

1.4 DTCNの考え方と方針

本書で述べるデザイン・ツー・カスタマーズ・ニーズ（DTCN）の考え方とその方針

デザイン・ツー・カスタマーズ・ニーズ（DTCN：Design To Customers' Needs）とは「顧客の要求に対して設計をせよ」という意味である。

- (1) 顧客のために設計をするということは、顧客は誰かということをもまず確認せざるを得ないので、そこにすべての思考と行動の原点（入り口）ができあがる。
従って、ここから顧客のための正しい知識とそれに基づいた設計のための意思決定と行動の体系化ができる。
- (2) どの意思決定も顧客のためにせざるを得ないので、意地の悪い不健康な意思決定や腹黒い意思決定ができなくなる。
- (3) DTCNの目的は「顧客を創造すること」と「顧客のニーズを満たす」ことである。（顧客には自分を含めてもよい）
- (4) 一方、「企業の行き詰まりのない最上位の目的」と「企業が利益を得る目的」との間には次のような関係がある。（P.Fドラッカーの考え方にすこし手を加えた考え方）
 - A. 企業に行き詰まりのない最上位の目的は「顧客を創造すること」と「顧客のニーズを満足させる」ことである。
 - B. この最上位の目的を実現させるための企業の使命は、「サービスを維持し、次の顧客のニーズを満足させる情報や製品/システムを開発、または作る」ことになる。
 - C. 「サービスを維持し、次の顧客のニーズを満足させる情報や製品/システムを開発する」ためには企業は生き残らねばならない。そのためには必要最小限の利益を得なければならない。これが企業が利益を得る目的である。
 - D. 国、または自治体の場合は、利益を税金と読み変えてこの考え方による方針を利用する。