

2010年6月28日 TRUNK

アイデアワークショップ

【第3回】 ヒット商品から発想する

アイデアプラント
代表 石井力重

雑談：

もう無い、というところから
さらに、引き出す方法

6つのサーチライト

6つのサーチライト

⇒発想のパターンから抽出したサーチライト（観点）で、
効率的に多様な観点をフォローする

- ・ 短期記憶の活発化と観点の固定化の傾向
- ・ 発想の観点の時間遷移
- ・ 「白くて丸いもの」
⇒かけるだけ描く（3分。更に2分追加）
- ・ 更に「6つのサーチライト」を使う。

Work1

「白くて丸いもの」
⇒かけるだけ描く

(3分。更に2分追加)

Work2

更に「6つのサーチライト」を使って、書き出す。



対象やテーマに対し、各サーチライトで、光をあてて、思い浮かぶことをメモする

1

発想を引き出すアイデアの
書き方「マインドマップ」
を学びます。

マインドマップ

放射状のノート記法

- ・ アイデアを広げる時に。
- ・ 思考や情報の整理する時に。

追記：

マインドマップは
思考の整理にもなります。

今回は、アイデアのパーツを
出すための方法でしたが。

参考資料：

マインドマップの
エキスパートの方の
解説ビデオ

http://www.youtube.com/watch?v=b4qr_1YROuc

2

ヒット商品を概念上、分解して、
ひっくり返してニーズを抽出。

自社の商品に取り込んで、
新製品のアイデアを発想します。

緻密な分析手法ももちろん
ありますが、

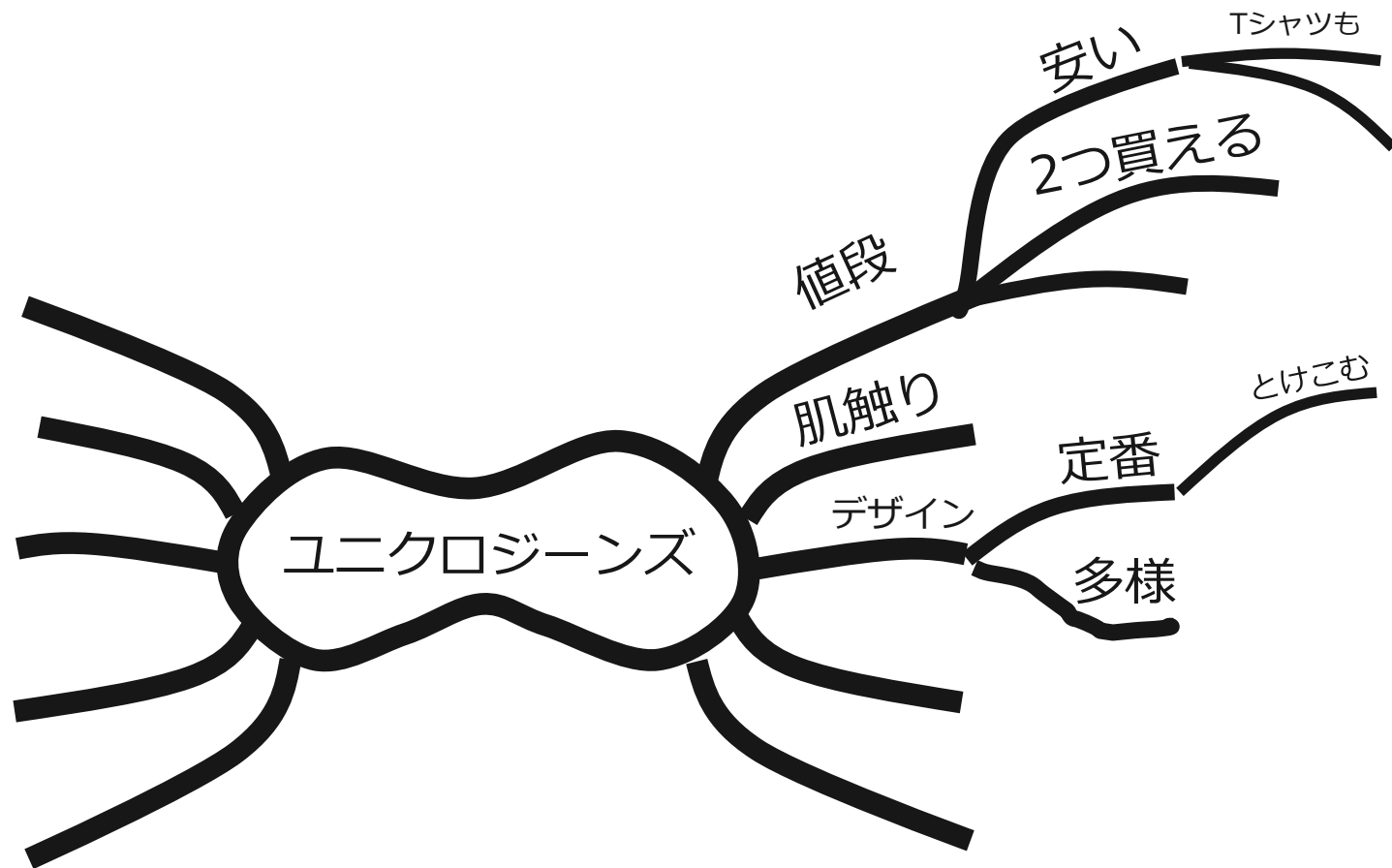
発想力で、
多様なアイデアのパーツを
作り出す方法もあります。

Work1：ヒット商品を分解

ヒット商品の何が良くて
市場に受けているのか。
まずはマインドマップで。

(マインドマップの使い方の練習にもなります。実践。)

