

2012年9月24日 18:30~21:00
cocolin (NAViS 1F)

発想を豊かにするアイデア創出の技術

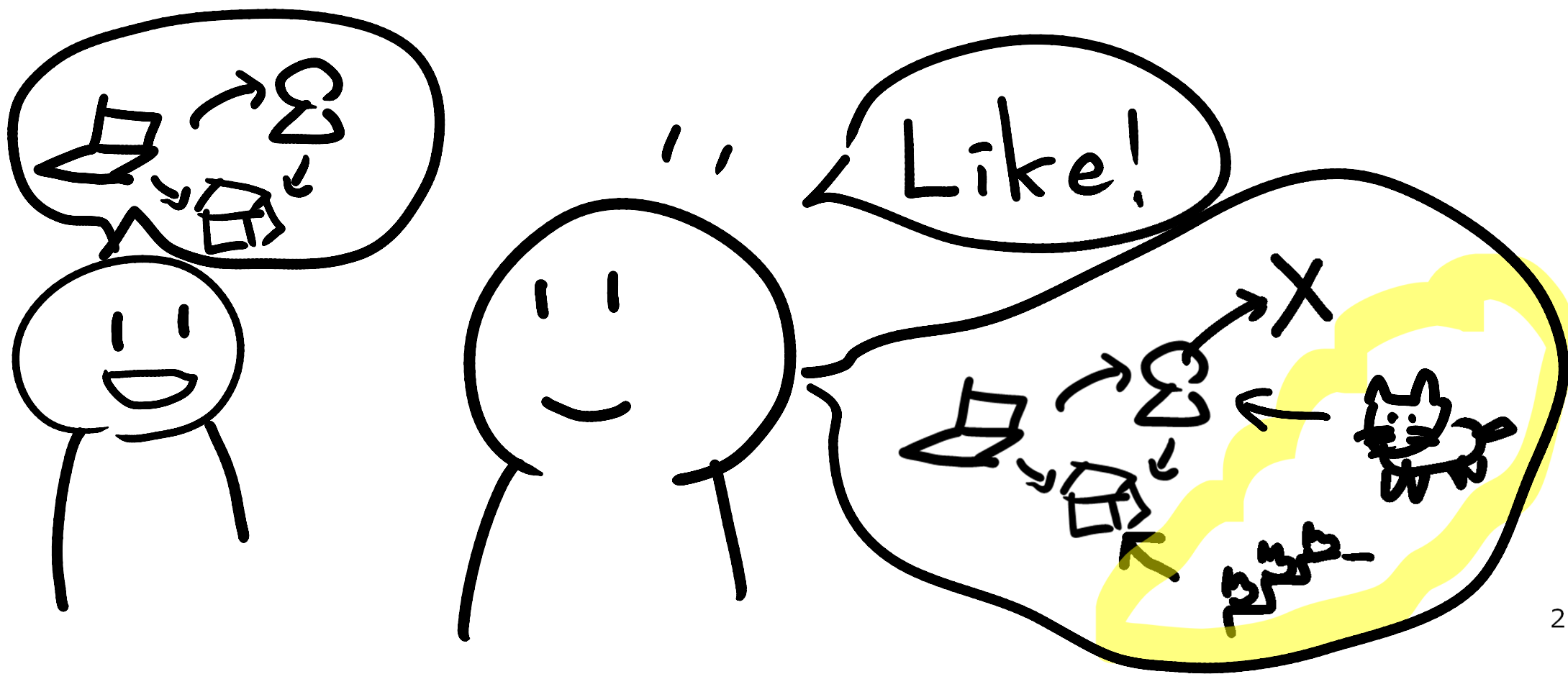
アイデアワークショップ



アイデアプラント
石井力重
rikie.ishii@gmail.com

ブレストのお題

「新しい事業・サービスのアイデア」



進行

このアイデアの種、拡げます。

- 1 「5分交代のペア・ブレスト」 (30分)
- 2 「TRIZ for ビジネスモデル」で1人ブレスト (15分)
- 3 「アイデアスケッチ」に書いてみる (複数も可) (10分)

