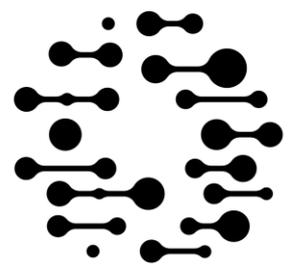
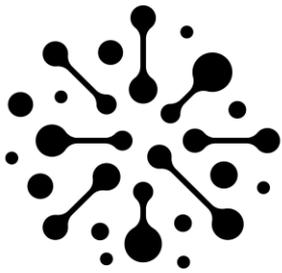
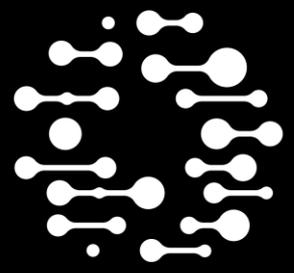
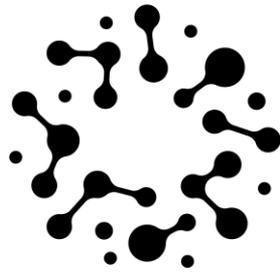


基本構想のためのワークショップ

Workshop for basic concept



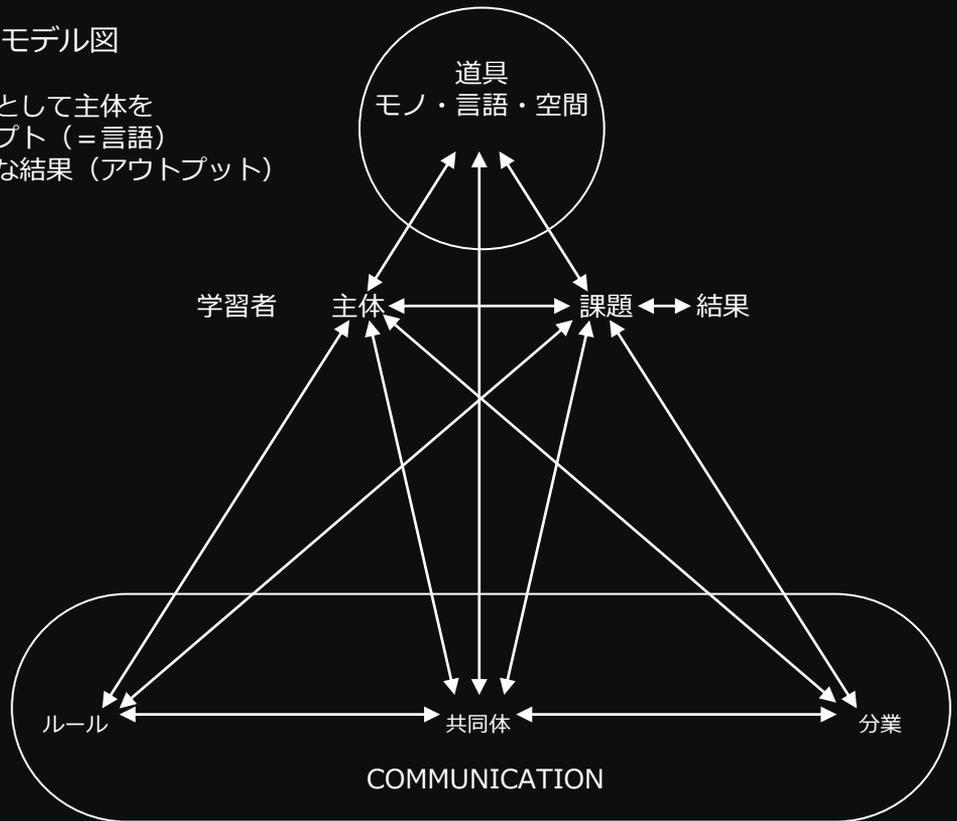
基本構想のためのワークショップ

基本構想では、プロジェクトコンセプトを具現化するために、デザインされた空間で起こるコミュニケーションを想定し最適なデザインを考えます。下記のE.エンゲストローム拡張的コミュニケーションモデルが示すように、空間・道具・言語・モノだけでは本来の目的（プロジェクトコンセプト）を実現することはできません。与えられたハードを活用して起こるコミュニケーションの在り方をワークショップによって明確にしプロジェクトコンセプトを共有することが重要です。建設プロジェクトにおいて基本構想を明確にすることは、その後の基本設計を円滑に進めて行く上でも重要です。

「人間の発達とは、新しい社会活動システムの真の生産にほかならない」
(E.エンゲストローム 1999年)

