

京都D-school アイデア創出の技術

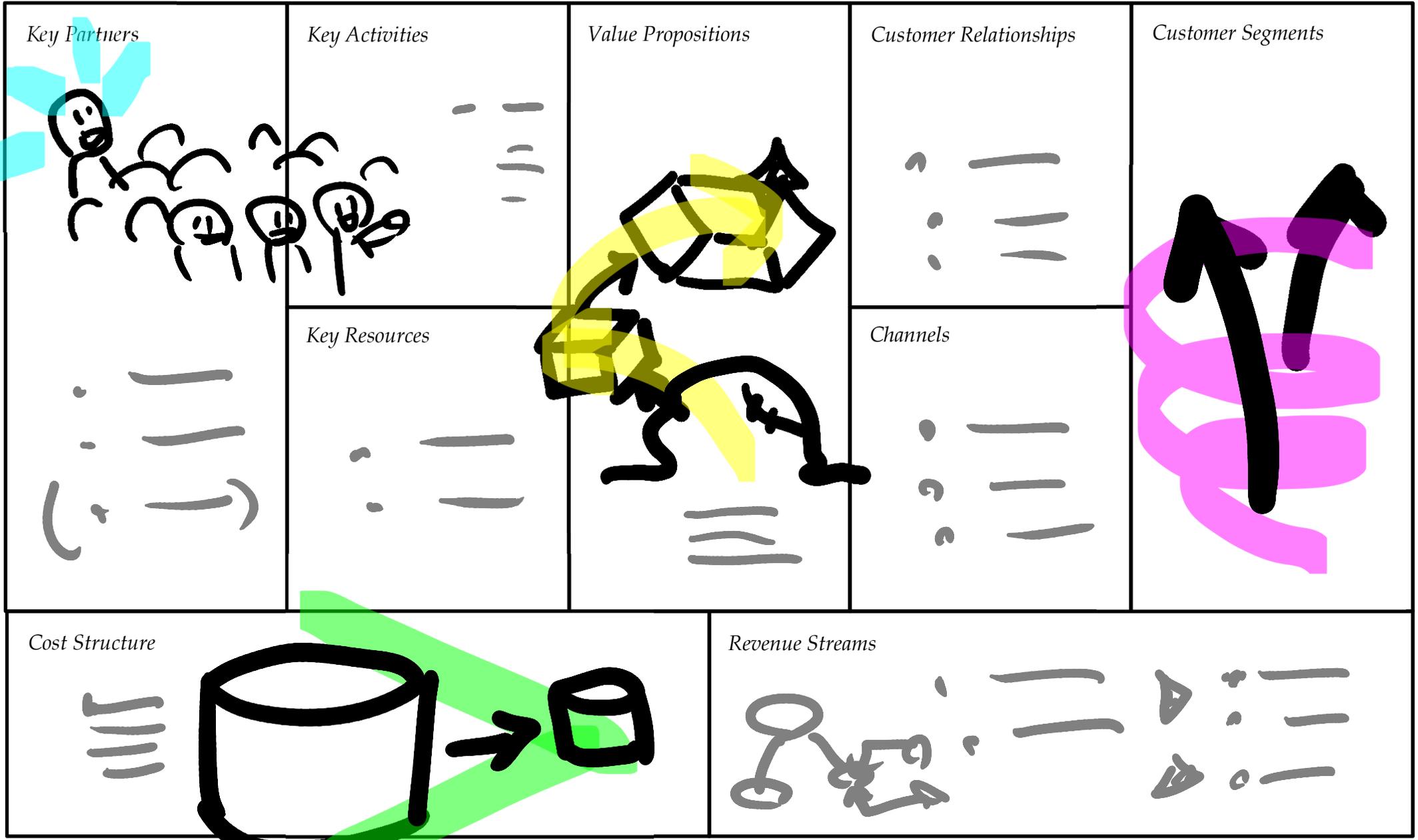
アイデアプラント

石井力重

2012年5月13日

講義の狙い

キャンパスの上でアイデアを拡げる



目次

0) アイスブレイク (未定)