3分間



※自社製品と遠く離れたもので結構です。

※推測で結構です。正しくないかもしれないものもOK

Work2：他の人のも広げる

3人で組む。

左隣の人に回す。

手元に来たものをみて、
書き加える。

※自信の無い、推測でOK。

※どこに加えても結構です。

これだけでも、発想のヒントになりそうなものが、
かなり出ます。

良い切り口になりそうなものに
丸をつけてください（3つぐらい）

（普段は、時間が無ければ、
ここまで、終えてもOKです）

さらに、書き出すツール

「6つのサーチライト」

を使ってみましょう。

6つのサーチライト

発想のパターンから抽出したサーチライト（観点）で、
効率的に多様な観点をフォローする

Keyword

- ・ 短期記憶の活発化と観点の固定化の傾向
- ・ 発想の観点の時間遷移
- ・ 6つのサーチライト

想定シーン： こういう場面にいるつもりで手法実践してみてください。

- ・ 新素材の新しい用途を考案している時
- ・ 新しいイベントを企画している時
- ・ あるモノ・コノについて
特徴的なものを抽出しようとしている時

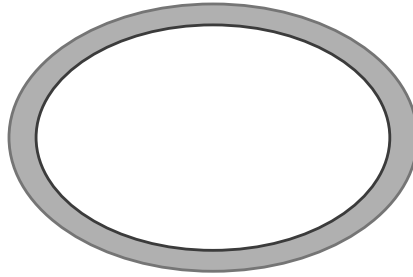
【1】書けるだけ書き出す

書く尽くし、これ以上、思いつかないな、
となったら、Work2へ

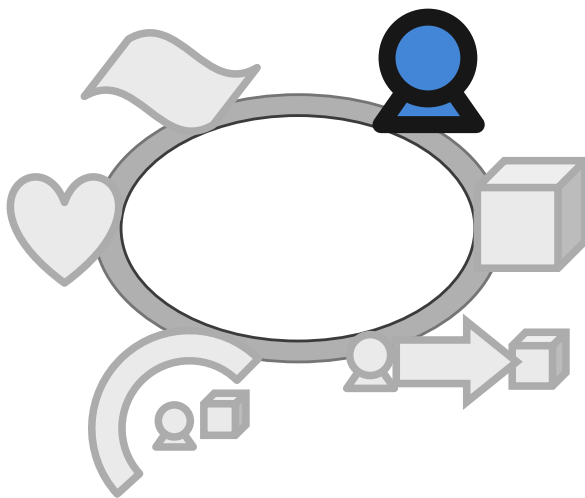
【2】更に「6つのサーチライト」 を使って書き出す

方法は、次のページのとおり。

中央に、注目しているものを書く



6つのサーチライトで、
対象を照らす

