

6 観点リスト

この技法の 使い時

対象を見るうえで、
切り口が全く
分からない時に

観点を大きく変えたい
時に

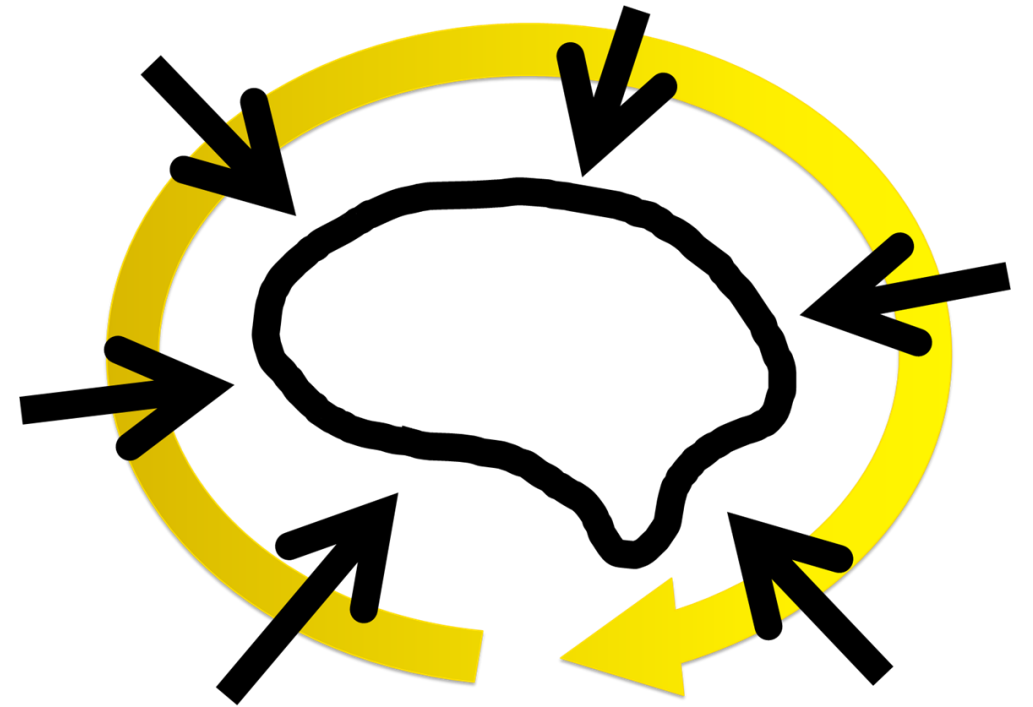
特性

- 人は発想する時、初めに「具体的なもの、かつ、単純なもの」を想起する。
- 出し尽すと「概念的なもの」に意識が及ぶ。
- なので普通は、
多面的に考えるには、長い時間がかかる。

