



2012年9月12日  
株式会社ファランクス殿



# 発想を豊かにする アイデア創出の技術

IDEAPLANT  
石井力重

[rikie.ishii@gmail.com](mailto:rikie.ishii@gmail.com)

1

# 発想の特性

～3つの絵～

ペンと紙を用意してください。  
時間は10秒ずつです。

- お題 1 (口頭で)
- お題 2 (口頭で)
- お題 3 (口頭で)

お題1について  
\* \* なものを書いた方は？

90%

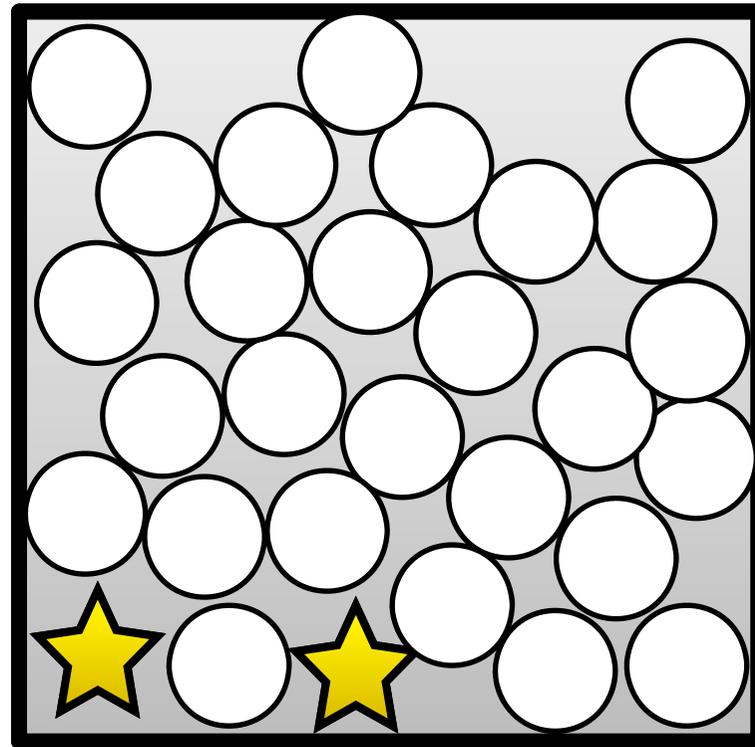
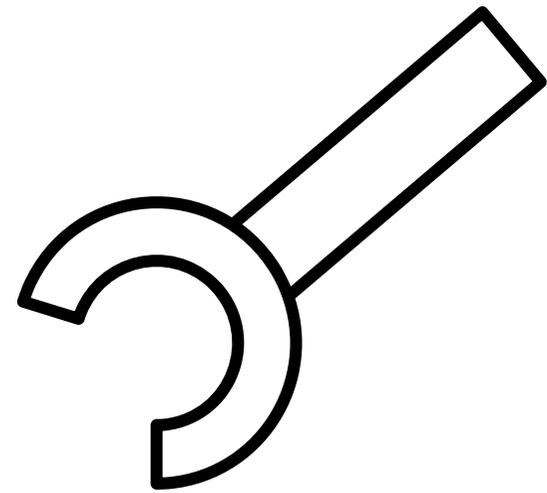
お題2について  
□□なものを書いた方は？

