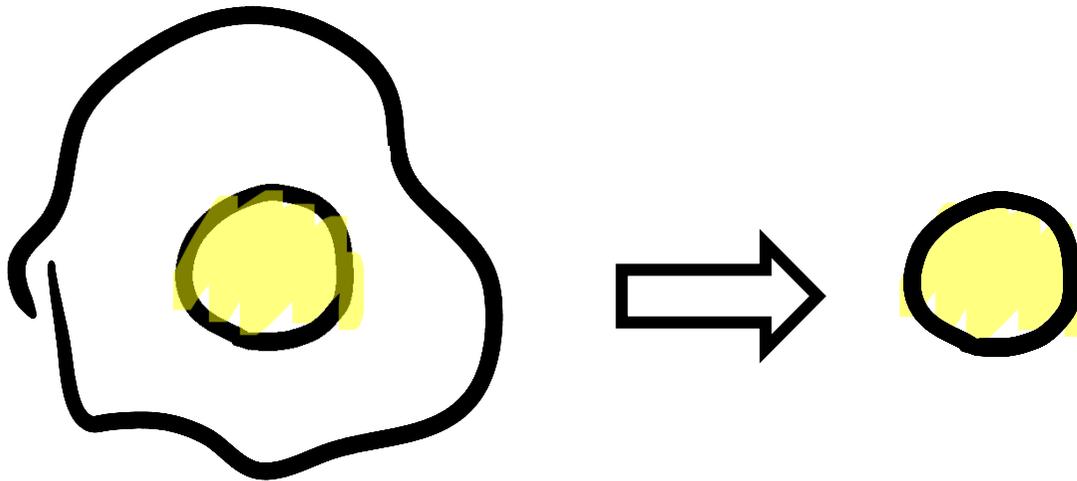
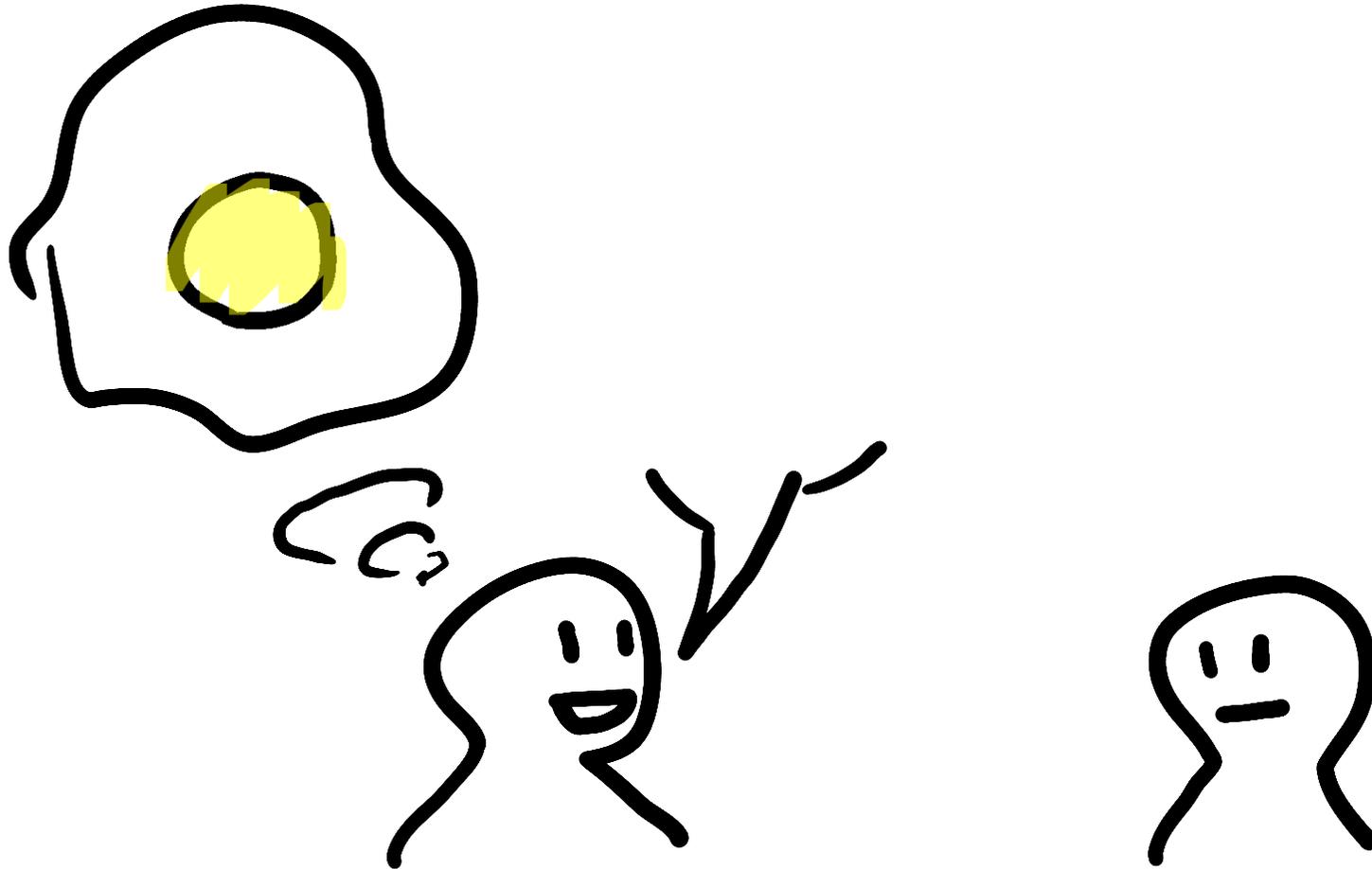


