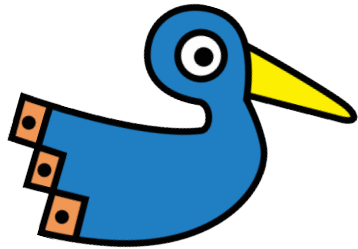


本日はご参加いただき、
ありがとうございます

Welcome to new year KiDS!

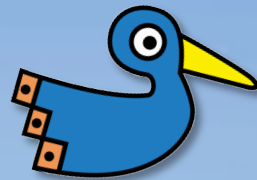


Keio
innovative
Design
School

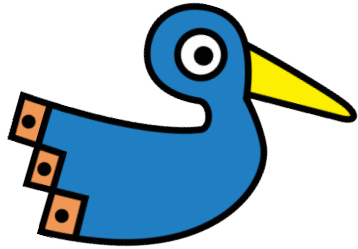


受付でお渡しした番号の机にお座りください
ネームタグにニックネームを記入してください

**講義資料の再利用は自由ですが、
使用する際には、
慶應義塾大学SDM研究科主催
「慶應イノベータィブデザインスクール」
での資料であることを明記してください。**



Welcome to KiDS!



Keio
Innovative
Design
School

**この資料は、Facebookページ：
「慶應イノベータティブデザインスクール」
<https://www.facebook.com/groups/keiokids/>
および慶應イノベータティブデザインセンターのHP：
<http://lab.sdm.keio.ac.jp/idc/news.html>
からダウンロードできます。
(WS終了後にUPLOADする予定です)**



Who are we?

慶應SDM

SDM

System Design and Management

システム×デザイン
×マネジメント
＝イノベーション！

慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 とは？

2008年設立

新卒＋社会人

文理
融合

システム工学、デザイン思考、
SDM学が学問基盤

学問分野や
所属・国境の
壁を超える

インターナショナル

社会課題の解決策をデザイン・実践

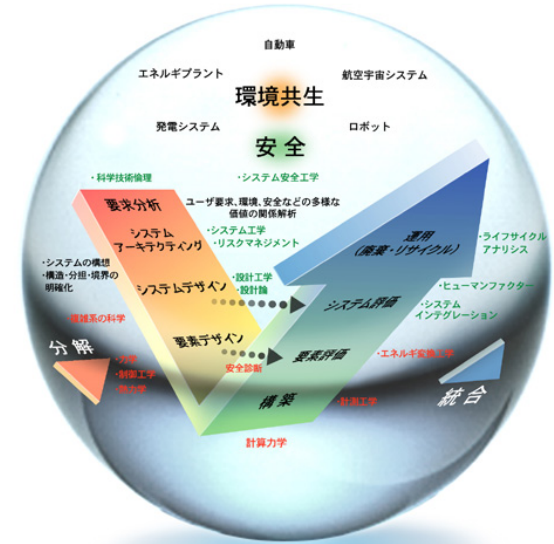


システムデザイン・マネジメント研究科とは？

- 2008年新設(慶應義塾150年)
 - 既に何らかの専門性を有する者への教育
 - 過半数は社会人学生
 - 文理統合
 - システム工学とデザイン思考が学問基盤
 - 企業経験・起業経験・

国際経験豊富な教授陣

 - 授業の重視(研究も重視)
 - 国際的チーム
 - プロジェクトの重視



日吉駅前「協生館」

3つの独立大学院：

- ・システムデザイン・マネジメント研究科(**SDM**)
- ・メディアデザイン研究科(**KMD**)
- ・ビジネススクール(**KBS**)



慶應SDMの システム思考×デザイン思考教育

- 2008年よりシステム思考×デザイン思考の大学院教育＝学生の満足度大！
- 企業研修、地域活性化への展開＝好評！
- 塾生（慶應義塾学生）、一般の方からの期待大
- 世の中一般におけるデザイン思考の普及



一般の方＋塾生向け Sunday KiDS

- ①多視点／メタ視点／可視化
- ②理念／メソドロジ／全体構造
- ③メソッド／詳細構造

- ①ブレインストーミング
- ②フィールドワーク
- ③プロトタイピング

ものごとを
システムとして
捉える

チームでの
協働
(集合知)

システム思考 × デザイン思考
× マネジメント
= イノベーション！

ものごとを
システムとして
捉える

チームでの
協働
(集合知)

システム思考 × デザイン思考
× マネジメント
= イノベーション !

起業デザイン
ラボ
プロジェクト
マネジメント

わたしたちは、
ポスト・システム思考
ポスト・デザイン思考

デザインプロジェクトで学ぶ方法論・手法

1 Start Up / Overview

システムズ・エンジニアリングとデザイン,
Vモデルについて, チームビルディング,
創造のための繰り返し, デザインと哲学, 等

5 Validation

テストのためのプロトタイプ,
AHP, インタビュー(有識者調査, 専門家判断),
アンケート, 社会調査, 社会実験

2 Idea Creation

ブレインストーミング, KJ法, マインドマップ, 等

3 Understanding and Architecting

観察(フィールドワーク, エスノグラフィ, 参与観察),
CVCA, WCA, バリューグラフ, シナリオグラフ, ユースケース, 等

4

System Design and Evaluation

エネーブラー・フレームワーク, QFD, FFBD, OPM, モルフォロジカル分析,
ピュー・コンセプトセレクション, エンパシーのためのプロトタイプ, 等



システム×デザイン思考の流れ

Spiral Up to
Sky High
Solutions!

ブレインストーミング、マインドマップ、シナリオグラフ、バリューグラフ、強制発想法、CVCA/WCA、親和図法、KJ法、QFD、Pughコンセプトセレクションなど

アイデアジェネレーション

発散技法

収束技法

フィールドワーク

プロトタイピング

V&V (verification & validation) と共有・共感・再発想

アイデアの質

時間

8/18第1回
コンセプト発表

9/8コンセプト+
プロトタイピング
発表

9/28, 9/29
コンセプト+
プロトタイピング
発表

BS, SG,
CVCA/WCA,
VG, CL,
Pugh CS, GS,
PT, FW, etc

BS, SG,
CVCA/WCA,
VG, CL,
Pugh CS, GS,
PT, FW, etc

BS, SG,
CVCA/WCA,
VG, CL,
Pugh CS, GS,
PT, FW, etc

AH-HA!

AH-HA!

EUREKA!

WOOPS

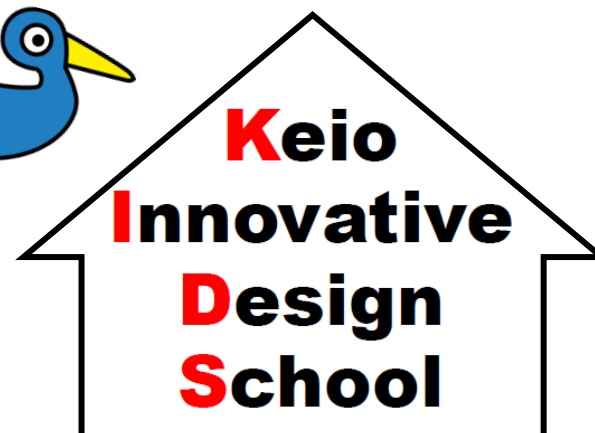
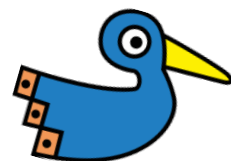
WOOPS

学んだ手法を駆使してループを回す



新春特別企画 「利他思考で世界を変える システムデザインワークショップ」

2013年1月6日(日) 来往舎



写真・ビデオ撮影・データ取得 許可のお願い



本日のワークショップは研究の実験の一環となっております。
本日の最後にアンケートを書いていただきデータを取得させていただきます。
そちらのアンケートにご丁寧にお答えいただくようどうぞよろしくお願い致します。

本日の流れ

- 三部構成となっております。

イントロダクション	↑	第一部
CRMについて		
グループワーク	↓	第二部
休憩		
手法の説明	↑	第三部
グループワーク		
シェアリングタイム		
アンケートご記入時間		
質疑応答		

第一部

CRM

**(Cause Related
Marketing)**

をご存じの方??

