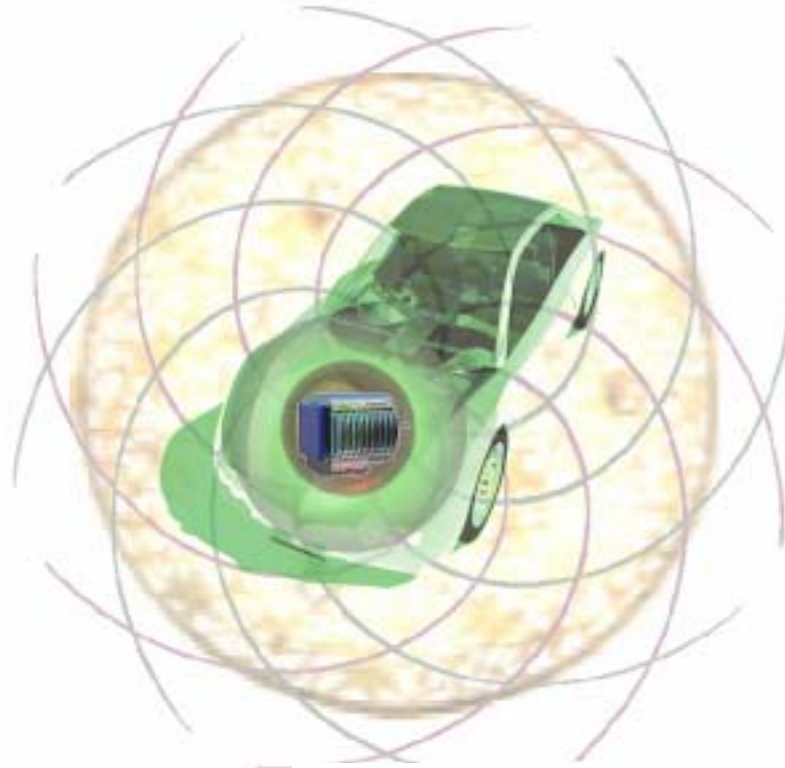


Gainendesign Methodology ; ACM

Applied Concept Making





趣旨

概念デザインの本質と技術・商品の関係

概念デザインにおける3つのフェーズ

概念デザインにおける3つの流れ

コンセプト・メイキングの技術翻訳事例

ACM手順

技術シーズが商品に与えるインパクト

CEunitの編集・加工

CEunitのACMで生まれた新モビリティ

CEunit---超高性能小型電気モーターが研究成果
として実現したと---想定 Compact E-motor unit



デザインする過程において、最終的なアウトプットとしてのカタチを出現させるための準備段階が重要であることは言うまでもない。創造的な“場”を形成しながら、思考をめぐらし、コンセプトを明確に構築していくことが良いデザインを生み出すことに多大に貢献する。そうした全過程を 概念デザイン と呼ぶ。

概念デザインの主要な3つのフェーズは『創造“場”の形成』、『概念の構造化』、『デザイン表現』となるが、この流れに沿って、綿密にデザインを計画し、実行して行くことが概念デザイン本来の手順となる。

この手順を“通常コンセプト・メイキング(OCM; Ordinary Concept Making)”と称している。

一方、優れた研究成果や技術シーズが、研究者・技術者によって、いわゆる『啓示的な閃き』によって生み出されることも多い。その場合、研究者・技術者の頭と心の中は研究成果や技術シーズ自体が既に優れた商品(製品)であるという思いに充満されているはずである。またそれに付随した独創的で強力な新機能や高性能が商品競争力として確固たるものであるとの自負もあるだろう。

商品には優れたコンセプトが必要不可欠である。それは商品の機能やデザインに重要な指針を与え、それらを出現させるための技術にディレクションを与えるからである。逆に、優れたコンセプトの表現・実現には革新的な研究成果や新技術が必須である。それらなくして新商品は生まれでないということもできる。

しかし、研究成果や技術シーズは尖鋭的であり同時に荒削りでもある。それが新商品に適合して行くためには適切な編集・加工と熟成が必要となる。研究成果や技術シーズはそれゆえに、適切な手だてを講じないと風化し消滅することも多い。それは大いなる損失なのである。

本来、商品は抽象度の高い概念の世界から発信されて、順次コンセプト・メイキングされ、技術展開されていくものであるが、現実には『既に優れた研究成果や技術シーズが生まれてしまっている』という状況も多く、こうした状況をくまなく拾い上げて、優れた研究成果や技術シーズを商品(製品)として世に送り出すことを考えなければならない。

それを解決するのが概念デザイン法のACM; Applied Concept Making(シーズ適用コンセプト開発 以下ACM)である。

本レポートでは、ACMの考え方やプロセスの概要を事例をあげながら解説する。

技術シーズとして超高性能パワーユニットが創出された場合を想定し、それを基にあるべき商品コンセプトを考え、研究成果・技術シーズが実際にどのような商品として展開されるのか、また研究成果・技術シーズがコンセプト・メイキング過程においてどのように編集・加工されるのかを考察する。

