

1

ヒット商品から発想する

6観点ワーク

こういうこと、ありませんか？

新聞で読んだり、
展示会で偶然見つけた、
他の業界の優れた商品。

自社品の開発ヒントが、何かありそう。

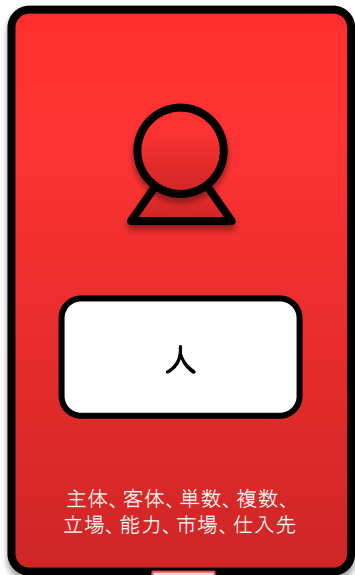
でも、いざアイデアを書いてみよう
とすると、どうしても筆が進まない。

緻密な分析手法も、
もちろんありますが、

発想力で、
多様なアイデアのパーツを
作り出す方法もあります。

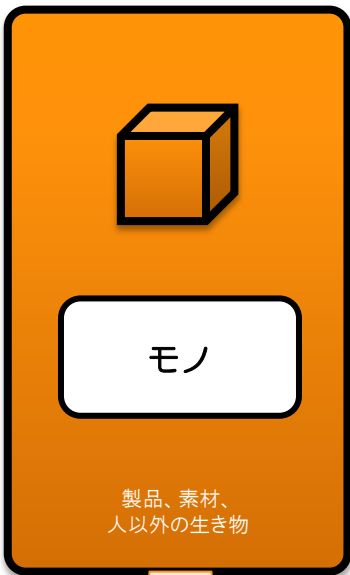
6つのサーチライト

発想パターンから抽出した6つの観点で
多様な観点で考える



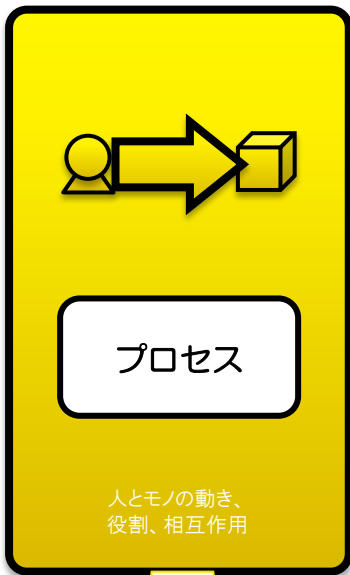
人

主体、客体、単数、複数、
立場、能力、市場、仕入先



モノ

製品、素材、
人以外の生き物



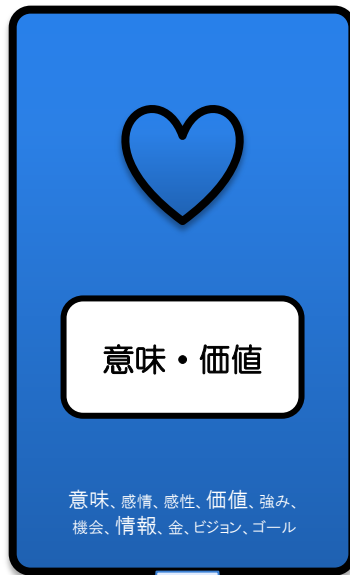
プロセス

人とモノの動き、
役割、相互作用



環境

風土、取り巻く場、状況、
時間、空間、構造



意味・価値

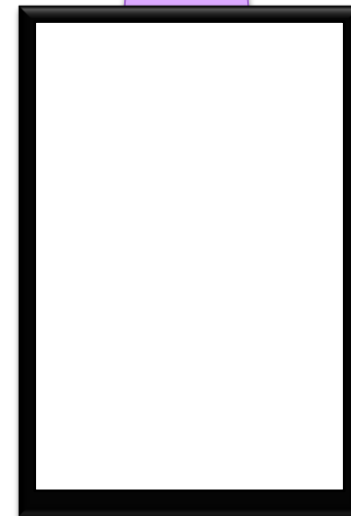
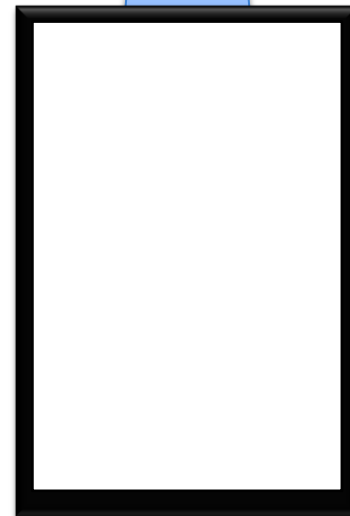
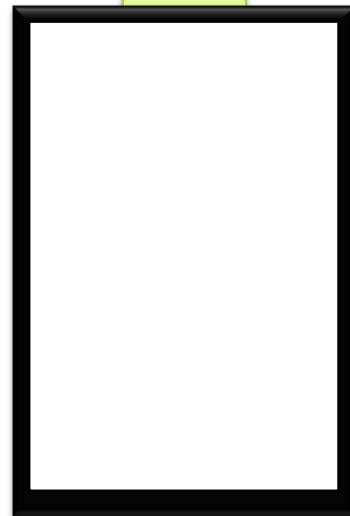
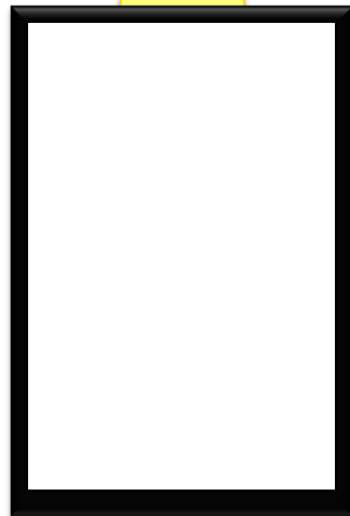
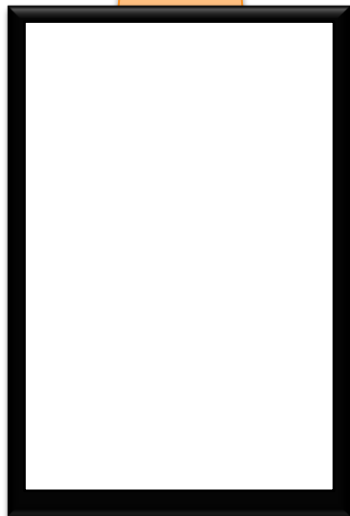
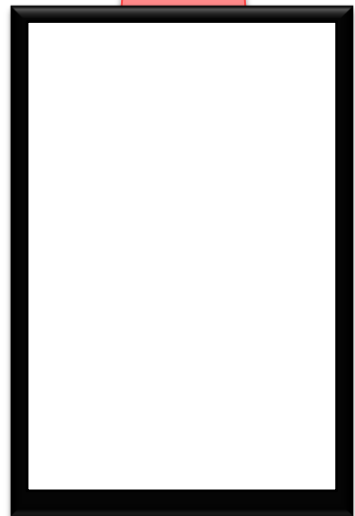
意味、感情、感性、価値、強み、
機会、情報、金、ビジョン、ゴール



五感で
感じるもの

色・形、音、におい、味、
質感、触感、食感

名称：



対象にたいして、各観点から見て、思い浮かぶことをメモする

手順