Cause Related Marketingとは (以降 CRM)

Cause Related Marketing の定義(Pringle and Thompson, 1999)

「市場に対してイメージ、製品、サービスを有する企業が相互利益の為に、1つまたは複数のコースとリレーションシップやパートナーシップを構築する活動」

Henricks(1991), Kelley(1991)も同様の内容を採用している。



【CRM事例】

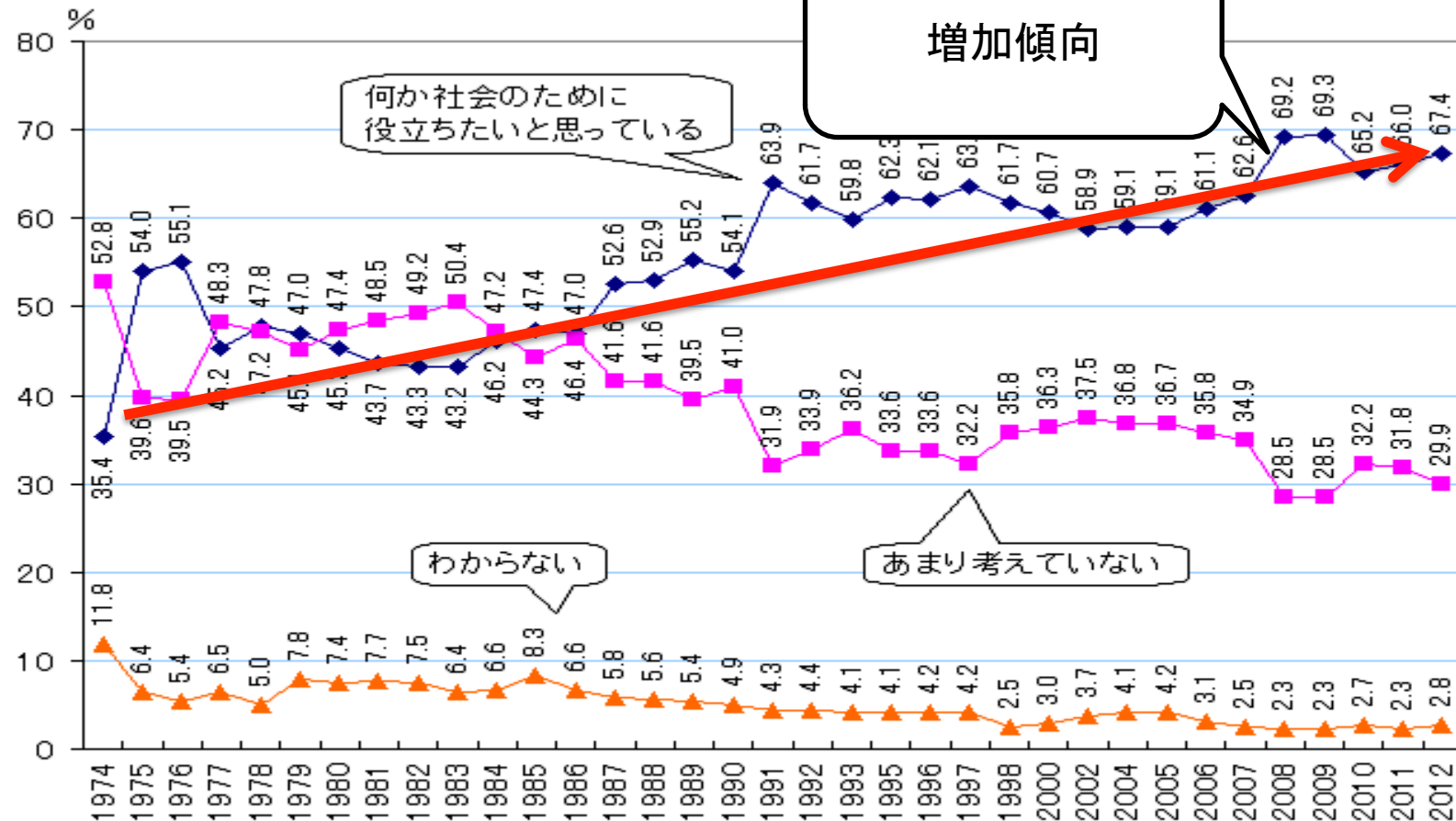
1850年に創業したアメリカン・エクスプレス(アメックス)は、創業当時から歴史的遺産の保全や修復を行ってきたという。それから1世紀以上後の1983年にアメックスが行った 自由の女神の修復キャンペーンは、史上初の大規模な寄付を絡めたマーケティングキャンペーン(コース・リレーティッド・マーケティング(Cause Related Marketing))として有名だ。カード利用額1回につき1セントを寄付するというもので、大変な反響があった

CRM 事例



CRMの重要性

社会貢献意識の高まり



(注) 全国20歳以上の男女が対象

(資料) 内閣府「社会意識に関する世論調査」

CRMの要素抽出

CRMの広義の定義(Pringle and Thompson, 1999)

「市場に対してイメージ、製品、サービスを有する**企業**
が相互利益の為に、1つまたは複数のコースとリレー^②
^①**ションシップやパートナーシップを構築する活動**」

①目的：**相互利益のため**

- ・企業にとっての利益(利己)
- ・コース(を抱えている人・物)にとっての利益(利他)

