



「ディライト品質を探求する発想法」

2025年 7月



公益社団法人 日本バリュー・エンジニアリング協会

東日本支部 R&D 部会 ディライト品質探求チーム

目 次

1. デイライトとは	1
2. デイライト品質を探究する目的	2
3. デイライト品質を創る思考手順	3
4. 思考手順ステップごとの内容	4
ウォームアップ：思考基盤をアップデートする	4
ウォームアップの事例	5
ステップ1：ワクワクすることを妄想する	7
ステップ1の事例：「5つの要素」からワクワクすることを妄想※する	8
ステップ2：対象テーマを選択する	9
ステップ2の事例：「意思決定マトリクス」によって、対象テーマを選択する	10
ステップ3：アイデアを発想する	11
ステップ3の事例：選択した対象テーマについてアイデアを発想する	12
ステップ4：アイデアを洗練化する	14
ステップ4の事例：マインドマップによってアイデアを整理するアイデアを洗練化する	15
ステップ5：商品を具体化する	18
ステップ5の事例：具体化した商品の内容	19
ステップ6：デイライト品質を評価する	25
5. オンラインツールの活用（ホワイトボード Miro）	27
6. 活動期間および参加メンバー	28

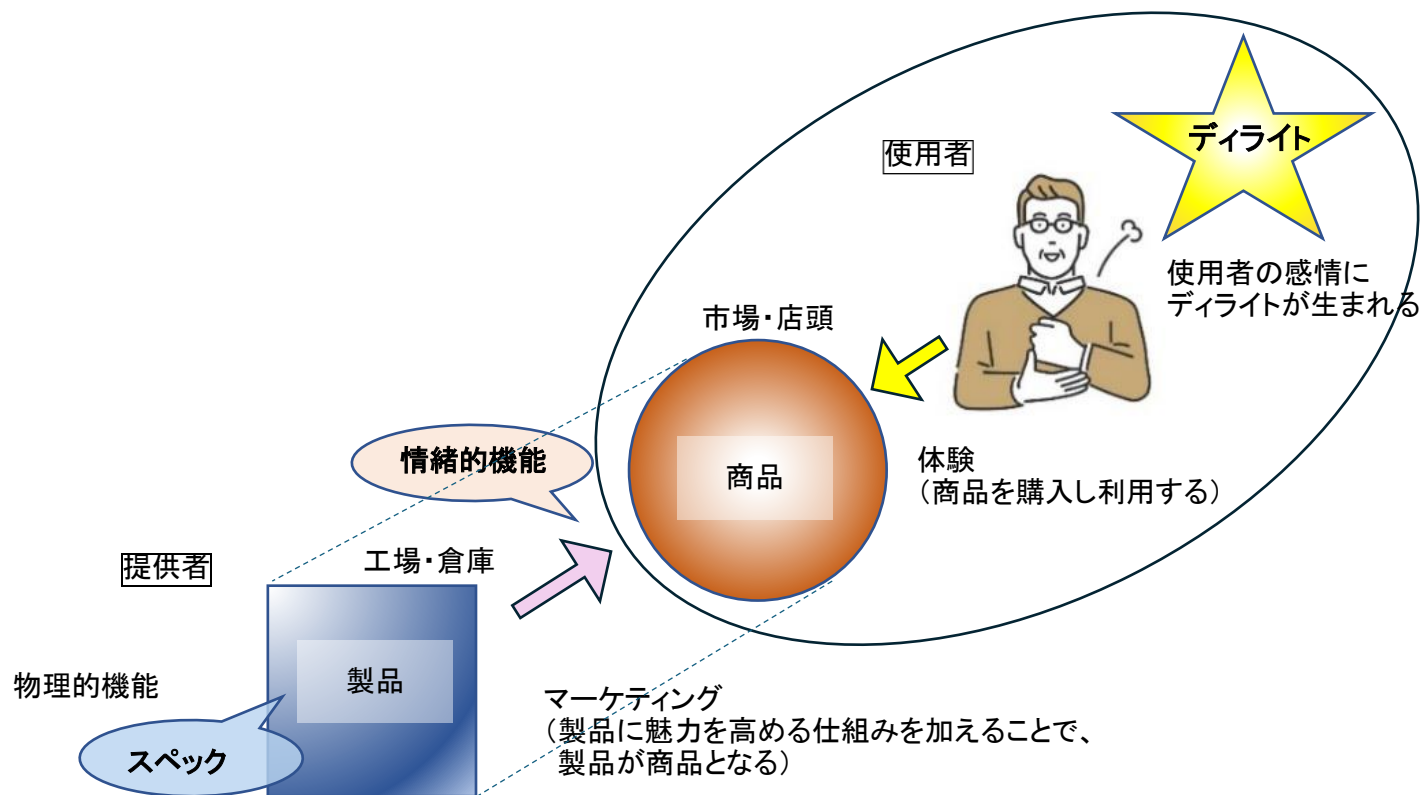
1. ディライトとは？

(1) ディライトの定義：

- ・商品の所有やサービスの利用体験を通して、使用者が得られる「大きな喜びや感動」のこと。
- ・これからの商品は、使用者の感情に喜びをもたらすための「情緒的価値」を備えることが必要である。

(2) ディライトの所在：

- ・ディライトは使用者の感情の中に生まれるものであり、製品やサービス自体には存在しない。
- ・商品が持つ「情緒的価値」が伝わることによって、使用者の感情にディライトが生まれる。



2. デイライト品質を探求する目的

(1) デイライト品質を探求する目的：

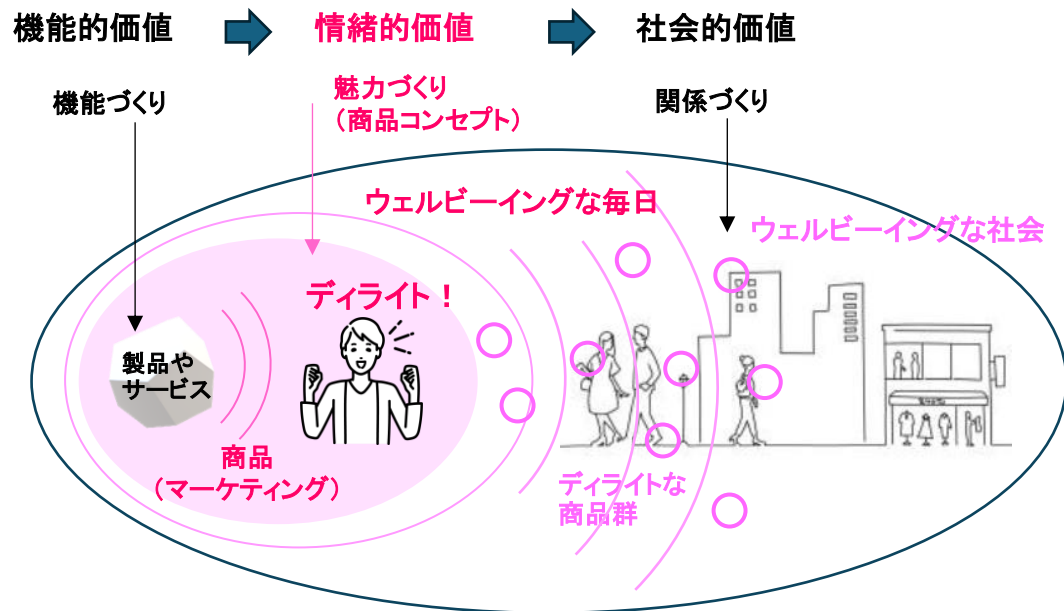
＜情緒的機能の重要性＞

- ・ 社会の価値観が多様化したことによって、機能の充足だけでは使用者の満足を得られない状況にある。
- ・ これからの商品は機能の充足に留まらず、さらにその先の「心の満足」を実現することが必要である。
- ・ それを実現するのが情緒的機能であり、使用者にどのようなデイライトを提供するか、を考える必要がある。

(2) デイライト品質が目指すゴール：

＜使用者の「ウェルビーイングな毎日」を実現すること＞

- ・ 情緒的機能を備えた商品は使用者にデイライトを生み出すことができる。
- ・ デイライトを生み出す商品が増えることによって、使用者の「ウェルビーイングな毎日」が実現できる。
- ・ そのことが進展することによって、やがて社会全体がウェルビーイングな状態となる。



ウェルビーイング

個人が身体的・精神的・社会的にすべてが満たされた状態。心身の健康だけでなく、生きがいや良好な人間関係など、社会的な価値を含めて良好な状態。

3. ディライト品質を創る思考手順

ア
ウ
ツ
オ
プ
ム

＜思考基盤をアップデートする＞

- (1) 自分の専門性を再構築する
- (2) 思い込みを上書きする

ア
イ
デ
ア
の
発
想

ステップ1：ワクワクすることを妄想する

自分にとってワクワクすることを「未知の世界」の5つの要素で考える

キーワード：

感性に響くパーソナルな楽しみ方

未知の世界

場所：知らない場所に行く（旅行や町の探訪でワクワク）
時間：まだ見ぬ未来を妄想する（素敵な未来の予感にワクワク）
自分：知らない自分を知る（挑戦から広がる世界にワクワク）
環境：新しい世界に身を置く（転職や移住でワクワク）
道具：使ったことのない道具を使う（未体験の技を増やしてワクワク）