創造的思考の観点から見ると
組織を伝搬していくアイデアは
ロスが大きい

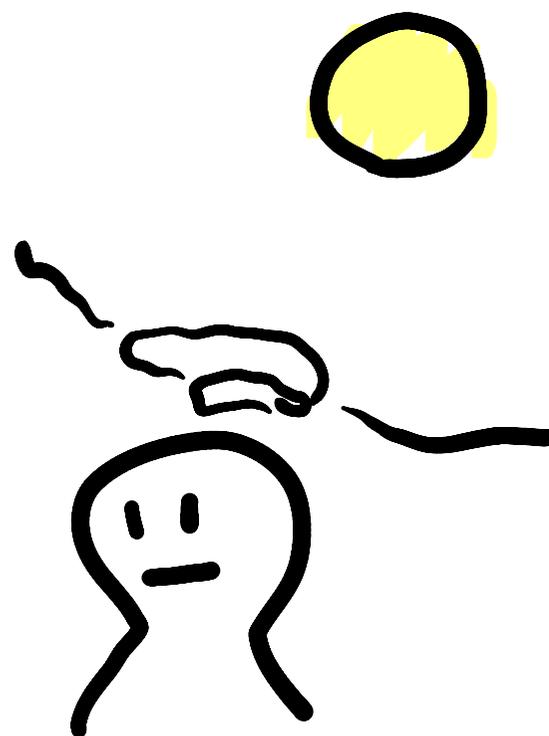
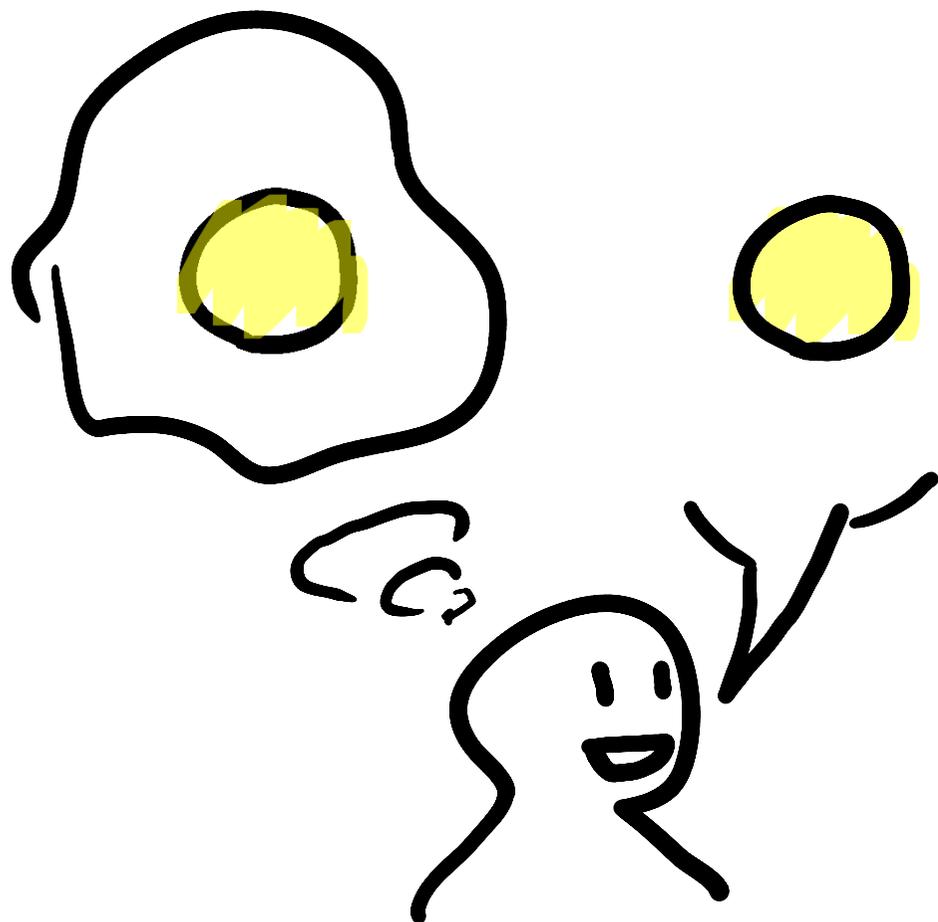