②手段：**コースとリレーションシップやパートナーシップを構築**

グループワーク イントロダクション

みなさんは企業のマーケティング担当です。

社会的な課題の解決と企業の利益、
両者の相互利益となるCause Related Marketing
を考えてみましょう。

※解決するテーマと企業業種は、テーブルの番号札の裏に書いています。

本日のWSテーマ

①途上国の
感染症の問題
→消費財
メーカー

②地元の川の
水質汚染
→飲料メーカー

③途上国の識字
率の低さ
→衣服メーカー

④乳がんによる
死亡率
→化粧品
メーカー

アイスブレイク

**各チーム内で、一人1分で
自己紹介をしましょう。**

第二部

グループワーク

WCAを使わなければ、どのようにやっても構いません。

45分で、CRMを作ってみましょう。

アウトプットシェア

各チーム3分で、隣のチームとシェアリングしましょう。

- ・どんな問題を解決するのか
- ・ソリューションの売りは何か

以上の点を明確に伝えるようにしてください。

（後程、相手チームのアウトプットに関してのレビューをアンケート上で書いていただきます。）

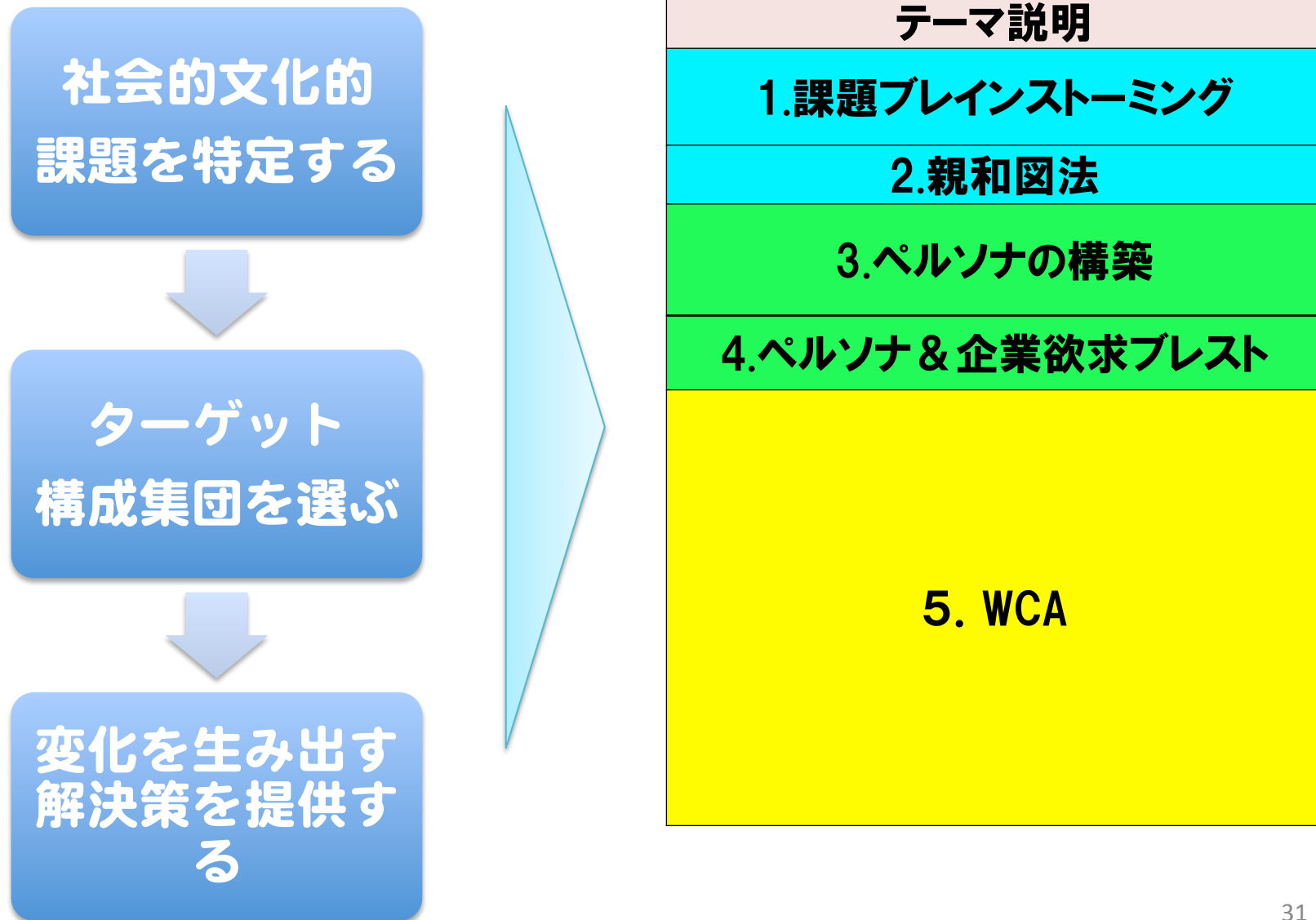
休憩



第三部

WCAグループワーク

グループワークの流れ



1. コースにおける課題の BrainStorming

各チームのテーマにおいて、どんな問題があげられるか、BrainStormingを行います。

●Brainstormingのルール●

- ・出た意見に対し、否定しない。いいね！とポジティブな反応をする。
- ・質より量。とりあえず数を出しましょう。

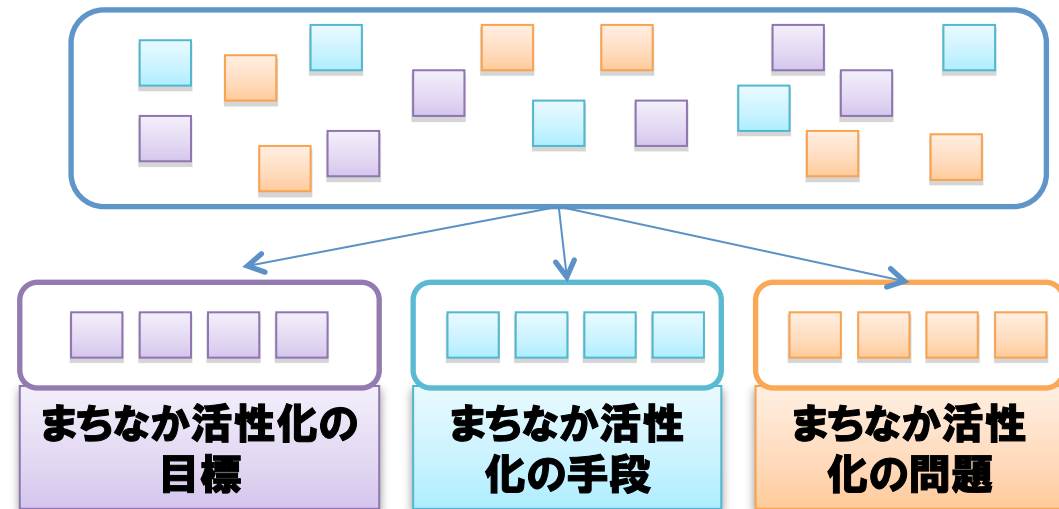
2. 親和図でグルーピング

出たアイデアを親和図法でグルーピングし、今回解決する具体的な課題を選んでください。

親和図法とは：

親和図法: アイディアをグルーピングする

- 要求事項収集と特定を行うためのグループ発想技法 (Project Management Institute (2008: 107-108))
- 故・川喜田二郎氏(文化人類学者)が考案したKJ法に類似 (川喜田二郎 (1986))
- 共同作業に適しており、創造的な問題解決に用いられる
- それぞれのグループに名前を付ける



例: 地域活性化プロジェクトでのKJ法活用例
(津々木晶子ら (2011))

3.ペルソナ構築

コースで困っている人のペルソナを考えてみましょう。(最低1人考えてみましょう。追加で足しても構いません。)

ペルソナとは:

「架空の顧客像。詳細に設定した顧客のプロフィールを担当者間で共有し、人物像への理解を深めることでマーケティング方針を統一する手法。」

効果:商品やサービスの完成度が高まる

ペルソナの特徴を一言		未来が見えない
基本情報	名前	ブトちゃん
	年齢・性別	13歳・女
	住んでいる環境	川の近く
	家族構成	父(でかせぎで家にいない) 母、6人兄弟の次女
	趣味	弟・妹と遊ぶ
	性格	クール

