

2010年11月20日 10:30~14:30
財団法人京都高度技術研究所

アイデア創出の技術ワークショップ

IDEAPLANT
石井力重
rikie.ishii@gmail.com

主目的：

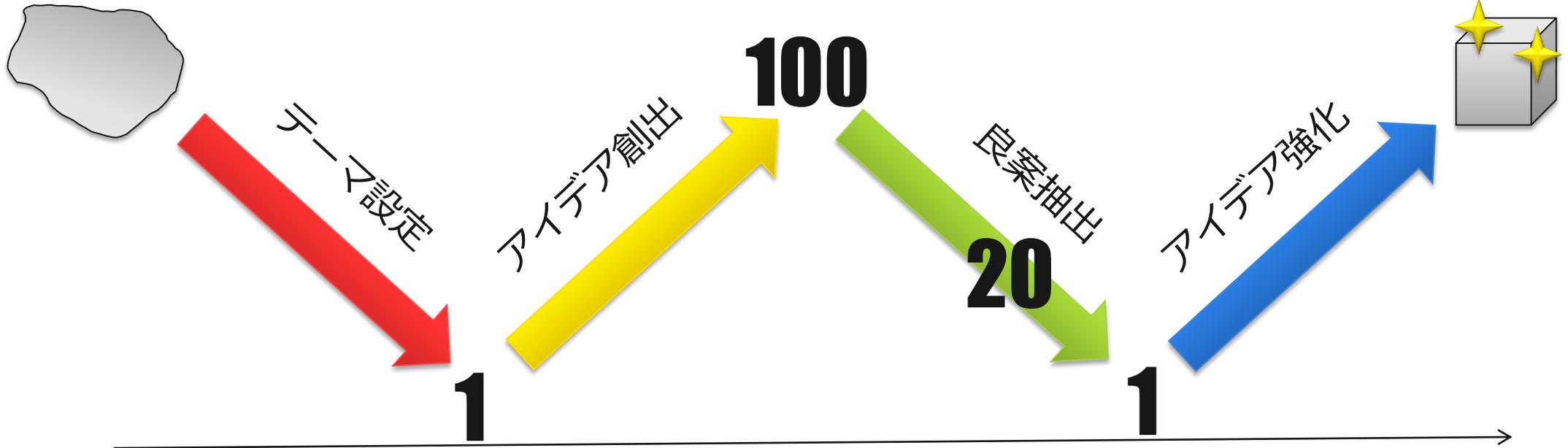
従来の思考の範囲を超えて、
新しいアイデア、新しい可能性を創出する

副目的：

アイデア創出をさせる時に役立つ
集団発想手法を身につける

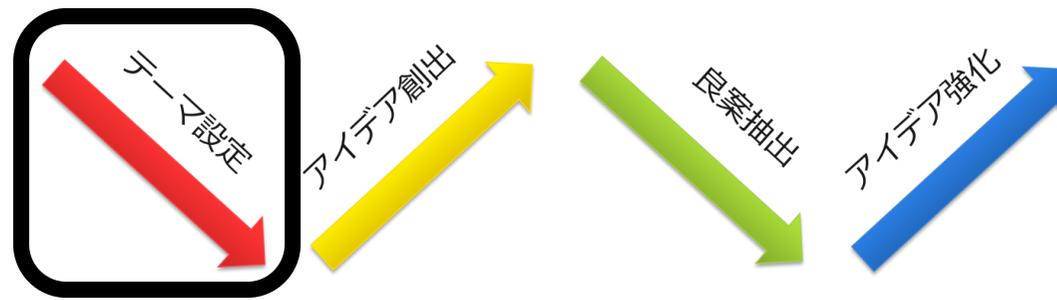
現実の課題

スターアイデア
(創造性&実現性)



4つのフェーズ

(アイデアワークの基本プロセス)