担当者の考えていることは、広い
(白身=あいまいな裾野がある)



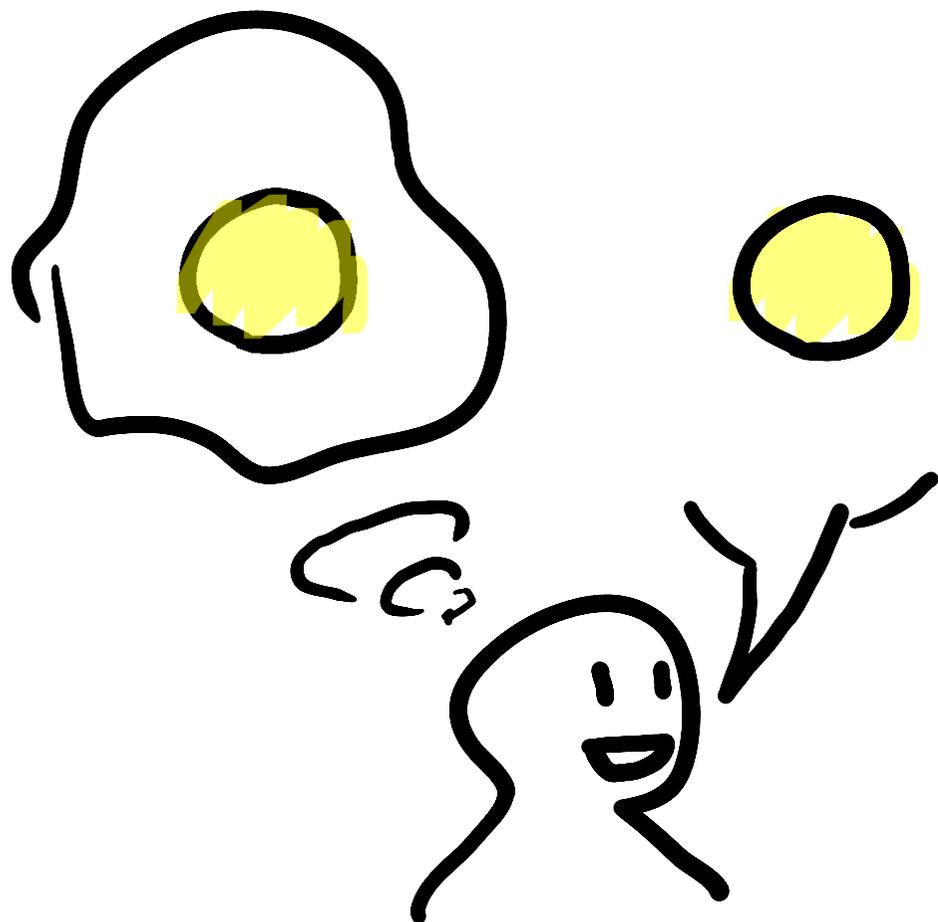
担当者の考えていることは、広い
(白身=あいまいな裾野がある)

