

今、改めて『使えない TRIZ はない』 ～ソリューションの中核手法として～

笠井 肇 (株式会社アイデア)

当社は 2003 年の会社設立以来、一貫して『使えない TRIZ はない』を合言葉に、日本の製造業が
良い品質の製品を早く安く開発し、世界一の製品作りができるよう TRIZ で援護してきた。そして著
者は当初からプロジェクトコンサルティングの実践要員として多くの企業に出向いて、実務上の問
題解決や課題達成を支援してきた。

著者は、2006 年に出版した書籍において、技術者が日常業務で直面するさまざまな問題を効率よ
く解決できるよう、問題の種類に応じた TRIZ の使い方をケーススタディによって提案した。さらに
これまで企業において著者が担当コンサルタントとして支援した TRIZ の適用テーマが 119 テーマと
蓄積されてきたので、それらを著者の切り口で分類したところ大きく 6 つの種類に分けることがで
きた。個々のテーマ、および検討内容、結果などについては依頼元企業との守秘義務契約の関係か
ら言及できないが、テーマの種類別に TRIZ をどう適用したらよいか、どういう場合に QFD や TM な
どの他の手法と組み合わせると効果的か、その際の適用方法は、などについて提案する。

本報告が、企業において TRIZ をはじめとする各種手法を推進する立場の皆さま、TRIZ の効果的な
活用方法を模索している技術者、研究者の皆さまの参考になれば幸いである。

1. 背景、および目的

近年の TRIZ シンポジウムにおいて、TRIZ の導入で先
行する企業や研究会から効果的な、あるいは簡便な適用
方法に関するさまざまな提言が行われてきた。当社も会
社設立以来、『使える TRIZ』を企業のプロジェクトコンサル
ティングの場で提供してきた。今回、著者が直接支援
させていただいた多くの企業での適用実績に基づいて概
観した分析を行い、その結果をもって会社設立から 10 年
経った節目として改めて『使えない TRIZ はない』を提案
させていただくこととした。

2. 適用テーマの分析

当社では、依頼元企業のプロジェクトコンサルティング
に対して、それぞれ 1 名のコンサルタントを充てて対
応している。これまでに著者が TRIZ 関連のコンサルティ
ングで担当したのは 119 テーマとなっており、それらを
著者の切り口で分類したところ大きく 6 つの種類に分け
ることができた。その構成を図に示す。

テーマの内容としては当初、「問題解決」を目的とする
ものが際立っていたが、次第に広がりを見せて近年では
「新方式の発掘」「商品企画」を目的に TRIZ を適用するテー
マが増えてきている。そして“売り”に直結させるため
に、適用テーマ自体を QFD で検討し、選定された重点開
発課題を TRIZ で解決する連携プログラムを選定される企
業が増えてきている。また、TRIZ でまとめあげたコンセ

プトを具体的な設計に落とし込むために、TM(タグチメソ
ッド)まで連携させるテーマも出始めている。一方で、件
数は少ないものの「コストダウン」や「小型・軽量化」を狙
ったテーマは安定的に存在する。

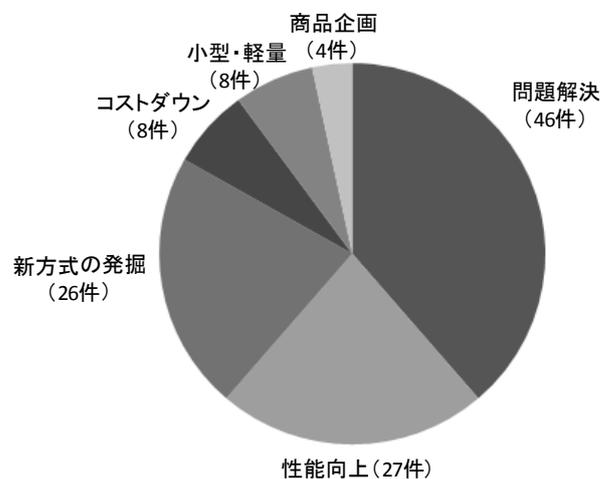


図. 適用テーマの構成

3. 効果的な適用方法への提言

これら 6 種類の適用目的に対して、当初は標準的なプ
ログラムの部分修整で対応していたが、近年になってそ
れぞれに適したプログラムを再構築し、柔軟に提供す
ることにより最適化、ロスレス化を図っている。

本報告で、それらの具体的な方法と、TRIZ をソリュー
ションの中核に据えた考え方を提案し、皆さまの TRIZ 適
用の一助としたい。