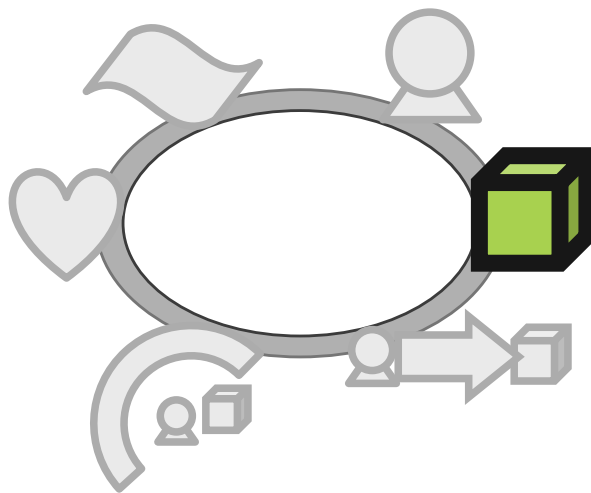


人

主体、客体、単数、
複数、立場、能力、
市場、仕入先

「『人』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

6つのサーチライトで、
対象を照らす

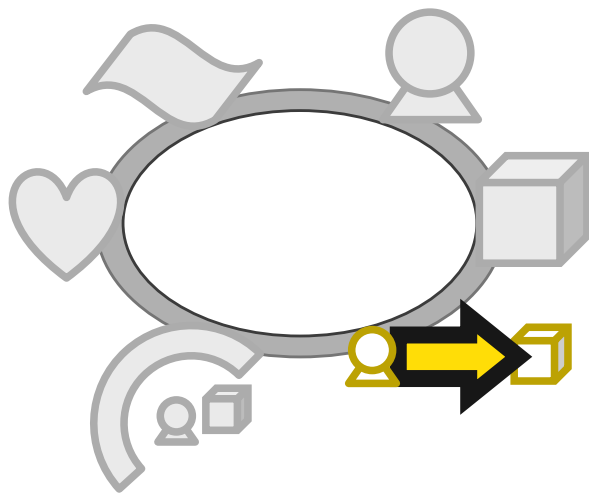


モノ

製品、素材、
人以外の生き物

「『モノ』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

6つのサーチライトで、
対象を照らす



プロセス

人とモノの動き、
役割、相互作用

「『プロセス』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

6つのサーチライトで、
対象を照らす

環境

風土、取り巻く場、
状況、時間、空間、
構造

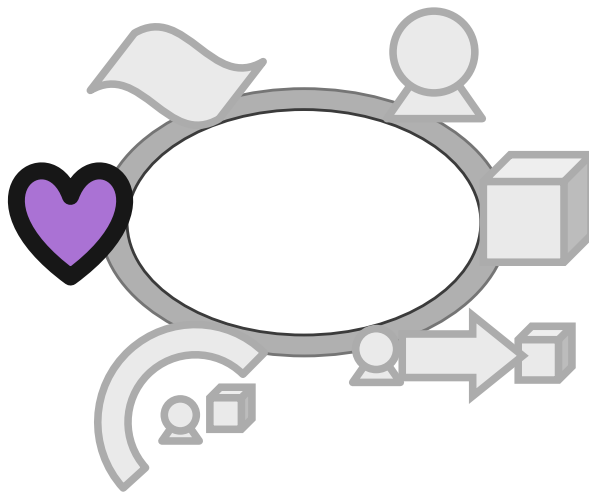


「『環境』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

6つのサーチライトで、
対象を照らす

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

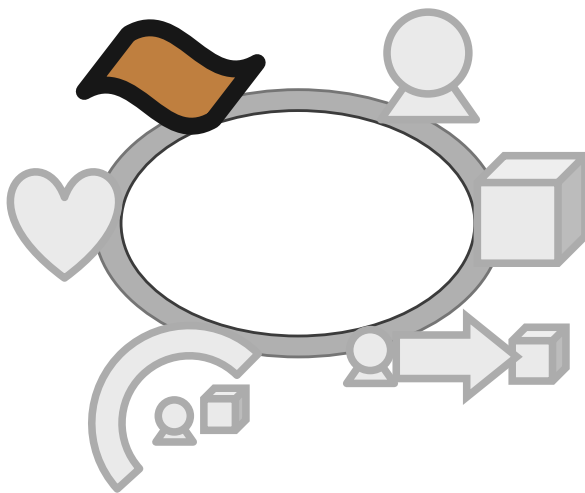


「『意味・価値』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

五感で 感じるもの