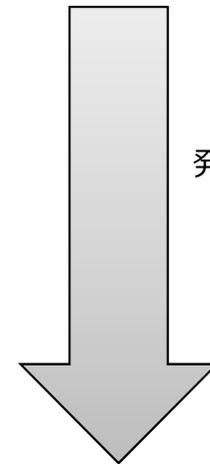
1) SCAMPER

2) TRIZ for BMC

3) 絵具のストック

3-1) BMC要素収集ウォーク

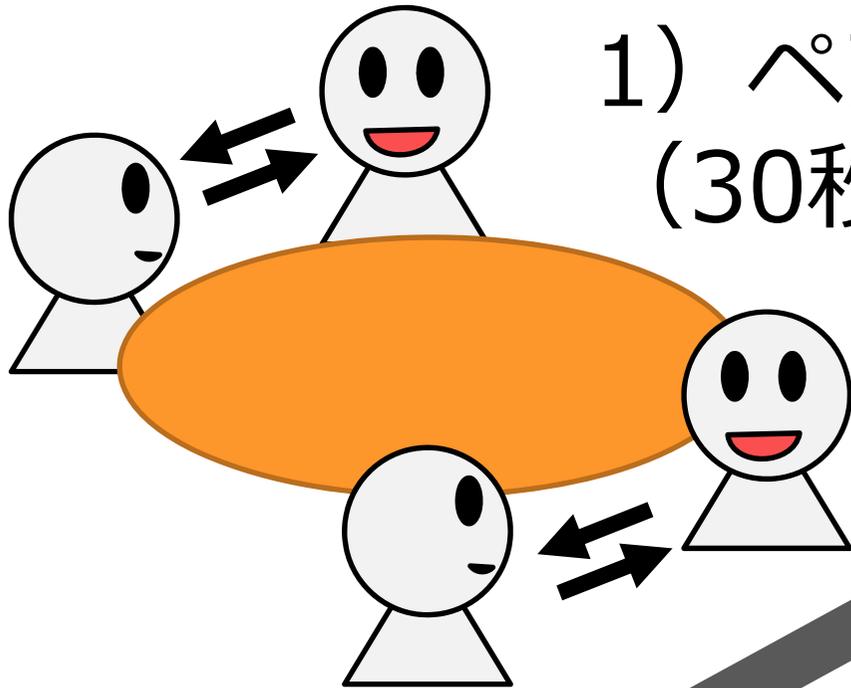
3-2) 役割付与ブレスト



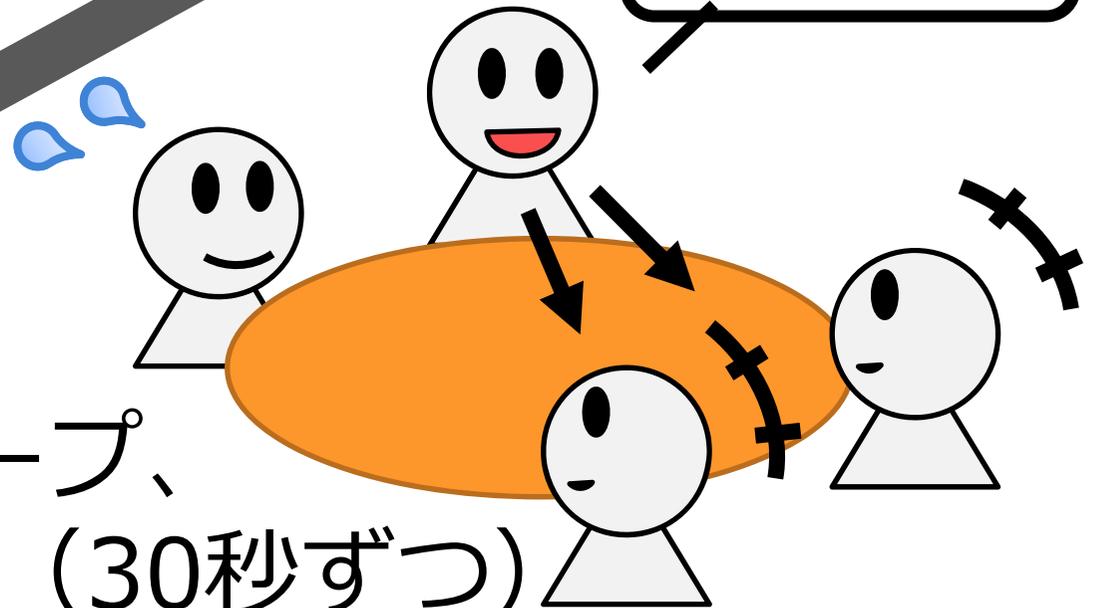
発展的なワークの提案
(本日は紹介だけ)

0) 他己紹介

1) ペア、自己紹介
(30秒ずつ)



2) グループ、
他己紹介 (30秒ずつ)



昨日、みなさんは「5年後の書店」というお題で
BMCを埋めてみましたよね？

それを、アイデア創出の技術でさらに創造的に発展させてみましょう。

(え？やってない？
そういうケースでも、大丈夫です。

私がお題で、かなり未成熟な段階のものを書いてみました。
それを題材に、一緒にやってみましょう。)

5年後の書店

<p><i>Key Partners</i></p> <p>出版社</p> <p>駐車場事業者</p> <p>オフィスグリコ</p>	<p><i>Key Activities</i></p> <p>配本と資金回収</p> <p>駐車場の管理</p>	<p><i>Value Propositions</i></p> <p>ドライブスルー</p> <p>意外な本と 出会う</p> <p>集中読書スペース</p> <p>半電子書籍</p> <p>本をあづけられる</p> <p>カーBookパーク 駐車場&コーヒー& トイレ&本の自販機</p>	<p><i>Customer Relationships</i></p> <p>暖かい対応</p> <p>サービス全体の スマートな提供</p>	<p><i>Customer Segments</i></p> <p>知的産業の ビジネスマン</p> <p>学習と資格の 大事なビジネスマン</p> <p>試験勉強する大人</p> <p>貸書斎の欲しい人</p> <p>パートタイム小説家</p> <p>資料収集の 秘書を必要とする エグゼクティブ</p>
<p><i>Cost Structure</i></p> <p>本の仕入れ代金、物流費、集金コスト、 オフィス本棚の製造と設置、 駐車場代金、カフェ代金</p>		<p><i>Revenue Streams</i></p> <p>ユーザ→書店</p> <p>ユーザ→カフェスタンド→書店</p> <p>ユーザ→オフィスグリコ→書店</p>		

