



要求品質		品質要素					重要度	競合比較				企画		ウェイト			
一次品質	二次品質	フレーム構造	ハンドル高さ・幅	ステップ位置	エンジン性能	車体材料		自社現状	B社	C社	企画品質	レベルアップ率	セールスポイント	絶対ウェイト	要求品質ウェイト	順位	
乗りやすい	足つきが良い	◎					0.01	3	4	4	4	1.33	1.2	0.01	0.01	5	
	乗重姿勢が楽	○	○	○			0.20	4	3	4	4	1.00	1	0.20	0.24	3	
速い	軽い					◎	0.15	3	3	3	5	1.67	1.5	0.23	0.28	2	
	パワーがある				◎		0.01	4	3	4	4	1.00	1	0.01	0.01	5	
楽しい	コーナリング性能が良い	○	○				0.10	3	4	3	3	1.00	1	0.10	0.12	4	
	走曲止のバランスが良い		△	△	○		0.18	3	4	3	4	1.33	1.5	0.27	0.33	1	
◎=5	品質要素重要度	1.18	1.43	1.06	1.05	1.38	6.10								0.82	1.00	
○=3	品質要素ウェイト	0.19	0.23	0.17	0.17	0.23	1.00										
△=1	自社現状	3	3	3	3	3											
	B社	4	3	3	3	3											
	C社	3	3	4	3	4											
	設計品質	4	5	3	3	4											

## 重点絞り込み

### ・コンジョイント分析

マーケティングの視点からの分析。顧客にとって最適な機能を絞り込む。

### ・技術展開

その品質は自社の技術のみで実現できるのか、自社技術の強みや弱みを分析する。

### ・コスト展開

目標の原価を設定して実現に必要なコストを各機能に分配して検討する。目標原価＝市場価格－目標利益

### ・TRIZ(トリーズ)

「発明的問題解決理論」と呼ばれる方法。過去の膨大な事例や特許情報から帰納的に問題解決方法を導き出す。

### ・タグチメソッド

田口博士が考案した品質工学。市場で発生する不具合を設計段階で防ぐことを主な目的にしている。