

学術研究実績報告書

申請書との変更点およびその理由(内容、日程、実施場所、参加者等に変更があれば記入)

申請時の研究期間 2015年12月1日～2017年5月31日(1年6ヶ月)

変更後の研究期間 2015年12月1日～2017年11月30日(2年)

研究実績概要

研究代表者(申請者氏名・所属機関・職名):延岡健太郎・一橋大学・教授

共同研究者(氏名・所属機関・職名):無

研究課題名:製造業におけるデザイン価値の構築に関する研究

研究期間: 2015年 12月 1日 ～ 2017年 11月 30日

概要:(1,000字以内で記述)

本研究によって、2つの重要な研究実績を実現することができた。第一に、デザイン価値に関係する有意義な概念枠組みを構築したことであり、第二に、その概念枠組みに合わせて、事例を使った実証分析を実施したことである。まず、デザイン価値に関係して、SEDAモデル(Science, Engineering, Design, Art)を構築し提示した。サイエンスとエンジニアリングが機能的価値を生み出し、デザインとアートが意味的価値を創出する。機能的価値の中でも、既存の知識を活用した問題解決であるエンジニアリングと、新しい知識を創出して問題提起するサイエンスの両方が重要であると同様に、意味的価値についてもそれらの両方が必要である。問題解決を担うのがデザインであり、問題提起がアートである。デザインとアートの、基本的な差異はデザインが顧客のために行われるのに対して、アートは哲学やビジョンの自己表現(Expression)が目的である。SEDAモデルに関しては、下記の参考文献にある『サービソロジー』に掲載された「製造業におけるサービス価値の創出」で詳しく議論した。SEDAモデルを包括した顧客価値を創出することが求められている。世界では、それをうまく実現してきたのがアップル社である。創業者のジョブズ氏も常に顧客迎合的なデザインだけでなく、自己表現であるアートの重要性を強調した。日本では、近年のマツダ株式会社がSEDAモデルを意識した技術・商品開発を実施して成功してきた。これまでの常識を超えたスカイアクティブエンジンのように、ゼロベースで新たな機能的価値を創出するサイエンスを強化した。また、「クルマはアート」というビジョンのもとで、顧客ニーズを超えた「魂動」というデザイン哲学をベースに、企業の存在価値を表現してきた。これらについては、本研究でマツダへの聞き取り調査を実施し、その結果も含めて、以下の「ビジネスケース マツダデザイン:Car as Art」で詳しく議論した。

(文献)

延岡健太郎(2016)「製造業におけるサービス価値の創出」『サービソロジー』3巻3号4-11頁

延岡健太郎・木村めぐみ(2016)「マツダデザイン:Car as Art」『一橋ビジネスレビュー』63巻4号130-148頁

以上

\*研究実績概要は「野村マネジメント・スクール研究助成実績報告書」および財団ホームページに掲載します