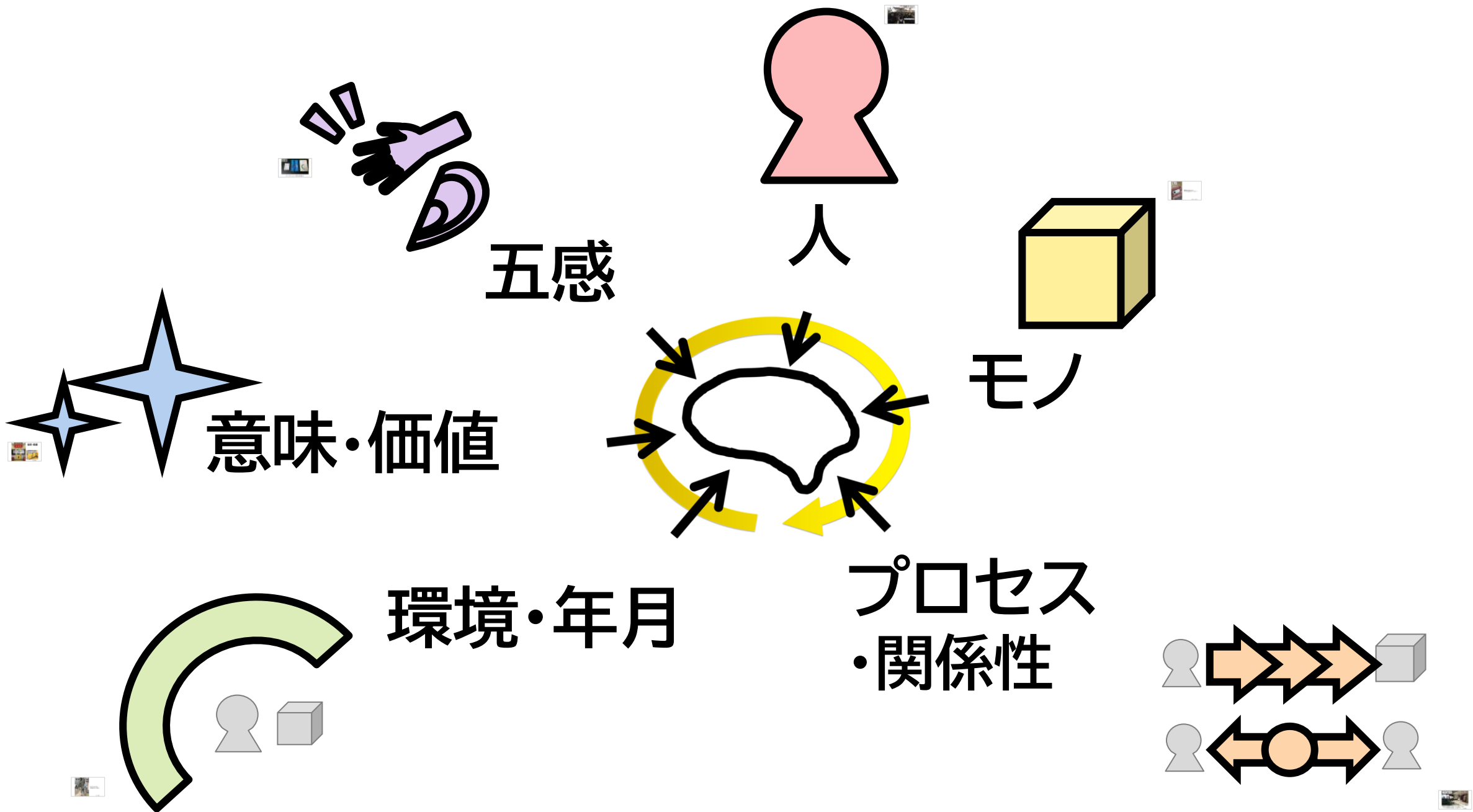
- そこで、
- 発想する際の観点を抽出、
- 大きく分類してみると



6観点



観点360° ?



人



人物、グループ、群衆

モノ



便利なIoTのアイテム
(かざすと給油するキーホルダー)

(Easy Pay)

プロセス



降りる人は、機械にタッチする。ゲートが開く。人が進む。
下りてくる乗客に備える駅員。（矢印的なこと）

（仙台駅）

環境



Kmサイズの工夫
(道を曲げると人が憩う)

(三ノ宮)

意味・価値



垂れ幕で、偶然乗れたら
縁起よさそう感



閉まる時に、縁結び感

(加太線)