ステップ2：対象テーマを選択する

上記の中から新たな商品やサービスを創出するための「テーマ」を選択する

ステップ3：アイデアを発想する

選択した「テーマ」に関するアイデアを「9画面ブレスト」で発想する

商
品
の
具
体
化

ステップ4：アイデアを洗練化する

発想したアイデアを「マインドマップ」で洗練する

ステップ5：商品を具体化する

「マインドマップ」で洗練化したアイデアから、具体的な商品やサービスを構築する

ステップ6：ディライト効果を評価する

具体化した商品やサービスの「ディライト効果」を評価する

4. 思考手順：ステップごとの内容

ウォームアップ：思考基盤をアップデートする

◆目的（何のために）

- ・誰もがこれまで培った知識や経験に基づいて判断し行動している。
それが思考の基盤（os※）である。 ※Operating System
- ・その多くは、これまでの社会の中で他人のモノサシが作り上げた古い基盤（os）であり、時代の変化に適合しない可能性がある。
- ・これからの時代の新しい発想は、感性を重視した自分のモノサシでアップデートした新しい思考基盤（os）の上に生まれる。

◆方法（どのようにして）

<ハンマーを持つ人は全てが釘に見える>（心理学者・マズロー）

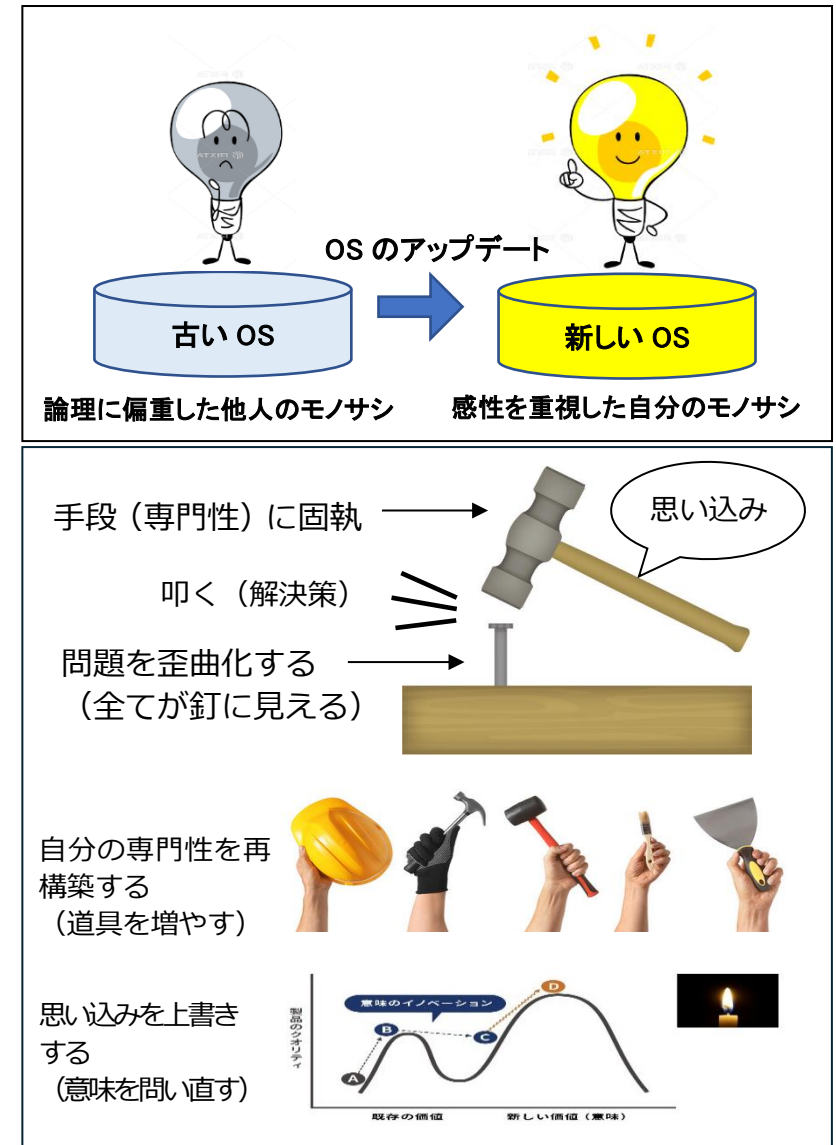
- ・ハンマーを持つ人は「叩けば何でも解決できる」と思い込み、やがて全ての物が釘に見えてくる。唯一の手段（専門性）に頼りすぎると、問題をねじ曲げて判断するようになる。

<アップデート①：自分の専門性を再構築する>

- ・唯一の専門性に頼るのではなく、他の手段や思考法を持つことによって、問題自体が違う形で見えるようになる。
- ・要素に分けるのではなく、新たな繋がりや関係をイメージする。

<アップデート②：思い込みを上書きする>

- ・従来の方法にこだわらず、立ち位置を変えてこれまでとは異なる方向から見る。
- ・対象そのものだけでなく、取り巻く環境（場所、制度、社会）における意味を問い直す。



