

| | | | |
|--|-------|-----|-------|
| 報告番号 | 甲 第 号 | 氏 名 | 西尾 未希 |
| 主 論 文 題 名 : | | | |
| 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 | | | |
| (内容の要旨) | | | |
| <p>感動は誰もが経験することである。感動を経験することは、人の行動や感情が変わることから、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。心理的価値は、模倣が難しく、製品やサービスの差別化の手段として、有効であると考えられている。また、オリンピックをはじめとする社会性のあるイベントにおいても感動を創出する事が求められており、今後いっそう感動経験を意図的に創造する必要性がある。一方で、感動を体系的に理解し、創造するような取り組みは行われていないのが現状である。</p> <p>本論文では、感動の創出確率を高めるべく、感動構造に基づいて感動の創造を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。他の経験と比較して感動主体が出来事に対して、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ようとする狙いがある。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も行っている。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。</p> <p>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。</p> <p>以上のように、本論文では、感動誘発型システムデザイン方法論の開発として、感動経験価値の構造化を行い、感動経験価値の構造に基づいた感動経験価値分析手法と感動経験価値発想法を行い、各手法の検証と開発した手法を含んだ方法論としての検証を行った。</p> | | | |