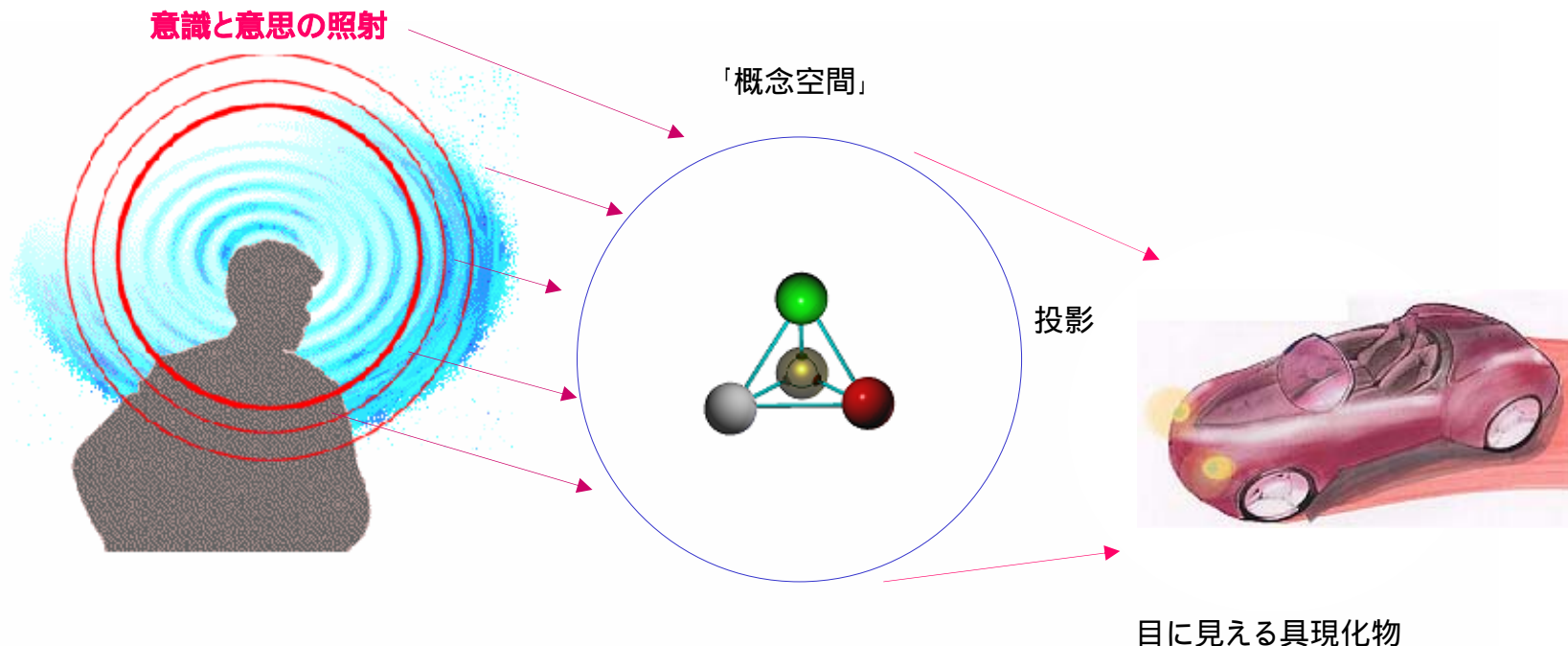
ACMは技術シーズはもとより、ビジネスモデルアイディア、コンテンツ題材など具体的な個別の“種子”に幅広くかつ有効に適用可能である。多くの“種子”保有者に活用いただき、このメソドロジーがお役に立てれば幸甚である。

新しいモノを生み出すために、コンセプトは非常に重要である。
コンセプト(広義の概念)は目に見えるものを生み出すことができる、広大な不可視な背景あるいは空間で、新しいモノはコンセプトの投影といえる。そうした空間を「概念空間」とよぶことができる。