95%

お題3について  
○○なものを書いた方は？

70%

人間の発想は人それぞれ、と思いがちですが  
初めのほうは多くの人が同じようなものを思いつく傾向があります。  
こうした頭の特徴は実は結構たくさんあります。



創造性のおいしいゾーンにリーチした時のシグナル？ 5

2

# スピードストーリーミング

5分交代のペアブレスト



自分の中で「やりたいなあ」と  
思っていること、ありますよね。

計画がしっかりあるかたもいるでしょう。

「ふんわり、アイデアがあるだけ」というレベルの方もいるでしょう。

どんな方でもOKです。

いろんな人から花粉をもらってアイデアの輪郭を太くしていきます。

# 発想のお題

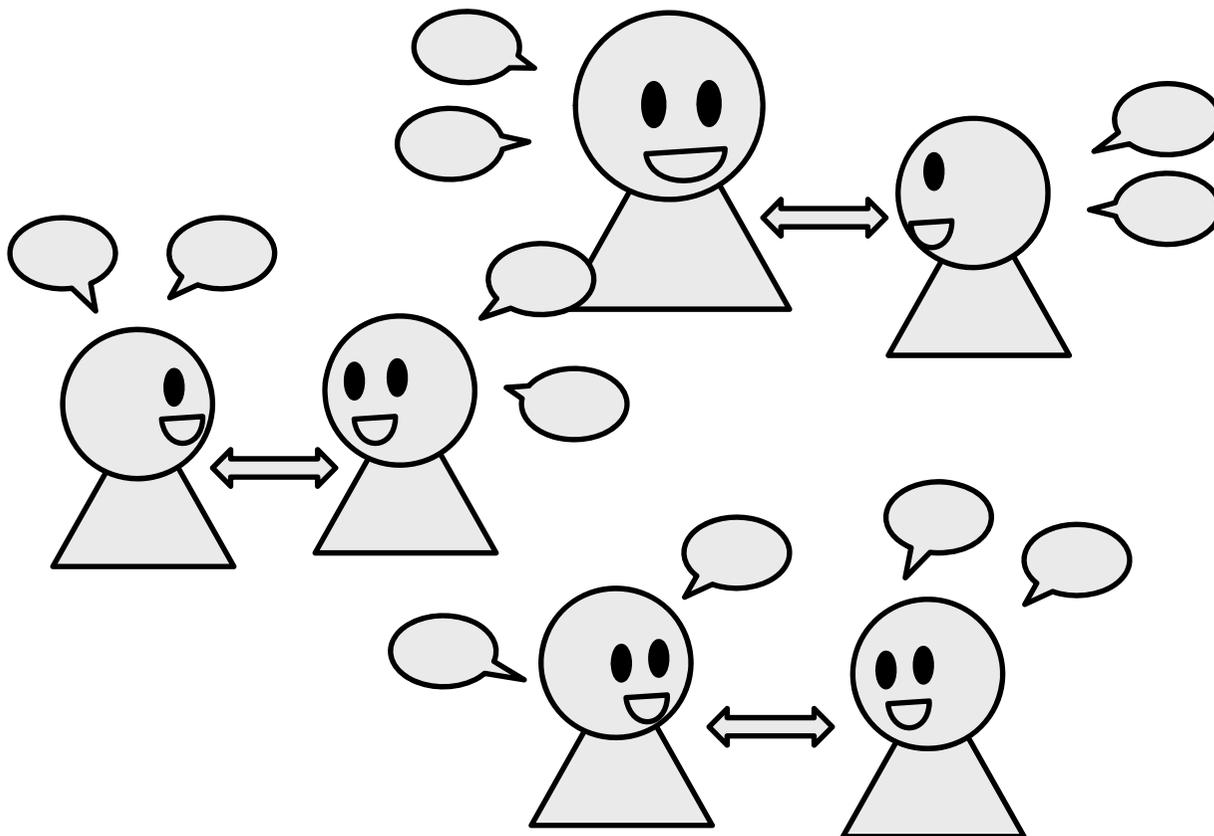
---

「作ってみたい  
webサービスのアイデア」

# 1. ペア・アイデア出し (他花受粉)

## SpeedStorming

- UC Berkeleyで開発されたアイデアワークの方法
- 異なる専門の人同士の連携ネタを生み出しやすい



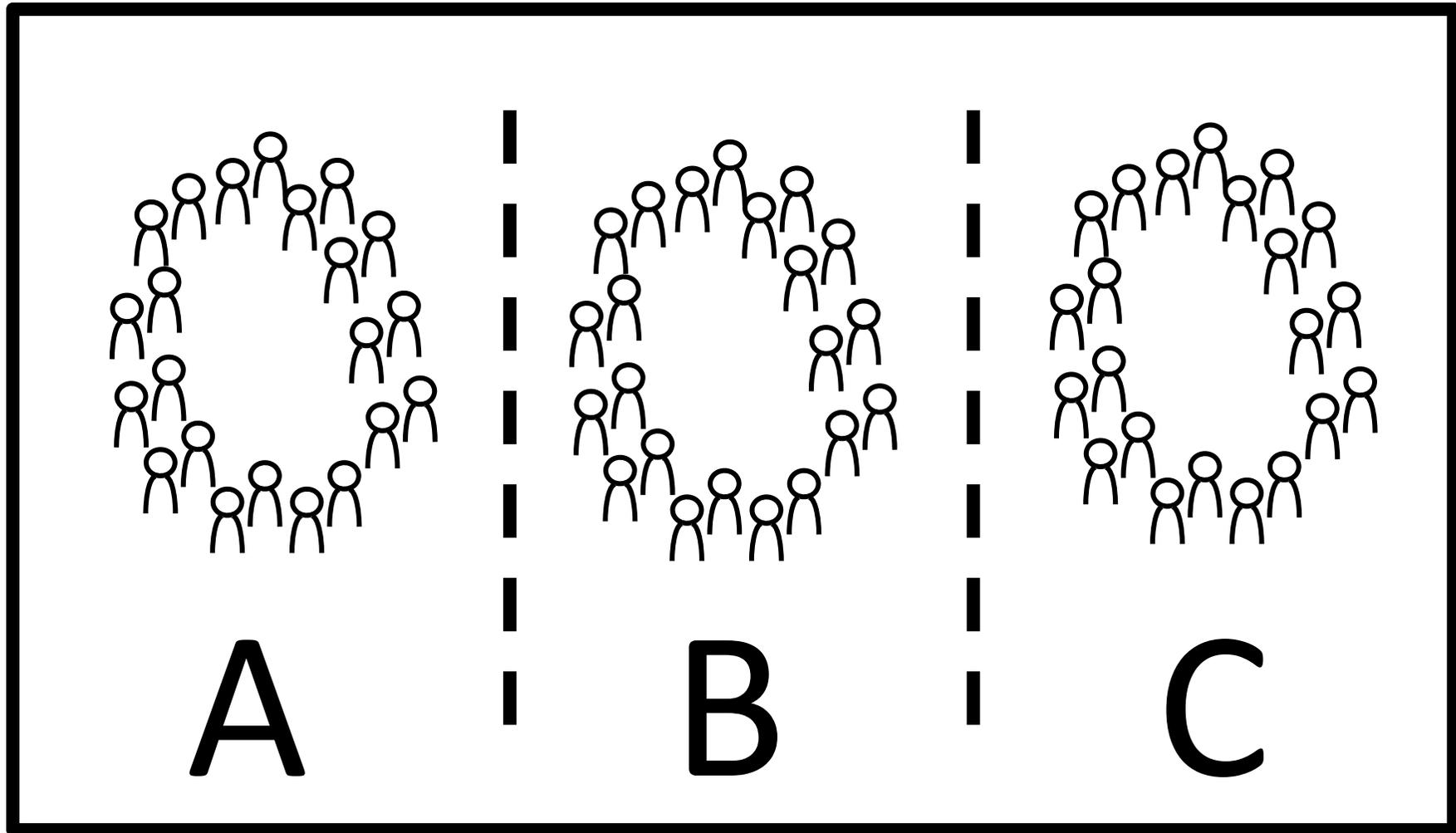
5分間、アイデア出し

1分間、メモ取り

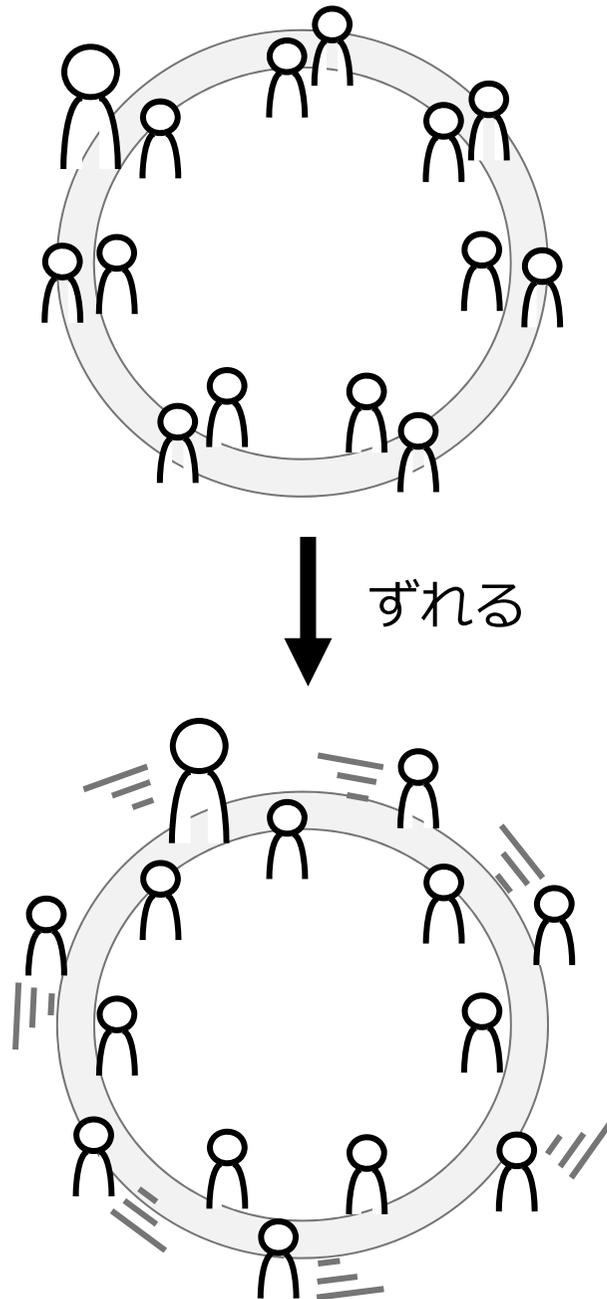
ペア交代

× 5セット

今のメンバーとできるだけだけ分かれ  
会場全員で、大きな二重の円を作ります (目安=1ユニット20名)



# やり方 (30分)

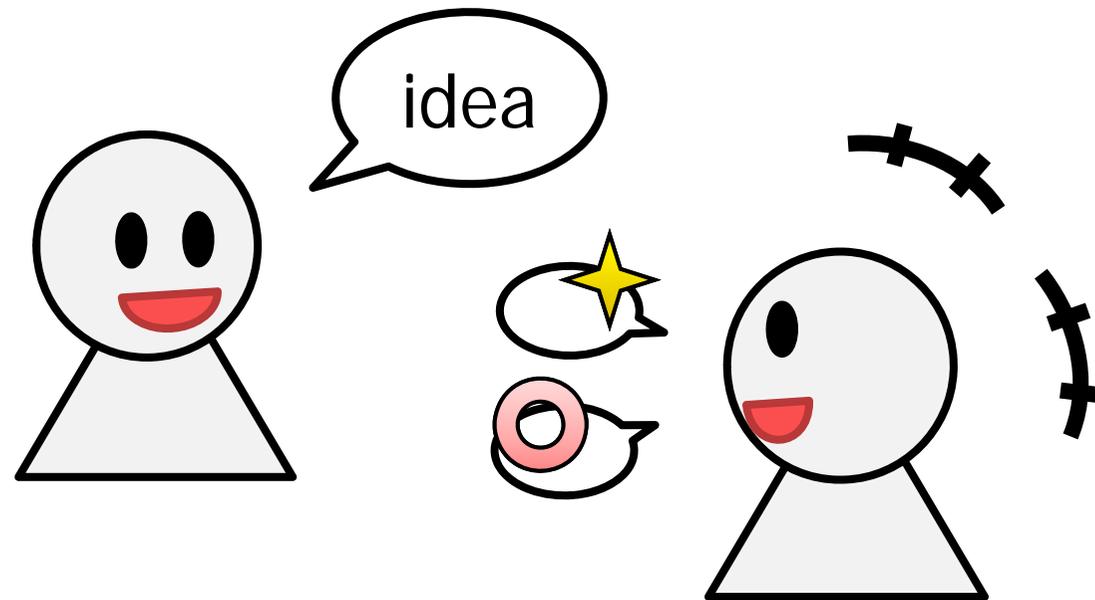


- ① ペアで、輪に
- ② 5分間、ペアで  
(ブレスト。お互いのアイデアを  
紹介しあって、広げる)
- ③ 1分間、メモタイム  
(会話を、徐々に収束)
- ④ 挨拶、外側が1つ移動  
(時計回りに)

～ 計5回、実施

ルールを1つだけ。

「プレイズ・ファースト」



“アイデアの良い所に  
光を当ててコメントする”

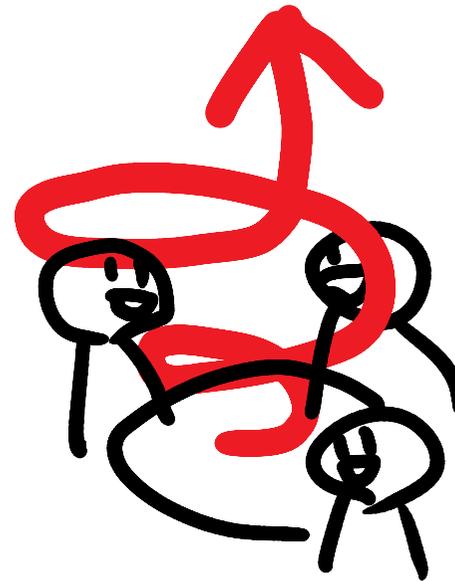


# 「プレイズ・ファースト」

(相手のアイデアの良い所に光を当てて、コメントする)

## 効果 1)

アイデアを言いやすい場ができる



## 効果 2)

創造性のエンジンが回り始める

(肯定的心理 → (刺激) → 創造的思考)



5分間の中でお互いがやりたいと  
思っているアイデアを紹介しあって、  
相手のアイデアの面白い所をもっと  
伸ばしてあげるようなアイデアを  
出してあげてください。

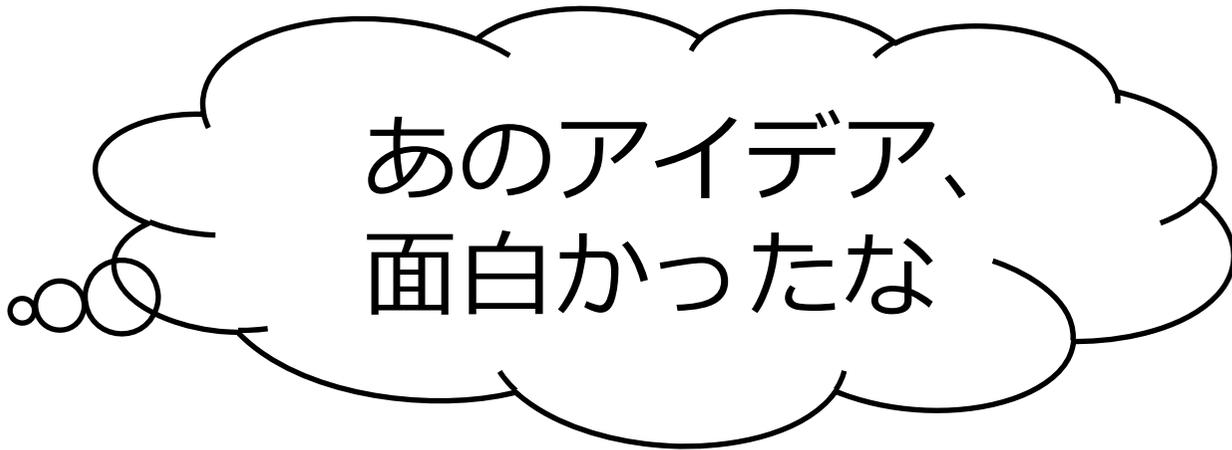
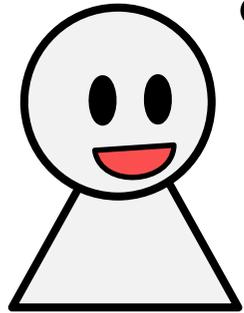
時間の使い方はお任せします。

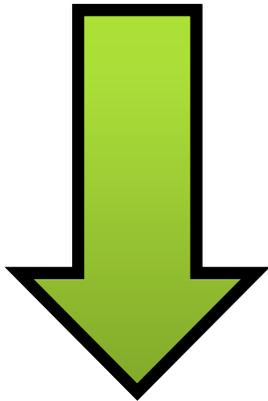
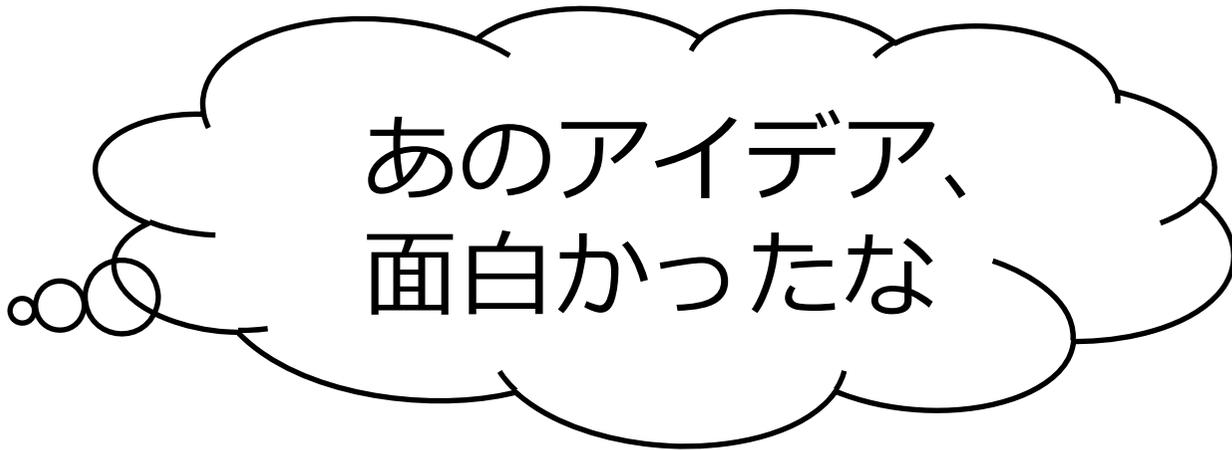
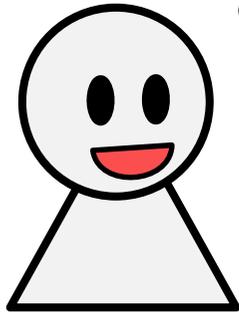
2.5分ずつ、交代してもいいですし、  
ずっと片方の方のアイデアについてアイデア出しをしてもかまいません。  
(それも、たくさん、両者にとって良い効果があります)