色・形、音、におい、
味、質感、触感、
食感

6つのサーチライトで、
対象を照らす



「『五感で感じるもの』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

五感で
感じるもの

色・形、音、におい、味、
質感、触感、食感

6つのサーチライトで、
対象を照らす

人

主体、客体、単数、複数、
立場、能力、市場、仕入先

意味・価値

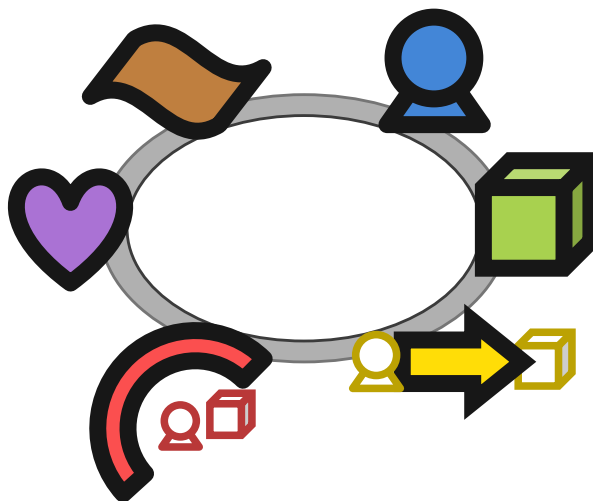
意味、感情、感性、価値、強み、
機会、情報、金、ビジョン、ゴール

モノ

製品、素材、
人以外の生き物

環境

風土、取り巻く場、状況、
時間、空間、構造



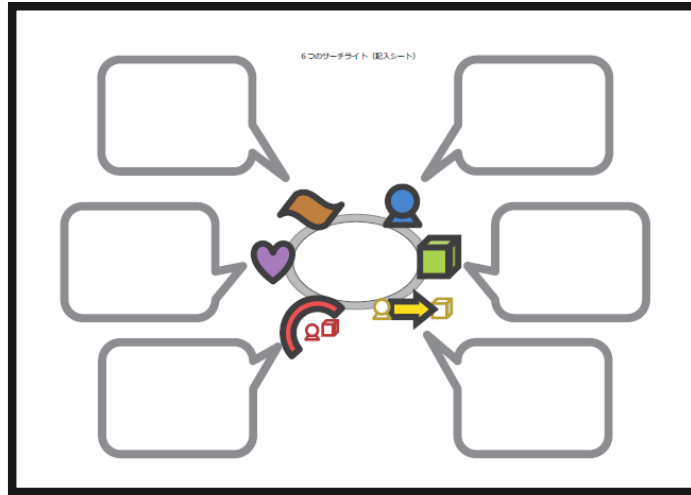
プロセス

人とモノの動き、
役割、相互作用

「『X』という観点では、何が思い浮かぶだろうか」

『X』＝人→モノ→プロセス→環境→意味→五感

記入を実際にする時は、
次の2枚のどちらでも結構です。
好みに合うものを使ってください。

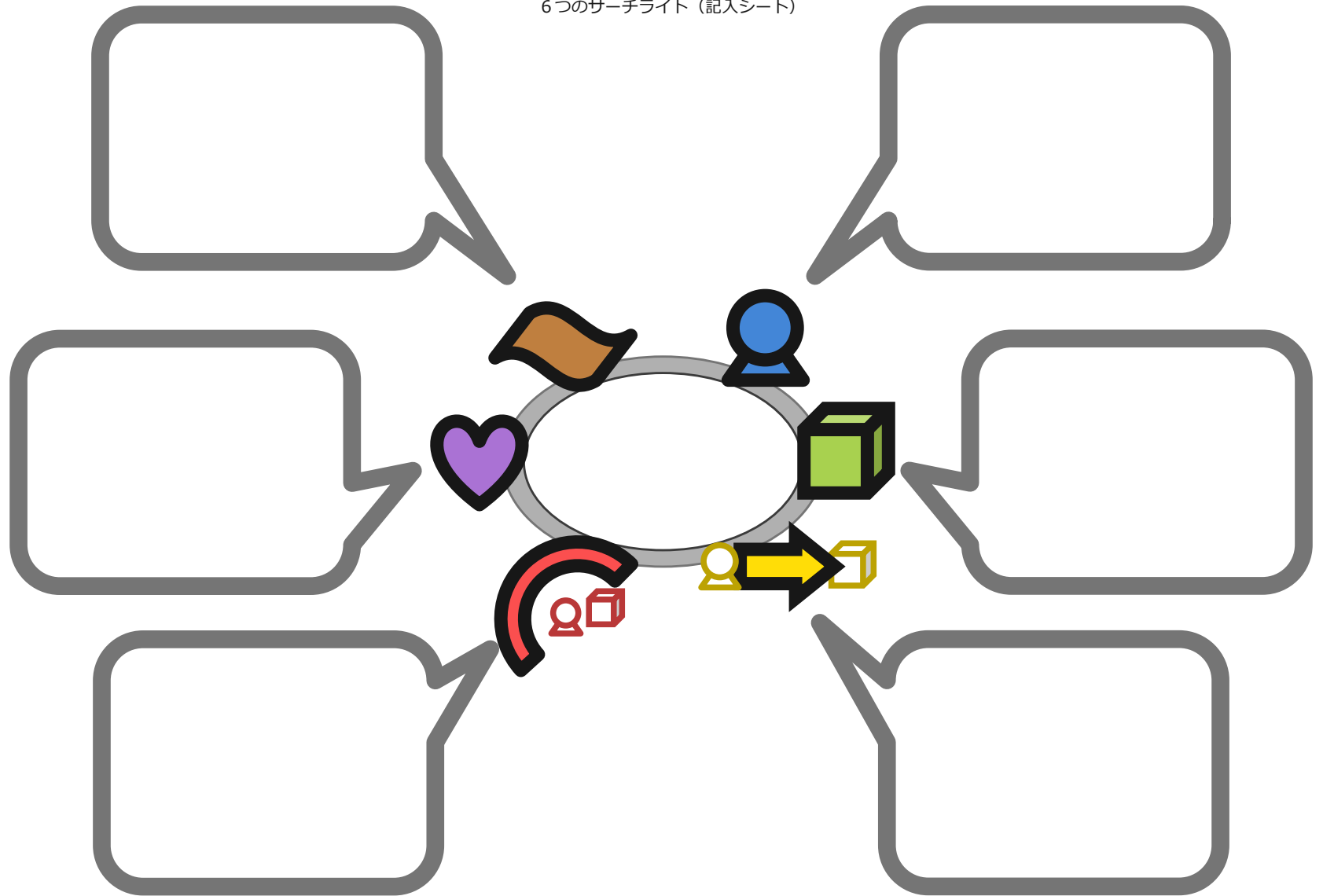


■ タイプA (使い方の自由度高い)



■ タイプB (初めての人のための)

6つのサーチライト（記入シート）





名称：

Below the '名称' label, there are six empty rectangular boxes, each corresponding to one of the six cards above. These