◆ウォームアップの事例（１）

（１）自分の専門性を再構築する

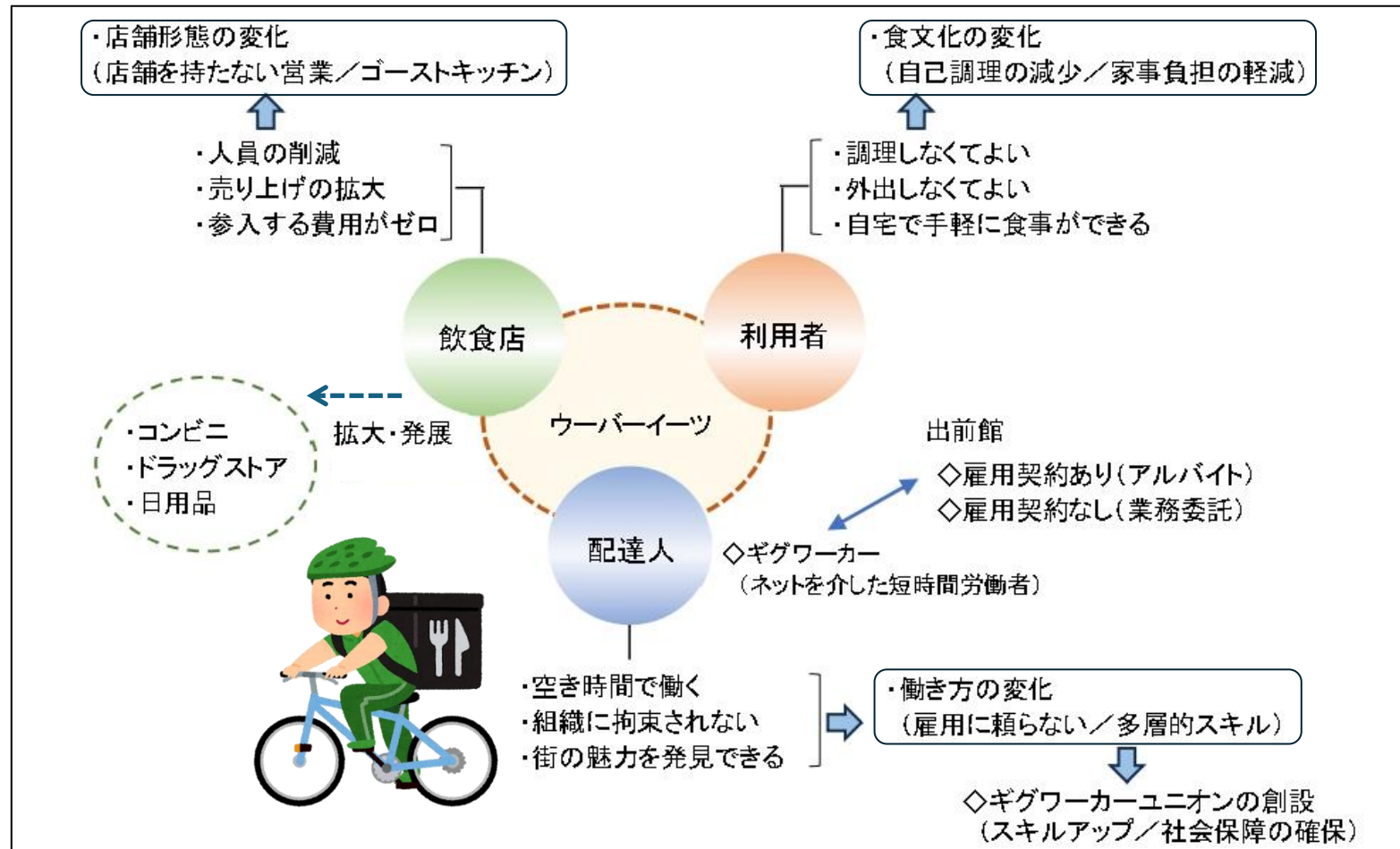
〈問い１〉あなたの専門性は社会の中でどのような役割を果たしていますか？

〈問い２〉新たな要素を加えることで、どんな可能性が広がりますか？

＜身近な仕事の検討事例＞ 「ウーバーイーツ」の価値を考える

・「食材を自宅に配達してくれる仕事」だけですか？

⇒「ウーバーイーツ」の普及は、食文化の変化、働き方の変化、店舗形態への変化を社会に与えている。



◆ウォームアップの事例（２）

（２）思い込みを上書きする

＜思い込みとは？＞

合理的な根拠がないままに、それと自覚せずに断定・確信・前提としている心の動き。

- ・ 疑う余地がないこと（自明の理）
- ・ 他の選択肢や可能性を考えないこと（是非もない）
- ・ 根拠を問う必要性さえ感じないこと（当たり前）

いわば、「**かけていることすら気づかない色メガネ**」のこと。



＜思い込みを上書きする方法＞

- ・ 立ち位置を変えてこれまでとは異なる方向から見る。複数の人による複眼的視野で検証する。
- ・ モノ（商品）自体でなく、取り巻く環境（使う場所、制度的、社会的）の意味から問い直す。
- ・ 要素に細分化するのではなく、新たな繋がりや関係をつくる。

＜身近なモノの検討事例＞ モノの意味を変える

（例）ロウソク

➡商品の意味を変えれば新たな価値が見つかる。（ロベルト・ベルガンティ）

（昔）明りの確保（不足を満たす）



（今）喜びの演出（心を満たす）



＜他の検討事例＞

古いモノの新しい意味を考えてください。

（例）蓄音機



ステップ1: ワクワクすることを妄想する※

～自分の感性でワクワクすることを考える～

◆目的（何のために）

- ・ディライトは感性的なものであり、論理的に導くことはできない。
- ・メンバーが各自の感性によって自由に妄想する※ことが重要である。
- ・まず「どんなことにワクワクするか」が重要であり、その理由は問わない。

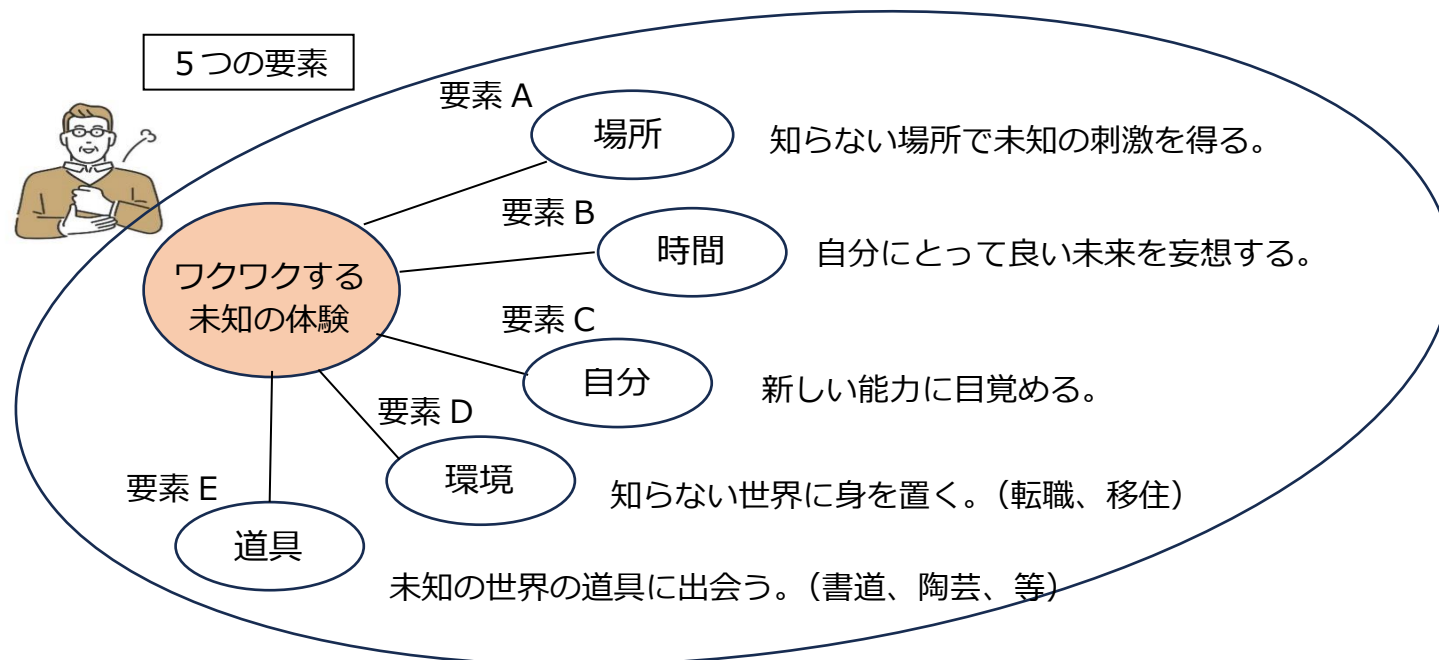
◆方法（どのようにして）

- ・下図に示す「5つ要素」を手掛かり（ヒント）として自由に妄想する※。
- ・「未知の体験」を考える。（知らないこと、体験したことがないこと、非日常的なこと、等）
- ・キーワードは「感性に響くパーソナルな楽しみ」である。

＜当研究における妄想の定義＞

- ・自由にポジティブに、嬉しいことを考える。
- ・過去の実績や論理的根拠を求めない。

（注）一般的に妄想とは「真実でないものを誤って考えること」と定義されているが、当研究ではその意味を創造的な概念として再定義する。



◆留意点

- ・要素の数は、検討内容に応じて統合するなどして3つ程度に絞っても良い。

◆ステップ1の事例：「5つの要素」からワクワクすることを妄想※する

キーワード：

「感性に響くパーソナルな楽しみ」



ワクワクする
未知の体験

要素A：場所

- ・知らない場所を楽しむために旅をする
- ・自然の中に長期間滞在して変化を楽しむ
- ・...

要素B：時間

- ・AIで10年後の自分自身を観ることができる
- ・亡くなった人をAIで再現し、いつでも会話することができる
- ・...

要素C：自分

- ・日本文化の本質を学び直す。(書道、茶道、武道、など)
- ・誰かが決めたことでなく自分の考えで行動する
- ・医学の進歩で記憶がスラスラよみがえる
- ・翻訳ツールで世界中の人と会話ができる
- ・小型モビルで移動が容易になりアクティブな生活を送る
- ・ロボットが家事(洗濯や掃除)を代わりにやってくれる
- ・...

要素D：環境

- ・仮想空間で宇宙や海底を自由に歩き回る
- ・体力アップスーツを着用し一流選手とスポーツができる
- ・...

要素E：道具

- ・未体験の乗り物を楽しむ(キックボード、スノーモビル、など)
- ・空飛ぶスーツを着て空を飛び回る
- ・...

<キーワードの補足>

- ・我がまま：
自分の思い通りに振る舞う。
- ・オンデマンド：
利用者の要求に応じてサービスする。
- ・おひとり様：
他人に気兼ねなく欲求を満たす。

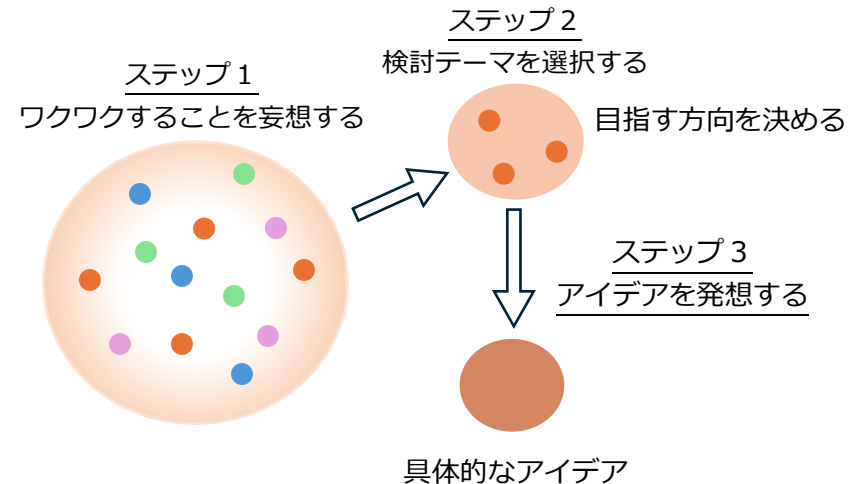
ステップ2：対象テーマを選択する

◆目的（何のために）

- ・自由に妄想したワクワクの中から、チームメンバーが協働して取り組める対象テーマを選択する。

＜対象テーマとは＞

- ・ステップ1で自由に妄想したことは、相互に関連性がない状態であるが、多くの可能性に満ち溢れている。
- ・その中から、目標達成のためにメンバーが協働して、対等な立場で、それぞれの個性を生かして取り組むための「目指す方向」を決めることである。