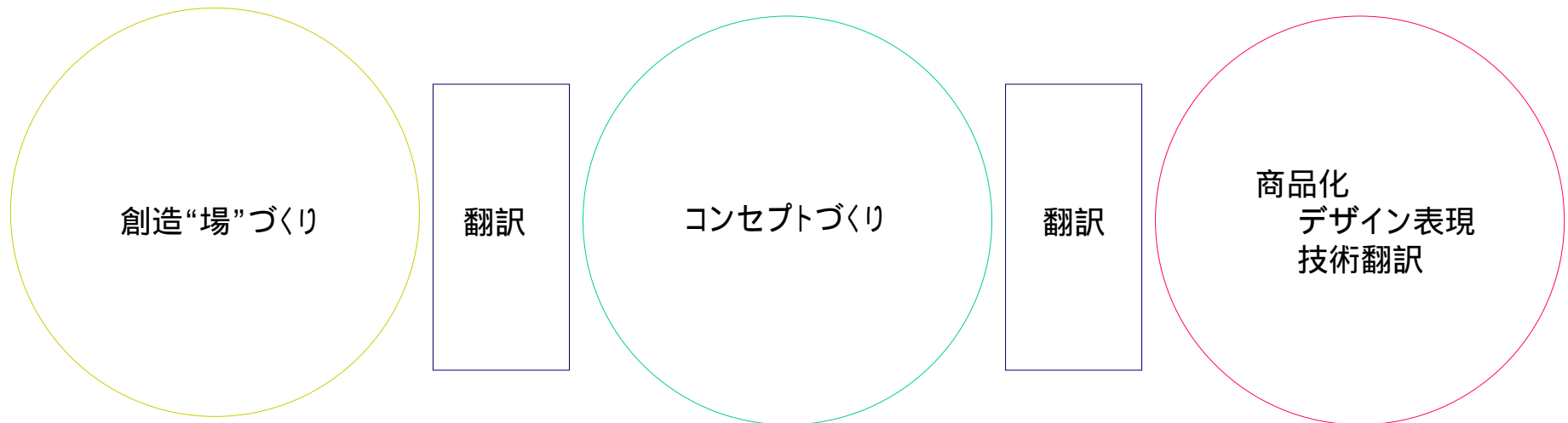
「概念空間」を発生させるためには、デザイナーの意識や意思の照射が不可欠である。意識と意思を十分に発露させるための環境づくり、的確な概念空間の構築、概念空間の適切な投影としてのデザイン表現をトータルで実現させて、初めて優れたデザインが生み出される。

本来、デザイン行為がとるべき、この視点と方法論を綿密に計画し実行していくこと、とくに前段の、目には見えない世界を十分かつ的確にハンドリングすることが概念デザインの本質である。

優れた研究成果や技術シーズは良いコンセプト、すなわち良く売れる商品づくりには不可欠である。しかし、研究成果や技術シーズはそのままでは荒削りで、それがすぐに商品になれるわけではない。研究成果や技術シーズはそれを取り込むことができる上位の概念によって編集・加工されて初めて生きてくる。研究成果や技術シーズの持ち味を生かし、その可能性を十分に引き出すために概念デザインによるACM; Applied Concept Making(シーズ適用コンセプト開発)が有効である。



概念デザインには3つの大きなフェーズがある。どれも等しく重要である。



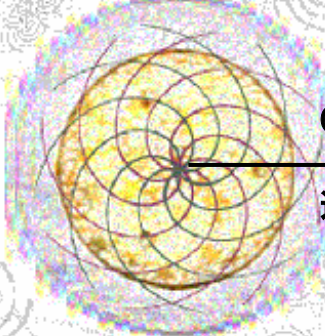
Conceptual Soup

創造場を特定



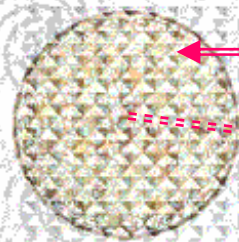
Reverse Concept Making
遡上-コンセプト・メイキング

創造場を形成



Ordinal Concept Making
通常-コンセプト・メイキング

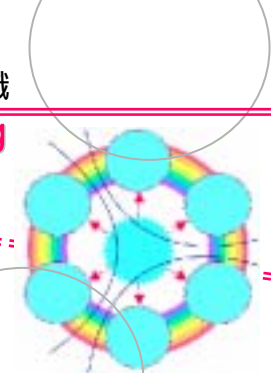
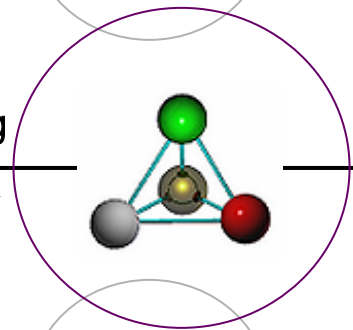
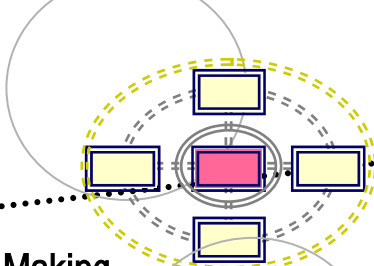
創造場を制御