2-2

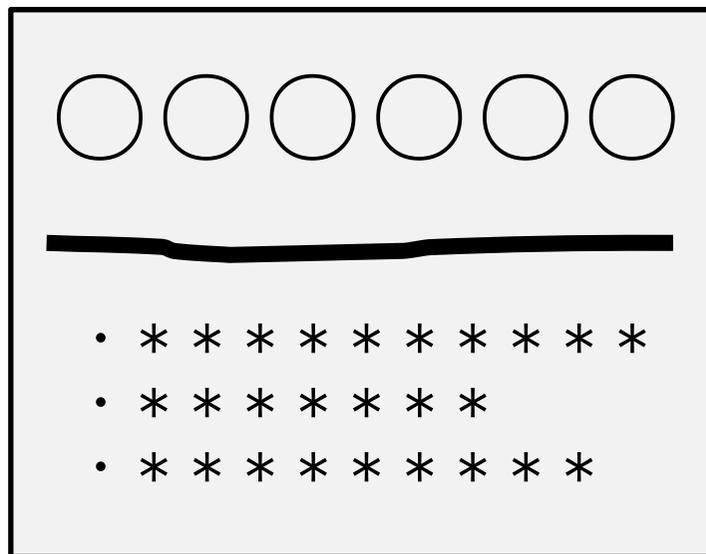
# アイデアスケッチ

アイデアを書く





アイデアを、  
少し具体化

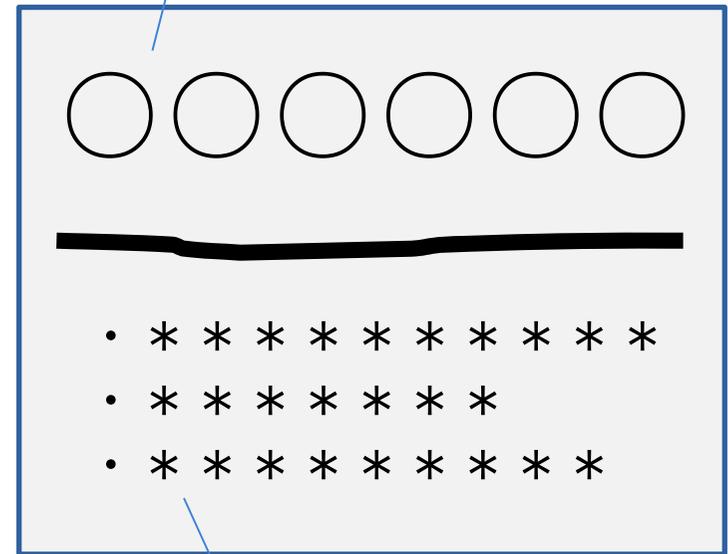


アイデア  
・スケッチ

# アイデアの具体化

- 自分が思いついていたアイデア
- 人から聞いていいなと思っていたアイデア
- コメントできなかったけど、こういうアイデアもありじゃない? と思ったもの
- など、頭の中を、シートに描きます。

アイデアのヘッドライン化



補足、詳細、3つまで!

1人3枚、8分 (+a)

# アイデア・スケッチ

ヘッドライン化したアイデア（アイデアを一言で表現したもの）

アイデアの詳細や補足説明、3つまで（絵や図でもOK）

- 

- 

-

ヘッドライン化したアイデア（アイデアを一言で表現したもの）

# モバイル瞑想室

アイデアの詳細や補足説明、3つまで（絵や図でもOK）

- 椅子に座った状態で、全身すっぽり、の箱
- 豊かな気持ちの暖かい色合いの瞑想室
- 静寂な青の瞑想室、など

2-3

# ハイライト法

良案抽出

# ハイライト法

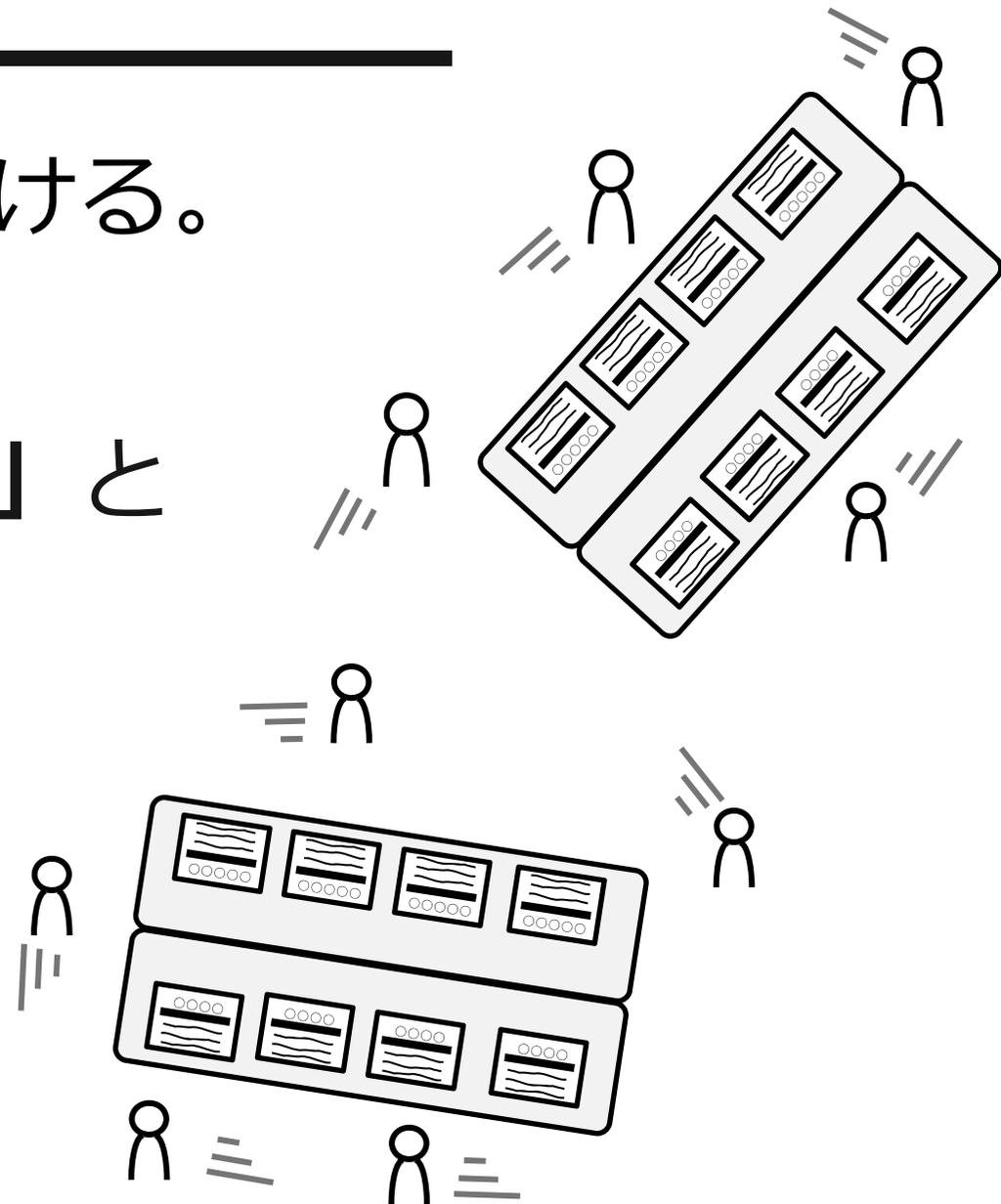
---

テーブルを回る。☆を付ける。

- ・「面白い」又は
- ・「広がる可能性がある」と  
感じるものに。

☆いくつでもOK

自分のスケッチにも  
客観的に見て付ける



2-4

# アイデアのレビュー

上位案をレビュー

# トップN個を紹介

( $N = \text{参加者数} / 4$ )



(この後、発展ブレストを行う場合は、次のことを事前にアナウンス)

## ■ 発展ブレスト

- 発展ブレストは、トップ1~Nのアイデアがネタ。
- 参加者は、自分の参加したいアイデアへ集まる。
- 1グループ=4人。(目安。多すぎるときは調整)

⇒ このレビューの際に、参加したい案を見つけてください。

2-5

紹介  
のみ

# 発展ブレスト

良案を発展させる

# 発展ブレスト

---

1. 発展ブレストに参加したいところへ移動  
(1グループ=4人程度)
2. 発展ブレスト (30分)
  - 元のアイデアを、発展させたアイデア
  - 詳細部分のアイデア
  - 具現化への懸念事項とその対策アイデア
  - などなど。各グループの自由裁量。

2-6

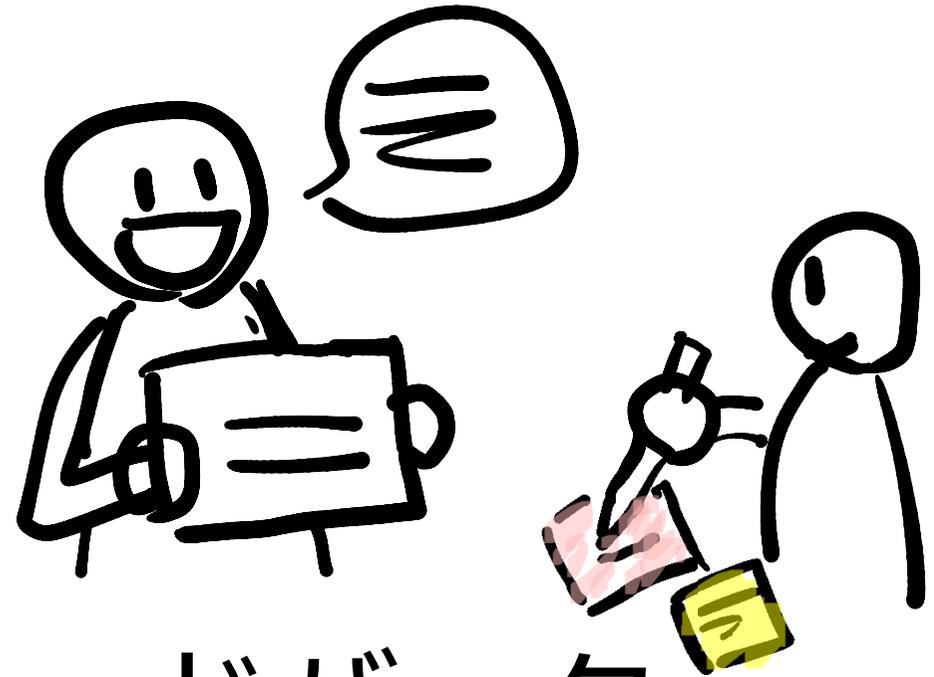
紹介  
のみ

# プレゼン &ポストイットFB

ポストイット・フィードバック・ワーク

# プレゼン

A4白紙三枚だけで、  
アイデアをプレゼン (2分)



