

「何が問題なのかが分からない」という問題に取り組んでいく

Wicked Problem & Design Thinking—デザイン思考によるアプローチ

デザイン担当主任研究員 古郷 彰治

問題を「解決」してきた時代から「発見」する時代へ

いわゆる右肩上がり成長を続けてきた時代の「問題解決」というのは、すでに明らかになっている問題に向き合っ、答えを出すことでした。その多くは「いかに効率を上げるか、いかに品質を上げるか」を競うもので、目の前にある課題に対処していけばよかった。ところが一定モノが行き渡り、様々な場面で閉塞感が漂う現代においては、必要性や緊急性だけが解決すべき問題の要素ではなくなりました。では、何が問題になるのか。どういった課題に対処していけばいいのか。

今、驚きと感動を与えられるモノやサービスを生み出すには「何が問題なのかが分からない問題」に取り組んでいく必要があります。解決方法を考える前に、まず問題を「発見」するところから始めなければならない。「問題」に気づく、あぶり出す、捉まえて整理する。その際に有用なのがWicked Problemという認識と覚悟、そしてDesign Thinkingというアプローチです。

Wicked Problem／何が問題かわからない問題

この言葉を初めて聞いたのは去年のある勉強会でのこと。教えてくれたのはSushi.SUZUKIさんという人で、彼はアメリカのスタンフォード大学でデザイン工学を学ばれ、ドイツやフランスの企業で活動された後に、今は京都工芸繊維大学のデザイン・ラボで特任教授をされています。当初は「Wicked Problem=何が問題なのかすら分からないような問題」と云われてもピンと来なくて、重ねて質問するも、Sushiさんは幼い頃からアメリカで育ち、思考も英語でされるので、反対に日本語では上手く説明してくれない(笑)。なのでWeb等で調べたところ、大阪ガスグループのシンクタンクである行動観察研究所の松波晴人さんが分かり易く書いておられてようやく理解できました。簡単に紹介します。

●まず、問題には三種類ある

1) Simple Problem (単純な問題)

課題もソリューションも明確で、解くことが容易な問題。

2) Complex Problem (複雑な問題)

複雑ではあるが時間をかけて取り組めば「何が課題なのか」「ソリューションはどうすればいいか」が見えてくる問題。

3) Wicked Problem (何が問題かわからない問題)

課題もソリューションも明確ではない上に、そもそも「何が問題なのか」を定義することが困難な問題。

Wicked Problemには「どうすればよい、という正解が存在しない」「すべての人が満足する、ということはありません」「どのように取り組んでも、新たな問題が生じることは避けられない」といった特徴がある。そのことを理解し覚悟して初めてWicked Problemに対処することができる。決してComplex Problemと同じように捉えてはいけません。

お問い合わせ先

京都府中小企業技術センター 応用技術課 デザイン担当 TEL: 075-315-8634 FAX: 075-315-9497 E-mail: design@mtc.pref.kyoto.lg.jp

●子育てを例にした分かり易い説明

1) お腹を減らして泣いている子どもをどうすればいいか

→ミルクを調達して飲ませてあげればよい(Simple Problem)

2) 子どもが安全に通学できるようにするにはどうすればいいか

→通学の安全を妨げそうな要因を抽出して、それぞれに対策を考えていけばよい(Complex Problem)

3) 子どもをどういう人間に育てればいいのか

→この問いには誰もが納得するような「正解」はなく、もし一度は正解の方向性を決めても、その後の経過や社会状況の変化などによって「正解らしきもの」は変わっていく(Wicked Problem)

これからの時代、自社オリジナルの価値を生み出すには、この一見掘み所のない、しかも効率の悪そうなWicked Problemに取り組んでいく必要があります。そしてその際にはDesign Thinkingが有用なツールとなります。

Design Thinking／デザイン思考

経済産業省がこの春にまとめたデザイン政策ハンドブックの中には「世界が均質化していく中で新たな価値を生み出すためには、AIやIoT、ロボット化などでは担えないクリエイティブな能力が重視され、それができる企業や人材が求められるようになる」とあり、政策の柱の一つに「経営におけるデザインの活用」を掲げています。経営者がデザインという行為の真の価値を理解し、経営の中核で活用していくこと。ここで云うデザインとは、色や形など見た目の美しさを整えるだけのものではなく、社会の課題を解決するための取り組みのことで、Design Thinking(デザイン思考)という言葉が使われています。ビジネスの立ち上げにデザインの発想を持ち込んだ考え方です。

●Design Thinkingの特徴的な三つのステップ

1) Observation & Inspiration (観察、推察、洞察)

対象をとにかく観察し、深いヒアリングをすることで、本人でさえ気づいていない課題や感情の動きを読み込み、想像し議論して、課題や問題、潜在的な価値などを見出していく。

2) Visualizing (可視化)

見出した問題や得たアイデアがパッと目に入り理解、共有できるように、図やイラストなども使って表現していく。

3) Build & Prototyping (造形)

早い段階でアイデアをとにかく形にして、実際に使ったりして評価し、必要に応じて修正を図る。模型は精巧なものである必要はなく、段ボールや発泡スチロールの簡単な工作でもいい。

自社の「見えない課題」について考えてみたい、デザインシンキングを使って解決の方向を見出したい、とお考えの際はご相談ください。センター職員と一緒に考えていきたいと思っております。