こんなのじゃ、まだまだ、熟度が足りませんが・・・。

こんなのじゃ、まだまだ、熟度が足りませんが・・・。

このあらあらの状態の新書店ビジネスアイデア、
更に発想してみます。

1. SCAMPER

「発想トリガー」で、アイデアを拡げる

「オフィスBookstore本棚」って他にもお客さんいそうだな・・・

<p><i>Key Partners</i></p> <p>出版社</p> <p>駐車場事業者</p> <p>オフィスグリコ</p>	<p><i>Key Activities</i></p> <p>配本と資金回収</p> <p>駐車場の管理</p>	<p><i>Value Propositions</i></p> <p>ドライブスルー</p> <p>意外な本と 出会う</p> <p>集中読書スペース</p> <p>半電子書籍</p> <p>本をあづけられる</p> <p>カーBookパーク 駐車場&コーヒー& トイレ&本の自販機</p>	<p><i>Customer Relationships</i></p> <p>暖かい対応</p> <p>サービス全体の スマートな提供</p> <p><i>Channels</i></p> <p>貸会議室の提供を 通じて、知らせる</p> <p>オフィスグリコ的に オフィスに 新書棚がある</p>	<p><i>Customer Segments</i></p> <p>知的産業の ビジネスマン</p> <p>学習と資格の 大事なビジネスマン</p> <p>試験勉強する大人</p> <p>貸書齋の欲しい人</p> <p>パートタイム小説家</p> <p>資料収集の 秘書を必要とする エグゼクティブ</p>
<p><i>Cost Structure</i></p> <p>本の仕入れ代金、物流費、集金コスト、 オフィス本棚の製造と設置、 駐車場代金、カフェ代金</p>		<p><i>Revenue Streams</i></p> <p>ユーザ→書店</p> <p>ユーザ→カフェスタンド→書店</p> <p>ユーザ→オフィスグリコ→書店</p>		

「オフィスBookstore本棚」って他にもお客さんいそうだな・・・

まずは、体験。 (~後から、学び)

グループ (4人) になってください。

アイデアトランプで、
顧客セグメントを拡げてみよう

(大抵は、セグメント以外に、提供方法 (CH) や提供するサービス (VP) についても修正のいるアイデアが出ますが、それでOK! です)

(発想力の使い方大事なのは
「どこか一つに着眼し、そこから大きく拡げる」というところです。)