テーマ設定

・ 概要を説明（～5分）

クライアントが語るべき事

- ・ 背景説明
- ・ 既に試みたこと、思いついていたこと
- ・ この会議から得たい結果

→ STARにかけられるレベルの
アイデア（補足を）

クライアント（課題持ち込み者）が説明すべき6つのこと	
1. なぜ問題なのか、チャンスなのか (Why)	F
2. 簡単な背景説明 (Context)	F
3. 既に試みたこと、思いついていたこと	I
4. 解決策を実施・実現する権限の度合い	I
5. 理想の解決状態（魔法があれば、で、）	T
6. この会議から得たい結果（具体的に、）	T

*too much information(注)

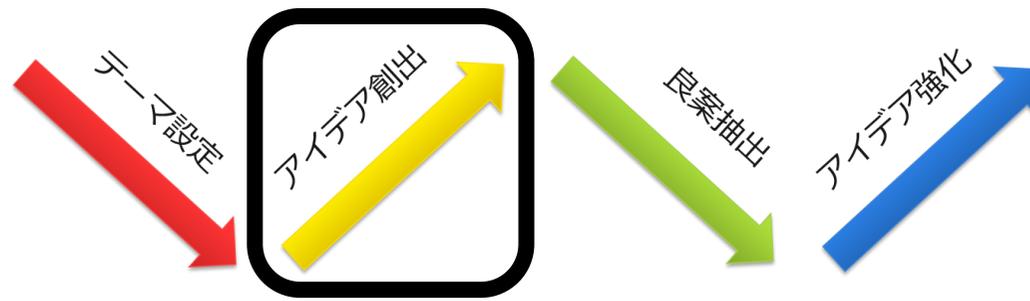
発想のテーマ

「この素材を使った
新製品アイデア」

BtoC（消費者向け）でも、

BtoB（産業財向け）でもOK

「こうできるかもしれない」という“可能性の提案”でよい



アイデア創出(1) ~他花受粉

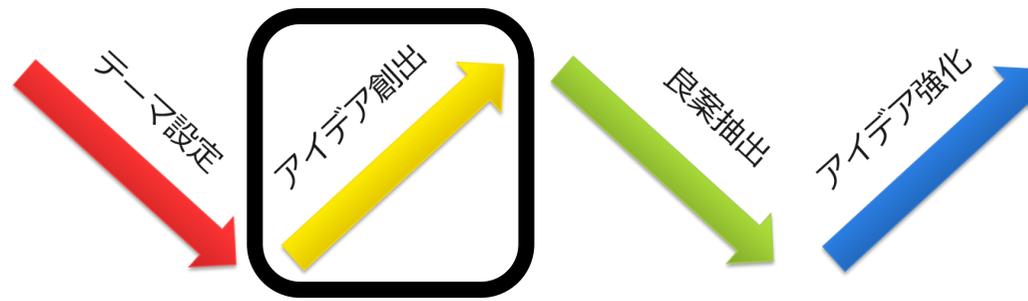
詳細の
スライド
A

スピード・ストーリーミング ←MITの新しいブレスト手法
5分交代ペア・ブレスト (×5)

5 : 発想 : テーマ = 「**新商品アイデア**」

1 : メモとり (会話を終える緩衝時間でもある)

※これは、グループをくずして輪になります。アイデアのミックス幅を広げます



アイデア創出(2) ~大量発案

詳細の
スライド
B

ブレイン・ライティング法
5分で3つ書く。回す。

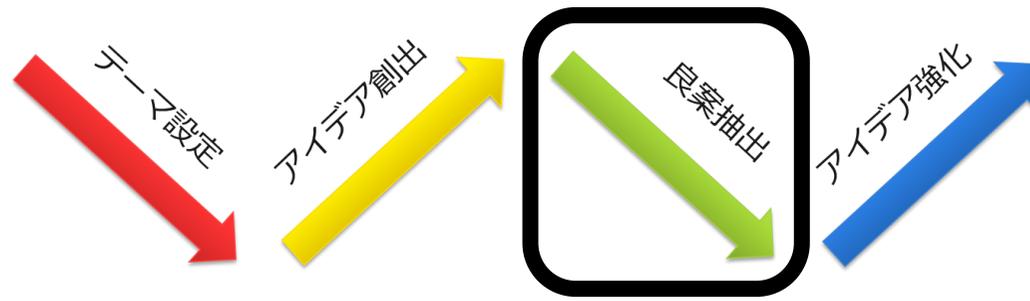
2つの特徴 (4%、4と6行目)