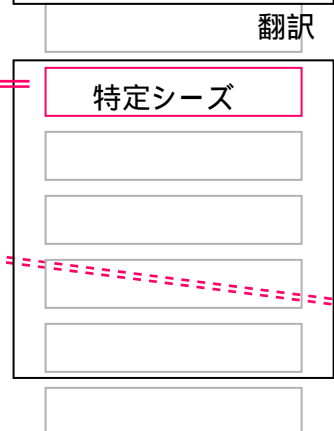
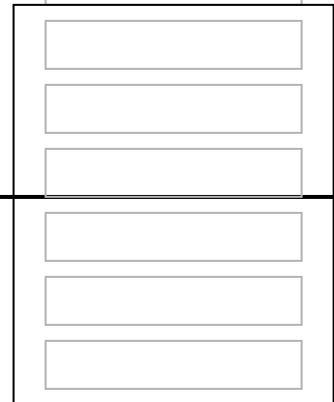
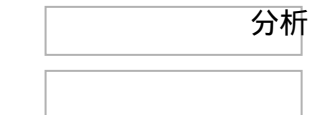
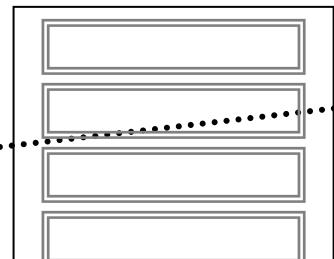
Applied Concept Making
適用-コンセプト・メイキング

シーズを意識

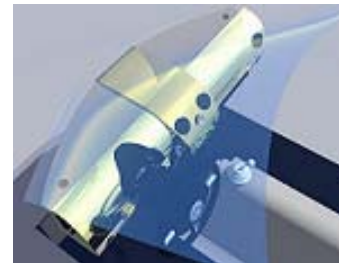
Conceptual Symbol



Core Idea or Thechnology



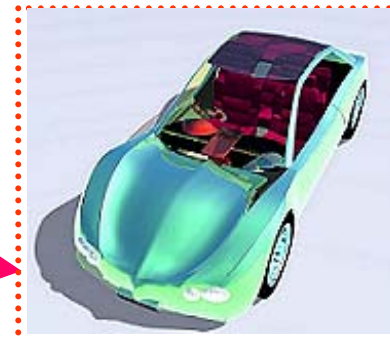
Real Works



優れた作品が既に存在



優れた作品の創造



特定シーズを含む
優れた作品の創造

概念デザインには3つの流れがある。

『通常コンセプト・メイキング; Ordinary Concept Making』 OCM
『創造“場”の形成』、『概念の構造化』、『デザイン表現』の流れに沿って、綿密にデザインを計画し、実行して行く。

『遡上-コンセプト・メイキング; Reverse Concept Making』 RCM
優れた作品などの具現化物から逆にコンセプト、創造“場”を遡って検証して行く。

『適用-コンセプト・メイキング; Applied Concept Making』 ACM
優れたシーズをコンセプトの中に包含して行く。

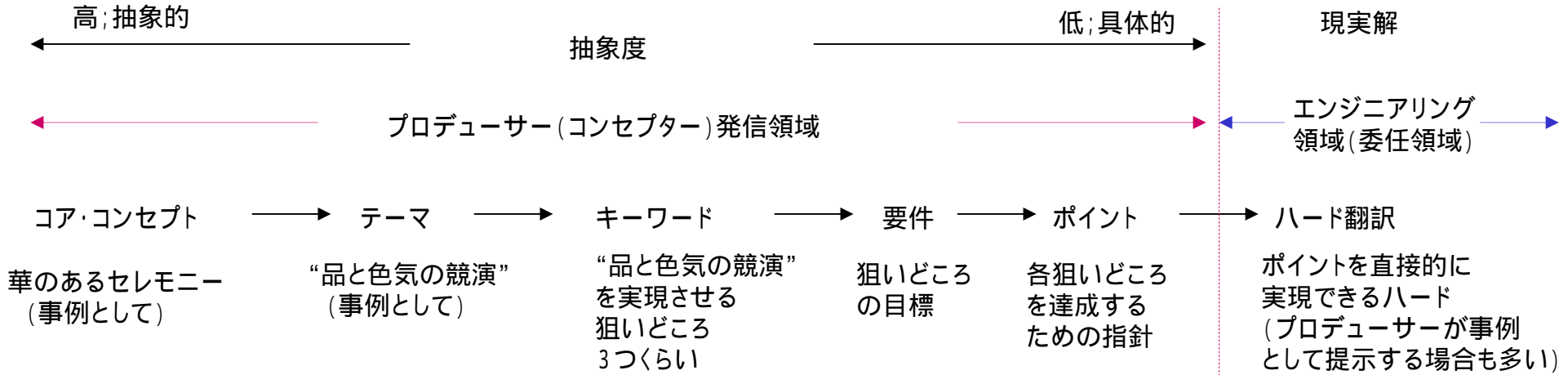
本レポートでは、既に創出された技術シーズに対して『シーズ適用-コンセプト・メイキング; ACM=Applied Concept Making』を行い、技術シーズを最良に包含できるコンセプトを構築し、そこからあらためてOCM展開を行うことで、優れた商品開発を目指す。OCMの手法とほぼ同じ形態となるが、一般的なOCMと圧倒的に異なるのは、必ず『存在する技術シーズを包含する』という点である。