boxes are intended for users to write down their thoughts or notes related to the specific concept on each card.

対象やテーマに対し、各サーチライトで、光をあてて、思い浮かぶことをメモする

6つのサーチライト（記入シート）

配布資料は
ここまで

Work3 : 6つのサーチライトで探す

- どこを照らす？
→ 「中心」と「丸をつけたもの」
- まず先に枝を書く。
- 照らし、特徴的な要素を探して書く。

代表例 : 2分 → 実施 : 5分

Work4.1：ニーズカードを作る

- ・ マインドマップを回す。1周。
- ・ 「面白い」「広がる可能性がある」と感じる言葉があれば☆をつける。
（言葉の近くに）（1シート、1分）
- ・ 一周、終わったら、
皆のシートを机の中央に並べる。

Work4.2：ニーズカードを作る

- ・シート（3枚）を見て☆の“言葉”に注目。
その言葉から

（世の中の人々は）「もっと〇〇したい」と
思っている（かも）、と推測する。

- ・カードにメモする。
間違ってもOK。ダブってもOK。
- ・3分間_{+a} 目標＝1人5枚

Work5.1：ニーズMAPを作る

- ・ カードを左隣に回す。1周。
- ・ 見て H_(広い) と F_(深い) を記入

「広い」 = そのニーズを持っている人が多そう

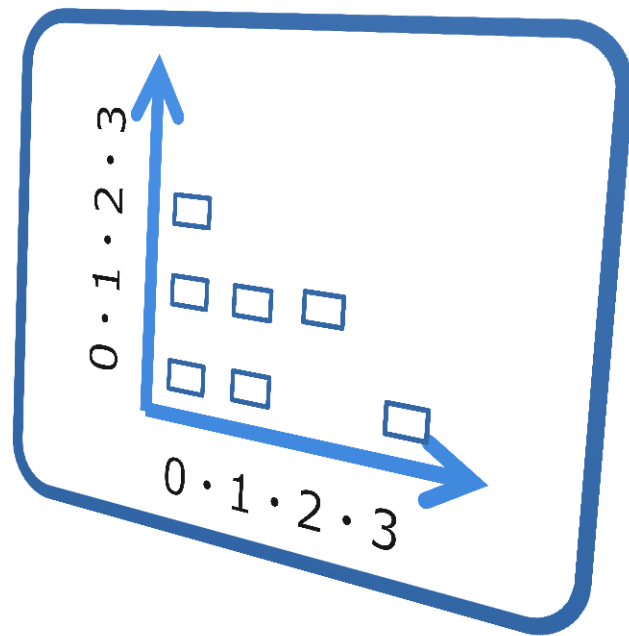
「深い」 = それはとても深い思いがありそうだ
(ニーズを持つ人の多さ問わず)