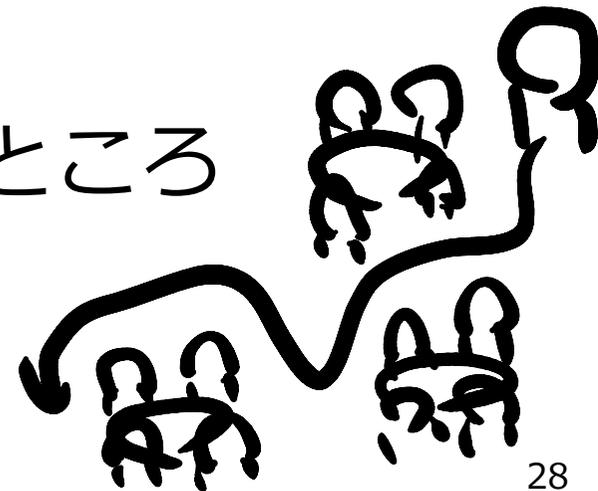
# ポストイット・フィードバック

ポストイットにコメントを書く (2分)

■黄色 = いいところ

■赤色 = (悪いところ→) もっと良く出来るところ

プレゼンター...もらって回る (1分)



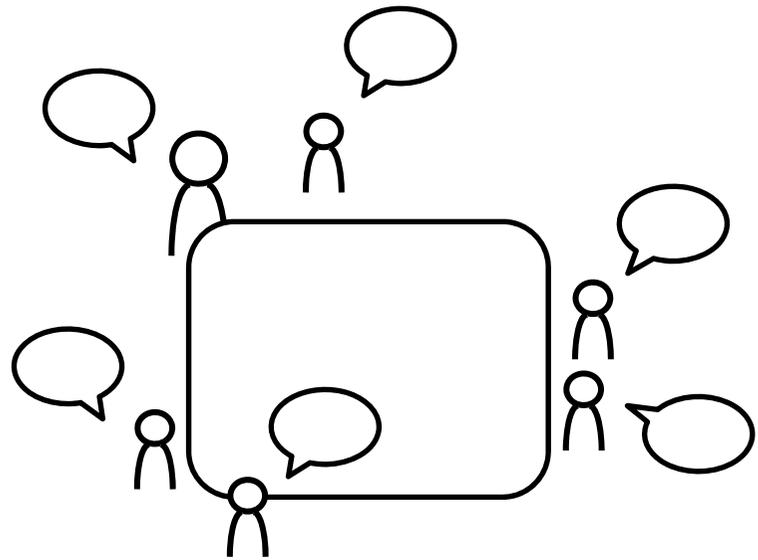
補足

# Speedstormingの

(五分交代のペアブレスト)

普段の職場・会議での活用の工夫

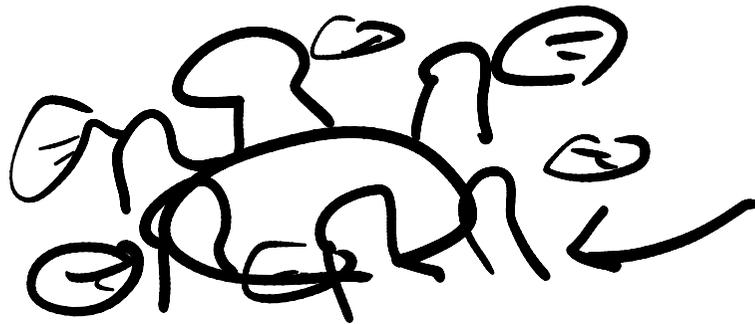
# 会議でアイデアが出ないときの処方



① 適当に、ペアになる

② 5分間、ペアで  
(ブレスト。お互いのアイデアを  
紹介しあって、広げる)

③ 1分間、メモタイム  
(会話を、徐々に収束)



④ 別の人とペアを組む。  
(計3回やります。毎回違う人  
とペアになってください。)

⑤ 元の会議サイズに戻す

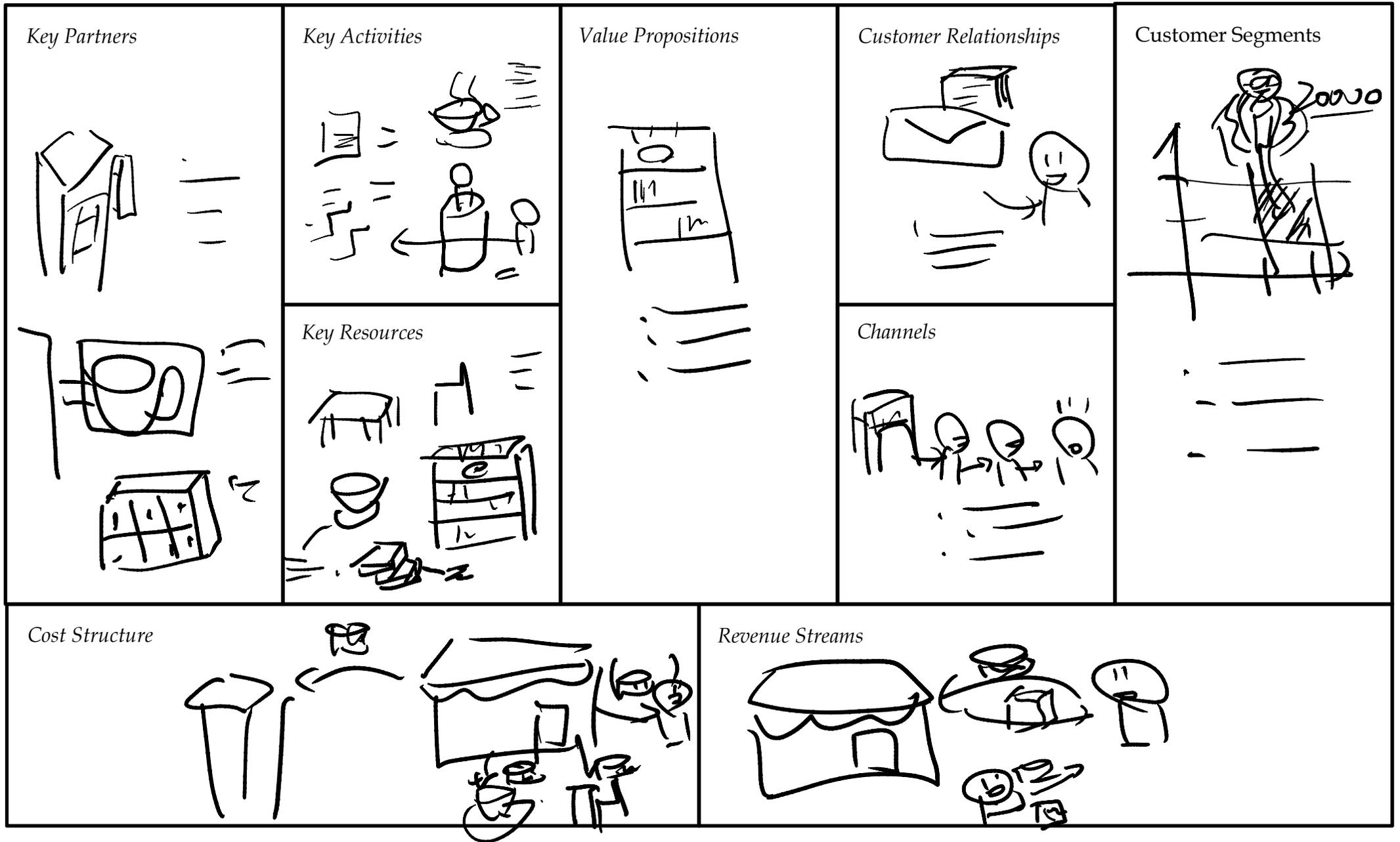
3

本スライドは、半日ワーク用  
なので、今回はこれをもっと  
単純化したものを行います。  
(参考資料としてください)

