

戦略的機能イノベーション研究所

Centre for the Research of Emergent functions in Artifacts and Technological Enterprises

研究所の概要

1. 目的

本研究所の具体的な目的は、以下のような視点に基づく学術的知見に基づく議論を進め、そこから得られる知見を集約していくことである。

- ・産業別・製品分野別の生産物特性および生産プロセス特性
- ・国内の企業のつくり手としての強みや弱み
- ・製品による価値創造および価値獲得
- ・サービスによる価値創造および価値獲得
- ・ソリューションによる価値創造および価値獲得



所長

吉田敏

YOSHIDA Satoshi

キーワード

Emerged Function（発生機能）、設計
情報分析、人工物特性の把握感覚
的価値の再現可能性

2. 設置期間

2017年12月1日～2027年3月31日

3. メンバー

15名（所長を除く）

4. 活動概要

国内の製造業、サービス産業などにおいて、つくり手側の多くの企業が方向性を見失いつつあり、国際競争の中で継続的に発展していくことに不安感を持つ傾向が出てきたことは否定しきれない。しかし、そのための国内企業の活動を中心とする学術的知見の構築に関する議論は薄めであったといわざるを得ない。

本研究所の方向性としては、このような状況の中で有効性があると考えられる、学術的知見に基づく議論を進め、その蓄積に努めていくものである。

令和6（2024）年度の研究活動内容及び成果

1. 活動内容

（1）タイル製品領域のリーディングカンパニーの企業活動調査

令和5年度から開始している、国内のタイル製品領域の企業に協力して頂き、その企業の強みや弱み、その製品領域企業の特性などを、調査し、分析した。具体的には、ご担当者のヒヤリングから、工場見学。ショールーム見学などをさせて頂き、情報を収集し、分析した。最終的には、分析内容を協力企業側にプレゼンテーションし、議論を行うことによって厚みのある知見を得ることが出来た。企業側からは、実際の事業戦略についての質問と要望があり、それに応えることにより、本研究は次年度に引き継がれる方向となった。

(2) 建築仕上げ製品領域のリーディングカンパニーの企業活動調査

こちらも、令和5年度から開始しているものであり、国内の建築仕上げ製品領域の企業に協力して頂き、その企業の強みや弱み、その製品領域企業の特性などを、調査し、分析していく。具体的には、ご担当者のヒヤリングを中心に行い、情報を収集し、分析を行った。最終的には、(1)と同様に、分析内容を協力企業側にプレゼンテーションし、議論を行うことによって厚みのある知見を得ることが出来た。

(3) トイレ製品領域のリーディングカンパニーの企業活動調査

本年度より、トイレ製品領域の国内のリーディングカンパニーに協力して頂き、主要製品の開発の重要なプロセスの担当者にヒヤリング調査をさせて頂いた。この領域の製品の、核となる技術面の傾向と、当該企業の強みと弱みについて、議論を開始した。次年度も、引き続き調査を行う予定である。

2. 成果

(1) タイル製品領域と建築仕上げ製品領域のリーディングカンパニーの企業活動の特性分析

企業に協力頂いた調査内容の結果をまとめ、PPT ファイルとして仕上げ、各企業へのプレゼンテーションを行った。(PPT ファイルは、研究成果として、重要な内容と考えている。)

(2) 査読論文

現在、日本設計工学会に査読論文を提出し、査読中である。

令和7（2025）年度の計画

(1) トイレ製品領域のリーディングカンパニーの企業活動調査

本年度に引き続き、対象企業に協力して頂き、企業の設計思想に関する特性を明確にする方向で、調査分析を進める。

(2) エレベータ製品領域のリーディングカンパニーの企業活動調査

次年度より、エレベータ製品領域の調査を進めるものである。ソフト面とハード面に分けながら、理解を進めていくものである。