しかし、そのうち、確実に言えること
だけを渡す(黄身だけにする)



担当者の考えていることは、広い
(白身=あいまいな裾野がある)

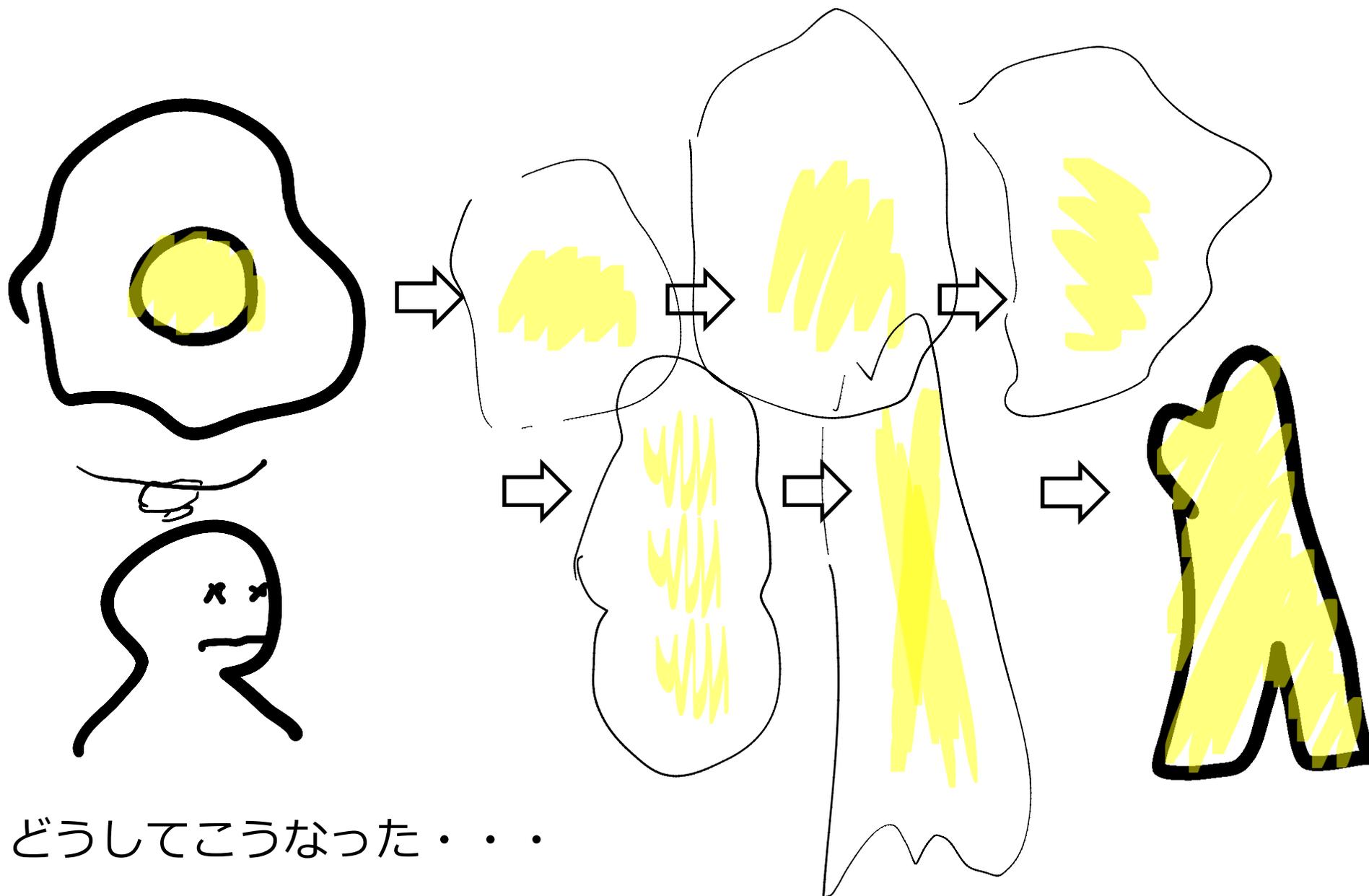
しかし、そのうち、確実に言えること
だけを渡す(黄身だけにする)