# TRIZ for BMC

ビジネスを改良する工夫パターンで、  
キャンバスの要素を創造的に発展させる

# 既存のビジネスモデル、もしくは、構想したビジネスモデル



ここに、TRIZの発想のエッセンスを用います。

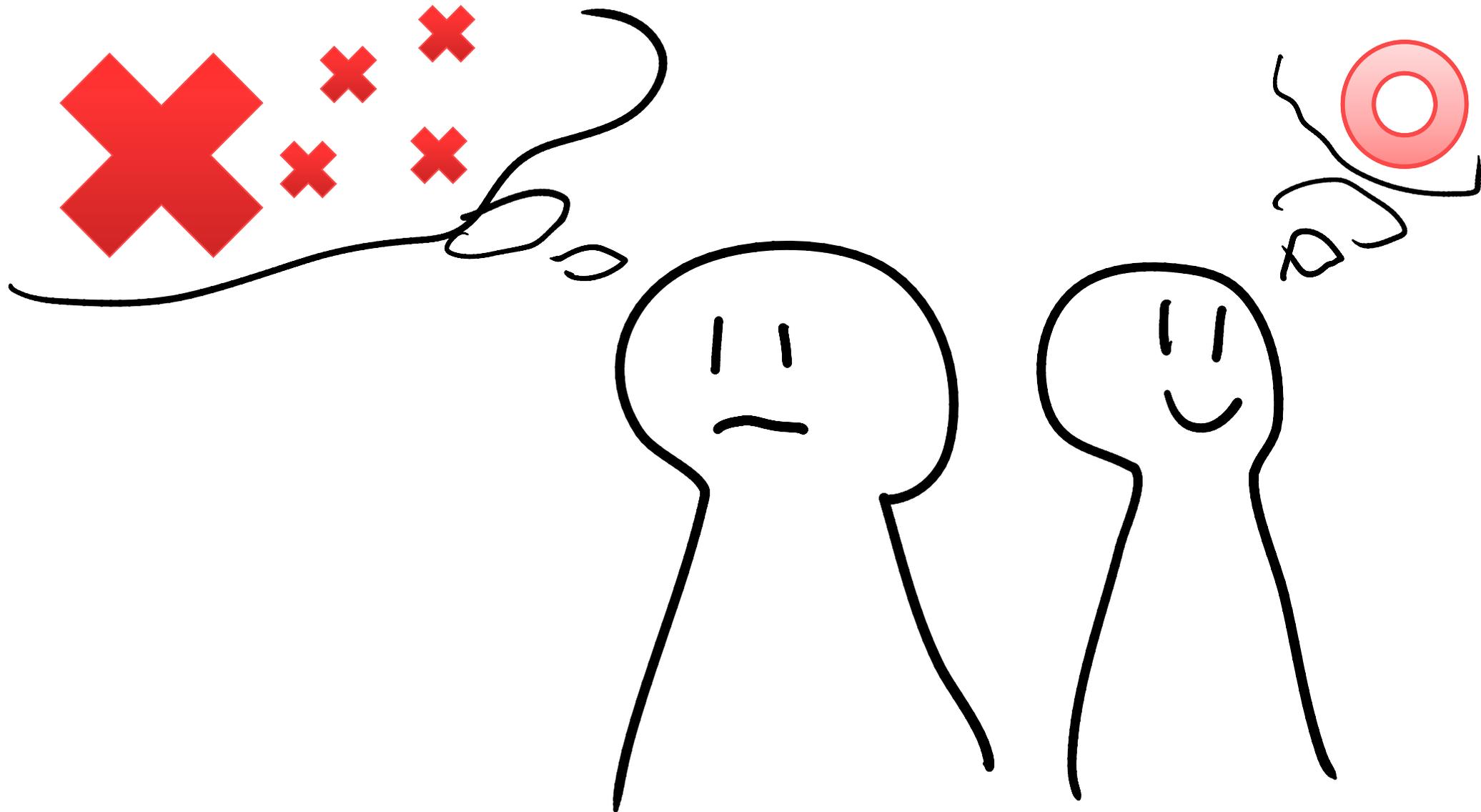
補足：

“TRIZ”ってなに？

簡単に言うと、“技術的ブレークスルーのパターン集”、  
のようなものなのです。

イノベーティブなアイデアを  
効果的に引き出すアイデア発想ツールです。

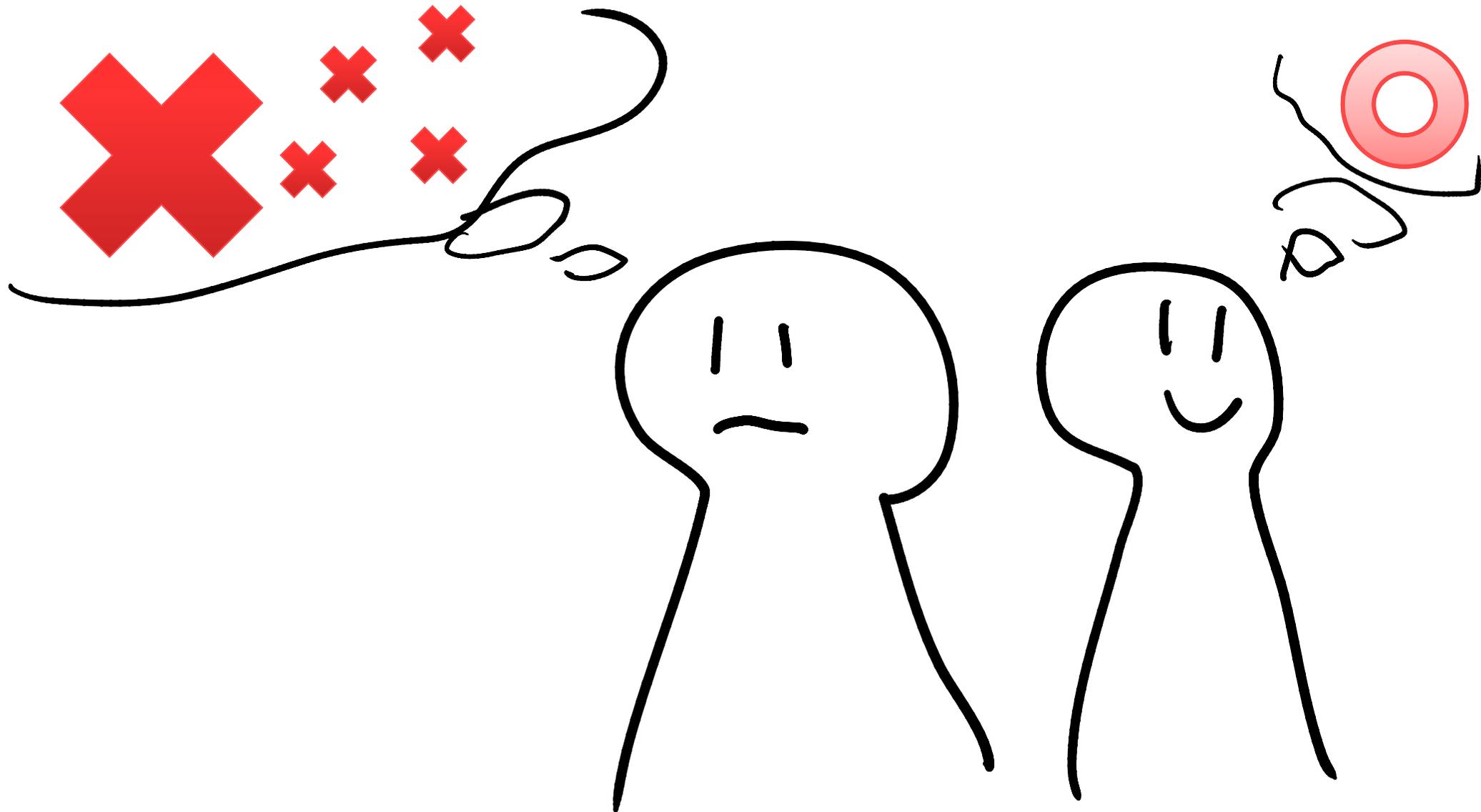
- [01] サービスの最小提供量をもっと少なくする
- [02] 好評なサービス部分を単独のサービスとして切り出す
- [03] 提供サービスの一部を変えて、次のサービスとのつながりを作る
- [04] 一部の顧客にたくさんの情報を提供し、他の顧客への口コミが起ころうにする
- [05] 仕入れ先であり顧客でもある取引先を作り、持続性の高い取引を行う
- [06] いくつかの支援サービスを一括して提供する
- [07] 沢山使う顧客が現れた時に、内容の拡張がその場でできるように設計しておく
- [08] 無料ユーザと有料ユーザに分けた時に収益が十分に取れる仕組みを作る
- [09] 非常に利益率の高い事業や商品には、先に社会貢献的な取り組みを入れておく
- [10] 顧客が要求すると思われるサービスへの拡張性を持たせておく
- [11] リピーターで居続けてもらうために、手厚いフォローや年間サポートなどを提供する
- [12] 同等のサービスを利用したことのある層をターゲットにする
- [13] 顧客が企業から収益を得る仕組みを作り出す
- [14] 販売したものをいずれ買い取る流れを作ることで集客力や収益性を上げる
- [15] IT関連で解決できることはクラウドサービスを利用する
- [16] パレートの法則で上位2割のみ解決する
- [17] 同業他社へサービスや商品を提供する
- [18] 非常に早くて軽いトライアルを行ってみる
- [19] サービス利用量が落ちる時期・時間帯に別の用途や市場向けに提供していく
- [20] 収益性が出るまでに投資コストがかかる事業は、撤退を検討する企業から買収し開発する
- [21] 問題となる部分を迅速に修正することでサービスを良い状態に保つ
- [22] 高いコストを要するサービスにさらにコストを投入し、質の高い顧客層を獲得する
- [23] サービスの利用者の行動パターンを次のサービス設計に反映させる
- [24] 新規開拓の時期に取引の突破口となる目玉商品を作る
- [25] 自動的に市場や人々から供給されるものをサービスの中に組み込む
- [26] 最小単位の取引通貨（例：1コイン=105円）を作り、現場の処理を単純化し、取引を把握しやすくする
- [27] 継続的な取引のない顧客に対し、代金引換（ダイビキ）の支払い方法など取引開始コストを低く抑える
- [28] ユーザの視覚、聴覚の反応特性からユーザーインターフェースを改善する
- [29] 入力順序や不明部分の入カスキップなどを可能にし融通性を高くする
- [30] サービスやシステムの規模をユーザ数に合わせて適宜拡張できるようにする
- [31] 不満を積極的に吸い上げる仕掛けやメンバーを作っておく
- [32] 収益性や製品のグレードに応じて、カードや商品タグに色を付ける
- [33] ターゲット顧客が買いやすい支払い方法を導入する
- [34] 顧客にとって新しい収益となるビジネスプラットフォームを作る
- [35] 社会や技術の変化を利用し、固定的な市場が変化する時を狙い参入する
- [36] 取引量の増加に伴い効率の落ちる部分をスマートなシステムや業務に変える
- [37] 参入時期にコストをかけてサービスの柔軟性を上げ、市場の求める形にあわせる
- [38] より条件のよいサービスを提供し、終了したいサービスの顧客をスムーズに移行させる
- [39] 有料ユーザと繋がる大量の無料ユーザも獲得しておき、他の有料サービス出現時のユーザの流出を防ぐ
- [40] 継続顧客の優遇や長期契約メニューをサービスの中に入れておく



マイナスと、プラス、2つのことが心に浮かびます。

(TRIZに限りません。新規性の要素を注ぎ込む時、よく、こうなります)