すなわち、『技術シーズ分析』 『コア・アイデアの設定』 『コア・コンセプトの設定』 『概念の構造化』 『キーワード群の抽出』 『技術翻訳の再設定』 『シナリオ構築』 『デザイン表現』という流れで一旦遡上し、あらためてOCMとして下降する。前図最下段の流れである。

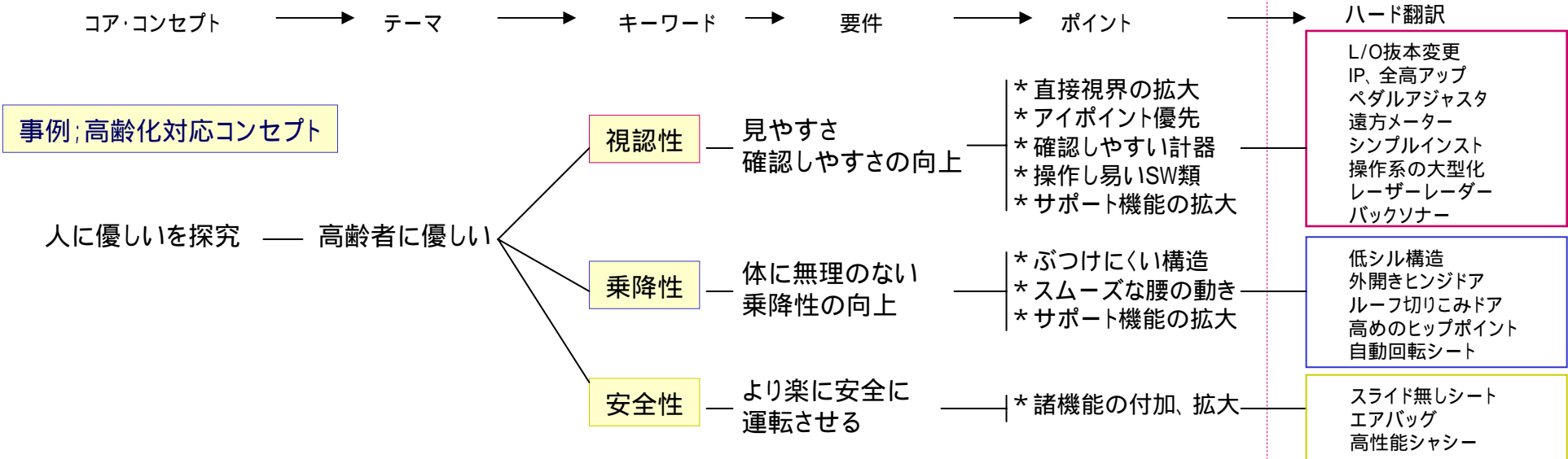
ACMのメリットは言うまでも無く、研究成果や技術シーズを商品化できることであるが、ACMの過程において、当該研究成果や技術シーズ以外にも複数の関連の技術アイデアが連鎖的に創出できることも重要である。すなわち、ACMの遂行は併行して『新規研究・開発課題を設定』することにもなる。



コンセプトを実際に展開するプロセス



テーマのキーワード;狙いどころはコンセプトスクリプトとテキストシナリオから、それらの概念構造を吟味した上で絞り込んで行く。



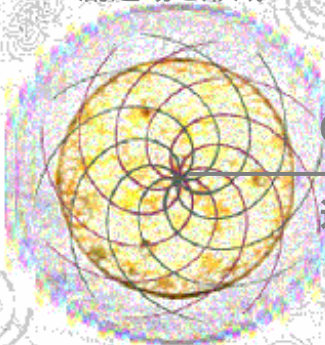
Conceptual Soup

創造場を特定



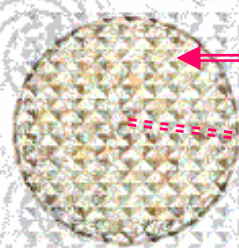
Reverse Concept Making
 遡上-コンセプト・メイキング

創造場を形成



Ordinal Concept Making
 通常-コンセプト・メイキング

創造場を制御

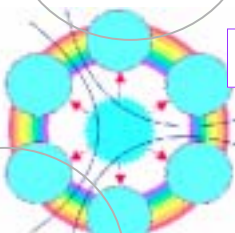


3 創造“場”の探究

Applied Concept Making
 適用-コンセプト・メイキング

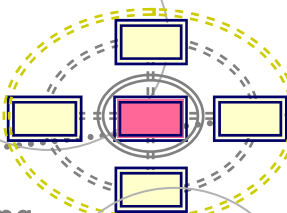
シーズを意識

4 OCMの実施

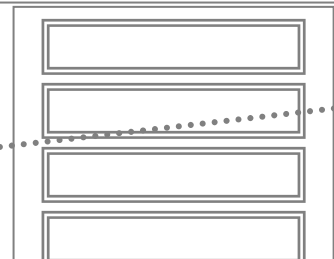


2 コア・コンセプト確定と
 概念の構造化

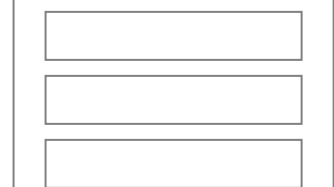
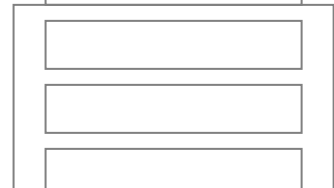
Conceptual Symbol