Customer Segments

知的産業の
ビジネスマン

学習と資格の
大事なビジネスマン

試験勉強する大人

貸書齋の欲しい人

パートタイム小説家

資料収集の
秘書を必要とする
エグゼクティブ

補足：

SCAMPERの要素を圧縮したカードを一人に一枚ずつ、差し上げます。

一人でやる時には、これと同じように展開してください。

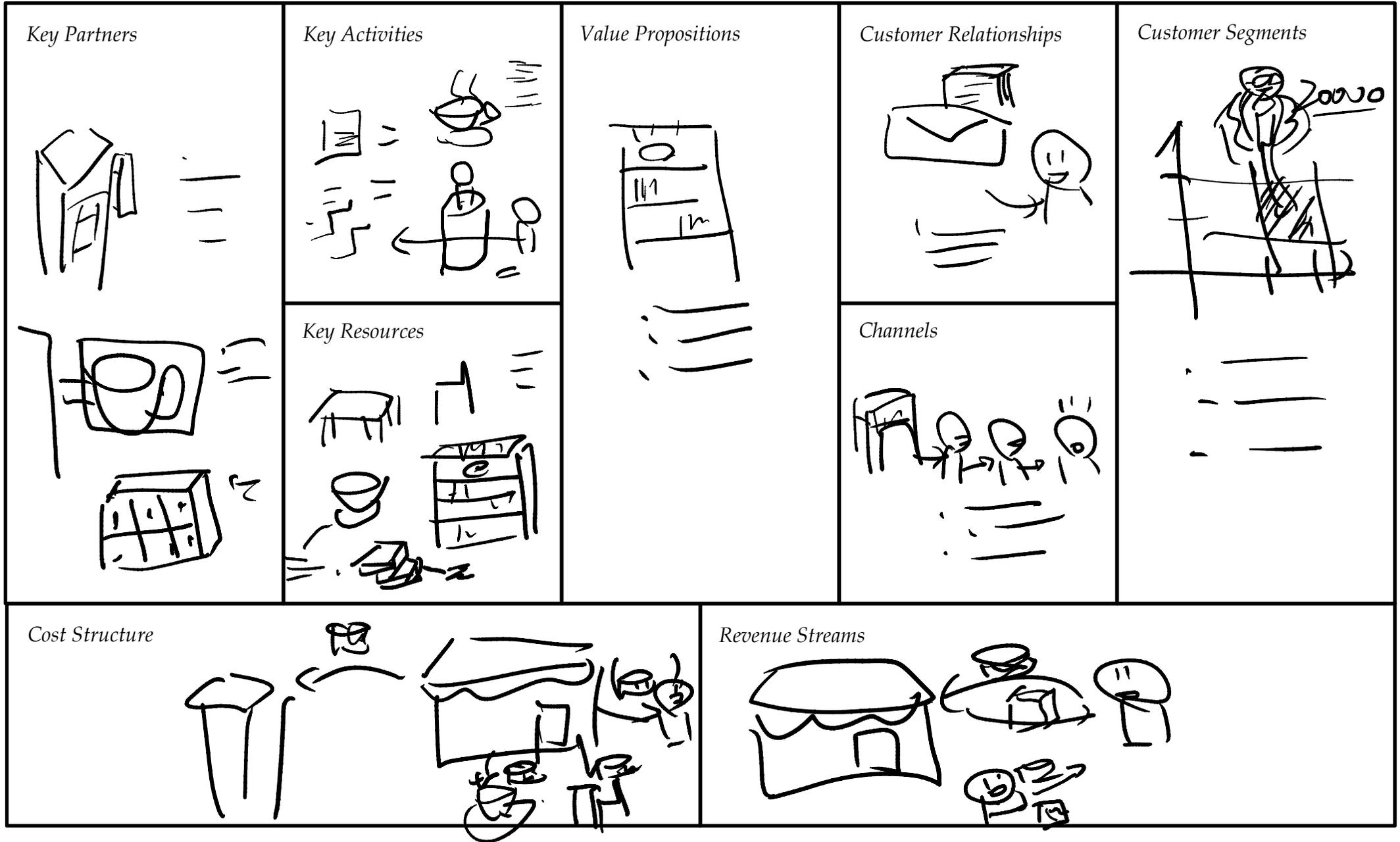
アイデアのチェックリスト	「何か」の具体的な観点	使い方
何かを 代用 できないか	部分、人、材料、働き、プロセス	課題を単純化する
何かを 組み合わせ られないか	部分、目的、応用方法、材料	↓ 左のリストを 変えていき、 アイデアの 出そうな ものを チェックする
何か似たものに 適用 できないか	状況、モノ、行為、考え	↓
何かを 修正 できないか	色、外形、音、音声、意味合い	↓
何かを 拡大・縮小 できないか	高さ、長さ、サイズ、強度、頻度、複雑さ、価値	↓ チェックした ものについて 右の観点を中 心にアイデア を考える
何か 他の使いみち がないか	そのまま別の分野、一部を変えて新しい用途、別の市場	↓
何かを 省略・削除 できないか	部分、機能、動き、負担、価値	↓
何かを 再構成 できないか	パターン、配置、組み合わせ、部品	↓
何かを 逆 にできないか	順序、上下、内外	↓

(概念的には、これ一枚で同じエリアをカバーしています。
最初のトライの時は、トランプの方が敷居が低いほうがよいので、トランプを使用しました。)

2. 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

既存の本屋のモデル、もしくは、構想した本屋のモデル



- [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ようにする
- [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

