

論文審査の要旨および担当者

報告番号	甲 第 号	氏 名	西尾 未希	
論文審査担当者：	主査	慶應義塾大学 SDM 研究科教授	博士（工学）	前野 隆司
	副査	慶應義塾大学 SDM 研究科教授	工学博士	中野 冠
	副査	慶應義塾大学 SDM 研究科准教授	博士（システムエンジニアリング学） 白坂 成功	
	副査	東京大学准教授	博士（工学）	牧野 泰才

（論文審査の要旨）

西尾未希君提出の学位請求論文は「感動経験価値の構造化に基づく感動誘発型システムデザイン方法論」と題し、本文7章から構成される。

感動を経験した人は行動や感情が変化するため、感動はマーケティング分野において心理的価値の一つとして注目されている。このため、本論文では、製品やサービスをデザインする際における感動の創出確率を高めるべく、感動構造の分析に基づき感動を創造する方法論を提案する。提案する方法論では、感動を経験として捉えている。感動主体が出来事に対して他の経験と比較して感動的であると価値を感じる経験をデザインすることで、感動創出の頻度を高められると考えられる。そのため、感動経験価値の構造を特定し、その構造に当てはめて感動を考える手法の開発を行っている。具体的には感動経験価値を構造化し、対象者の感動経験の傾向を分析する事ができる分析手法と、感動経験価値の構造の要素を発想の起点とする発想手法の開発を行っている。提案する方法論は、ものことづくりににおける企画段階での使用を想定している。企画段階のプロセス（顧客分析 ニーズ分析 シーン設定 コンセプト創出）に必要な事柄を導出する手法を提案している。なお、感動経験価値システムデザイン方法論の提案にあたり、必要な機能を Enabler Framework で特定し、それに基づき手法の開発を行っている。開発した手法は“感動を分析するもの”と“感動を発想するもの”である。各手法を提案方法論に組み込み、対象者へ狙いの感動経験価値を与えられるかを検証している。

第1章では、背景として感動ニーズの拡大傾向について述べ、感動創出の方法の必要性について述べている。現在、感動の学術的な定義は明確ではないため、本論文で扱う感動の定義を行っている。感動創出に関する先行研究に対し、方法論の視点および感動メカニズムの視点から各研究の特徴を述べ、本論文との違いを明確にし、本論文の目的を述べている。

第2章では、感動創出のための感動経験価値システムデザイン方法論の提案をしている。感動的な“もの”や“こと”を実現する実現子を Enabler Framework で分析し、必要な機能を特定した後に、ものことづくりににおける企画段階での使用を想定し、提案する方法論に必要な機能を割り当てることによって、方法論を提案している。

第3章では、感動経験価値の構造を特定している。まず、感動構造化における範囲の特定を行っている。次に感動経験価値の構造を把握するため、3種類の実験を行っている。実験により、感動経験価値の要素と構造を特定し、感動の基本構造文を提案している。

第4章では、感動経験価値の構造に基づき、感動経験価値を分析する STAR フレームワークと感動経験価値を発想する STAR 発想法を提案している。2つの手法に求められる機能を定義し、感動経験価値の構造や要素を明らかにしている。開発した STAR フレームワークを用いれば、複数の感動経験価値を分析し、その感動がどのような傾向にあるのかを俯瞰的に把握することができる。また、STAR 発想法は感動経験価値の要素を発想の起点として、感動経験価値の要素を満たすような発想を促す手法であるため、感動を生起する確率を上げることができる。

第5章では、開発した STAR フレームワークと STAR 発想法の検証を行っている。STAR フレームワークの検証では、あらゆる感動経験を構造化できることと、構造化した結果が妥当であることについて、既存の感動経験を分析し、分析結果を先行研究や実際の例を基に検証している。STAR 発想法に対しては、発想技法としての有効性と、発想されたアイデアの感動性を確かめている。被験者に開発した発想手法とシナリオグラフを比較してもらい、使用性と発想されたアイデアについての評価を行っている。

第6章では、開発した2つの手法を適用して、提案した感動経験価値システムデザイン方法論の検証を行っている。方法論の理解性、利用性、有用性を検証するとともに、設計した感動的経験価値をターゲットとする顧客に提供できることを確認している。提案した方法論を被験者が使用した場合の使用性評価を行うとともに、創出されたコンセプトを想定ユーザーが評価した結果、意図した感動経験価値が伝わっていることを確認している。

第7章では結論について述べている。

以上要するに、本論文は、従来、システムとしての体系化や分析がほとんど行われていなかった感動という対象に対し、製品やサービスにおける感動や日常生活における感動を体系的に調査するとともに、感動を誘発できる製品・サービスのデザインのための新たな手法を提案しその妥当性を検証しているものであり、システムズエンジニアリング学上、工業上の寄与が少なくない。よって、本論文の著者は博士（システムエンジニアリング学）の学位を受ける資格があるものと認める。