

ユビキタスのためのTRIZ マーケティング

- いつでも、どこでも、誰でも、TRIZ を利用できるように -
粕谷 茂 (ぷろえんじにあ)

概要

9年前の第1回TRIZシンポジウムで、TRIZの課題についてアンケートが実施された。その結果、次のような課題が抽出された。

1. TRIZのSWツールは高すぎる。
2. TRIZは、IT/SWやビジネス分野に使えない。
3. 教育や研究機関への広がりが小さい。

また、筆者は、9年間、講演、セミナー、コンサルティングを行ってきました。そこで、収集した主要な意見は、次の通りである。

<顕在ニーズ>

1. 従来のTRIZ事例は難解のため、分かり易い事例を示して欲しい
2. 特許にどう生かせばよいのか

<潜在ニーズ>

1. 「直感的に理解できる」(ユニバーサルデザイン原則)の実現
2. 抽象化スキルを磨くにはどうすればよいのか
3. 従来使ってきた科学的手法とどう違うのか
4. アイデア出し以外の利用法はないのか

技術者が、TRIZに興味を持ち、いつでも、どこでも、誰でも利用できるように、TRIZの課題をどうブレークスルーするか、ニーズ分析を基に試行してきた。本報告では、解決策として10事例を紹介する。その判断基準として、AIDMAの法則を活用した。

内容説明

発表内容は次のような項目である。

- 1 背景と狙い
- 2 顕在ニーズと潜在ニーズ
 - 2.1 TRIZシンポジウムアンケート結果からの顕在ニーズ
 - 2.2 講演・セミナーアンケートからのニーズ
 - 2.3 他の科学的手法からの潜在ニーズ
- 3 顕在ニーズに対する解決策事例
 - 3.1 矛盾マトリクス自動検索&分かり易い事例集
 - 3.2 インターネットのDBをEffectsに変える活用法
 - 3.3 IT & SW 事例集
 - 3.4 特許出願へのTRIZの活用法
- 4 潜在ニーズに対する解決策事例
 - 4.1 イラストで40の発明原理を学ぶ
 - 4.2 オズボーンのチェックリストと40の発明原理
 - 4.3 MM法の中のリソース、Effects、SLP等
 - 4.4 ホンダのワイガヤの真の意味
 - 4.5 抽象化スキルを磨くには
 - 4.6 9画面法で仕事のプロセスを視える化
- 5 まとめ
 - 5.1 技術者へのアンケート結果のトレンド
 - 5.2 結論