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です。

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

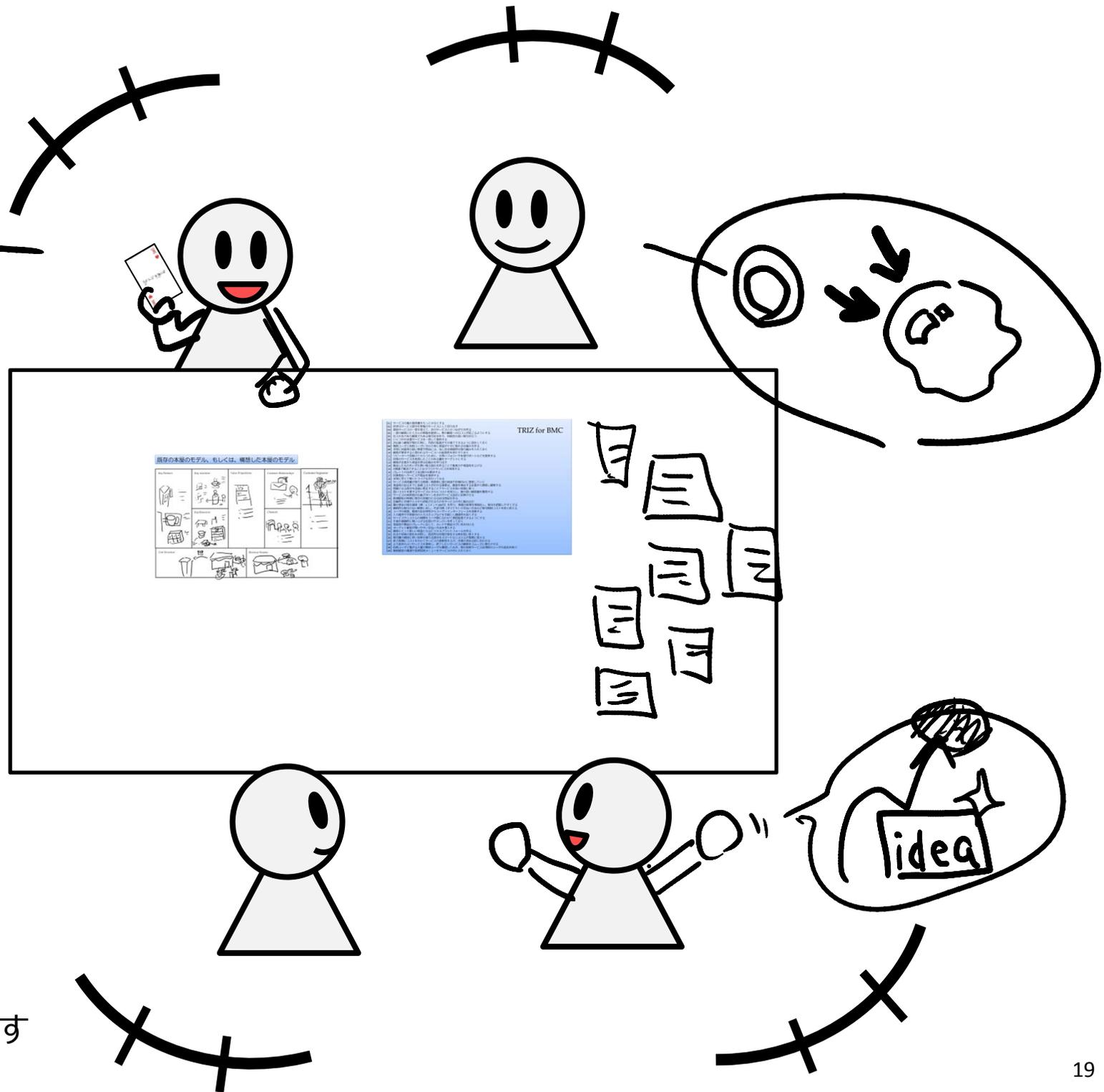
1. リストから一つ選ぶ
(ランダムに)

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)

ここは、紹介だけ

3. 絵具のストック

キャンバスに使える絵の具をストックしよう

3-1)

BMC要素収集ワーク

9つの要素のうち、一つを選び、
それをカードにメモして胸ポケットに入れる。
その要素（例えば、**CR**）に、集中して注目する。

Eye Position	Eye Action	Color Perception	Light Intensity	Customer Response
	Eye Movement			
Card Position				