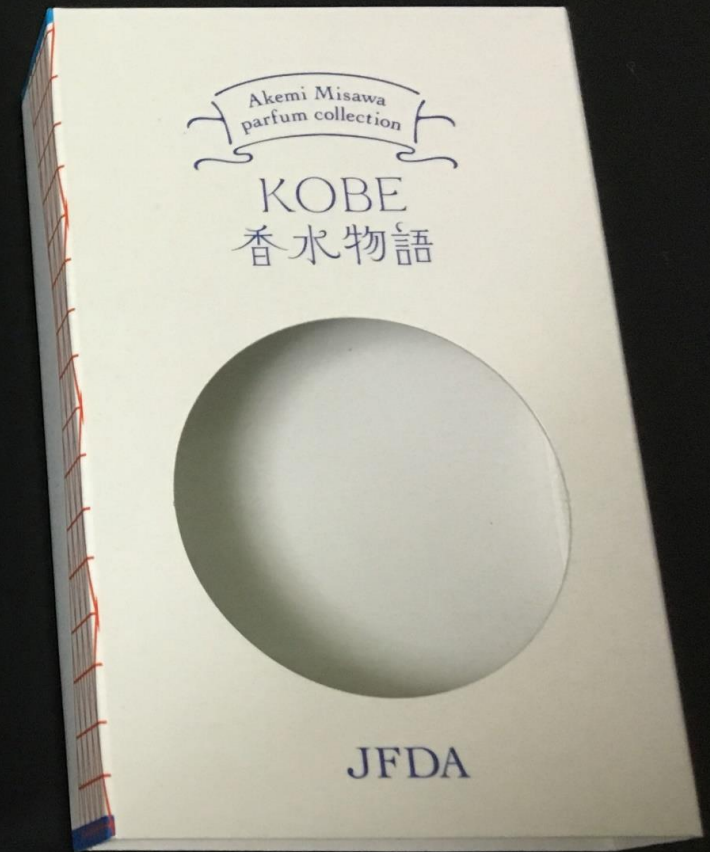
五感

Akemi-Misawa
パルファンソリッド(練り香水)
KOBE 香水物語 -PORT TOWN

【全成分】
ホホバ種子油、ミツロウ、香料、
シア脂、ワセリン、
メトキシケイヒ酸エチルヘキシル
(紫外線吸収剤)、
ジブチルヒドロキシトルエン
(酸化防止剤)

【Net】 5g
【発売元】
LLP日本香りデザイン協会
(JFDA)
<http://www.kaori-design.jp>

【製造販売業者】 三澤 朱実
兵庫県西宮市甲子園六石町 5-29
【Lot】 501N18K100



ポートタウン・イメージの香り(練り香水)

観点の詳細

| | |
|----------|---------------------------------|
| 人 | 主体、客体、単数、複数、立場、能力、市場、仕入先 |
| モノ | 製品、素材、人以外の生き物 |
| プロセス | 人とモノの動き、役割、相互作用 |
| 環境 | 風土、取り巻く場、状況、時間、空間、構造 |
| 意味・価値 | 意味、価値、感性、感情、金、情報、強み、機会、ビジョン、ゴール |
| 五感で感じるもの | 色・形、音、におい、味、質感、触感、食感 |



人

主体、客体、単数、
複数、立場、能力、
市場、仕入先



モノ

製品、素材、
人以外の生き物



プロセス

人とモノの動き、
役割、相互作用



環境

風土、取り巻く
場、状況、時間、
空間、構造



意味・価値

意味、感情、感性、価
値、強み、機会、情報、
金、ビジョン、ゴール



五感で
感じるもの

目、耳、鼻、口、肌、
体で感じるもの

対象やお題：

対象やお題に対し、各観点で、光をあてて、思い浮かぶことをメモする

たとえば

「満員電車での困りごとを、
沢山あげたい」という場面





人

主体、客体、単数、
複数、立場、能力、
市場、仕入先



モノ

製品、素材、
人以外の生き物



プロセス

人とモノの動き、
役割、相互作用



環境

風土、取り巻く
場、状況、時間、
空間、構造



意味・価値

意味、感情、感性、価
値、強み、機会、情報、
金、ビジョン、ゴール



五感で
感じるもの

目、耳、鼻、口、肌、
体で感じるもの

対象やお題：**電車通勤での困りごと** (記入例)

ドア横の
動かない
人

服にしわ
が寄る

あげた足
を下ろせ
なくなる

降りても
ビルまで
人ごみ

人として
の尊厳が
下がる

他人の匂
い・蒸し
暑さ

対象やお題に対し、各観点で、光をあてて、思い浮かぶことをメモする

6 観点リスト (のコツ)

- 「人→モノ→…→五感」の順で考えるとやりやすい。
- 後半は、概念的なモノゴトになる。アバウトにとらえ直感的に浮かぶものを、そのまま書き留める。
- 各観点をイメージする手がかりが欲しい時は、「観点の詳細」を見る。

6 観点リスト