発想のテーマ

「この素材を使った
新製品アイデア」

BtoC (消費者向け) でも、
BtoB (産業財向け) でもOK

「こうできるかもしれない」という“可能性の提案”でよい



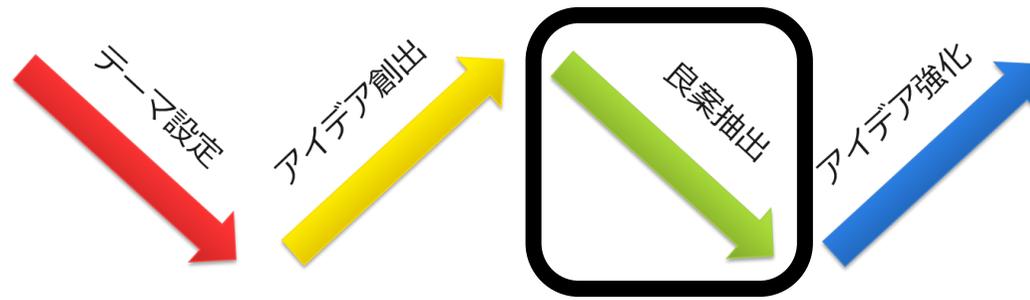
良案選出

詳細の
スライド
C

ハイライト法

以下の観点にヒットするものに
☆印を書く。いくつでも。回す。

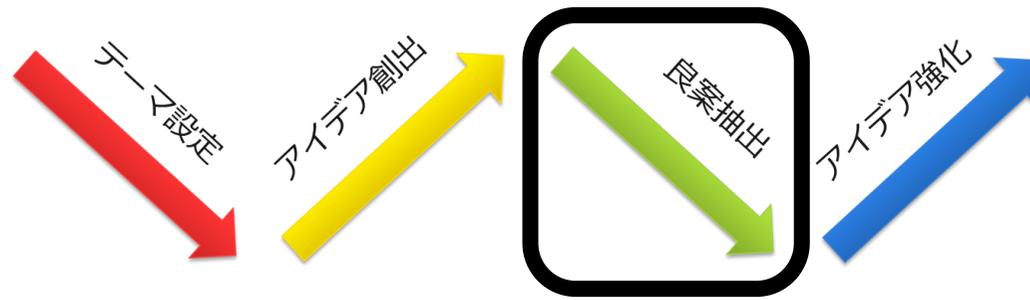
- ・「面白い」
- ・「広がる可能性がある」



上位のレビュー

上位5～10個のアイデアについて、
書いた人が説明する

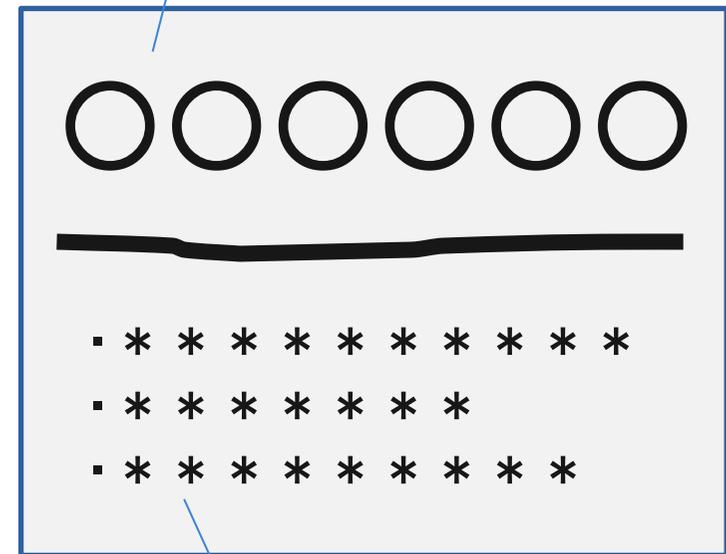
聞いているメンバーは
「そのアイデアの良いところ」
「感じた可能性」をコメントする
(想起されたアイデアもOK)