町中を歩く。観察して回る。
さまざまなビジネスにたいして
注目した要素で、その対象を観察し、
写真を撮ったり、メモを書いたりする。

一人でやるならば・・・

日を変えて別の要素に注目して、
それぞれの要素をためる。

グループワークで行うならば・・・

9つの要素を9人で手分けてして、
観察してきて、要素をためる。

ためたものをカード状にしてストックする。
メンバーにシェアする。

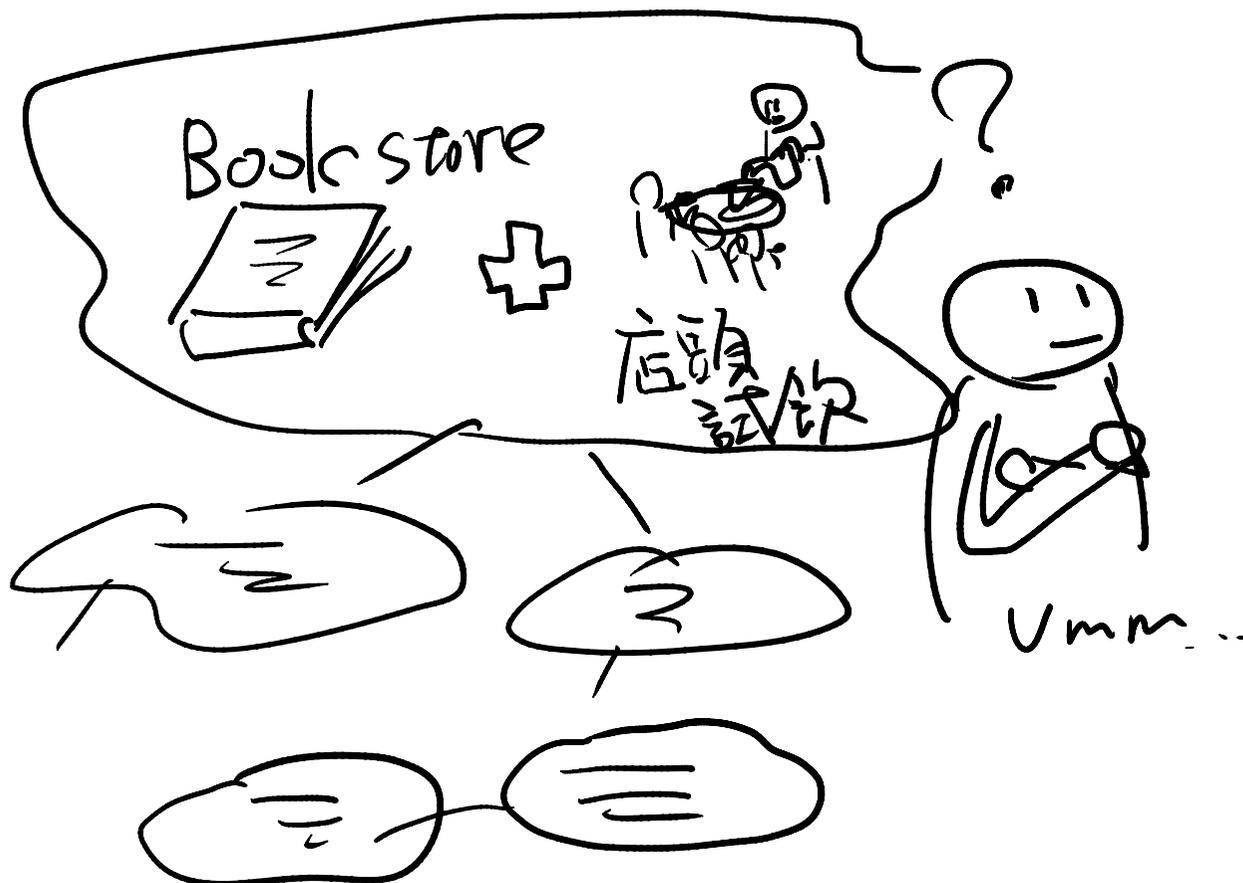


自分の対象とする既存のBMのキャンバスの上に、
それらのカードからランダムに引っ張り出してのせてみる。

新しい可能性をたくさん考えてブラッシュアップする。

【重要なことは】 **はじめは多様性を引き出すことに専念し
奇妙なビジネスの形になることをいとわずだす。**