できるだけ詳しく
書いた方が欲求
をだしやすいです。
どんな人かな、と
いうのをチームで
共有化し、可視化
しましょう

4.ペルソナ & 企業の欲求分析

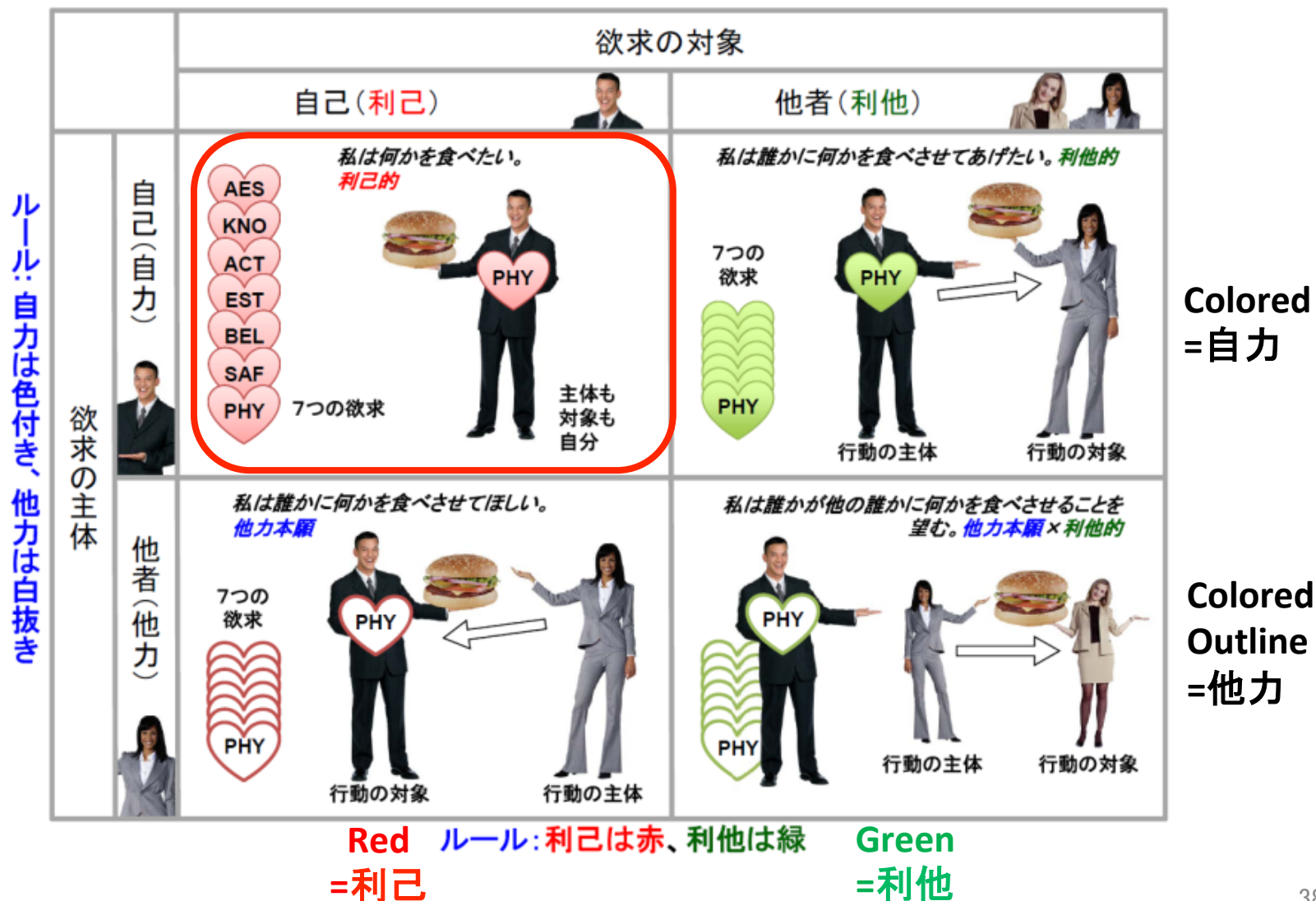
**考えたペルソナと企業（自分たち）の欲求
をブレストしてみましょう**

（課題を解決してほしいという欲求があれば、
それ以外はどんな欲求に限らずだしてください。）

・**でた欲求を2×2シートに分類してみてください。**

欲求の種類：

欲求の構造的な分類: 2x2の欲求マトリクス



欲求の対象

自分

自分以外

欲求の主体

自分



私は〇〇を
食べたい



私は
誰かに〇〇
を食べさせ
たい



私は誰かか
ら〇〇を食
べさせてほし
い



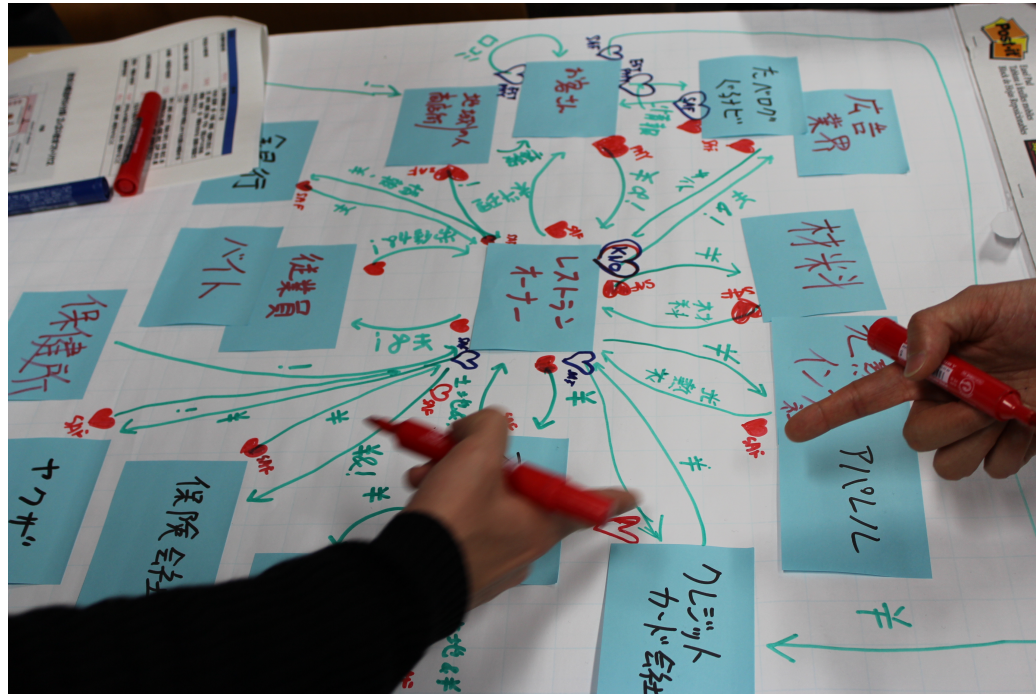
私は誰かが
誰かに〇〇
を食べさせ
てほしい

自分以外

ペルソナと企業両方について
2×2シートを使って欲求をあげてみましょう

欲求連鎖分析

欲求連鎖分析,日本機械学会論文集(C編),78巻 785号



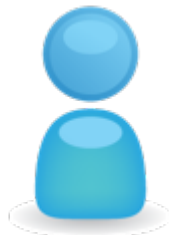
提案する手法

ステップ

1. 被支援者と企業をプロットする
2. 被支援者、と企業のお金・もの・サービス・情報等の流れを可能であれば書き加える
ルール1)被支援者と企業の間**に必ずしも、お金・もの・サービス・情報等の流れを書く必要はない**
3. 被支援者と企業が、がその行為に至った欲求が、どの欲求に基づくかを推定し、矢印の始点にハートマークを記入する。
ルール2)ステークホルダー間で流れが発生していなければ、欲求を推定・追加する必要はない。
4. 被支援者に、「関連するコースの課題を解決してほしい」という赤ハートを追加する
5. 企業に、「社会貢献をしたい」という欲求(緑ハート)と、「利益を上げたい、ブランド価値を高めたい、等」という欲求(赤ハート)を追加する。
6. 5で追加した欲求以外に被支援者と企業に他の欲求がないかを考え、必要な場合は追加する。特に上位欲求のために下位欲求が何であるかも記入する。
7. 被支援者と企業の欲求が満たしあえる状態になる様に(欲求の不足がなくなるまで)、欲求及び必要なステークホルダーを追加する
8. 各ステークホルダーの欲求が全て満たされた時点で終了する(コンセプト設計完了)

ステップ 1.

