



ソフトの操作性に注力し

サービス時代における デザイン

サービス時代におけるデザイン

サービスの時代におけるデザイン。対象とする人工物の意味を文脈として把握しておく必要がある。今、デザインが対象としてきた人工物の変遷を「品物、製品、商品」と位置付け、概観してみる。

品物の時代においては使用することを目的としてモノが作られ、とりわけ「使用価値」が重要視されていた。自給自足や地産地消という形態が職人による手工芸品デザインに結実しており、使用目的を実現するための道具という視点がこの時代を規定していたといえる。

消費 大量廃棄」というモノづくりのあり方や消費観念に大きな疑問が投げかけられ、市場調査によるユーザーニーズの分析だけでは具体的な商品が実現できなくなってきた。ユーザーは具体的なモノ（製品、商品）を獲得するのはなく、モノを介したより良いサービスや使用体験（潜在ニーズ）を求め始めたのである。このことは顕在ニーズに加えて潜在ニーズを掘り起こし、「感性価値」を創出するより良いサービスの提供が必要であることを示唆している。サービスによる価値の創造が必要となる時代に突入してきたのである。

サービス時代の特徴はデザインの対象がモノ単体ではなく、環境に対する方向づけやユーザーの社会的責任を基盤として、システム視点から提案型のデザインソリューションを提示することが求められる。このような歴史的経緯や文脈を踏まえると、サービス時代に対応したプロダクトを「仁品」と命名することができ、仁とは孔子を始祖とする儒教・五常（仁義礼智信）の最高徳目、「思いやり、つくしみ、なごみ、なげ、あわれみ」を意味し、他人と親しみ、思いやりの心を持つて共生を実現しようとする倫理である。仁品とは、仁に裏打ちされた社会や豊かな暮らしを実現するために作られた「モノやコト」を意味している。仁品づくりの時代においては、ユーザーの感性を重視してモノに付加価値を付与することでより良いサービスを提供していく行為、造形ではなく造系行為、Form follows Serviceが大きな特色となる。

サービスによる価値の創造が必要な時代に

暗黙知を形式知に ユーザー調査の盲点

サービス時代においてはユーザーの実態をいかに的確に把握できるかが大きなカギを握る。ユーザーニーズを把握する一般的な手法として、アンケートやインタビュー調査が行われている。今回の現物審査においても、ユーザー調査結果を製品開発に反映させている企業が数多く存在した。例年とはみられない現象である。

しかしながら、アンケートは当事者があらかじめ設定した調査項目に対して回答を求めているために、調査結果の分析はいわば当事者が設定した仮説を検証していることになる。綿密な計画に基づいて調査項目を設定すれば、目的とする事

象を説明することができ、が、別な観点からすると、設定した調査内容を超える回答を得ることは極めて困難である。アンケートは顕在ニーズに対する分析を可能にするが、潜在ニーズを把握するには不向きな手法であるといえる。

一方、インタビュー調査においても、もすれば本音と建前が交錯してバイアスがかかり、実態とは乖離した良識的な回答や社会的正義の回答に収束してしまう危険性ははらんでいる。潜在ニーズを的確に抽出するためには、対象となるユーザーの「行動」から情報を直接収集することが不可欠で、発話プロトコル分析や

ラタリング、ログ解析といったさまざまな手法が開発されている。これらの中でも、近年、エスノグラフィの有効性が立証されつつある。エスノグラフィは社会学や文化人類学の領域において発展してきた行動観察（質的研究手法）で、前述した仮説検証データ解析ではなく探索的データ解析として位置付けることができる。アンケートにおける記述式回答はユーザーが困っているよく自覚している事項、すなわち顕在化されたニーズのみが記述される。言語化されていない内容、例えば、漠然と感じている不便さや、自分では全く意識していない事象はニーズとして浮かび上がってはいない。当人は、何げない行動に対してすべてを掌握しているわけでもなく、困ったことがあっても構造的・体系的に認識しているわけではないだろう。

まとめ

募集期間中に発生した三陸沖を震源とするマグニチュード9.0の巨大地震と津波、さらには福島第一原子力発電所事故に起因する自粛ムードとする全国的規模で各種イベントが中止され、本賞の応募件数も減少した。さらには福島第一原子力発電所事故に起因する自粛ムードとする全国的規模で各種イベントが中止され、本賞の応募件数も減少した。

今回の特色として応募件数に比して受賞件数が多くなっているが、これは自粛ムードにもかかわらず応募していた関係者の熱意に少しは報いたい、過酷な状況を克服しようとする姿勢や、それをサポートする勇気ある経営判断ではないだろうか。

鍵は、3つのストレージ仮想化の掛け算にある。

TCOの徹底的な削減。予測不能な変化への柔軟な対応。停止時間の極小化。ストレージが、こうしたクラウドの課題にどれだけ応えられるかで、変革のインパクトが決まります。日立のディスクアレイシステム「Hitachi Virtual Storage Platform」は、運用管理のフェーズに合わせて3つのストレージ仮想化を用意。その機能の掛け算により、ストレージが自ら変化に即応。日立のストレージ管理ソフトウェア「Hitachi Command Suite 7」により仮想化環境を効率的に運用しTCOを削減。クラウドの課題をきわめて高いレベルで解決します。さあ、ビジネスに確かなイノベーションを起こすクラウドを。

TCO: Total Cost of Ownership

No.1
ディスクストレージ市場
15年連続国内売上げ 第1位*

**機械工業
デザイン賞**
第41回 機械工業デザイン賞
最優秀賞・経済産業大臣賞 受賞



Hitachi Virtual Storage Platform

Hitachi Storage Solutions
日立ストレージソリューション
www.hitachi.co.jp/storage/

*出典: IDC Japan, 2011年5月「国内ディスクストレージシステム市場2010年の分析と2011年～2015年の予測」(J11420102) 1996年～2010年による。

click

日立のクラウド 検索

頼れるクラウドは日立

日立クラウドソリューション
Harmonious Cloud

ハーモニアス クラウド

株式会社 日立製作所 RAID システム事業部
■お問い合わせは、(03) 5471-2201

HITACHI
Inspire the Next