Core Idea or Thechnology



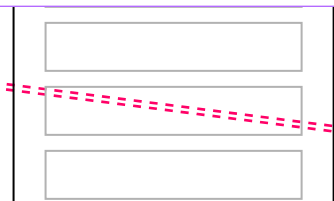
分析



翻訳

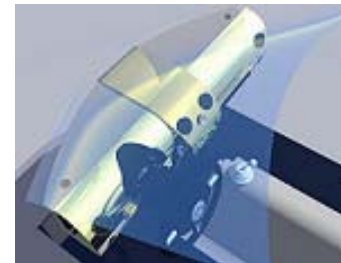
特定シーズ

1 研究成果・技術シーズの分析



5 当該シーズを含んだコンセプト・デザイン

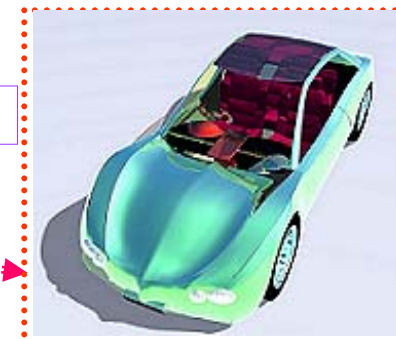
Real Works



5 さらになる研究・開発課題設定

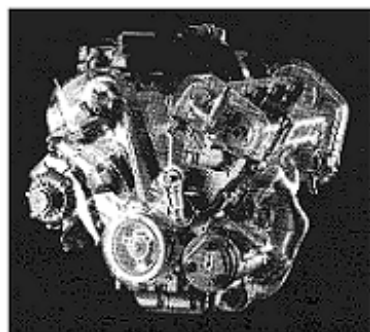
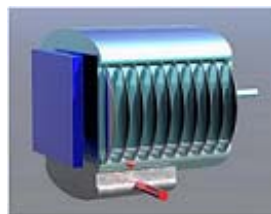


優れた作品の創造

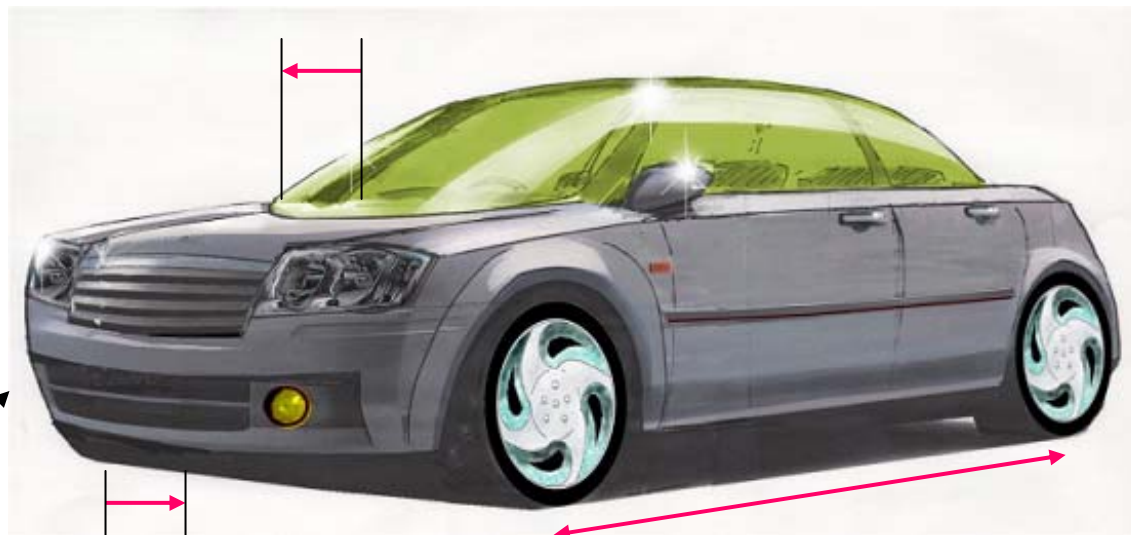


ACMを起動するのは、言うまでもなく、優れた研究成果・技術シーズである。技術シーズは魅力在る商品コンセプトの展開を強力に支える。結果、技術シーズの進化は商品象を格段に進化させることができる。以下は技術シーズインパクトの事例である。

例えば、超高性能、小型電気モーター；CEunitが単独で開発され、それを環境対応の一環としてクルマを対象ジャンルに設定し、このユニットを適用することを考えてみよう。



