

熟成産業の中から
新しいビジネスモデルを考え出す
アイデアワークショップ

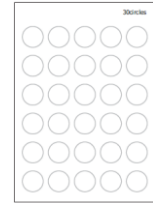
TRUNK IDEAWORKSHOP vol.6

アイデアプラント
石井カ重

1

イマジネーションの準備運動

30サークルズ



2

ワーク1

「531ストレンジ」

既存事業から、新事業アイデアを。

出典：アイデア・スイッチP170～177

3

- ・熟成しきった産業
 - ・新しい展開なんて無さそうな古い事業
- 実はたくさんの
次なる芽が眠っています。

4

「531ストレンジ」の元になっている

「はてなタクシー」

『アイデア・ブック スウェーデン式』

ホワイトボードで

5

この発想様式を
「単作業」にして、
いつでも出来るように。

ステップ
1,2,3,4

発想事例

実践！

6

ステップ1
 ・ 既存事業の**基本的要件**と思われるものを**5つ書き出す**。

1

2

3

4

ステップ1
 ・ 既存事業の**基本的要件**と思われるものを**5つ書き出す**。

ステップ2
 ・ そのうち、特に**重要だと思える3つ**を選び、「要件1」「要件2」「要件3」と書く。

ステップ3
 ・ 「**要件1**」を無くす。「その状態を端的に表わす事業名」を書き出す。
 重要な要件を取り除いたのでとても「**奇妙な事業モデル**」になるが、気にせずそのまま書き出す。

ステップ4
 ・ その事業が**意味をなすとしたら、どんなものだろうか**と考えて、アイデアを出す。

(「要件2」「要件3」についても実施すると、また別のアイデアが)

発想例「駐車場事業の新事業」

・ 駐車場事業の**基本的要件**と思われるものを**5つ挙げる**

1. 広い駐車スペースがある
2. 出入りに券発機・精算機がある
3. オフィスビル、商業施設にとっても近い
4. 空車が目でわかる
5. 月極めの契約顧客もある

1

2

3

4

5

6

発想例「駐車場事業の新事業」

・ 駐車場事業の**基本的要件**と思われるものを**5つ挙げる**

1. 広い駐車スペースがある ← 要件1 (と仮決める)
2. 出入りに券発機・精算機がある
3. オフィスビル、商業施設にとっても近い ← 要件2 (と仮決める)
4. 空車が目でわかる ← 要件3 (と仮決める)
5. 月極めの契約顧客もある

・ 要件1を無くす => 「土地なしパーキング」?

・ 「土地なしパーキング」事業が、意味を持つとしたらなんだろうか?

- “ろくに広い駐車スペースがない”駐車場?狭くて駐車しにくい土地で、できることといえば・・・、そうだ、「ドライバーを乗せておくサービス」って、どうだろう。都心部で急いで止めたい時に、30分だけ人に乗って動かしておいてもらいたい時がある。そういう人のための「ドライバー・レンタル・サービス」ってどうかな。貸ドライバー事業なら狭くても運営できるかも。

- 企業の空き駐車場(業種で曜日がちがう)を多数借りて、月極として貸し出す?

では、実践してみましょう。

成熟産業ではない方は・・・【!】モデル課題：新しいケータイSHOP

ステップ1 ・ 既存事業の 基本的要件 と思われるものを 5つ書き出す 。	3min
ステップ2 ・ そのうち、特に 重要だと思える3つ を選び、「要件1」「要件2」「要件3」と書く。	1min
ステップ3 ・ 「 要件1 」を無くし、「その状態を端的に表わす事業名」を書き出す。 重要な要件を取り除いたのでとても 奇妙な事業モデル になるが、気にせず、そのまま書き出す。	1min
ステップ4 ・ その事業が 意味をなすとしたら、どんなものだろうか と考えて、アイデアを出す	5min
ステップ5 ・ 「要件2」「要件3」についても、同様に実施する。	

10min

その間、代表例として、
 どなたか1名、前と一緒に、やりましょう。

補足：

現場の「あれ、なんか、やりにくいなあ」は次なる芽が潜在的に生まれ始めたシグナル。

10年前にも「それ試したが、ダメだった」は貴重な声と拝聴し、しかし、参考に留める。

「使える技術」「顧客のライフスタイル」が変わった今でも、それはNGのままだろうか?

「否。」なら

みこむ収益>>テスト費用の方法を探してトライ。



13

事業企画に効くリスト

- 製品開発の発想を引き出す良いリストがあります。
- (著作権に配慮して一部紹介のみにして全文は引用しません)
- ハーバード・ビジネス・レビュー2008.8

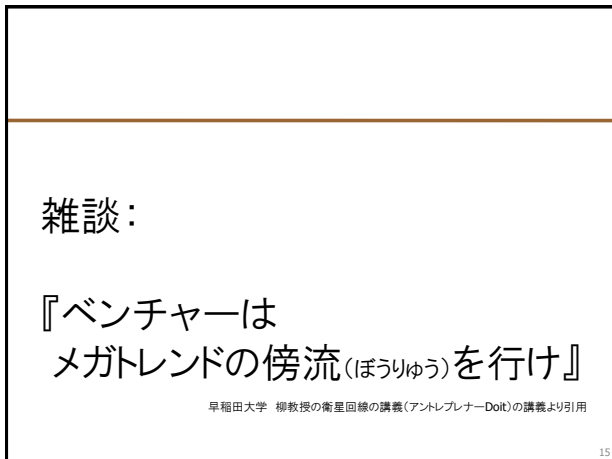
HBR 2008.8
マッキンゼー流ブレインストーミング術
「製品開発をめぐる21の質問」

