

学位論文内容の要旨（和文）
Thesis Abstract (Japanese)

畔柳 加奈子

1. 論文題目（和文）

Thesis Title (Japanese)

集团的創造における問題構造とデザイン手法

2. 論文題目（英文）

Thesis Title (English)

Problem Structure and Design Method in Collective Creation

3. 論文要旨（和文 2,000 字程度）

Thesis Abstract (approx. 2,000 Japanese characters)

本論文は、企業における新商品開発を集团的創造と捉え、デザインプロセスの視点から質的なアプローチにより問題構造を明らかにした上で、プロセスと結果の関係を証明し、新商品開発プロジェクトの成功を促す具体的な手法について述べたものである。

論文は、序章の他、以下の5章および終章で構成されている。

第1章では、デザインプロセス研究の系統とそれぞれの研究が採用している分析手法の手順と特徴について述べた上で、本研究で採用する分析手法として「グラウンデッド・セオリー・アプローチ」および「テキストマイニング」の有効性、そして本研究の新規性について主張した。

第2章では、同一企業で行われた複数の新商品開発プロジェクトについて、プロセスを構造化して比較することで、プロジェクトの成功・不成功に影響を与える要素を明らかにし、その背景について考察した。分析および考察から、新商品開発プロセスは基

本的に6つの開発ステップで構成されており、新商品開発における成功・不成功には開発ステップの部分的な欠如が影響しているという仮説を得た。

第3章では、第2章で得られた仮説の検証として、新商品開発において開発ステップの一部である「ユーザーリサーチ」および「ニーズの定義」が欠如することと、その後設定される開発目標の質との関係を比較実験によって明らかにした。実験の評価と分析から、先述の仮説を一定の強度を持って検証した上で、新商品開発において「ニーズの定義」はプロジェクトの成功・不成功に特に大きな影響を与える工程であり、「ニーズの定義」を実施することで初めて「ユーザーリサーチ」の意義が生まれることを主張した。

第4章では、第3章の実験で用いた「ニーズ定義書式」をベースに新たな手法を加えて比較実験を行うことで、商品コンセプトの質を向上させる深層ニーズを発見するための指針を明らかにした。実験結果の分析から、書式「ニーズ深掘シート」を用いてユーザーニーズの背景を繰り返し問うことで、ニーズの定義に向けた議論の質が高まることを検証したが、それらは商品コンセプトへの発展へと繋がらなかった。しかしながら「ニーズ深掘シート」の有効性と問題点が明らかになったことで、効果的なニーズ定義に至るための具体的な指針が明らかとなった。

第5章では、第4章の実験結果に対する考察を踏まえて「改良版ニーズ定義書式」を作成し、企業での先行提案プロジェクトにおいて試用することで効果を検証した。さらに、その成果物に対する考察から、創造的なニーズ定義を促す書式の具体的な作用は問題状況を捉える視点をシフトさせることであり、視点のシフトには対象を新たな角度から捉え直す「リフレイム」と、対象を高解像度で見つめ直す「ズームアップ」が存在すると述べた。これらのことから、リサーチ結果を解釈する段階において、視点のシフトを取り入れてプロセスの設計を行うことは、戦略的なニーズの定義を可能にすると主張した。

以上の論証から筆者は、集団的創造の問題構造を解明した上で、実際の新商品開発においてそれらを乗り越える具体的な手法を定義し、その効果を検証した。