◆方法（どのようにして）

- （1）ボルダールール※を応用した「意思決定マトリクス」を使って選択する。
- （2）選択の評価指標は「ワクワク度」とし、メンバー各自がワクワク度の高いものを5つ選択する。
- （3）選択肢ごとにワクワク度を集計し、合計点数が高い上位3項目を選択する。

＜ボルダールールとは＞

- ・ボルダールールとは、フランス海軍の科学者ジャン＝シャルル・ド・ボルダが考案した手法である。
多数決方式に比べて、多くの人に支持されている選択肢が選ばれる可能性が高い。
- ・ボルダールールを採用した投票の場合、通常の多数決では評価されない2位以下の得点も考慮されることとなる。そのため、より多くの人からの評価を集めた案が選ばれるというメリットがある。

◆留意点

- ・投票を行う際は、他のメンバーの意見に惑わされないように、口頭ではなく付箋紙に記入して投票を行うのが良い。

◆ステップ2の事例：「意思決定マトリクス」によって、対象テーマを選択する

方法：自分が思う「ワクワク度」が高い順番に5つ選択する。（高: 5 … 中: 3 … 低: 1）
合計得点が多い上位3つを選択し、次のアイデア発想につなげる。

意思決定マトリクス

選択肢	メンバーの評価						合計	選択
	A	B	C	D	E	...		
① 知らない場所を楽しむために旅をする		4	2		4	...	10	★
② 自然の中に長期間滞在して変化を楽しむ	4	3		2	3	...	12	★
③ AIで10年後の自分自身を観ることができる		5		1		...	6	
④ 亡くなった人をAIで再現し、いつでも会話ができる			1			...	1	
⑤ 日本文化の本質を学び直す	2			4		...	6	
⑥ 誰かが決めたことでなく自分の考えで行動する	3			5		...	8	★
⑦ 医学の進歩で記憶がスラスラよみがえる					5	...	5	
⑧ 翻訳ツールで世界中の人と会話ができる	1	2					3	
⑨ 小型モビルで移動が容易になりアクティブな...	5	1					6	
⑩ ロボットが家事（洗濯や掃除）を代わりに...				3	2		5	
⑪ 仮想空間で宇宙や海底を自由に歩き回る			5				5	
⑫ 体力アップスーツを着用し一流選手と...			3				3	
⑬ 未体験の乗り物を楽しむ					1		1	
⑭ 空飛ぶスーツを着て空を飛び回る			4				4	
(以下省略)								

結果：合計点数が高い順番に上位3項目を選択し、その内容を統合して簡潔な言葉にまとめる。

- 1位：自然の中に長期間滞在して変化を楽しむ
2位：知らない場所を楽しむために旅をする
3位：誰かが決めたことでなく自分の考えで行動する



対象テーマ：
ワクワクする！「新しい旅のスタイル」

ステップ3：アイデアを発想する

◆目的（何のために）

- ・ 選択した対象テーマについて、具体化するためのアイデアを発想する。

◆方法（どのようにして）

- （1）オズボーンが提唱した9個のキーワードを活用する。
- （2）キーワードを手掛かりにしてアイデアを発想する方法を、当研究では「9画面ブレスト」と称する。
- （3）順番は決めずに、キーワードのどれから発想しても良い。

◆留意点

- ① このアイデア発想において、最も重視すべきことは「ワクワク」することである。
- ② 検討テーマの方向性を外さなければ、発想は「自由奔放」で良い。
- ③ また、基本的なルールである「批判厳禁」「改善結合」「質より量」も忘れないで活動する。



◆ステップ3の事例：選択した対象テーマについてアイデアを発想する

(1)「9画面ブレスト」で自由にアイデアを発想する

- ・キーワードごとに色分けした付箋紙に、発想したアイデアを記入する。(PC上でホワイトボードのソフト※を利用)
- ・9画面で発想し、整理することでアイデアの相互関係が把握しやすい。

アイデア発想の事例

<対象テーマ>
ワクワクする！「旅」の新しいスタイル

9個のキーワード



※ワークショップで使ったツール

- ・オンラインホワイトボード「Miro」を活用した。(詳細は P27 を参照)

9画面ブレストの結果



(2) 発想したアイデアを類似する内容でグルーピングする。

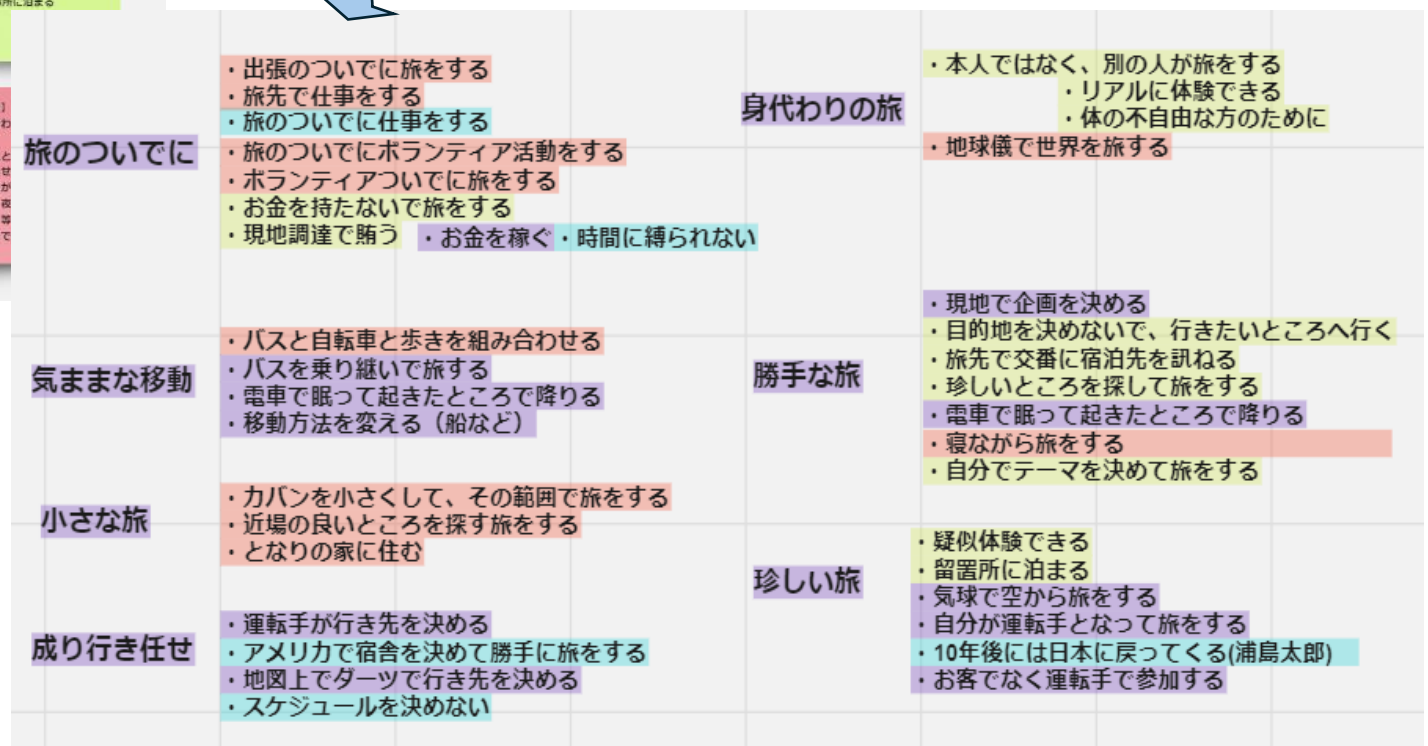
- ・発想したアイデアは、内容が類似するものを9画面の枠を超えてグループにまとめる。

9画面ブレストの結果



類似する内容でグルーピング

- ・内容が類似するものをグループにまとめる
- ・グループごとに「仮のタイトル」をつける



ステップ4：アイデアを洗練化※する

◆目的（何のために）

- ・対象テーマを具体化するために、選択したアイデアを洗練化※する。

※洗練化：不要な部分を取り除いて、より良い状態に磨き上げること。

◆方法（どのようにして）

- （1）「マインドマップ」を活用する。
- （2）発想したアイデアの相互の位置関係を把握する。
- （3）アイデアを色分けし、絵や写真を使うなどして右脳を刺激する。

◆留意点

- ① これまでの体験に縛られないように留意する。
- ② 意見の相違があっても、メンバーが協力して良い方向にアイデアの質を高める。
- ③ 検討のベクトルをチーム全体でポジティブな方向に維持する。