HとF、両方についてもOK。2度に分けて作業するほうがしやすい。

Work5.2 : ニーズMAPを作る

- ・ テーブル中央に皆のカードを並べる
横軸 = Hが多い (0/1/2/3)
縦軸 = Fが多い (0/1/2/3)

(0,0)(1,0)(0,1)が多すぎるときは
束ねても結構です。



もしカメラがあれば
これは撮影しておく
後でも役に立って
便利です。

※後で、石井が全統合して

PDFとePubで皆さんに配布します。

配布場所 = ブログ 石井力重の活動報告、6月28日

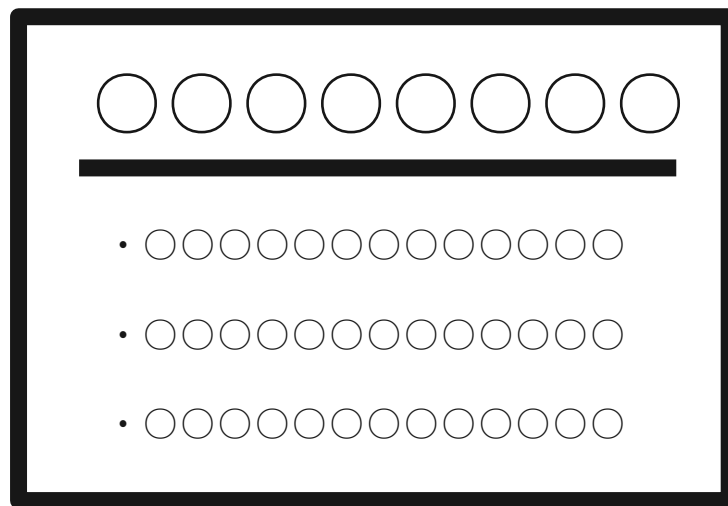
Work6：アイデア・スケッチ

ニーズから新製品/サービスの アイデアを発想する

MAP上のニーズをチェックしてみて、
自社の製品/サービスに当てはまるものを見つける。
それをかなえる新製品アイデアを出す。

仕事以外でやりたい人は、普段使っているアイテムや
サービス（文具やWEBサービスなど）をテーマにする。

アイデアスケッチ



アイデアを、少し具体化。

Work6

「アイデア・スケッチ」 (5分間、2枚)

1枚目は、書きやすいニーズで。

1つできたら次は
書きにくそうなニーズにトライ。

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

• ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

• ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

• ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Work7 (final) : 3人組レビュー

- ・ ジャンケン。勝った人は、
アイデアスケッチを見せながら
既存の事業・製品と、
新製品/サービスのアイデアを紹介
- ・ 聞き手は、アイデアの良い所をコメントしたり
そのアイデアの上にさらにアイデアを広げる。
(ミニ・ブレスト。適宜メモ。MMもいい。)
- ・ 5分たったたら、2人目。さらに5分、3人目。

メッセージ

オペレイティブ（業務、効率）は
イノベーティブ（革新、創新）を
駆逐する。

・・・経営戦略の概念ですが、個人にも。



個人ベースでは、具体的にどうすればいいの？

創造的な人や組織が
次々と生まれてくる
社会を創りたい

石井力重



rikie.ishii@gmail.com

発想の技法についての情報

<http://blogs.bizmakoto.jp/ishiirikie/>
(アイティメディア 誠ブログ)

twitter ID : @ishii_rikie

アンケートとお願い

お願い：

二ーズカード、差し支えなければ、
研究、及び、人々の共有資料として、
使わせてください。

公開PDF、研究論文、書籍などで
使うことを想定しています。

公開NGカードがあれば、それは抜き取り、
各自持って帰ってください。
残りは、「H」の多い順に束ねて
机の脇に置いてください。

アンケート

今後の年間のワークショップで、テスト実施的に、参加される企業さんの実際の商品・サービスを題材にすることを検討しています。

1) 御社や、御社の属する業界を、もしテーマの候補として、あげるならば、何についてアイデアを募りたいですか？

2) 自社ではないけれど、〇〇社（あるいは、製品□□）を題材にアイデア出しをしたら面白そう、という他薦があれば、ご教授ください。