被支援者と企業をプロットする



被支援者

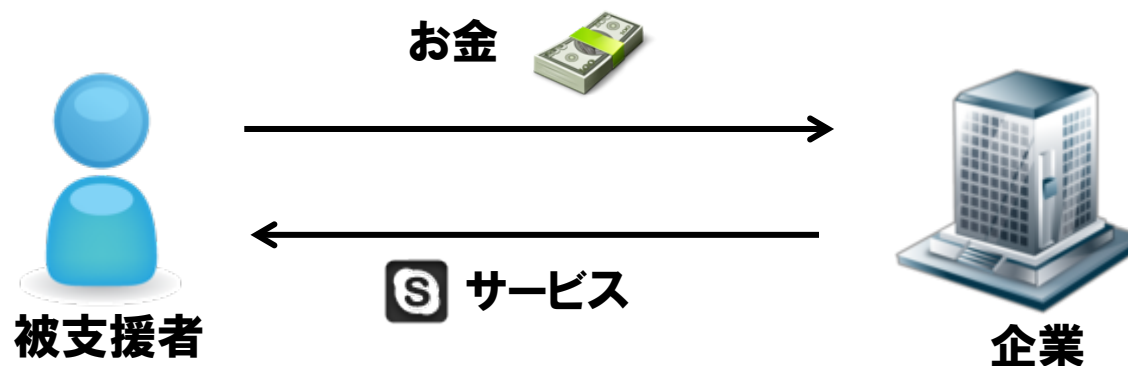


企業

ステークホルダを書く

ステップ 2.

被支援者、と企業のお金・もの・サービス・情報等の流れを可能であれば書き加える

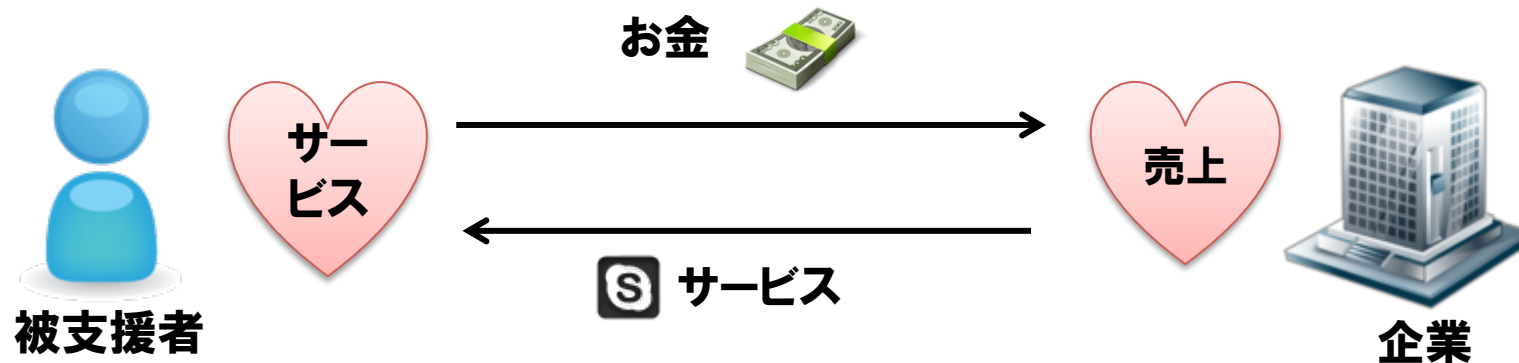


ルール1)

被支援者と企業間に必ずしも、お金・もの・サービス・情報等の流れを書く必要はない

ステップ 3.

被支援者と企業が、がその行為に至った欲求が、どの欲求に基づくかを推定し、矢印の始点にハートマークを記入する。

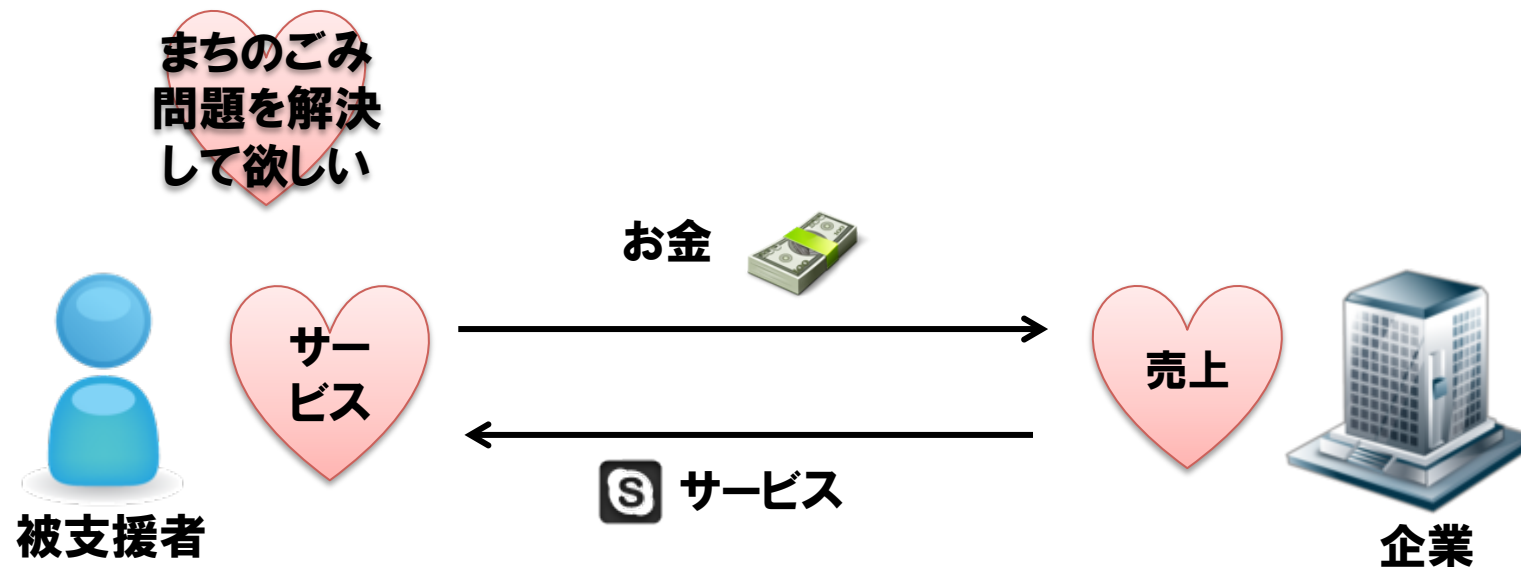


ルール2)