＜マインドマップとは＞

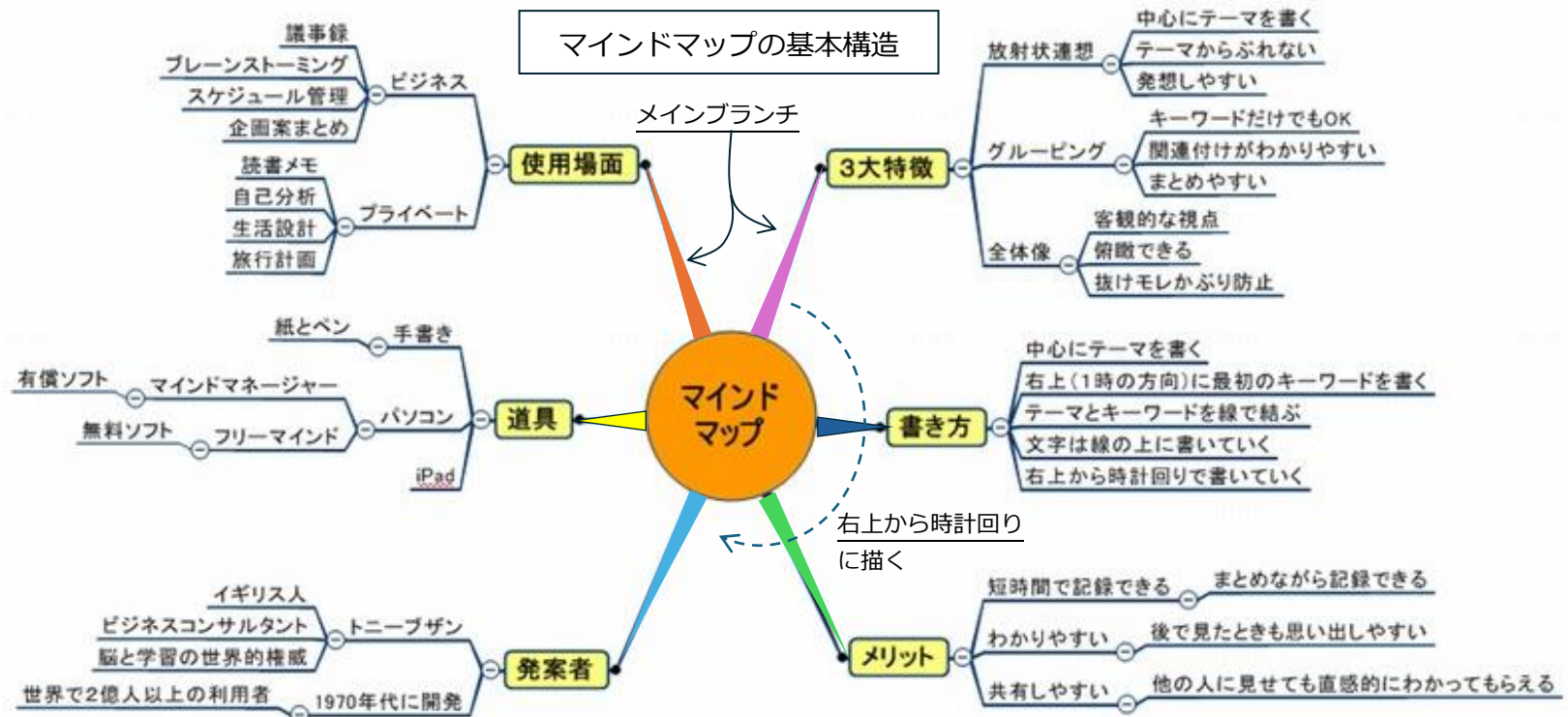
- ・1960年代に教育家のトニー・ブザンによって考案された。
- ・思考のプロセスを視覚的に表現し、新たな発想を生み出す手法。
- ・ひとつのトピックから発想がツリー状に広がる。
- ・曲線、色分け、絵の活用など、右脳に与える要素がポイント。

＜マインドマップを作成する4つのメリット＞

- ①考えることが楽しくなる
- ②発想が浮かびやすくなる
- ③記憶に残りやすい
- ④チームでの情報を共有しやすい

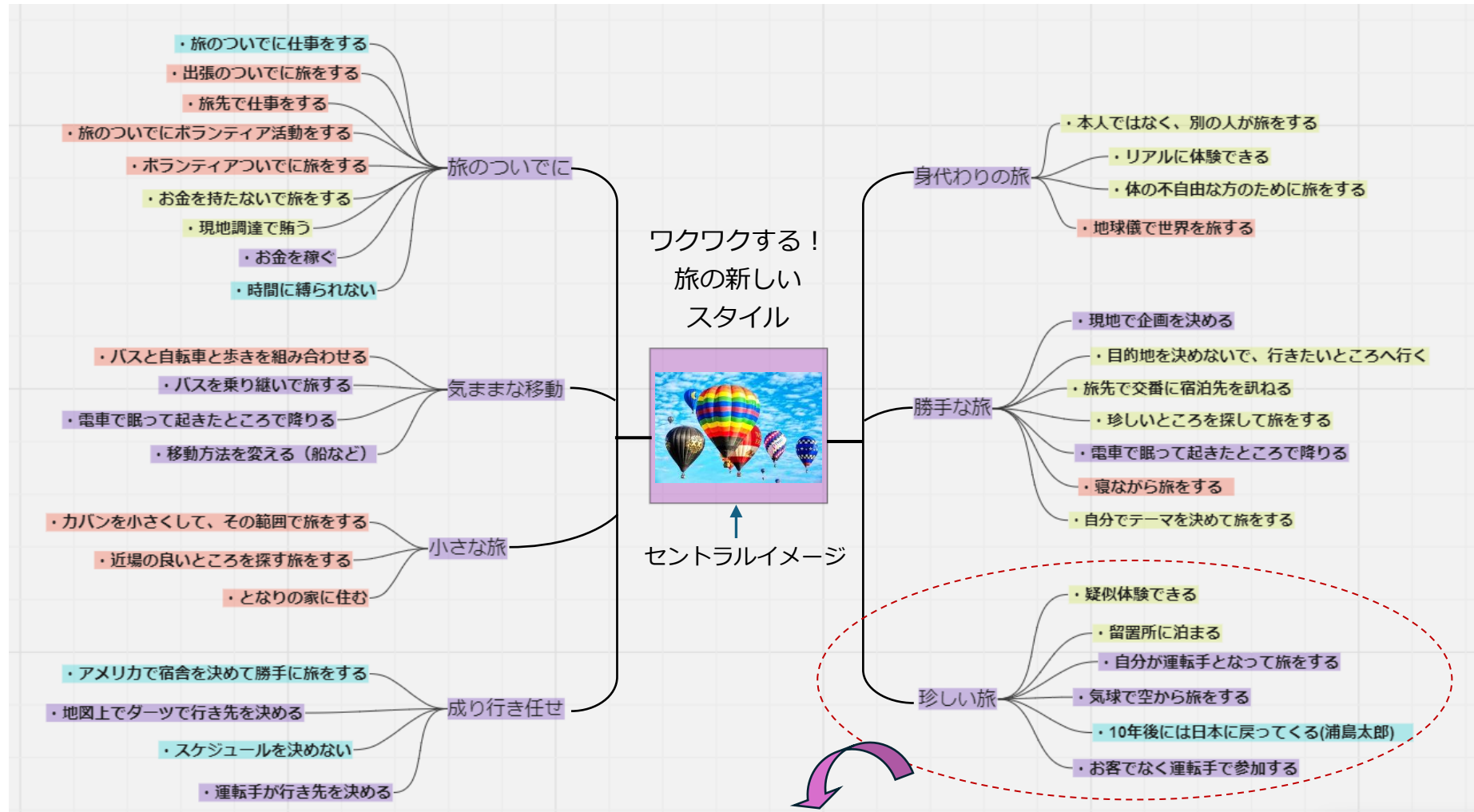
◇マインドマップの作製手順

- ①用紙の中心に「テーマ」を書く
 - ・ことばだけでなく、絵や写真を使うと更に良い
- ②中心から放射状に「キーワード」を繋ぐ
 - ・主な枝分れ（メインブランチ）は6～8本程度が良い
 - ・連想的に言葉を繋いで行く（アイデアを深める）
 - ・ひとつの線にはひとつの言葉を書く
- ③色を使ってビジュアルに表現する
 - ・メインブランチごとに色分けする
 - ・グルーピングが明確となり、創造力の向上につながる