ここからは、魅力的なアイデアを、皆でさらに広げます。

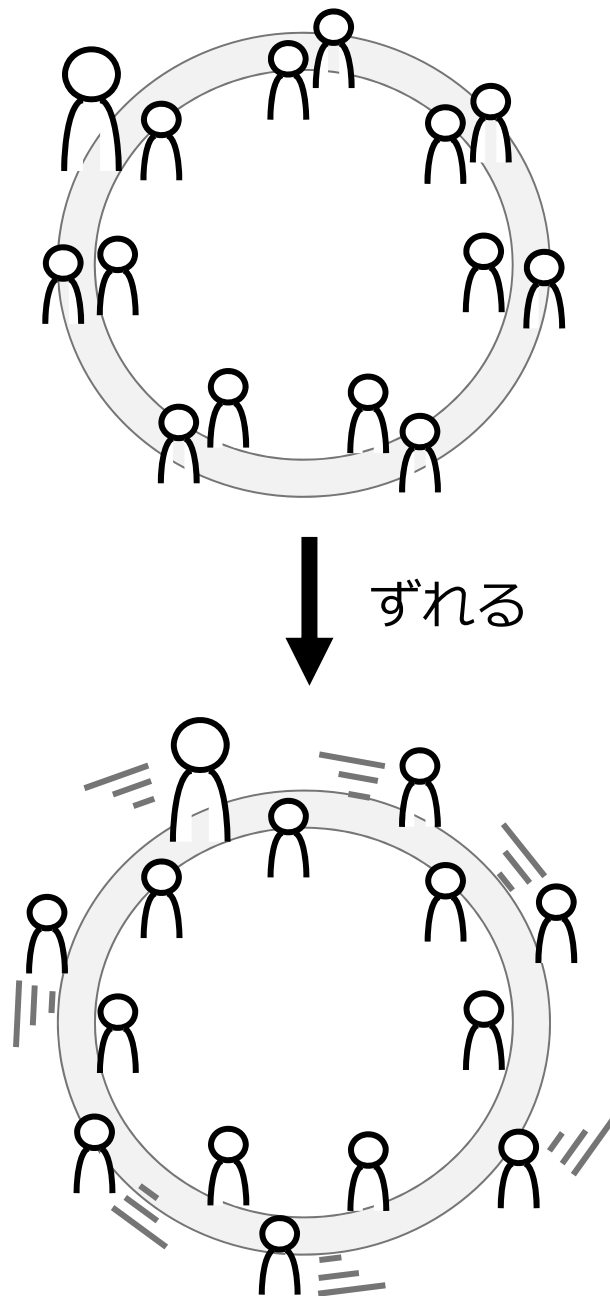
- 4 「ハイライト法」で良案抽出 (10分)
- 5 「アイデア・レビュー」 (上位N個のアイデアを紹介) (15分)
N = 参加者総数 / 4
- 6 「発展ブレスト」 (20分)
上位案を更に広げるブレスト。
面白い、と思った所へ移動し、発展させるブレストを。(グループ目安：4人)
- 7 「ミニ・プレゼン」 (10分)
ブレストを経たあとのアイデアを簡単にプレゼン (ランダムに指名：1、2組)

