

# 満足を創りあげる—全体認識と位置確認

こうすれば、この結果が得られる。⇒ 最後の一手になった時に「こうすれば」が言える。  
or 概括的な「こうすれば」は、具体時な方法、方向は見いだされていない。

下記内容を現象データから明らかにする。

## 計画、検討している位置

(a)何となく出来上がりを想定している。(b)ニーズはありそうだ。(c)使える技術はありそうだ。  
(d)対象となる市場and規模の想定が難しい。(e)商品形態、流通形態を決めている。(f)顧客を想定している。

目的を明確にする。 — **直接的目的** — **間接的目的** — **最終目的** — **組織使命** → **常に変わらない目的**  
顧客の—(a)思考・創造を助ける。(b)行動を助ける。(c)場を醸成する。(d)時を紡ぐ。(e)機会を見いだす。  
(f)完全な満足環境を見出す。

## 使える材料・手段を明らかにする。

(a)分析&思考技術 (b)体系化論理構築 (c)データ基準を明確化 (d)対象データ&関連データ (e)比較化データ

## 底を広げる&確実にする—追加すべき材料・手段

(a)新規技術 (b)俯瞰できる全体データ (c)相関・相反を確認出来るデータ (d)時系列データ (e)変化確認

《問い》お客様の目的に合わせて方法と結果を検証する。

## 目的 ⇒ 維持する

(a)改善を追求する。(b)同じ活動で、より確かなモノへと転換する。(c)維持するための要因を増やす。  
(d)市場、社会への適応を進める。

## 目的 ⇒ 変化を求める

(a)日常活動の線の上に置く。(b)五感に触れる状況を創り出す。(c)寄り道して何かを得られる期待を感じさせる。  
(d)新しい場面を創り出す。(e)全く異なる舞台を想定する。