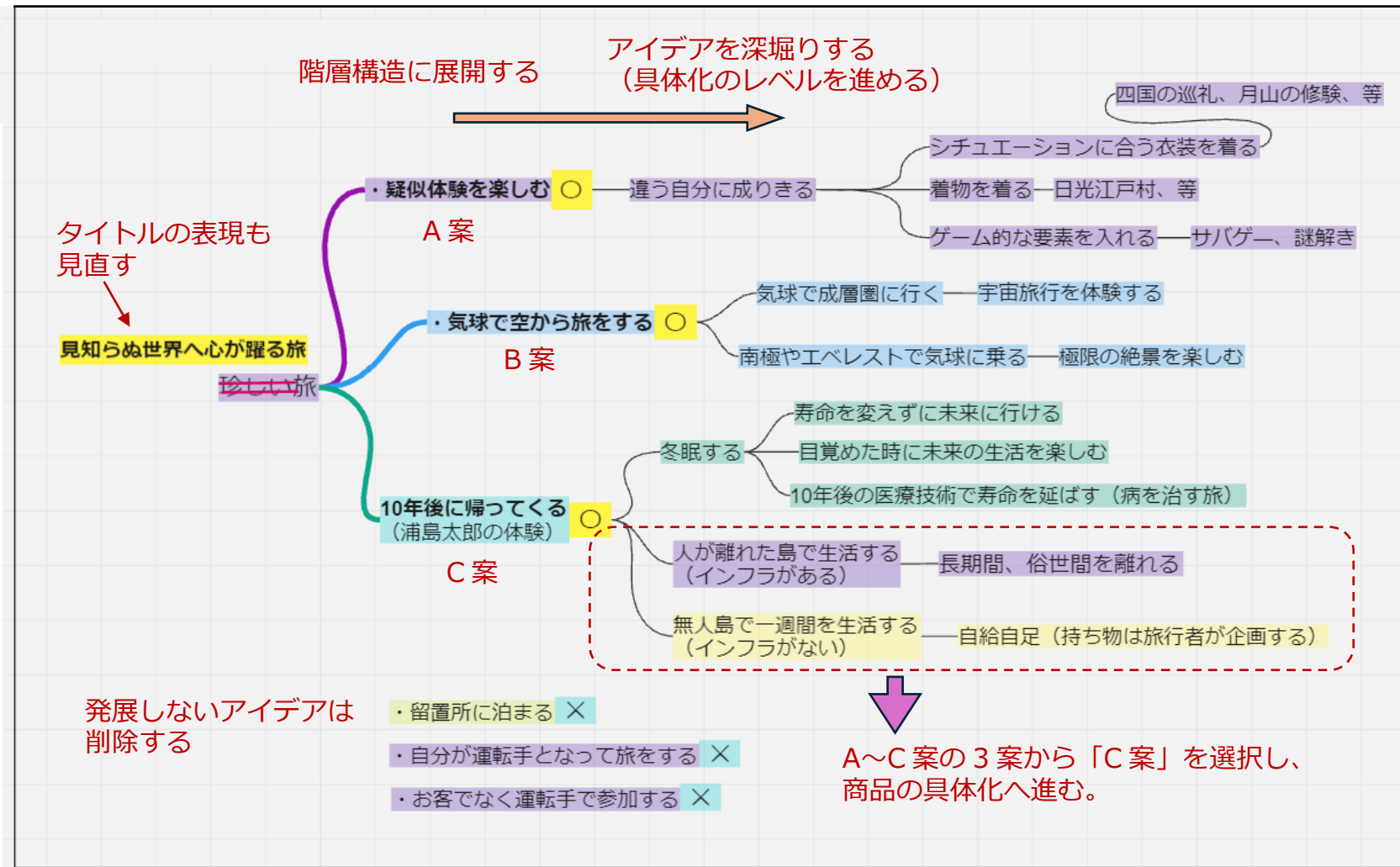
◆ステップ4の事例：マインドマップによってアイデアを整理する

- ・グルーピングしたアイデア群をマインドマップで整理する。
- ・セントラルイメージには、言葉だけでなく写真やイラストなどを使ってテーマのイメージを醸し出す。
- ・全体を俯瞰した後で、ひとつのグループについて洗練化の作業を行う。（ここでは右下のグループを選択した）



◆マインドマップによる洗練化の事例

- ・アイデアを階層構造に展開する。新しいアイデアが浮かんだら付け加える
- ・アイデアの深掘りを行いながら具体化のレベルを進める。
- ・具体化のレベルを進めながら、タイトルの表現も見直す。
- ・発展しないアイデアは削除する。
- ・洗練化した案の中からチームの総意で一つの案を選択し、商品の具体化へ進む。



ステップ5：商品の具体化

◆目的（何のために）

- ・洗練化したアイデアを具体化し、市場に提供する「新しい商品」に仕上げる。

◆方法（どのようにして）

- （1）まず市場調査を行って、この内容に類似する商品の状況を把握する。
- （2）類似する他の商品との違い（コンセプト）を明確にした上で、商品の構成要素を構築する。
- （3）さらに他の商品にはない「飛び抜けたアピールポイント」を具体化する。

◆留意点

- ① 既存の商品にはない、新しい魅力や面白さを追求する。
- ② 広く浅い大衆迎合的な内容ではなく、特定のターゲット層に特化した特別な内容を優先する。
- ③ ワクワクするような肯定的な内容を優先する。



◆ステップ5の事例：商品を具体化する

- (1) 市場の類似商品を調査する
- ・無人島ツアーという企画は、既に複数の商品が市場に存在する。
 - ・その主な商品の情報を収集し概要を把握する。
- (2) 類似商品との差別化ポイントを確立する
- ・既存の類似商品との「コンセプトの違い」を明確にする。
 - ・そのコンセプトを軸として、新しい商品の構成要素を構築する。

要素	既存商品（無人島サバイバルキャンプ）	新商品（新しい旅のスタイル）
コンセプト	自然の中で仲間とキャンプを楽しむ	自然の恵みを感じて一人時間を創造的に生きる
目的	レクリエーション、娯楽	潜在能力や感性の覚醒、創作活動
滞在期間	短期間：日帰り～2泊3日	長期間：20日～120日
人数	4～6人	1人
設備	キャンプを楽しめる最小限の設備のみ (テント、寝袋、簡易トイレ、風呂なし) (BBQ設備はオプションで提供)	生命の危険がなく生活できる設備を用意する (住居やテント、薪風呂、バイオトイレ、井戸、 薪を使う調理場は常設)
食料・食材	基本は持ち込み	一部は持ち込み。長期間になるにつれて自給自足 で賄う割合を増やす（野菜栽培、等）

＜飛びぬけたアピールポイント＞
無人島を長期間に亘り一人占めして生活する

(3) 商品の細部を構築する

◆商品のコンセプト：無人島に滞在し、自然の恵みを感じて一人時間を創造的に生きる

◆利用者の設定： ①創造活動を行う人（物書き、絵描き、作曲、陶芸、等）

②研究に取り組む人

③新しいスタイルの社員研修

◆商品を検討する条件の設定：

① 生命に危険が及ぶような「サバイバル体験」が目的ではない。→ 生命の安全を保証する。

② 生活に必要な設備は利用者の希望に応じて事前に準備する。→ 飲み水、食料、住居、風呂、トイレなど。

③ 食材の調達は、体験レベルに応じて自給率を高めるものとする。→ 初級は 10%程度、上級は 80%程度を自給する。

◆商品のイメージ展開：写真やイラスト等を収集して、チームとしてのイメージを共有する。



◆具体化した商品の事例

商品名「ワクワク・ワンダーランド！」

< 商品の価値 >

<新しい旅のスタイル>

「ワクワク・ワンダーランド！」～喜びに満ちた無人島ライフ～

無人島での未知の体験が、「ワクワクする生き方」を実現します。

<無人島で生活することの価値>

1. 日常の生活環境から離れることの価値

- ・何にも支配されない「自由な時間」を手に入れる。
- ・過度な利便性から離れることで、不自由な中にある「大事なもの」を発見できる。

2. 楽しみながら未知の体験を重ねる価値

- ・知らない場所に行くことで、心地よい緊張が生まれる。
- ・未知の体験を増やすことで、人間本来の「感性」が磨かれる。

3. 余白の時間を持つことの価値

- ・誰にも急かされず、自分のペースで考えて行動することが心のゆとりを生む。
- ・無駄を楽しみ、余白の時間を体感することで、思考回路がポジティブに変化する。

<キャッチフレーズ>

～この島には「ワクワク」が満ちている～

- ・全ての行動を自分で決めて自律的に実行することにワクワクします。
- ・この島での経験が自分の新たな才能を開花させることにワクワクします。
- ・新しい思考に目覚めることで輝く未来が訪れる予感にワクワクします。