1

スピードストーミング

5分交代のペアブレスト

5分交代のペアブレスト・やり方

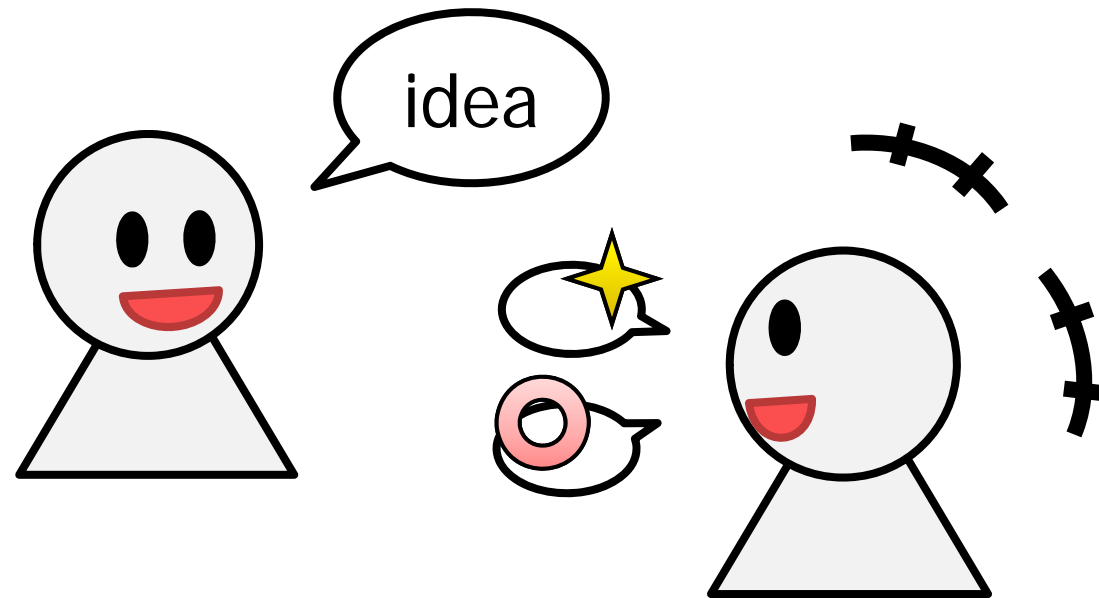


- ① ペアで、輪に
- ② 5分間、ペアで
(ブレスト。お互いのアイデアを
紹介しあって、広げる)
- ③ 1分間、メモタイム
(会話を、徐々に収束)
- ④ 挨拶、外側が1つ移動
(時計回りに)

～ 計5回、実施 (30分)

ルールを1つだけ。

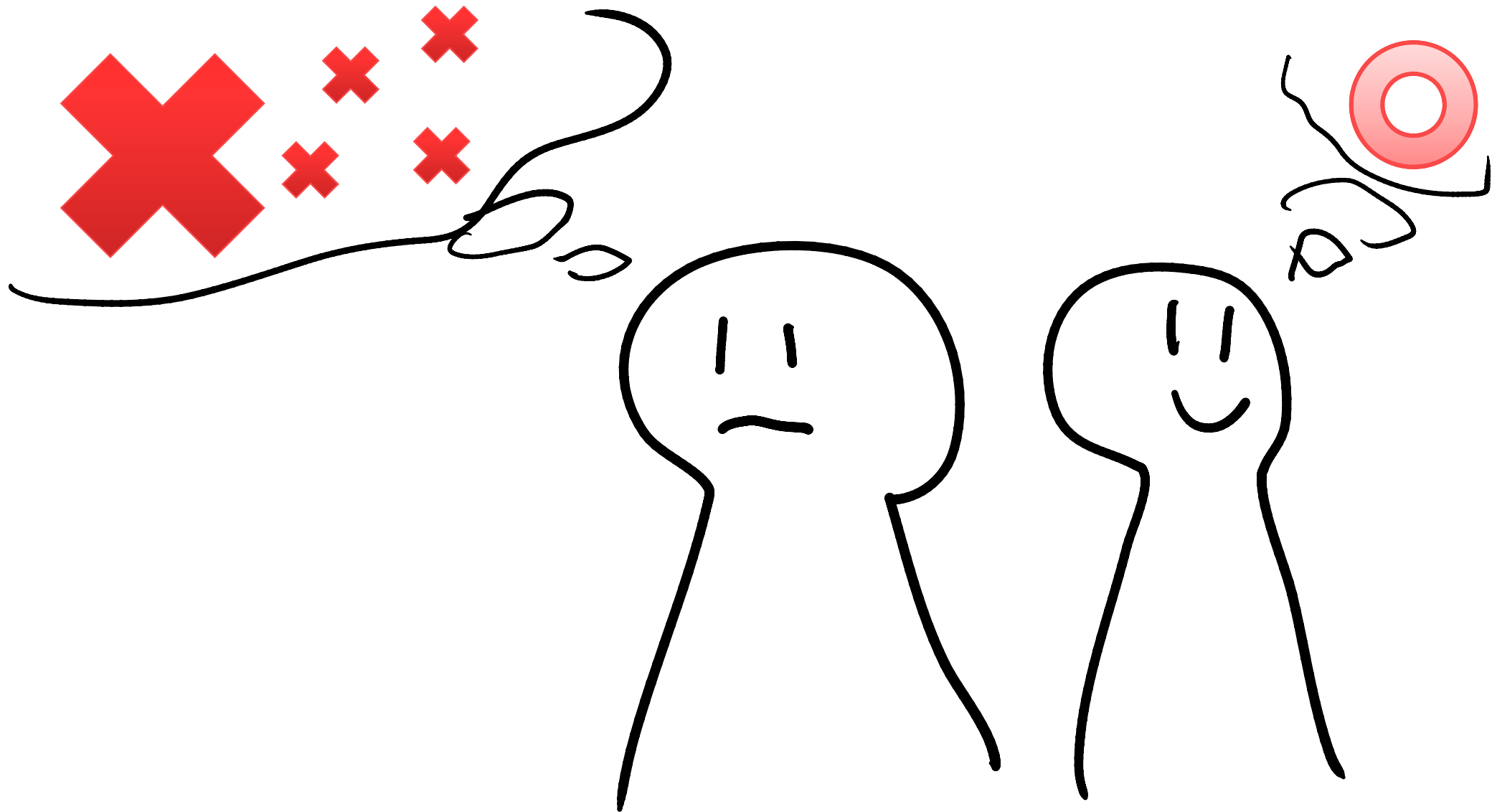
「プレイズ・ファースト」



“アイデアの良い所に
光を当ててコメントする”