新規性を生かすような感じに、アイデアを発展させていく。



3-2) 役割付与ブレスト

0. 9人それぞれが
BMC要素を1つずつ担って
事例をためておく

1. 題材とするBMCについて
自分の担当要素の
ストックをもとに
発展案を考えて述べる

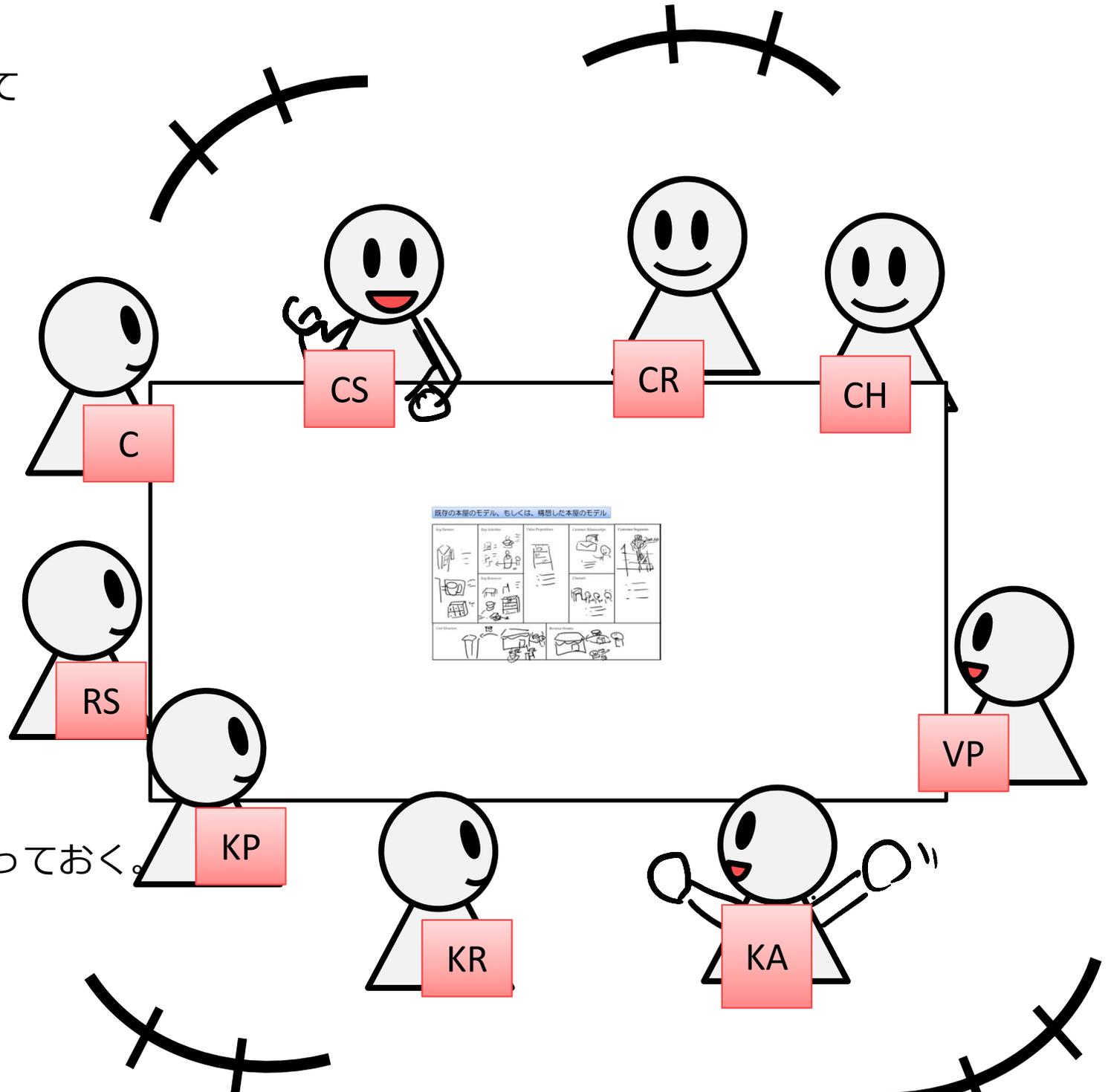
2. まんべんなく出るならば
自由な進行で。

あまり回せないならば
担当者ごとに5分ずつ
発案の紹介
&軽くブレストを
して回していく。

3. アイデアのパーツは
ポストイットに書いて張っておく。

4. ハイライト法
(魅力のあるものに☆付け)
→上位要素抽出

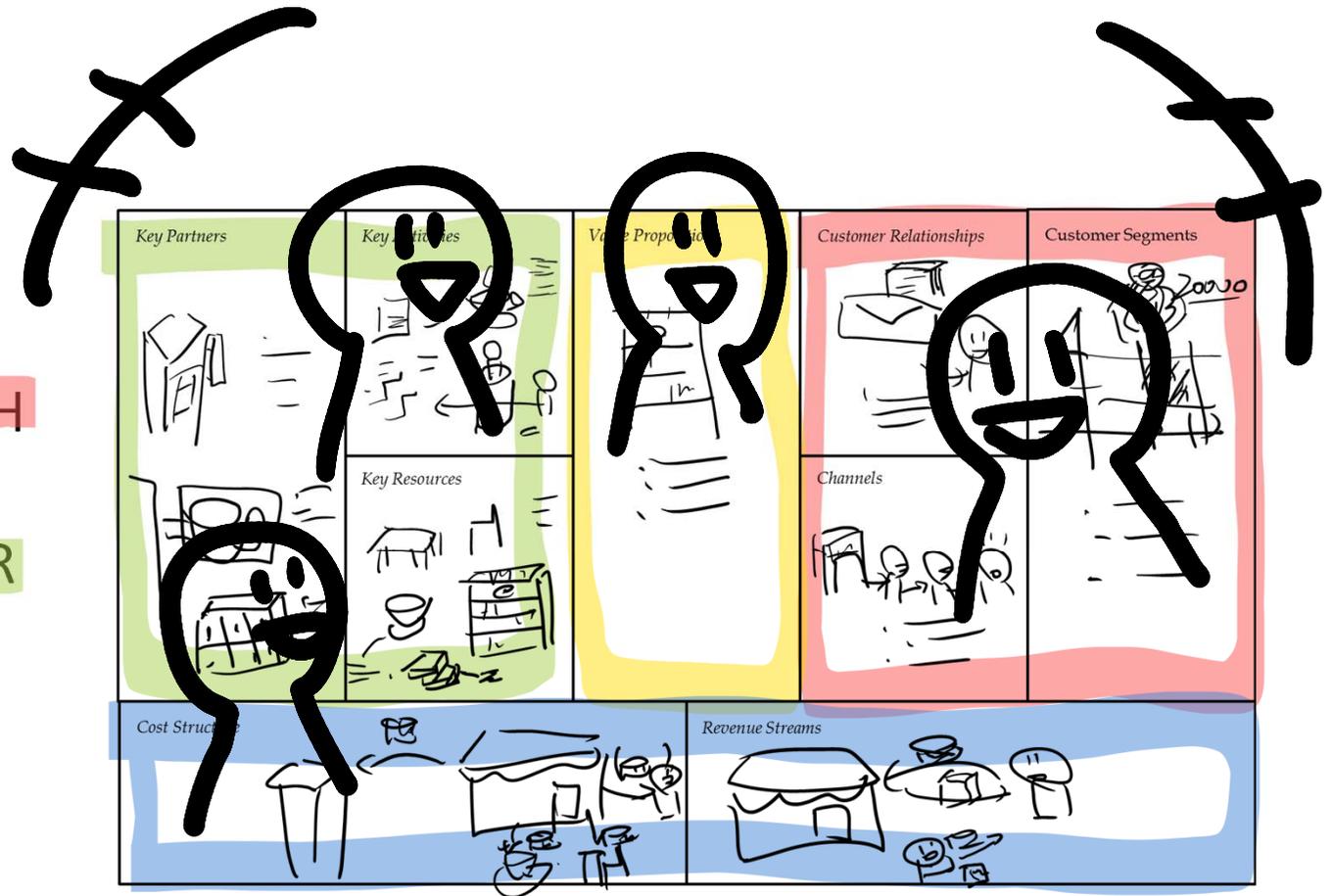
5. 3人ぐらいに分かれそれぞれ新しいBMCを完成させ、最も優れているものを残す。



