覚した溢れんばかりの情報から、選択的に意識に取り込む。



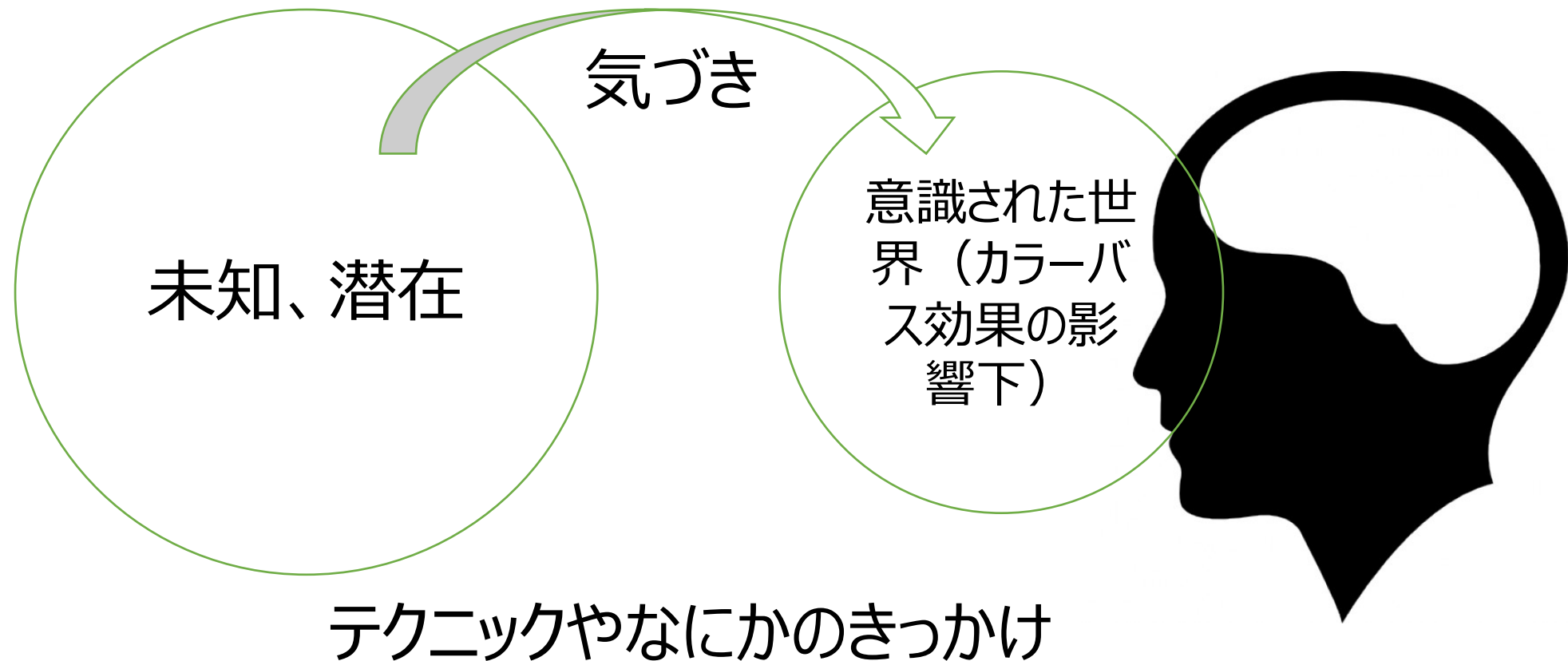
調査する人自身にも認知バイアスがある

未知、潜在

意識された世界
(カラーバス効果)