拡張的コミュニケーションモデル図

モノや言語・空間などが道具として主体を刺激し、そして新たなコンセプト（＝言語）やモノを生み出すことが新たな結果（アウトプット）となっていく。



主体は一人では活動できない。ルールと分業がある共同体の中での協働を通じて学び、新たな結果をアウトプットしていく。

Original workshop

オリジナルワークショップ



日立は2002年エクスペリエンスデザインに取組み、独自に開発した価値協創手法とツールを、お客さまの構想策定にExアプローチ※を適用しています。具体的な要件定義に入る前の構想策定の段階でステークホルダー全員の合意形成を作り上げることで、手戻りのない事業構築と業務価値を向上させる数々の改革実績を積み重ねてきました。日立建設設計は、Exアプローチをベースに建設プロジェクト基本構想用のオリジナルワークショップをご用意しました。

※Ex Approach:デザインシンキングを軸に「理解」「展望」「納得」の3つのPhaseで構成されたコンサルティングサービス。

VIP Interview

VIPインタビュー



経営幹部を中心としたキーパーソンにプロインタビュアーが取材を行います。取材対象の考えをインタビューによって引き出し、プロジェクト方針の編集記事の形で可視化することで、プロジェクトに関係するステークホルダーの意識共有を深めます。取材当日は、インタビューの様子を写真撮影し、取材記事として編集を行います。取材記事をワークショップメンバーを中心に、社内で情報共有を行うことでプロジェクトの本質的な目的を共有します。

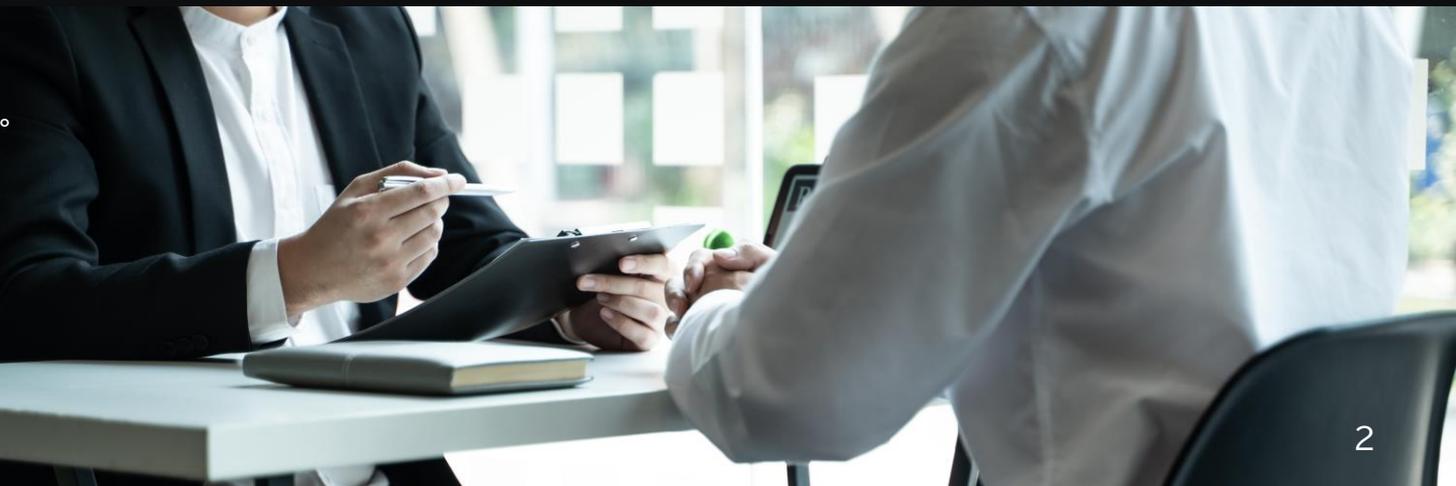
事前に、インタビューテーマをお伝えします

1.5時間/人 程度のインタビューをプロ編集者が行います

インタビュー時 インタビューの様子を写真撮影します

インタビュー内容を編集し、編集記事データを作成

編集記事データを活用し、社内報やイントラに掲載することでプロジェクトリーダーの考えを共有します



Vision Table

ビジョンテーブル



組織を構成する成分を神殿に表現されたフォーマットに記入することでプロジェクトの事業方針における位置づけを確認します。

テンプレートに沿って
企業理念/ビジョンステートメント/事業の柱

強味/イノベーションの卵/経営インフラを記入

持ち寄った資料を基にディスカッションを行います

Questionnaire Survey

アンケート調査



プロジェクトにおける社員の方々の意識調査をFORMSで行います。アンケートの結果から、文言を「共起ネットワークプログラム」で言語解析を行い、プロジェクトにおける重要なキーワードを抽出します。

