

価値の進化パターンを用いた イノベーション発想の検討

株式会社エクスマーション

西村武剛

takeyoshi.nishimura@exmotion.co.jp

イノベーションにおける課題

自社事業の周辺でイノベティブな製品を検討する際に

- ・魅力的な製品価値が思いつかない
- ・既存製品をどう発展させればイノベーションになるのかわからない

などの、イノベーション実現初手の価値定義が難航。

発想法による解決

価値の定義の一種であるジョブ理論の考え方をベースとし、「イノベーションを実現してきた製品がどのように価値(ジョブ)を進化させてきたか」をパターン化し、発想する際の軸として用いることで価値発想をスムーズに実施できる手法を提案する。

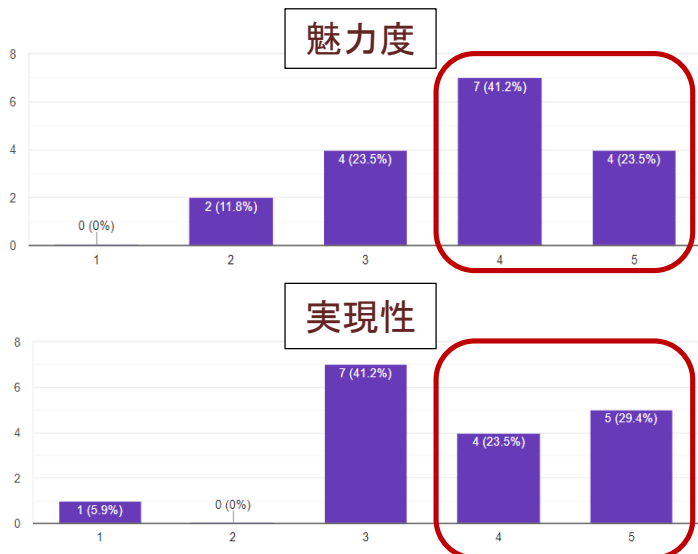
価値の進化パターン

約30の製品を分析し、3つのパターンで95%以上の製品をカバー

分類	定義	パターン例
プロGRESS	既存製品のジョブに今までなかった要素を加えて発展させ、一つの製品で一つの新たな価値を実現する	掃除機 →ルンバ
コレクシヨン	複数の製品で実現していた複数の価値を、一つの製品で複数の価値を実現する	携帯電話 →スマートフォン
インテグレーション	複数の製品で実現していた類似した複数の価値を一つの価値に融合して、一つの製品で一つの価値を実現する	タクシー・レンタカー →Uber

パターンの評価

パターンを用いて価値発想を実施してもらい、発想した価値をパターン有無で「魅力度」「実現性」の観点で比較アンケート



約半数が、パターン無しよりも「魅力的」、「実現性あり」と回答

課題と今後

評価結果は概ね良好だったが課題も浮き彫りに

- ・コレクションとインテグレーションの違いがわかりづらい
- ・パターンを軸にした場合に発想を狭めないための工夫が必要

今後に向けて

- ・上記課題の改善
- ・パターン単体ではなく、後段プロセスへの関連付けて実際に製品を作るうえでのプロセスを明確にする