(1) 当社の製品を、通常とは異なる方法で使用または購入しているのは、どの顧客か。

(7) 当社の製品を驚くほど大量に使用しているのは、どのような人か。

(14) 当社の製品に最も向いていない用途は、具体的に何か。

14



15



16



今後に向けて、 アイデアを具体化しよう。

- アイデアというのは、思いついたばかりの時はとても未成熟な状態です。
- ビジネス領域でのアイデアに限って言えば、**ビジネスプランを構成する要素はおよそ9つ**あります。思いついたばかりの時、2、3の要素は具体的に語る事ができます。しかし、残りの**要素はぼんやりとあいまいな状態**です。
- 発展させるには、**要素をすべて具体的に**する必要があります。ここでは、**アイデアの要素すべてを具体的に**描き出すのに**便利なシート**を使って発想してみます。

6W3H シートを 全員に 配布します



『アイデア・スイッチ』P134

19

それぞれのセルに書くべきこと

出典：『アイデア・スイッチ』P136~138

何を売るのが[What]

新商品、新サービス、新事業の具体名を書きます。

誰に売るのが[Whom]

誰向けの商品・サービスを書きます。

どのように売るのが[How]

どのように顧客に提供するか（ビジネスの仕組み）を書きます。

なぜ顧客は買うのか（購入動機）[Why]

顧客は、なぜその商品を買うのか、お客さんが買いたくなる理由（購買理由）を書きます。

いくらで売るのが[How much]

いくらで提供するかを書きます。想定顧客とその購買理由からして、いくらで顧客が買うのかは、ある程度、限定されています。

いくつつくのが[How many]

どのくらい販売（生産）するかを書きます。あるいは、一度にいくつつ提供するのかを書きます。

どこで売るのが[Where]

どこで売るのが（ネット上のオンラインストアなのか、実店舗なのか、実店舗としたら、どういうところか）、どの販売チャネルで売るのがかを書きます。

どういつ時期に売るのが[When]

いつから売るのが、どれくらいの期間提供するのかを書きます。

誰が事業をするのか（そのビジネスプランをうまく実行できる「強み」）[Who]

誰がそのビジネスをやるのかを書きます。そして、（ ）をつけて、その中にその人の持つ「強み」を書きます。

なお、このWhoの項目には、たいていの場合「自分」が入りますが、「強み」をチェックすることで、そのアイデアを実行するのに自分が最適な人物かを判断します。

もしも他の人の強みのほうが、そのビジネスプランを実行するのに適している場合、そのビジネスプランが成功する可能性は低いです。その人・組織のもつ強みに立脚したプランであるからこそ、他者には真似できないものになるのです。

ビジネスプランが、強みを十分に活かせるものであるように、Who項目は他の8要素に軌道修正を促します。

以上が、各項目を発想するための補足説明です。何度も書き出して、整合性をチェックして修正すれば、基本的には、簡単なビジネスプランがそれだけで完成します。

20

[手順1] 出来るだけ書く（5分）

実行してみたいアイデアを
1つ選ぶ。

（今日のワークで出したアイデアでもOK）
（やりたいな、と思っていた猿とした構想でもOK）

9要素を考え、マス目を埋める。

21

[what][whom][how]を
極力、優先的に、埋める。

要素間に整合性がなくてもOK。

1マスに、複数の可能性を
書いてもOK。

22

[手順2] 互いに、説明する。

ここで、まず、6人組のグループを構成します。

グループのメンバー同士で順に
6W3Hシートを見せながら
アイデアを説明する。

目安：1人1分程度

23

[手順3] 回して、書き加える。

左の人へ、シートを回す。

手元にきたシートを読み、
書き加える。

一周するまで繰り返す。

目安：1枚1分程度

24

できるだけ、空欄から埋める。
埋まっているセルにも書いてよい。
別バージョンのアイデアとして。

書かれていることへの否定は不要。

できるだけ具体的な単語で書く。

25

[手順4] 赤丸をつけ、整理する

書かれたシート内の
コメントに○をつけていき、
アイデアの9要素を具体化。

要素同士が、整合性を持つよう
加筆して、整える。

26

企画書は、6W3Hを
詳細にしたもの。

9マスを埋めるだけで、
骨子は出来上がります。

27

各々が作った
ミニ企画、
実際にやりたい人が
出てきたら →

28

曖昧にしか書けない（情報がない）
部分があります。

具体的に書いてみると、実現には
規制があって難しい、ということ
もあるでしょう。

29

そうした情報を調べ、
アイデアを
関連する人にヒアリング
していけば、
企画のコア部分は、
十分に出来上がります。

30

中村ブレイス（人口500人の山間部にある世界的な企業）にて



欠損した体の一部をおぎなうことで、心までおぎないたい。

企業の成果は、
事業の**成長性**や**収益性**、
株式公開の有無などだけで
評価されるもの**ではない**。

**社会の中でさまざまな人から、
その企業あるいは
事業がないと困る と、
その存在が望まれ
歓迎されるような事業を
創造したときに、
その起業家の業績は
高く評価される。**

創造的な人や組織が
次々と生まれてくるようにする
活動を生涯の仕事としています。

アイデア創出の活動で困ることがあれば
いつでも、ご連絡ください。
新しいことに挑戦するあなたを
全力で応援します。

石井力重

34

アイデア創出や、創造の活動に困った時、
或いは、講義・ワークショップ・本・道具について
ご質問があれば、いつでもご連絡ください。



rikie.ishii@gmail.com
アイデアプラント 石井力重

活動報告ブログ <http://ishiirikie.jpn.org/category/801376-1.html>
twitter https://twitter.com/ishii_rikie
メールマガジン（年に1、2通） <http://www.ideaplant.jp/download/>

35