ステークホルダー間で流れが発生していなければ、欲求を推定・追加する必要はない。

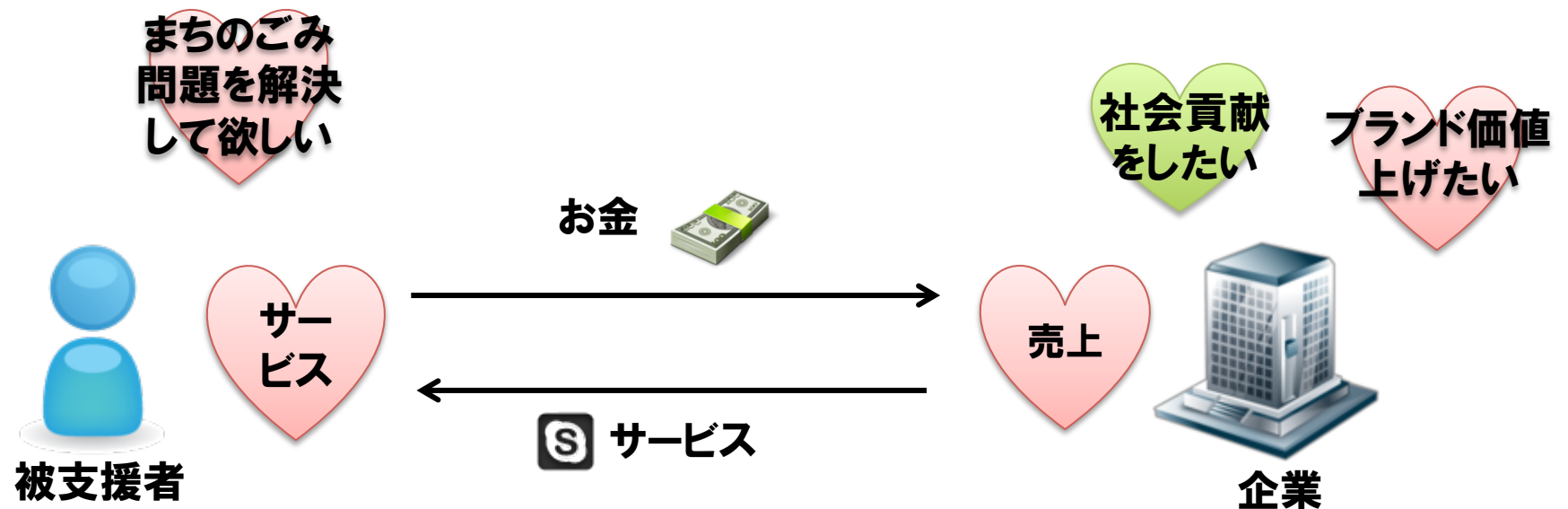
ステップ 4.

被支援者に、「関連するコースの課題を解決してほしい」という赤ハートを追加する



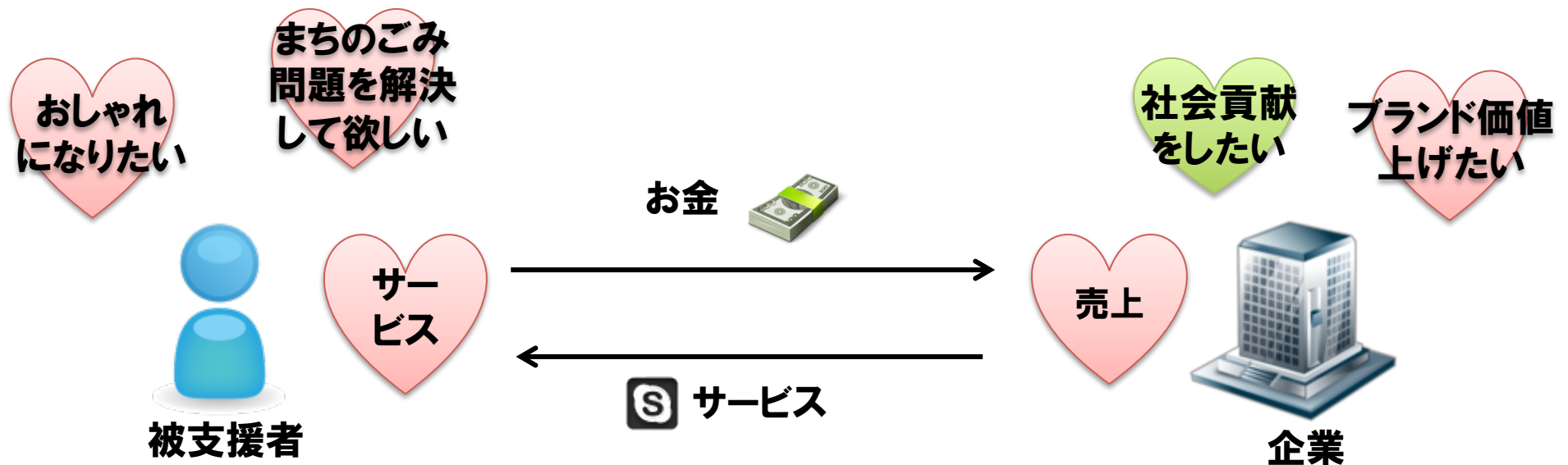
ステップ 5.