受け取った側は、自分で白身を広げ、発展させる

そしてまた次へ渡す時は白身をはぎ取って、
黄身だけにする

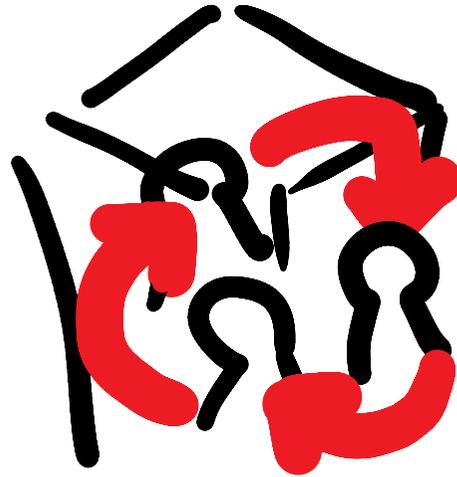
伝言ゲームの行き着くところ



どうしてこうなった・・・

(日常でも。髪を切りに行く時、伝えた希望を3人ぐらい伝言したらこうなります)

なるべくたくさん、創造のあいまい（白身）部分も、共有しよう

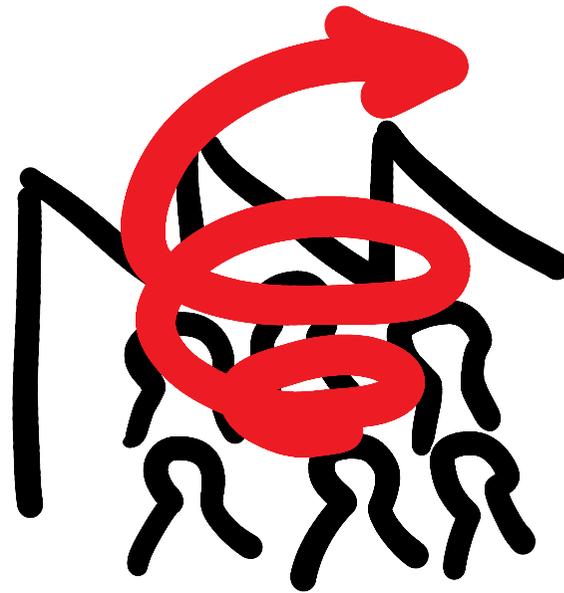


チームで創造活動に共通言語がある

伝言ゲームをなるべく減らそう。

そして、

なるべくたくさん、創造のあいまい（白身）部分も、共有しよう