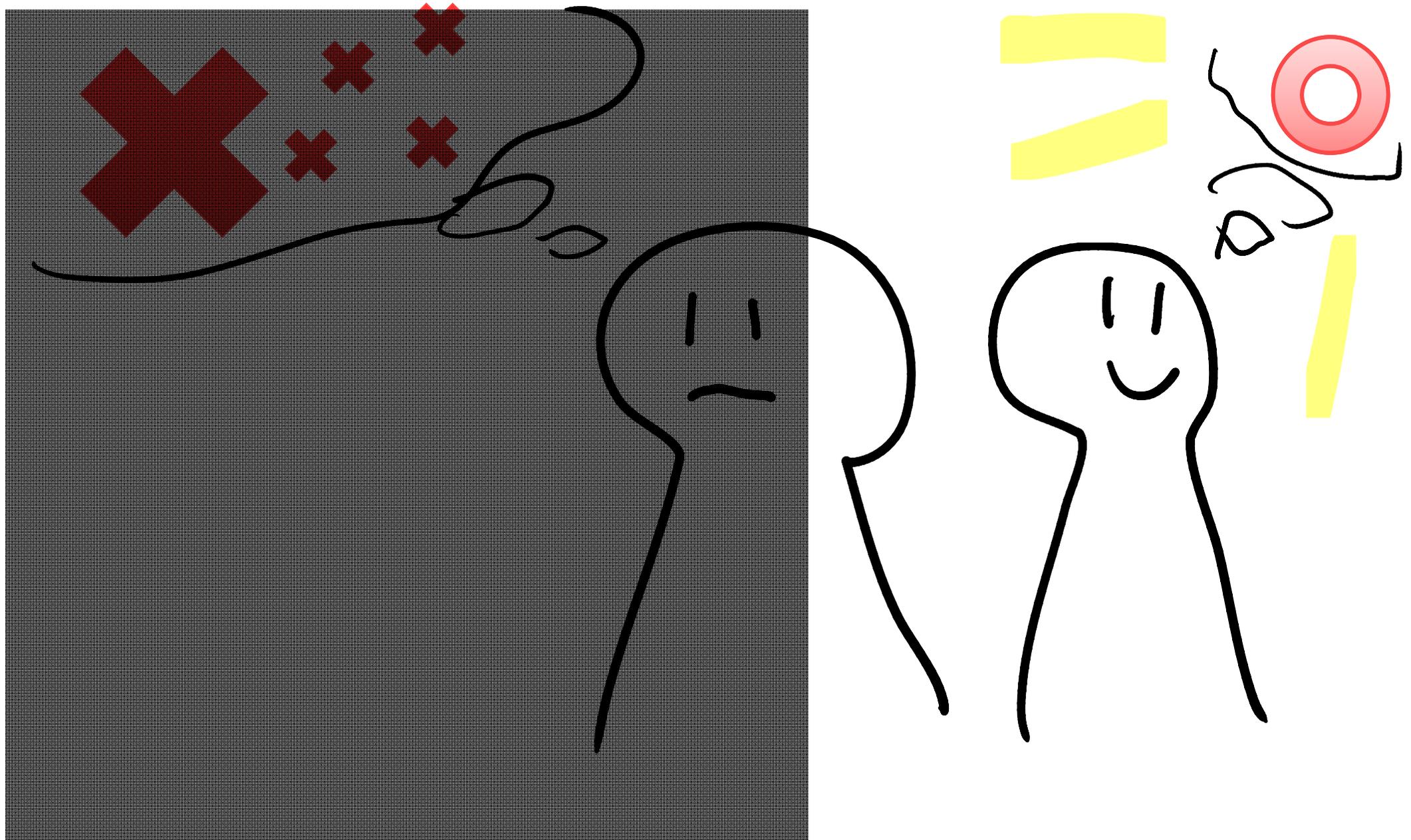
(マイナスの方が、大きい? 経験を積むほど、“×”を想起する力は鍛えられていきます)



普段の仕事においても・・・

部下から、新しい着想を聞いたとき、どちらから先に言おうか、迷いませんか。

実は、順番は、任意ではないのです



## “プレイズ・ファースト”

アイデアの良い所に光を当てて、それを伸ばしていく。それが先です。  
(懸念事項の指摘はもちろん大事。ただ、順番は、あと、なんです)

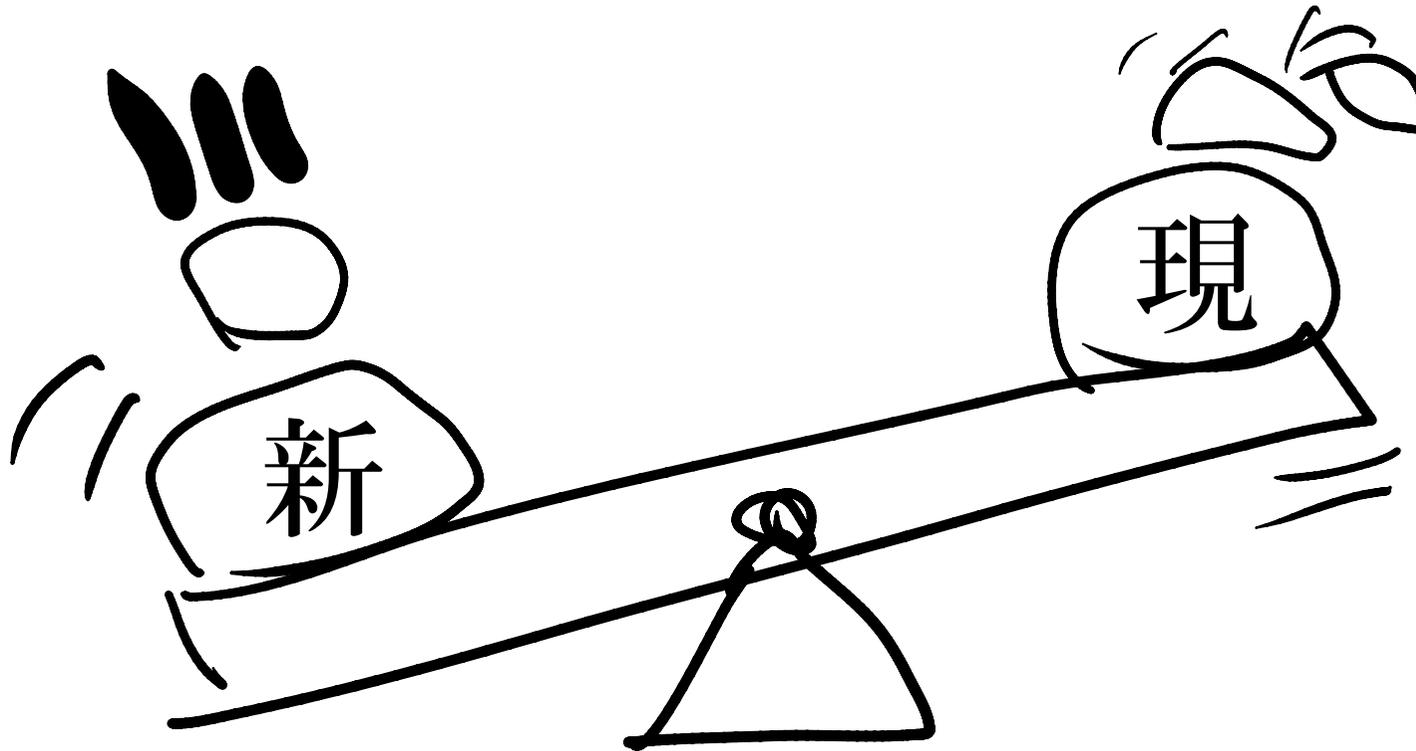


**対象に向かって、ドスンと、「その概念」を、あてはめてみる。**

そうすると、大抵は、いろいろなものがひずみます。

それが気になりますが、まずは、思い切ってそこに、適用してみます。  
そのうえで、なじむように調整を図ります。

忘れないでください



**新規性と、実現性は、トレードオフ**

競争力ある事業展開をするには、新規性は、どうしてもいる。

構想の初期段階にしかできないことがある。  
それは、創造的なアイデアを捕まえること。

新規性は不確実な要素の導入と等価。新規性の要素を含む構想は、  
実現性がぐんぐん、下がる。それは、いやかもしれません。

ですが、初期のアイデア創出は、  
**魅力的な、創造的な、新しい、そういうアイデアを得ることに**  
注力してください。

- 【01】 サービスの最小提供量をもっと少なくする
- 【02】 好評なサービス部分を単独のサービスとして切り出す
- 【03】 提供サービスの一部を変えて、次のサービスとのつながりを作る
- 【04】 一部の顧客にたくさんの情報を提供し、他の顧客への口コミが起ころうにする
- 【05】 仕入れ先であり顧客でもある取引先を作り、持続性の高い取引を行う
- 【06】 いくつかの支援サービスを一括して提供する
- 【07】 沢山使う顧客が現れた時に、内容の拡張がその場でできるように設計しておく
- 【08】 無料ユーザと有料ユーザに分けた時に収益が十分に取れる仕組みを作る
- 【09】 非常に利益率の高い事業や商品には、先に社会貢献的な取り組みを入れておく
- 【10】 顧客が要求すると思われるサービスへの拡張性を持たせておく
- 【11】 リピーターで居続けてもらうために、手厚いフォローや年間サポートなどを提供する
- 【12】 同等のサービスを利用したことのある層をターゲットにする
- 【13】 顧客が企業から収益を得る仕組みを作り出す
- 【14】 販売したものをいずれ買い取る流れを作ることで集客力や収益性を上げる
- 【15】 IT関連で解決できることはクラウドサービスを利用する
- 【16】 パレートの法則で上位2割のみ解決する
- 【17】 同業他社へサービスや商品を提供する
- 【18】 非常に早くて軽いトライアルを行ってみる
- 【19】 サービス利用量が落ちる時期・時間帯に別の用途や市場向けに提供していく
- 【20】 収益性が出るまでに投資コストがかかる事業は、撤退を検討する企業から買収し開発する
- 【21】 問題となる部分を迅速に修正することでサービスを良い状態に保つ
- 【22】 高いコストを要するサービスにさらにコストを投入し、質の高い顧客層を獲得する
- 【23】 サービスの利用者の行動パターンを次のサービス設計に反映させる
- 【24】 新規開拓の時期に取引の突破口となる目玉商品を作る
- 【25】 自動的に市場や人々から供給されるものをサービスの中に組み込む
- 【26】 最小単位の取引通貨（例：1コイン=105円）を作り、現場の処理を単純化し、取引を把握しやすくする
- 【27】 継続的な取引のない顧客に対し、代金引換（ダイピキ）の支払い方法など取引開始コストを低く抑える
- 【28】 ユーザの視覚、聴覚の反応特性からユーザーインターフェースを改善する
- 【29】 入力順序や不明部分の入力スキップなどを可能にし融通性を高くする
- 【30】 サービスやシステムの規模をユーザ数に合わせて適宜拡張できるようにする
- 【31】 不満を積極的に吸い上げる仕掛けやメンバーを作っておく
- 【32】 収益性や製品のグレードに応じて、カードや商品タグに色を付ける
- 【33】 ターゲット顧客が買いやすい支払い方法を導入する
- 【34】 顧客にとって新しい収益となるビジネスプラットフォームを作る
- 【35】 社会や技術の変化を利用し、固定的な市場が変化する時を狙い参入する
- 【36】 取引量の増加に伴い効率の落ちる部分をスマートなシステムや業務に変える
- 【37】 参入時期にコストをかけてサービスの柔軟性を上げ、市場の求める形にあわせる
- 【38】 より条件のよいサービスを提供し、終了したいサービスの顧客をスムーズに移行させる
- 【39】 有料ユーザと繋がる大量の無料ユーザも獲得しておき、他の有料サービス出現時のユーザの流出を防ぐ
- 【40】 継続顧客の優遇や長期契約メニューをサービスの中に入れておく

さて、話を戻します。

これ↑ というのは・・・

これらは、ビジネスの要素 (CS,CR,CH,VP,KP,KA,KR,RS,C) の  
どれか1つ、もしくは、2~3つの要素を  
改良する工夫パターン集です。