企業に、「社会貢献をしたい」という欲求(緑ハート)と、
「利益を上げたい、ブランド価値を高めたい、等」という欲求(赤ハート)を追加する



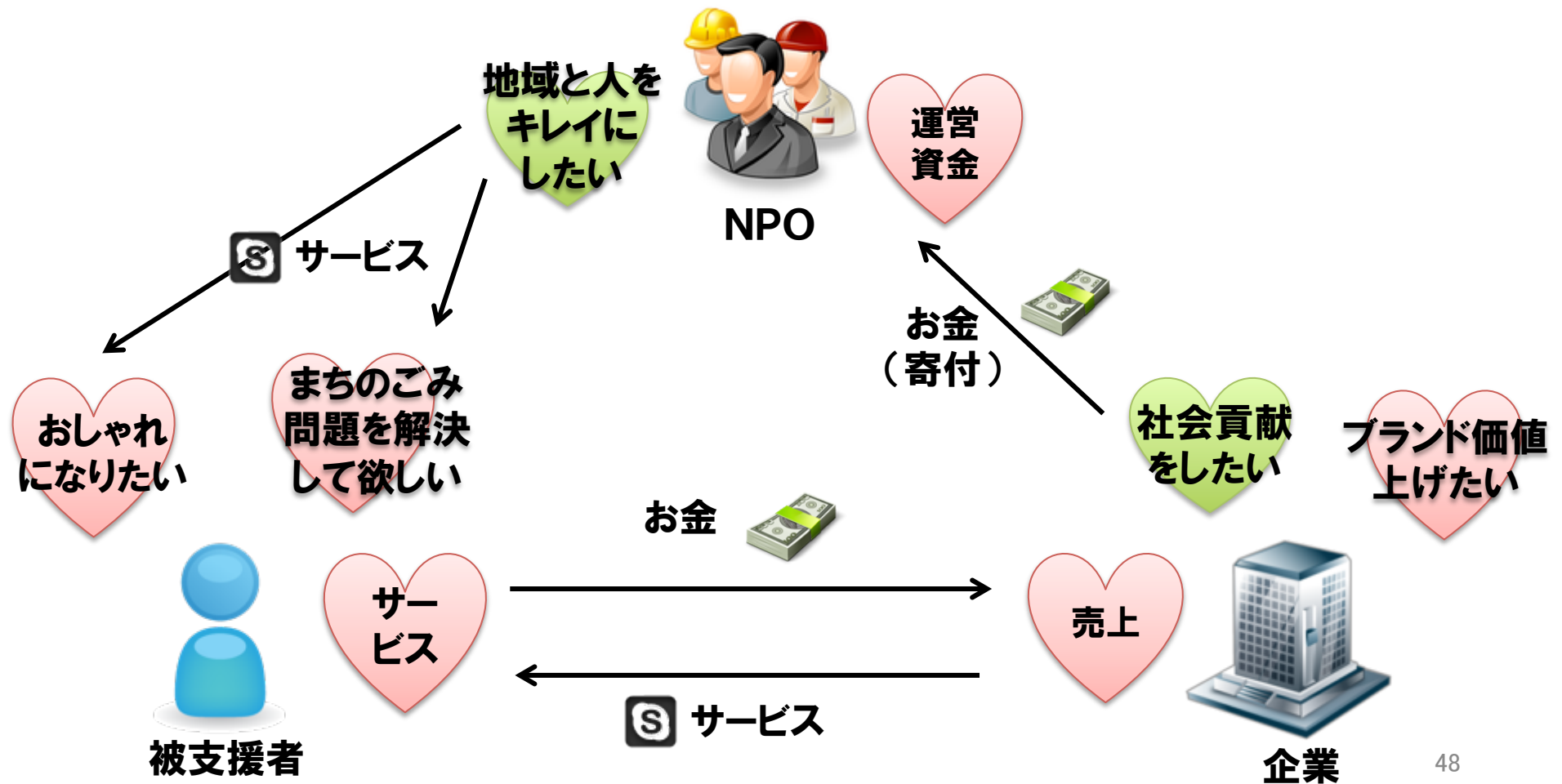
ステップ 6.

5で追加した欲求以外に被支援者と企業に他の欲求がないかを考え、必要な場合は追加する。この時、先ほど2×2で出した欲求も参考にして追加してください。

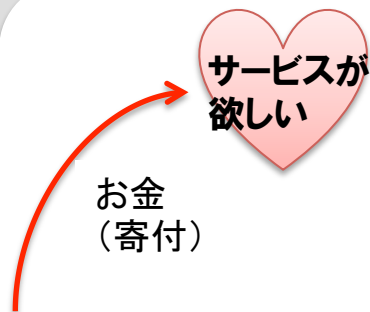


ステップ 7.

被支援者と企業の欲求が満たしあえる状態になる様に(欲求の不足がなくなるまで)、「欲求」、及び、必要な「ステークホルダー」を追加する



ステ
被
がな



利己的欲求 (左側, 赤ハート): その者に向かう矢印により欲求が充足する

不足
する



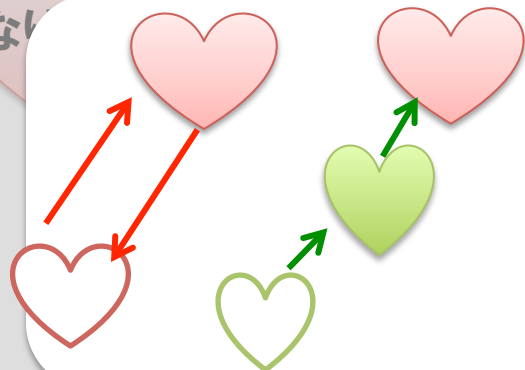
利他的欲求 (右側, 緑ハート): そのステークホルダから出る矢印と,
対象に向かう矢印があること