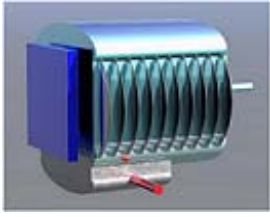
同じ出力でサイズが70%までダウンし、ギアや冷却系が極めて小型化したとする。



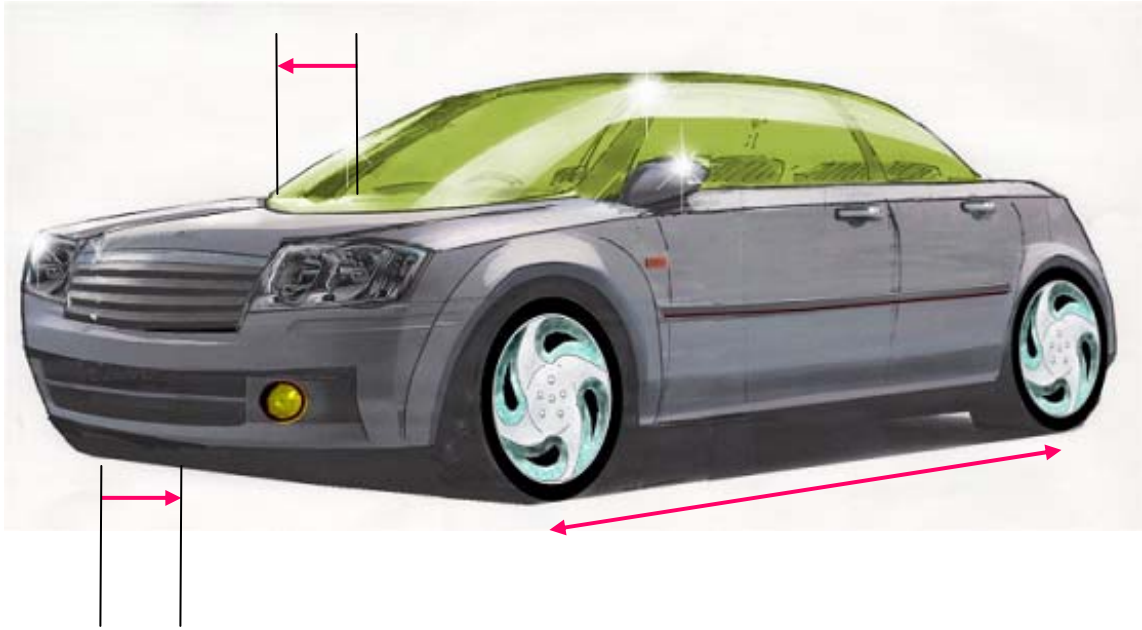
ホイールベースは広がり、フロントウィンドウの先端は前方に拡張でき、フード高さは下げられる。結果、室内は広がり、視界も広がり、デザイン的な新規性も増加する。同時に環境へもすこぶる親和的である。技術シーズが商品として生かされるのは、このように、直接超高性能、小型電気モーター自体が商品となるのではなく、別の商品コンセプトに包含されて商品化される場合が多い。むしろこのような形で初めて技術シーズの進化が商品インパクトを生み出すと言える。