<商品のアピールポイント>

◆手つかずの自然に溶け込む

- ・自然のリズムが心地よい
- ・余分なものがひとつもない
- ・自然のエネルギーを身に浴びる

⇒自然の一部となって生きる喜びがある

環境



◆場所が持つ価値を知る

- ・全てのものが調和している
- ・限られた空間に無限の価値がある
- ・季節の変化を体感する

⇒この島の魅力を知り尽くす喜びがある

場所



この島での生活は喜びに満ちている

「ワクワク・ワンダーランド！」

◆一人で生きることに挑戦する

- ・全てのことを自分で決める
- ・一人だからこそ内面の自分に向き合える

⇒生きる力が内面に満ちる喜びがある

自分



◆限られた道具を使いこなす

- ・良い道具は可能性を拡大する
- ・新しい技が身につく

⇒道具によって経験知が増える喜びがある

道具



◆自分の時間を生きていく

- ・自然のリズムで生活する
- ・夜明けと共に起き、好きな仕事をする
- ・体内時計が動き出す

⇒自分時間で創造活動が続ける喜びがある

時間



＜ 商品の内容＞

◆体験レベルの内容

- ・体験レベルに応じて、島の大きさと滞在期間が変わります。
- ・主催者が用意する設備と、利用者が持ち込む資材は、スタッフとの事前の打合せで決めます。

体験レベル	初 級	中 級	上 級
滞在する島 (面積) ※イメージ写真	A 島 (0.6km ²) 	B 島 (1.2km ²) 	C 島 (3.0km ²) 
最長滞在期間	20日	40日	120日
創造活動(例)	絵書き、星空観察	物書き、作曲、研究	彫刻、陶芸、ログハウス造り
設備の提供 (基本案)	住 居:ログハウス 風 呂:薪風呂 トイレ:バイオトイレ 飲料水:持ち込み 煮炊き場:設置済み 照 明:オイルランプ	住 居:小屋 or ログハウス 風 呂:薪風呂 トイレ:バイオトイレ 飲料水:持ち込み or 井戸水 煮炊き場:設置済み or 自作 照 明:オイルランプ	住 居:テント or 小屋 or ログハウス 風 呂:薪風呂 トイレ:バイオトイレ 飲料水:井戸水、沢水、雨水貯留 煮炊き場:設置済み or 自作 照 明:オイルランプ
食材自給率	10～20%	30～60%	80%以上
料金(案)	基本料:10万円 利用料:8千円/日	基本料:10万円 利用料:6千円/日	基本料:10万円 利用料:5千円/日

注1:サバイバルが目的ではないので、設備や食材は体験レベルに応じて事前に準備します。

注2:環境を汚さないために、どのレベルでもバイオトイレを設置します。

注3:どの島にも電気、水道、ガスはありません。照明はオイルランプのみです。

注4:Wi-Fi等の通信設備もありません。スマホは持ち込み禁止です。

注5:緊急時の連絡用として「無線機」は設置してあります。緊急時以外は使わないでください。

◆参加の条件等

＜参加条件＞

- ・対象年齢:20代～70代の健康な方(男女は問わず)
- ・参加人数:基本は1人で参加(条件によって2～3人も可)

＜体験の種類＞

初級コース: 最長 20日

中級コース: 最長 40日

上級コース: 最長120日

※体験レベルによって、滞在する日数と滞在する島の大きさを設定します。

＜資材の準備＞

- ① 生命を維持するもの:
(飲み水、食材)体験レベルに応じて事前に準備します。
- ② 雨風をしのぐもの
(住 居)体験レベルと希望に応じて準備します。
- ③ 清潔を保つもの
(風呂、トイレ)体験レベルと希望に応じて準備します。
- ④ 体験を増やすもの
(野菜栽培、釣り、等)希望するものを自分で準備します。

＜食材の供給＞

- ① 体験レベルに応じて、食材を準備します。
- ② 食材とは、白米、イモ類、豆類、干物、など調理が必要な原材料のことです。

＜事前の計画づくり＞

- ① ご希望のコースを設定します。(体験する時期、滞在日程)
- ② スタッフとともに、安全に生活するための資材を決めます。
- ③ 新しい体験に必要な道具を決めます。

＜滞在期間の概要＞

サービス提供期間：4月～11月（240日間）※冬期間の4か月間は実施しません。

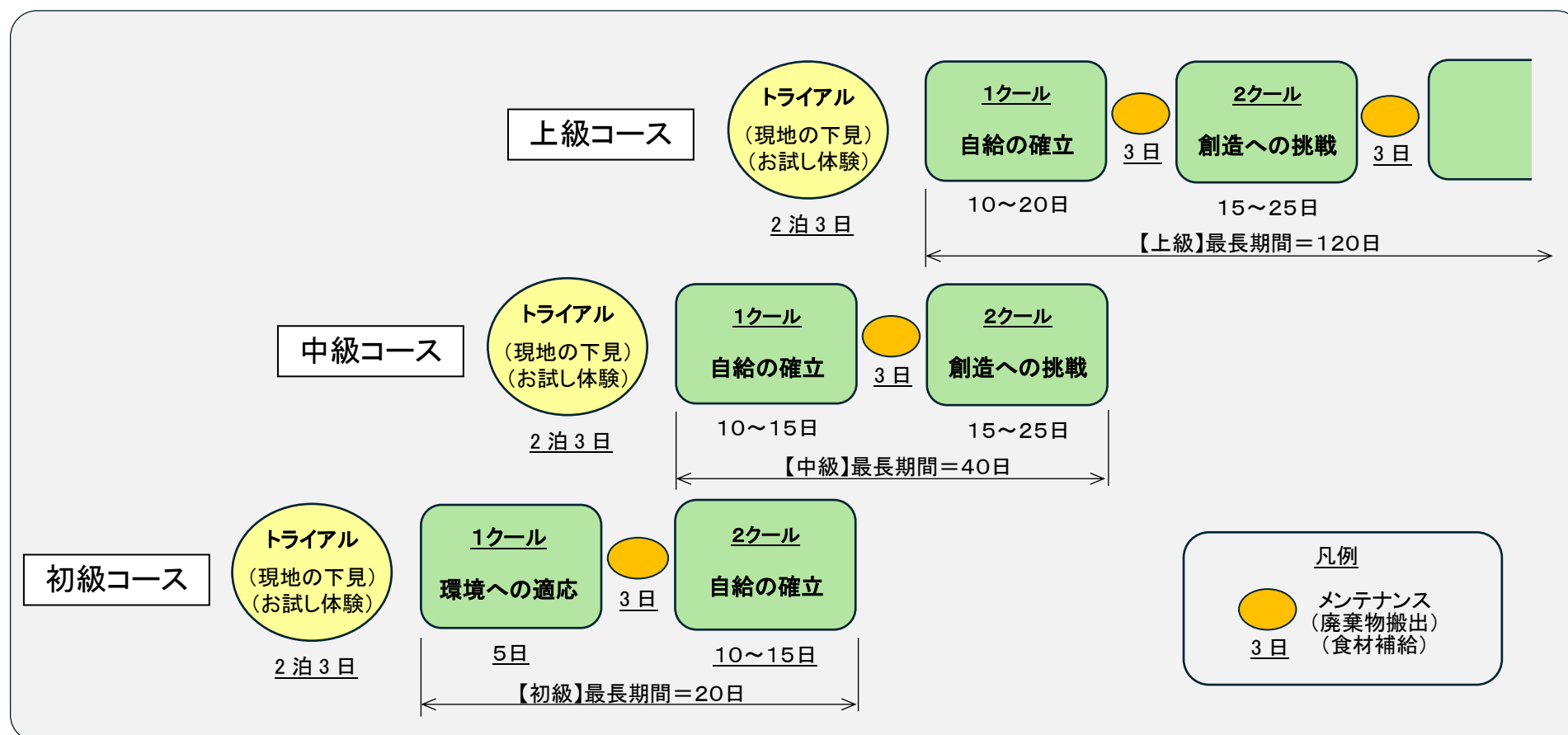
基本的方針：①トライアルは現地の下見を目的とするので、どのレベルでも必須とします。

②島の滞在は、最少5日～最長25日を1クールとして、段階的に実施します。（レベルによって変動）

③島内の環境保全のために、定期的にメンテナンスを実施します。

④メンテナンスの期間はスタッフと共に次の活動の準備を行います。（一時的に帰還も可能）

⑤気象条件が厳しい場合（台風等）には、強制的に一時退去していただきます。



ステップ6：ディライト効果を評価する

◆目的（何のために）

- ・具体化した商品について、3つの視点で客観的な評価を実施する。

◆方法（どのようにして）

- (1) 定量的な評価が難しいため、定性的な評価を行う。
- (2) この研究では、PMI法※を応用した「3要素評価法」を採用する。

- ①肯定的評価 ②否定的評価 ③潜在的評価
(ポジティブ) (ネガティブ) (ポテンシャル)

※PMI法とは：

- ・Pulus（プラス）、Minus（マイナス）、Interest（興味深い）の頭文字を取ったフレームワークである。
- ・3つの視点からアイデアを議論することで、バランスの良い評価や新たな気付きを得ることができる。