(専門な表現をすると  
TRIZという技術的ブレークスルーの40パターンを  
BMの展開用に、写像したものです)

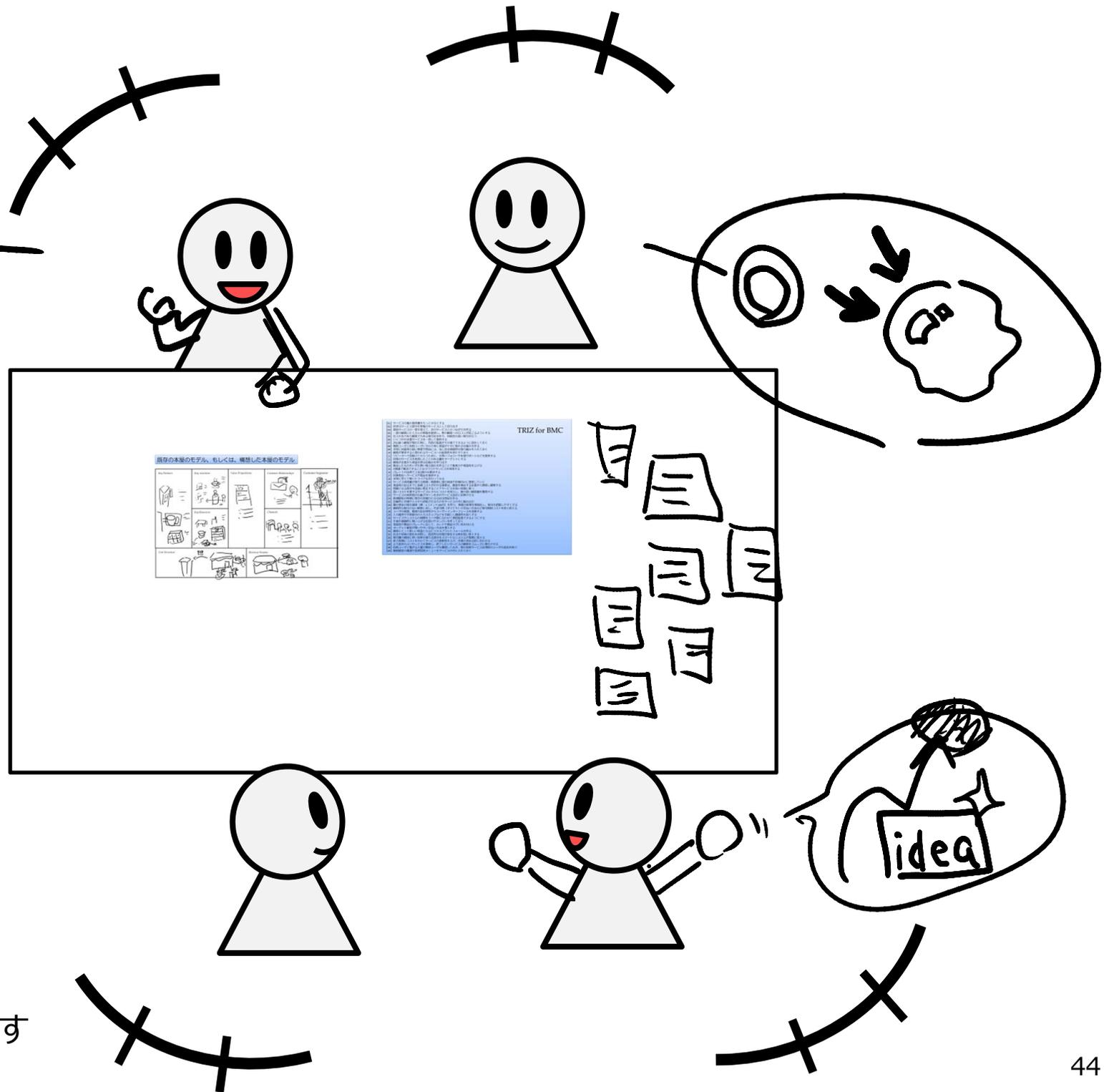
1. リストから一つ選ぶ  
(ランダムに)

2. それをこのBMCに  
あてはめたら、  
どんなBMになる？

3. この切り口で  
ブレストする  
(アイデアを出し、  
更に発展させる)

4. ポストイットか  
ホワイトボードに  
要約して書き留める。

1～4の所要時間：5～10分  
これを、3ラウンド位繰り返す



今回は、ランダムに選びましたが、選んで発想しても結構です。

大事なことは、**1つのガイドを選んだらその切り口に集中し、発想すること**です。

### **一人で行う場合は・・・**

リストのすべてをざっとチェックして、  
発想の出やすそうなもの、なにかを感じるものをチェックして、  
それに対して集中的にアイデアを出す、という方法で行います。

### **複数人いる場合は・・・**

興味の惹かれるものを、各自がチェックして、  
チェックの多いものから順に上位3つぐらいを  
ブレストするといいでしょう。  
(時間があるならば全部やってもいい)



## 創造工学の

さて、ちょっと、本格的な話。

「ブレストのルール」≡  
「創造力。その引き出しの開け方」

ちょっと、紹介させてください。

創造的に、独創的に、案を出すには？

その問いに、

必ずしも答えにはなっていないかもしれませんが、  
ヒントをたくさん含んでいるでしょう。

予

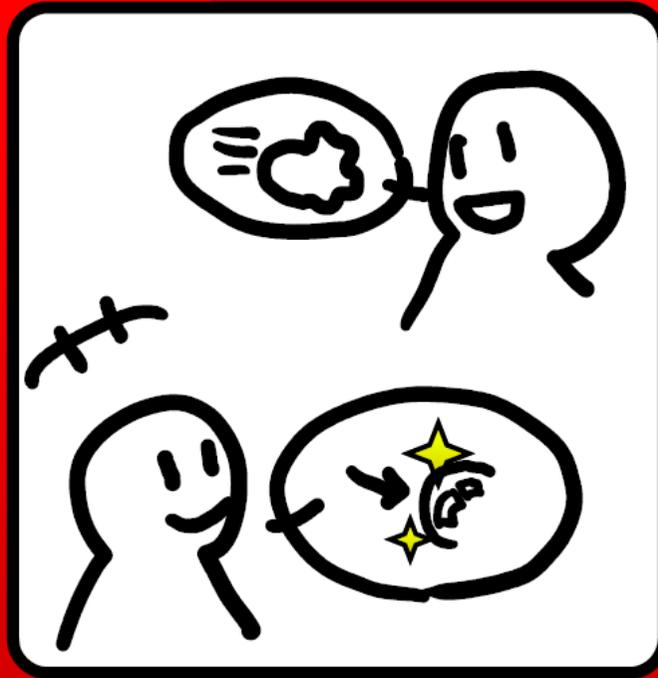
ブレストのルール、  
その根底にあるもの

まず、気軽に。雑談から。

人々から、創造的な話し合いを引き出す4つのカード

これは、ブレストの本質から作っています。

どんなもんだか、雰囲気だけ、ちょっと、見てみてください。



誰かのアイデアの  
良い所に目を向けて、  
それをコメントする。

Find a good point in someone's idea  
and comment about it.

**Mood Maker**

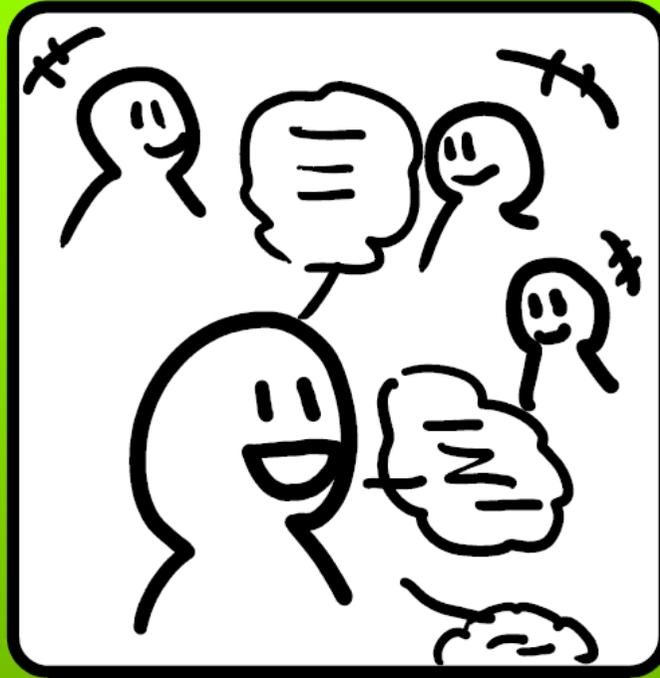
© ideaplant.jp



実現性が低くそうな、  
突飛なアイデアを出す。

Come up with a wild idea  
that seems almost impossible to realize.

**Free Thinker**



質にこだわらず、平凡な  
アイデアをたくさん出す。  
(2個以上出す)

Quantity than quality:  
give a lot of trivial ideas. (more than two)

**Mighty Maxer**

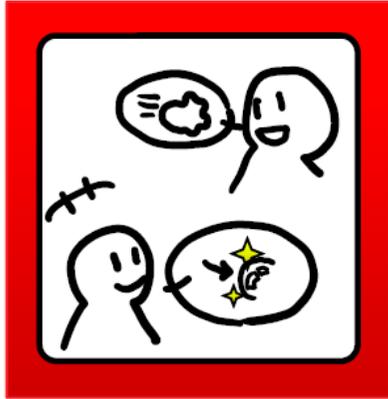
© ideaplant.jp



誰かのアイデアの面白い所  
を見つけ、それをヒントに  
してアイデアを出す。

Find something interesting about someone's  
idea and make a new idea from it.

**Giant Rider**



誰かのアイデアの  
良い所に目を向けて、  
それをコメントする。  
Find a good point in someone's idea  
and comment about it.

**Mood Maker**

© ideaplant.jp



実現性が低くそうな、  
突飛なアイデアを出す。  
Come up with a wild idea  
that seems almost impossible to realize.

**Free Thinker**

© ideaplant.jp



質にこだわらず、平凡な  
アイデアをたくさん出す。  
(2個以上出す)  
Quantity than quality:  
give a lot of trivial ideas. (more than two)

**Mighty Maxer**

© ideaplant.jp



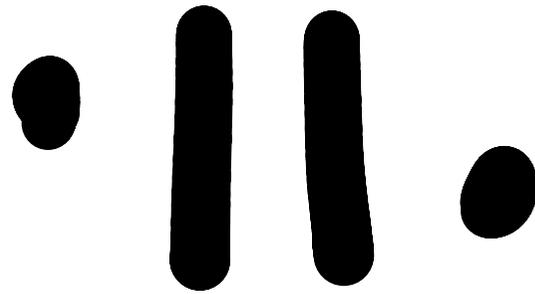
誰かのアイデアの面白い所  
を見つけ、それをヒントに  
してアイデアを出す。  
Find something interesting about someone's  
idea and make a new idea from it.