自分が普段意識しないことに気づくには、テクニックやきっかけが要る



イノベーションのデザイン、課題の調査分析： 調査は定性的に始める

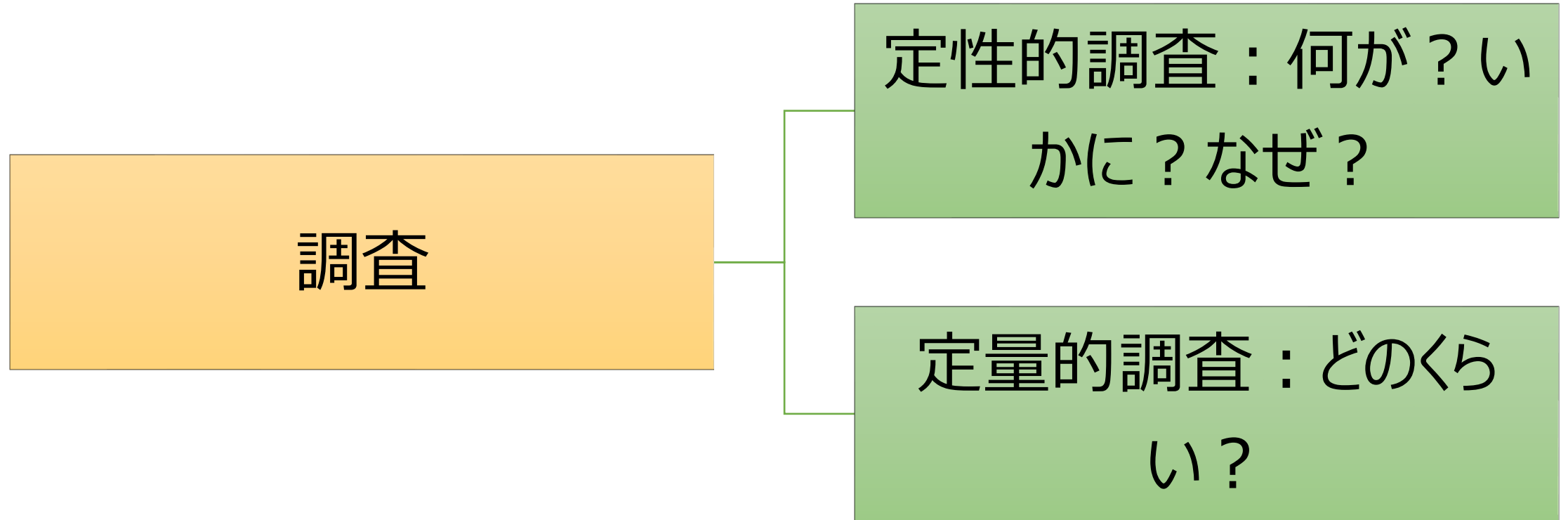
[動画解説](#)



課題の調査・分析のスパイラルプロセス



調査手法



質問

アンケートは定性調査と定量調査
のどちらでしょうか？

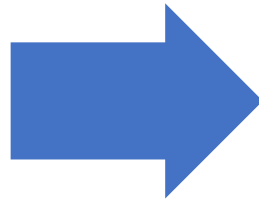


調査の手順

定性的調査（何が？）

- ・ 行動観察、インタビュー、競合分析、ログなど

発見



定量的調査（どのくらい？）

- ・ アンケート、WEB統計、白書、市場調査など

証明



定性調査の効果

問題理解



ひらめき（インスピ
レーション）、発見

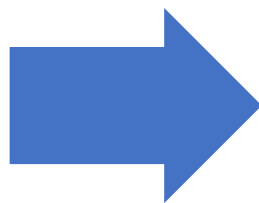


質問

なぜ定性調査が先なのでしょう
か？



定性的調査



定量的調査

- 問いを明確にする

- どのくらい？



定性調査としてはダメな方法

アンケート

- 正しい質問をすでに持っていることが前提。
- 仕草や表情が見えないので、本音が探れない。

フォーカスグループ（複数人相手のインタビュー）

- 多数意見に流されやすい。



定性調査法



```
graph LR; A[定性調査法] --- B[行動観察法]; A --- C[半構造化インタビュー]
```

行動観察法

半構造化インタ
ビュー