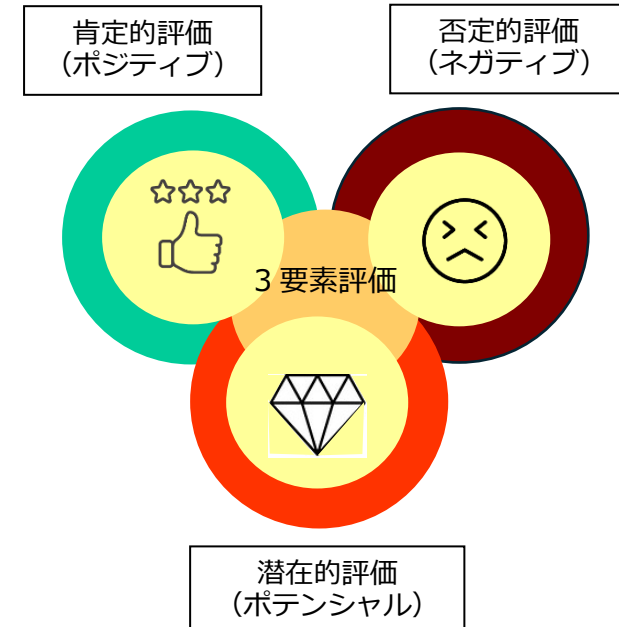
- (3) 評価の結果は、商品の実現性の改善や魅力の向上に活用する。

◆留意点

- ① 客観性を担保するために、複数のメンバーによって評価する。

※可能であれば、チームメンバー以外の第三者の意見を聞いても良い。

- ② 他人の意見に影響されないように、各自が付箋紙などに記入したものを集計する。
- ③ 評価した内容は意見の羅列に留めずに、メンバー全員の話し合いによって内容を推敲し表現を整える。



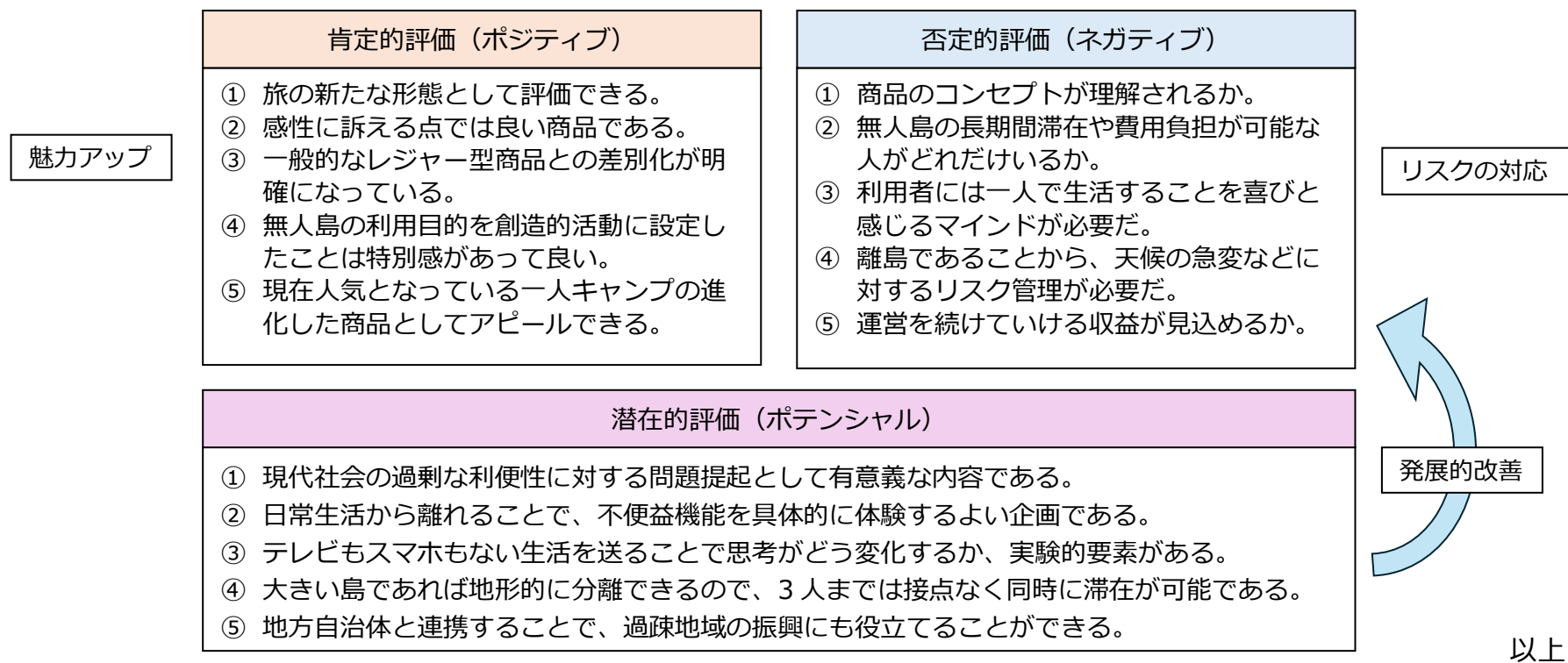
◆ステップ6の事例：ディライト効果を評価する

(1) 3つの要素で評価する

- ・肯定的評価（ポジティブ）：商品としての魅力があること、実現可能性が高いこと、等。
- ・否定的評価（ネガティブ）：実現可能性が低いこと、対応すべきリスクのこと、等。
- ・潜在的評価（ポテンシャル）：具体化した商品の隠れた可能性や発展的要素を見つける。

(2) 評価した結果の使い方

- ・肯定的評価の内容は、商品の持つ魅力を磨き、更に際立たせる。
- ・否定的評価の内容は、想定されるリスク等への対応を具体的に検討し、実現可能性を向上する。
- ・潜在的評価の内容は、更なる発展要素を見つけて、これを否定的要素の改善につなげる。



5. オンラインツールの活用「ホワイトボード Miro」

(1) オンラインツールの必要性

- ・この研究活動は、全ての会合をオンラインワークショップで行った。
- ・オンラインワークショップでは、チーム作業を物理的な道具（模造紙、付箋紙、等）で行うことができない。
- ・その対策として、無料で使えるオンラインホワイトボード「Miro」を活用した。

(2) オンラインホワイトボード「Miro」の特徴

- ・「Miro」は生産的なブレインストーミングやアイデアの統合などの様々な作業を行える万能なツールである。
- ・作業エリアは無限に広がり、豊富なテンプレート（付箋紙、マインドマップ、フロー図、等）が用意されている。
- ・ボード上で作成した資料は、クラウド上に自動で保存されるため、議事録としてや情報の一元管理にも活躍する。

miro デイライト品質研究会【資料】 : ホワイトボード「Miro」実際の画面

The screenshot displays the Miro online whiteboard interface. At the top, the title bar shows 'miro' and 'デイライト品質研究会【資料】'. Below the title bar, there's a navigation pane on the left with icons for adding elements like sticky notes, shapes, and images. The main workspace is divided into several frames (フレーム) containing various diagrams and text:

- フレーム 2:** A diagram showing a flow from '第3回研究会 進行案' (3rd Research Meeting Agenda) to '第4回研究会 進行案' (4th Research Meeting Agenda).
- フレーム 3:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 4:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 5:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 6:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 7:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 8:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 9:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 10:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).
- フレーム 11:** A diagram titled 'あなたのビジネス...' (Your Business...) showing a flow from 'ビジネス' (Business) to 'ビジネス' (Business).

At the bottom right, there's a detailed diagram titled '3つのランチをつないでみよう' (Let's connect the 3 lunches). It shows a flow from '第2回分科会(7/3)の検討結果' (Results of the 2nd Sub-committee Meeting (7/3)) to '第3回分科会のテーマ' (Theme of the 3rd Sub-committee Meeting). The diagram includes various steps and considerations for the workshop, such as 'ワークショップの課題' (Workshop Issues), 'ワークアップする際のスタイル' (Style when working up), and 'ワークアップする際のスタイル' (Style when working up).

6. 研究会の活動期間及び参加メンバー

◆活動期間：

2023 年度 2023 年 4 月～2024 年 3 月 全 12 回開催（3 時間／回）

2024 年度 2024 年 6 月～2025 年 2 月 全 9 回開催（2 時間／回）（分科会として活動）

◆参加メンバー：

注：役職は参加年度当時

氏 名	会社名	活動年度	
		2023 年度	2024 年度
斉藤 浩治	Mind-J 代表	リーダー	リーダー
朝野 久夫	あさの企画 代表	○	○
有住 雅子	三菱電機(株) 生産技術部生産技術グループ	○	○
黒田 進太郎	日東工業（株）	○	-
佐藤 志嗣	横浜市	○	○
佐藤 嘉彦	(株)VPM 技術研究所 代表取締役所長	○	○
野嶋 泰資	(株)IHI 航空・宇宙生産改革推進室	○	○
水谷 浩	三菱電機エンジニアリング(株) 鎌倉事業所	○	-
三好 達夫	TM バリューコンサルティング 代表	○	○
渡邊 清彦	アズビル(株) ビルシステム開発本部	○	○
		10 名	8 名

【VE 特別資料】 デイライト品質を探索する発想法

発行日 2025 年 7 月 10 日
編 集 公益社団法人 日本バリュー・エンジニアリング協会
東日本支部 R & D 部会
発行所 公益社団法人 日本バリュー・エンジニアリング協会
〒154-0012 東京都世田谷区駒沢 1-4-15
TEL.03-5430-4488 / FAX.03-5430-4431
URL www.sjve.org

©無断転載・複製を禁じます