アイデア創出

アイデア・スケッチ
もっとも気に入った
アイデアを書く。
1人1枚。3分。

アイデアのヘッドライン化



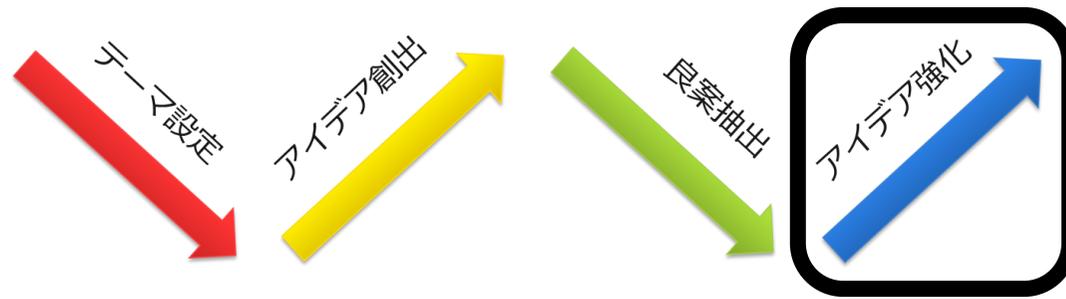
補足、詳細、3つまで!

グループ内で、プレゼン30秒ずつ、プレゼン



最後に、せーので、指をさし、1枚選ぶ

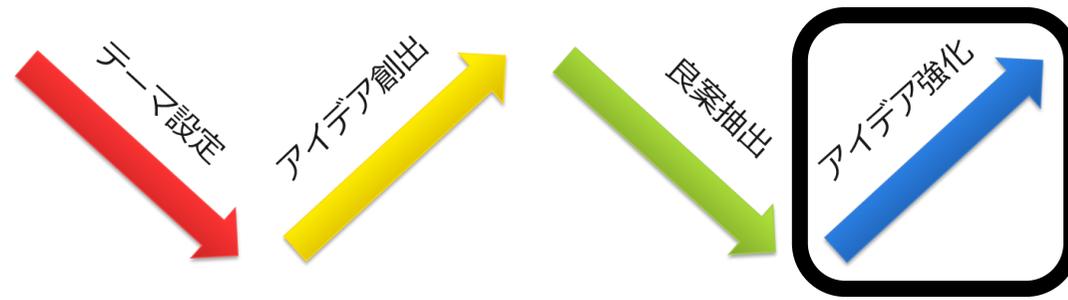
(グループとして検討を深めてみたいアイデアを)



アイデアの強化 「PPCOプロセス」

もしくは
次ページ

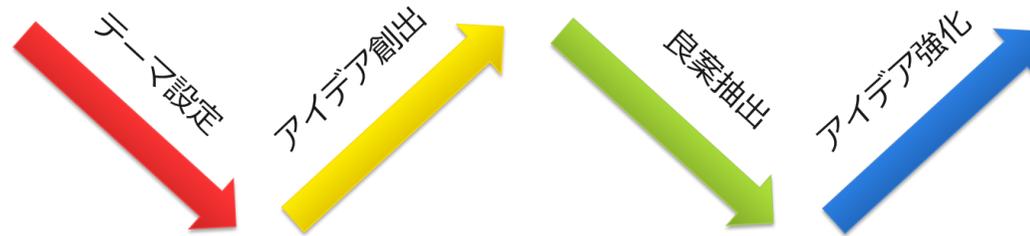
- | | | |
|----|----------------------|----|
| 1. | PPブレスト（褒めるブレスト） | 5 |
| 2. | Cブレスト（批判ブレスト） | 5 |
| 3. | 重要と思うものに印をつけTop3を決める | 3 |
| 4. | Oブレスト（対策案ブレスト） | 20 |



アイデアの強化 「Howブレスト」

実現方法のブレスト

「このアイデアを実現するには
どうすればいいか？」



各グループの代表者、プレゼン（2分）

メッセージ

- ・ 8分ウォーク
- ・ 尊敬企業 ← 創造的な人を輩出する社会
- ・ ご質問、いつでも rikie.ishii@gmail.com

(講義内で使ったスライドファイルを希望される方は
石井までメールをお送りください。内部で自由にお使い下さい)