社員を対象としてFORMSアンケートを行います

アンケートデータを共起ネットワーク*プログラムによって分析

分析結果を基にレポートを提出します

※共起ネットワークとは、n個の連続する単語を各頂点としそれらを接続することで単語の関係性をネットワークにして可視化（表現）する分析プログラムです。

Fantasy advertisement

空想広告



コピーライターとして、プロジェクトの本質を表現したポスターを制作します。デザインされたポスターをデータ化し社内のプロモーションに活用します。

グループごとに分かれてコンセプトをコピーライトします

キーワードに沿った写真を選択します

プロのデザイナーがポスターに仕上げます

ポスターを社内に掲示し、プロモーションに活用します



Persona

ペルソナ手法



実際に空間を使用する架空の人物を数名、想定します。
想定された人物がより具体的であることで、空間の中で生き生きと動き出します。

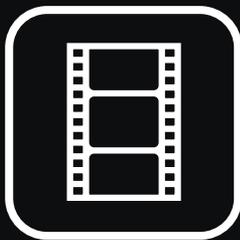
年齢・趣味・特技・所属等、より具体的な架空の人物を設定



イメージ写真を選択し登場人物をイメージします

Story Board

絵コンテを作る

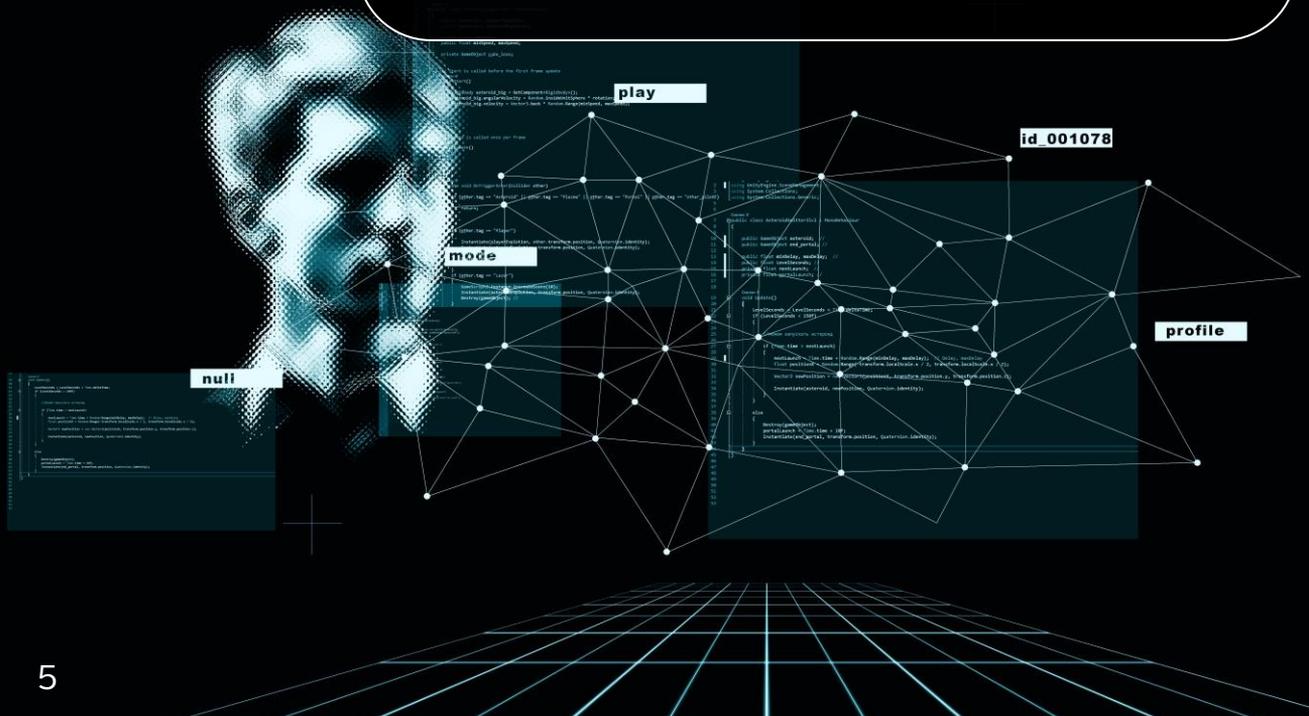


ペルソナで想定した架空の人物を与えられたシチュエーションと空間の中でどの様に活動するかをシミュレーションすることでストーリーを創り上げます。ストーリーに登場する空間、設備、環境の情報が設計者の重要なデザインヒントとなります。

空間ごとに設定されたシチュエーションを条件に
ペルソナによって想定した登場人物の行動を想像し
空間の広さ・使用人数・設備・什器・環境等を考えます



想定されたストーリーに絵コンテを挿入します



Visualize

可視化する



ワークショップによって可視化したプロジェクトコンセプトおよびデザインコンセプトを基にデザイナーによる設計イメージを建築パースや3Dアニメーションでビジュアル化しイメージを共有します。

ワークショップ情報により配置計画や
ボリューム検討を行います



建築パースや3Dアニメーションでイメージを共有

3D Animation



Perth



HITACHI
Inspire the Next