

「在宅ロボットの製品コンセプト開発」

～リバース発想法の仮想適用例～

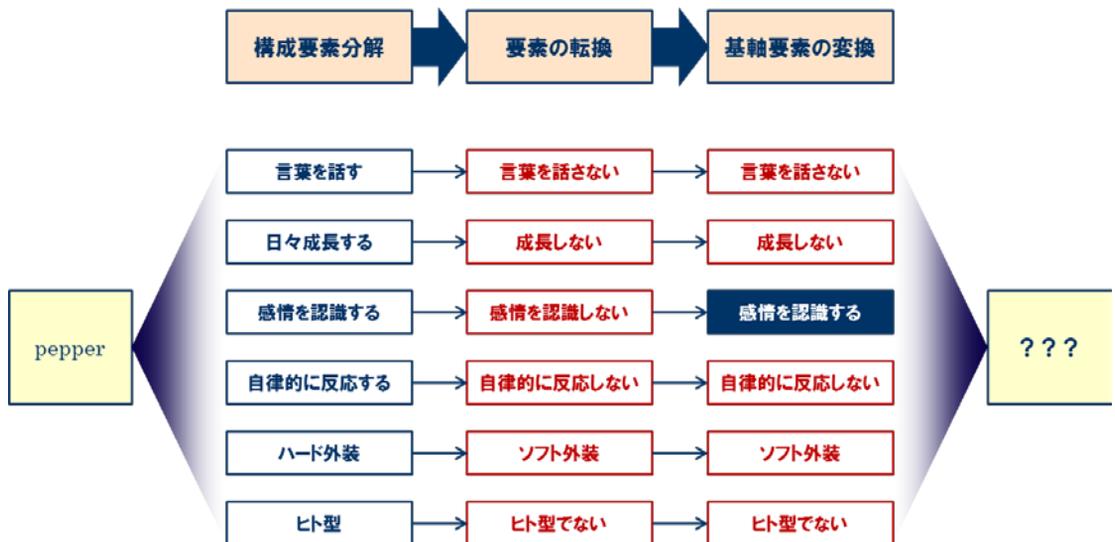
ヘルスケア・プロジェクト 山中 淳一

- ◆ 検討領域における代表製品を調査する

検討アイテムを選定し、検討の方向性を決めたら(今回は、「コミュニケーション関連ロボット」「在宅使用シーン特化」を仮に選択)、市場調査を実施し、市場に存在する既存製品やそれに類する製品をピックアップしましょう。例えば、市場における露出度に注目して調査すると、SoftBankから「pepper」があることが分かります。

- ◆ 代表製品についてリバース発想法を適用する

代表製品調査が終わったら、いよいよリバース発想法の出番となります。百聞は一見に如かず、ということで、下記の仮想適用事例をみてください。



リバース発想法 = pepperの逆を考えてみる + 大事な要素を残す(面白い視点は活かす、もらう)

という発想法となります。構成要素を5W1H(when, where, what, why, who, how)で軸をおく場合もあります。自社がはじめの1歩という場合には使いづらい手法ですが、2番手、3番手という場合には、使う価値がある手法です。??の具現化に更に知恵が必要ですが、いくつかのキーワードがあると、検討もしやすいかと思えます。

製品のコンセプト開発は、悩ましい検討の1つですが、今回紹介した手法が皆様の機器・サービス開発の一助となれば幸いです。