ブレストをするには、これは、ちょっと、人数が多すぎるので社内で行うときには、工夫をしたほうがいいかもしれません。

例えば、4人の場合

- Role1 CS,CR,CH
- Role2 VP
- Role3 KP,KA,KR
- Role4 RS,C



まとめ

- 1 SCAMPER ワーク . . . 短時間で多様な観点から発想する
- 2 TRIZ for BMC ワーク . . . 改良工夫のパターンを使う
- 3 絵具のストックワーク . . . 1) インプットを増やす
2) 役割を絞って発想行為を容易にさせる

自分の発想の特性に合うものを使えばOKです。
発想題材や使える時間や人数でも、使い分けるといいでしょう。

補足：

次の講義では、
ビジネスアイデアの分析・評価の技法を実践する講義を、
別の先生が行うでしょう。

今回の講義をもとに、**ご自身の企画したBMCをより
創造的に発展させ、かつ、何度もブラッシュアップ**をして
おいてください。

引用知識、使用ツール

トランプ



出典

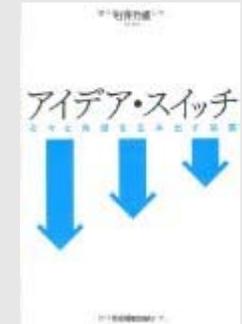
『アイデアトランプ』



SCAMPER カード (アイデアのチェックリスト)

アイデアのチェックリスト	「何」の具体的な観点	使い方
何かを 代用 できないか	材料、人、材料、機能、プロセス	課題を 単純化する
何かを 組み合わせ られないか	部分、部分、他部分品、材料	別のものを 試してみる
何か似たものに 適用 できないか	状況、モノ、行為、考え	別のものを 試してみる
何かを 修正 できないか	色、形状、量、長さ、重さ、色合い	別のものを 試してみる
何かを 拡大・縮小 できないか	高さ、長さ、サイズ、速度、距離、 厚さ、重さ	1 つづいて 試してみる
何か 他の使いみち がないか	本来の目的以外の 一歩先を思い出し、別の市場	1 つづいて 試してみる
何かを 省略・削除 できないか	部分、機能、動き、負荷、必要	1 つづいて 試してみる
何かを 再構成 できないか	パターン、配置、組み合わせ、部品	1 つづいて 試してみる
何かを 逆 にできないか	順序、上下、内外	1 つづいて 試してみる

『アイデア・スイッチ』 まえがき



TRIZ for BMC

TRIZ for BMC

1. TRIZ for BMCの目的は、ビジネスモデルの創造と改善である。

2. TRIZ for BMCは、TRIZの原理をビジネスモデルの創造と改善に応用する。

3. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのツールである。

4. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのフレームワークである。

5. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのプロセスである。

6. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための文化である。

7. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための環境である。

8. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのリーダーである。

9. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのチームである。

10. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための顧客である。

11. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のためのパートナーである。

12. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための競争相手である。

13. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための社会である。

14. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための未来である。

15. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための希望である。

16. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための夢である。

17. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための理想である。

18. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための現実である。

19. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための可能性である。

20. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための挑戦である。

21. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための成長である。

22. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための変化である。

23. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための革新である。

24. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための創造である。

25. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発明である。

26. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発想である。

27. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

28. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

29. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発露である。

30. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発明である。

31. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発想である。

32. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

33. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

34. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発露である。

35. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発明である。

36. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発想である。

37. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

38. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発見である。

39. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発露である。

40. TRIZ for BMCは、ビジネスモデルの創造と改善のための発明である。

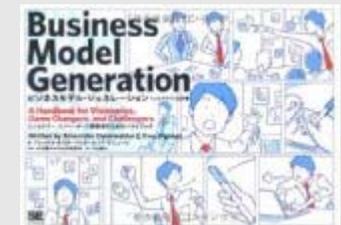
『智慧カードで学ぶ発明原理40』 各見開きの右ページの中ごろ “ビジネス分野での応用例エリア”



BMC



『ビジネスモデル・ジェネレーション』



質問、ご感想は、石井力重（rikie.ishii@gmail.com）まで