おしゃれ
になり

問題を解決

社会貢献

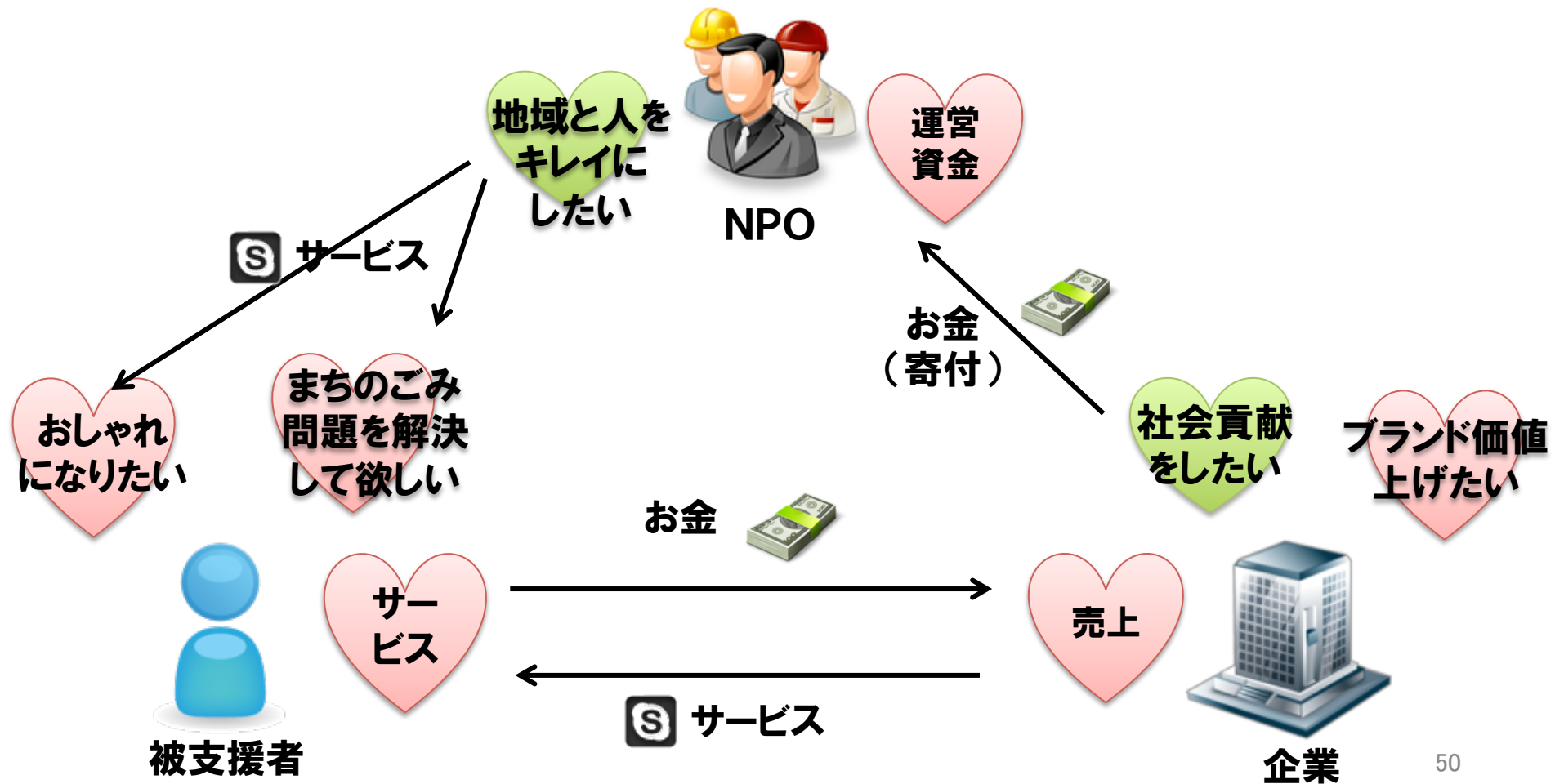
ブランド価値
上げたい



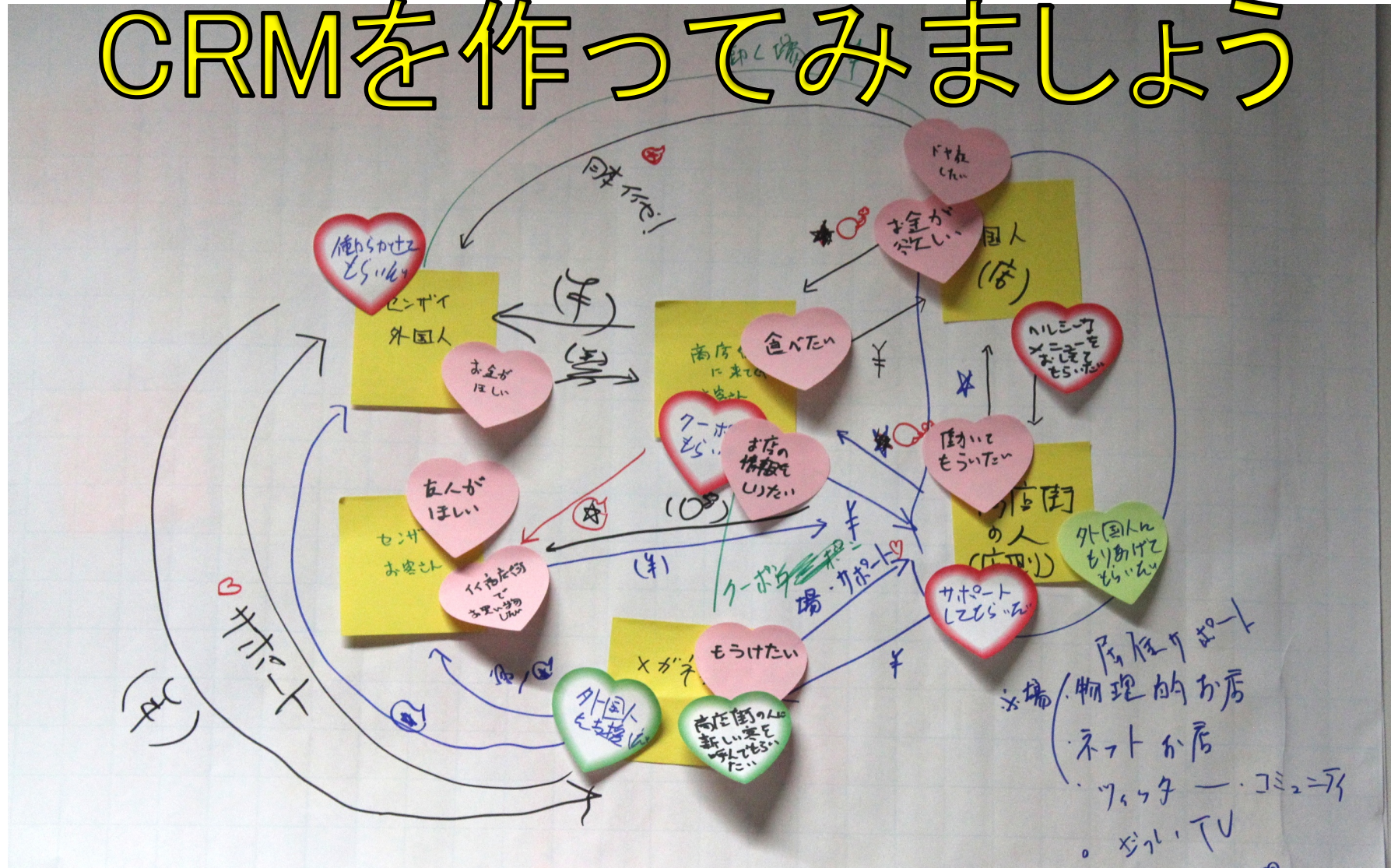
他力の欲求 (下側, 白抜き): ステークホルダから出た矢印が動作主を介して対象に向かう連鎖を描くこと

ステップ 8.

各ステークホルダーの欲求が全て満たされた時点で終了する
(コンセプト設計完了)



では、みなさんWCAで CRMを作ってみましょう



アウトプットシェア

各チーム3分で、隣のチームとシェアリングしましょう。

- ・どんな問題を解決するのか
- ・ソリューションの売りは何か

以上の点を明確に伝えるようにしてください。
(後程、相手チームのアウトプットに関してのレビューをアンケート上で書いていただきます。)

まとめ 質疑応答

アンケートのご記入をよろしくお願いします！！

Facebookグループページ：
「慶應イノベータティブデザイン
スクール」のページ に

参加申請を！
いろいろな情報の掲載を！
近況報告を！

これからも、どうぞ宜しく
お願いいたします。



**慶應イノベータータイプデザイン
スクール (KiDS)
今後の主要ワークショップ等
のご案内**



慶應SDM附属SDM研究所イノベーティブ デザインセンター一般・学生向け ワークショップSUNDAY KIDS

第1季 世界をリ・デザインしたい人のための
ワークショップ(5～6月)

第2季 世界を変える新規事業・起業のための
コンセプトビジュアライゼーション(10月)

第3季 「あなたの未来をデザインする人間中心
デザインワークショップ」(12月)

第4季 「社会のデザイン」ワークショップ(3月)

SUNDAY KIDS第4季

4回の流れ

各回 10時～13時
@慶應日吉キャンパス
来往舎または協生館

3/3(日) 社会システムを変える政策デザイン

保井 俊之 (慶應SDM特別招聘教授)

**3/10(日) 欲求連鎖分析(WCA)による「地域(まち)の居場所」
デザイン**

白坂 成功 (慶應SDM准教授)

**坂倉 杏介 (慶應義塾大学グローバルセキュリティ
研究所／教養研究センター特任講
師、三田の家LLP代表)**

3/17(日) ケースメソッドを通じて学ぶ地域活性化

小山 亜希子 (慶應SDM研究員)

3/24(日) 対話と学びによるソーシャルデザイン

早田 吉伸 (慶應SDM非常勤講師)



詳しくは、慶應SDMホームページで今後広報予定

<http://www.sdm.keio.ac.jp>

事前知識なしで、どなたでもご参加頂けます。

参加費実費(4回で一般5千円・塾生2千円)

2月初から参加エントリー募集予定

第5回環境共生・安全システムデザイン シンポジウム「脳と心と幸福を考える」



茂木 健一郎氏
(ソニーコンピュータサイエンス研究所 上級研究員)



池上 高志氏
(東京大学大学院情報学環 教授)



前野 隆司氏
(慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科委員長兼教授)

- 主催: 慶應義塾大学グローバルCOEプログラム「環境共生・安全システムデザインの先導拠点」
- 共催: 慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
- 日時: **2013年3月4日(月)13:00～17:10**
- 場所: 慶應義塾大学日吉キャンパス協生館 藤原洋記念ホール
- 定員: 300名(先着順) 参加費無料
- 申し込み: <http://www.sdm.keio.ac.jp/2013/03/04-164319.html>

皆様
本日はありがとうございました！