CEUnitをコンセプト・ドリブンで
編集・加工し、新しい商品像に
適合させて行く。

- * サイズを更に20%ダウン
- * フロント・ドライブの変更
- * 冷却機構の変更
- * マウントの追加
- * 補助装置の一体化



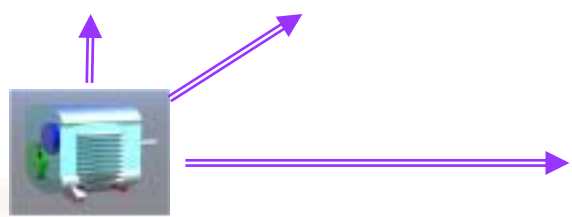
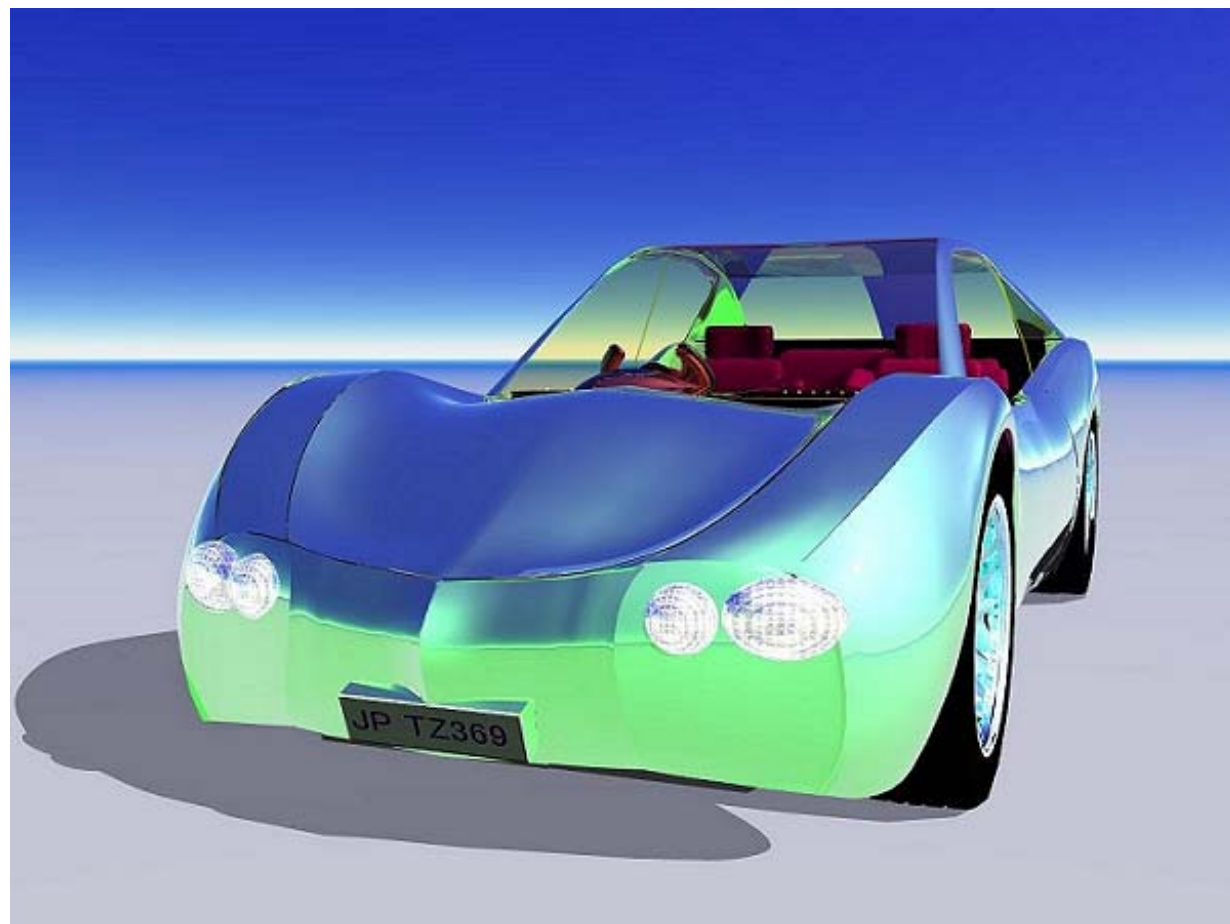
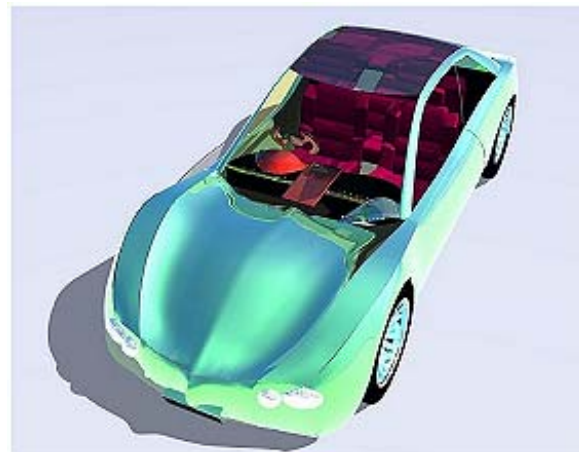
『進化版CEUnit』



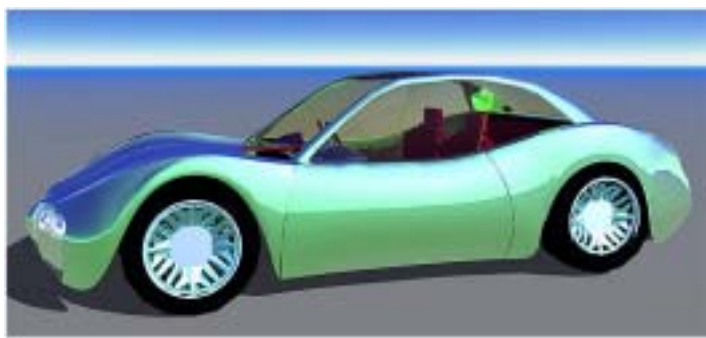
CEUnitの編集・加工により商品展開の可能性が
さらに広がる。

- * フード高、フード形状の自由度増大
- * フロントマスクのデザイン性向上
- * 全高自由度の増大 全体スタイリングの向上

商品コンセプト(最終イメージ)TZ369



ACMで明確化された商品コンセプトで、より洗練・高度化された『進化版CEunit』



技術シーズのACMが技術シーズの進化、商品開発、新研究課題の発掘を可能とする。