1. 商品を1つあげる
(ヒット商品や、自分の気に入っている商品など)
2. 観点毎に、その観点で対象をみて
特徴となることを書き出す (10分)
3. シートを回し、興味深いものに
☆を付ける (ハイライト法)
4. ☆の多いものを発想の切り口として、
別の製品 (ノート、鞆、ホワイトボード等) にそれを入れ
新しい製品のアイデアを発想する

オプション

オプション

ステップ4の発想するパートは、
スピードストーミングや
マンダラートなどを行うのも良い。

練習ワークの場合は、
掛け合わせる「別の製品」は
汎用性の高いモノが良い。

余談

ヒット商品の中には、
人々をひきつけた要素がある。

ヒット商品の中には、
人々をひきつけた要素がある。

それを抽出し、
新製品アイデアの切り口にすると、
発想はしやすい。

(それは、意識的にも・無意識にもしている)

難しいのは、その「要素」は
物質的なものばかりじゃないということ。

そして、その時、その時の、
社会背景も連動している。

抽出した「要素」は
いずれ古くなる。

例えば、昭和の開発資料を見ると
具体的な「要素」は古い。

※でも現代でも通用する普遍的なものもあります。

なので、多くの「創る人」は
同時代を生きている“自分”の
力で「要素」を切り出す。

なので、多くの「創る人」は
同時代を生きている“自分”の
力で「要素」を切り出す。

そういう時に便利な
「対象を見る観点」が
ないだろうか？

探すと、実は、あります。

探すと、実は、あります。

およそ人間が考える時の「発想の観点」というものがあります。

それらを網羅的に集め、大きく分けると「6観点」になります。それを使います。

探すと、実は、あります。

およそ人間が考える時の「発想の観点」というものがあります。

それらを網羅的に集め、大きく分けると「6観点」になります。それを使います。



『アイデア・スイッチ』
6観点リスト

このワークは、そうしたものを
根底に使っています。