横断的に伝達経路上の部門を巻き込んでのブレスト

部門を超えてブレストって言っても簡単じゃないでしょ？

部門を超えて集める、というのは、確かに大変。

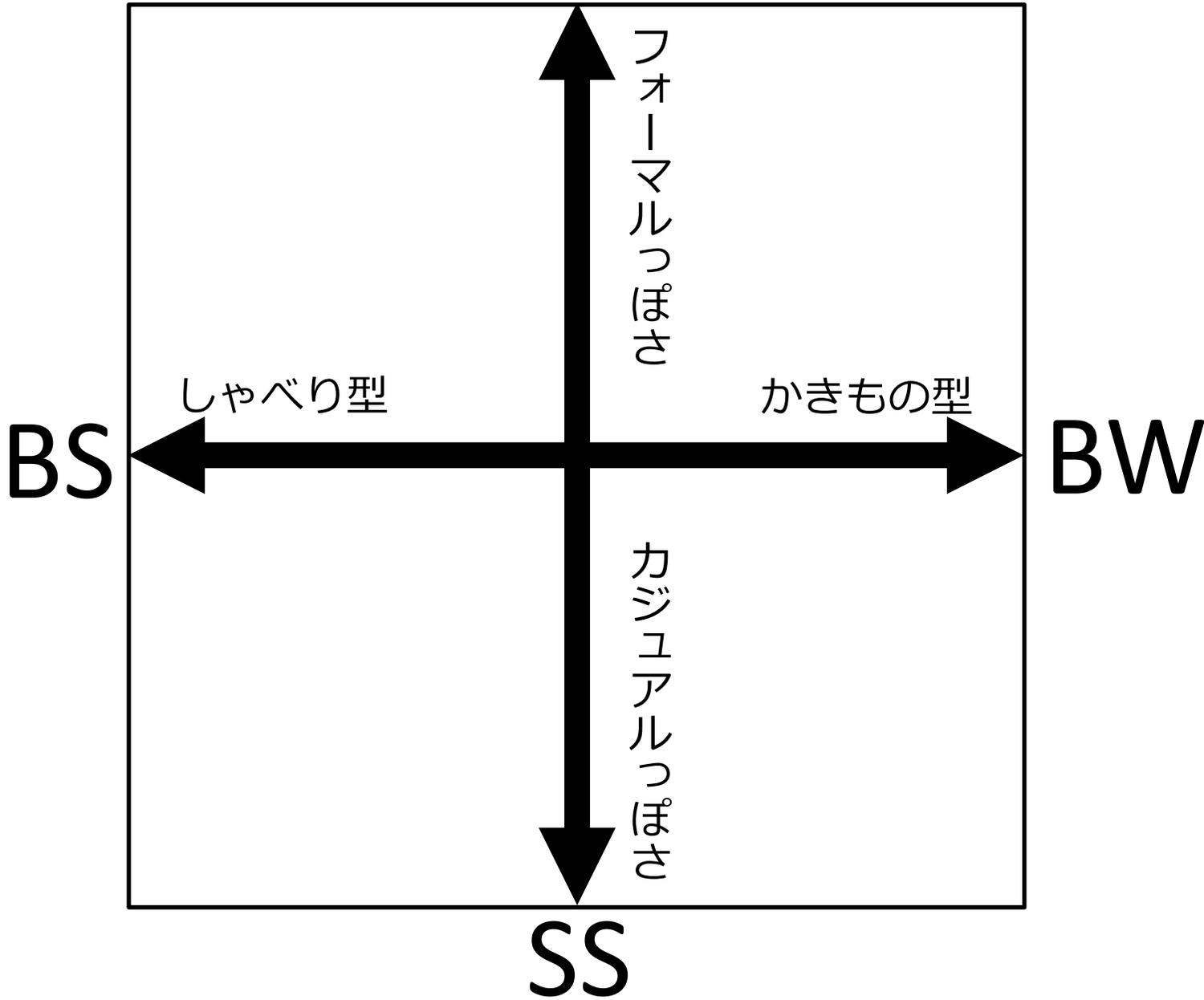
でも、部門を超えて集められるならば、
具体的なやり方はたくさんある。

人数が多くなるとブレストしにくい？ 確かに。

知らない人同士だとブレストになりにくい？ 確かに。

ただ、ブレストにしても、
人数や場の性格に応じて
いろんなやり方があります。

FBS



いわば、アイデア創出の組織的活動の「OS」

そういったものを確立、しよう。