**Giant Rider**

© ideaplant.jp

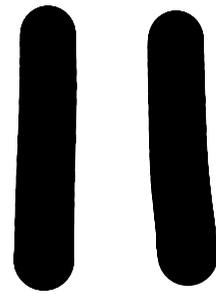
本質は、創造的な会話を引き出すのためのガイド、なんです。

# Brainstorming Rule



創造的イマジネーションへのガイド

- ブレインストーミング
- A.F.オズボーンが作った集団発想の技法。
- 4つのルール、あり。



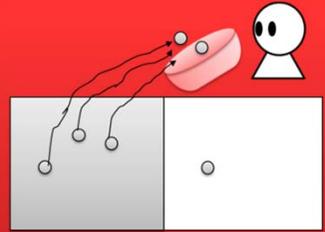
- **本質は、創造的イマジネーションを引き出す**  
**Guide**
- **一人で考える場合にも、有効**

# ブレストの本質

- 「ブレストのルールって、  
たしか、批判禁止、ってやつだろ？」
- 実は、原典では、ちょっと違います。
- “A.F.Osborn”の考えていたことって？
- 原点を、意識し紹介します。
  - 補足) 他の創造技法のエッセンスも使って、補っています

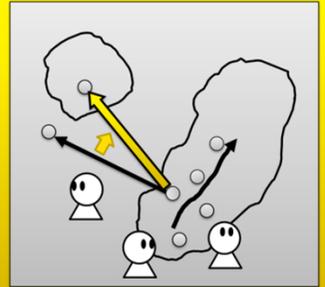
1

判断を先に延ばす  
Defer Judgment



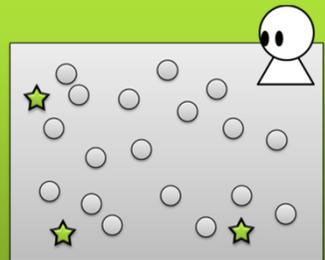
2

未成熟な案を育成する  
Encourage Wild Ideas



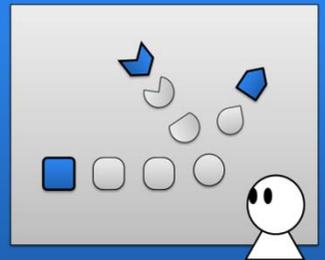
3

量を求める  
Go for Quantity



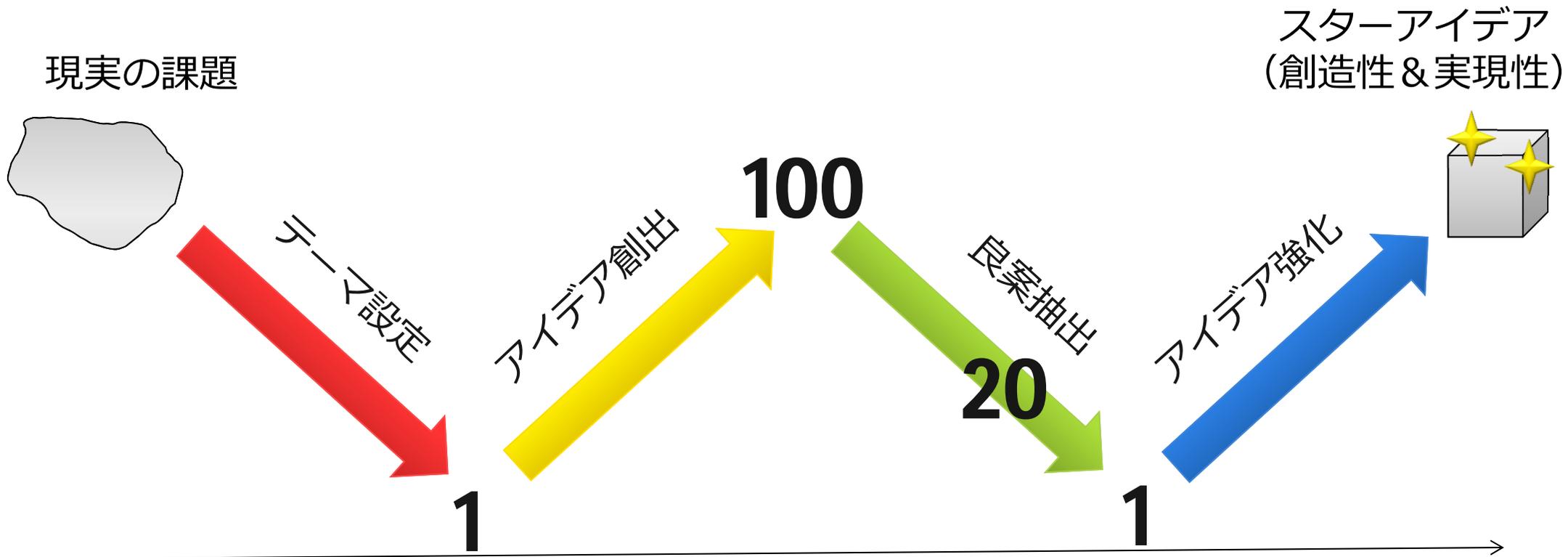
4

既出の案を発展させる  
Build on the Ideas of Others



m

メッセージ



# 4つのフェーズ

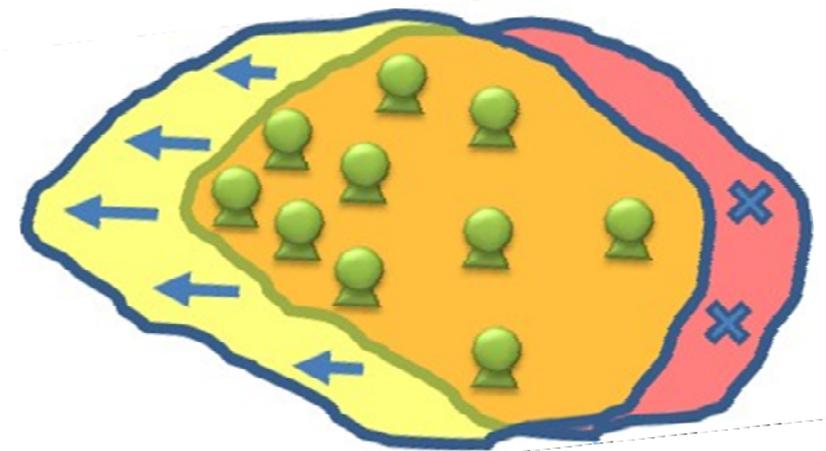
(アイデアワークの基本プロセス)

# 明日生まれる事業機会については 万人が同じスタートラインにいます。

人間は常に未充足を生み出します。  
既存の市場は必ずしぼみ、  
新しい市場が「毎日」生まれます。

明日生まれる事業機会については  
万人が同じスタートラインにいます。

(既存を守ると同時に) 常に新しいことを企画し、  
取り込んでいくことが、必要です。



アイデアプラントの志

# 創造的な活動をする人や組織が 次々と生まれてくる社会を創りたい

アイデアプラントは、「アイデア創出の支援」をする組織です。  
アイデア創出のための製品開発や講演・ワークショップを主な業務としています。

[詳細はこちら >](#)

石井力重 @ishii\_rikie

( As the last message )

m'

人間の発想はカーブの奥

「創造的認知」

5分

a)

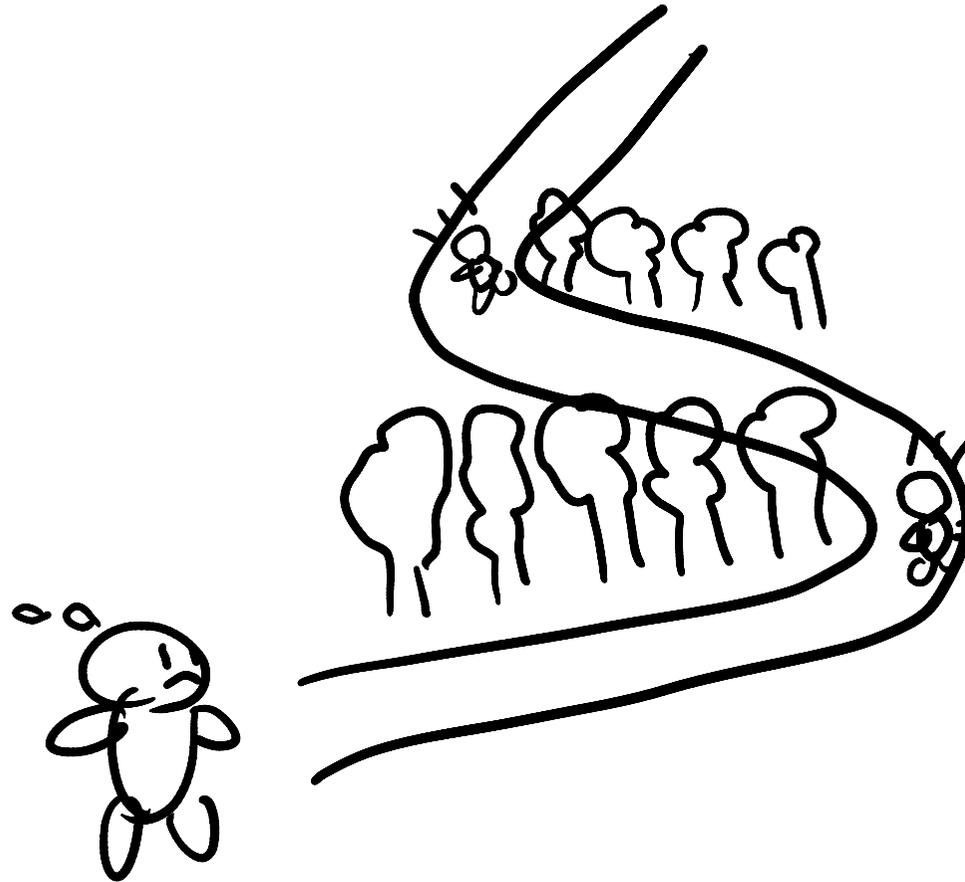
やっけていくうち、閃いていく

(という、頭の特性。創造的認知の一つ)

「記号を与えて、新しいデザイン案を作る実験」の話

「記号を与えて、新しいデザイン案を作る実験」の話

そこから、わかることが、1つ、あります。



人間の発想は、**カーブの奥**。

スタート地点では、思ってもいなかった景色が、途中から見えだす。

アイデアを発想するというのは、本質的に、「よく知らないことを考える技術」である。

二歩先しか照らせないカンテラで夜道を行くようなもの。

百歩先を照らすには、98歩目まで行くしかない。

はじめは、まさかそういう着想にいたるとは、思わなかったところにたどり着く。

新しいアイデアがない、というというのは、二歩先の中には、見えないだけのことである。

つまらないアイデアだと思っても、まずその2歩を行け。