それについて、
ちょっとだけ、
ミニレクチャーを
はさませてください。

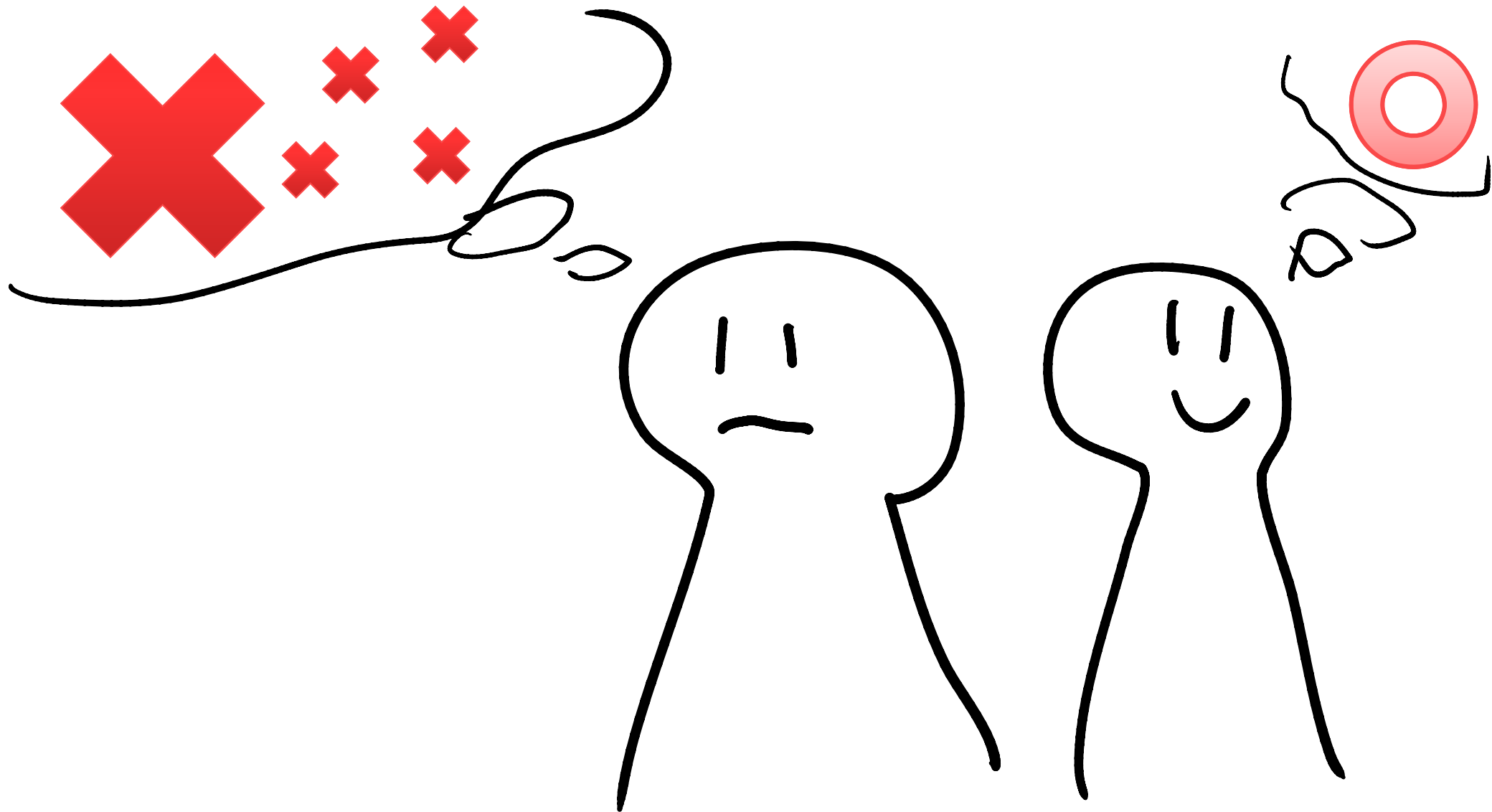
“へんな思いつき”を、
良案にできる人の頭の中？



マイナスと、プラス、2つのことが心に浮かびます。

(新規性の要素を注ぎ込む時、よく、こうなります)

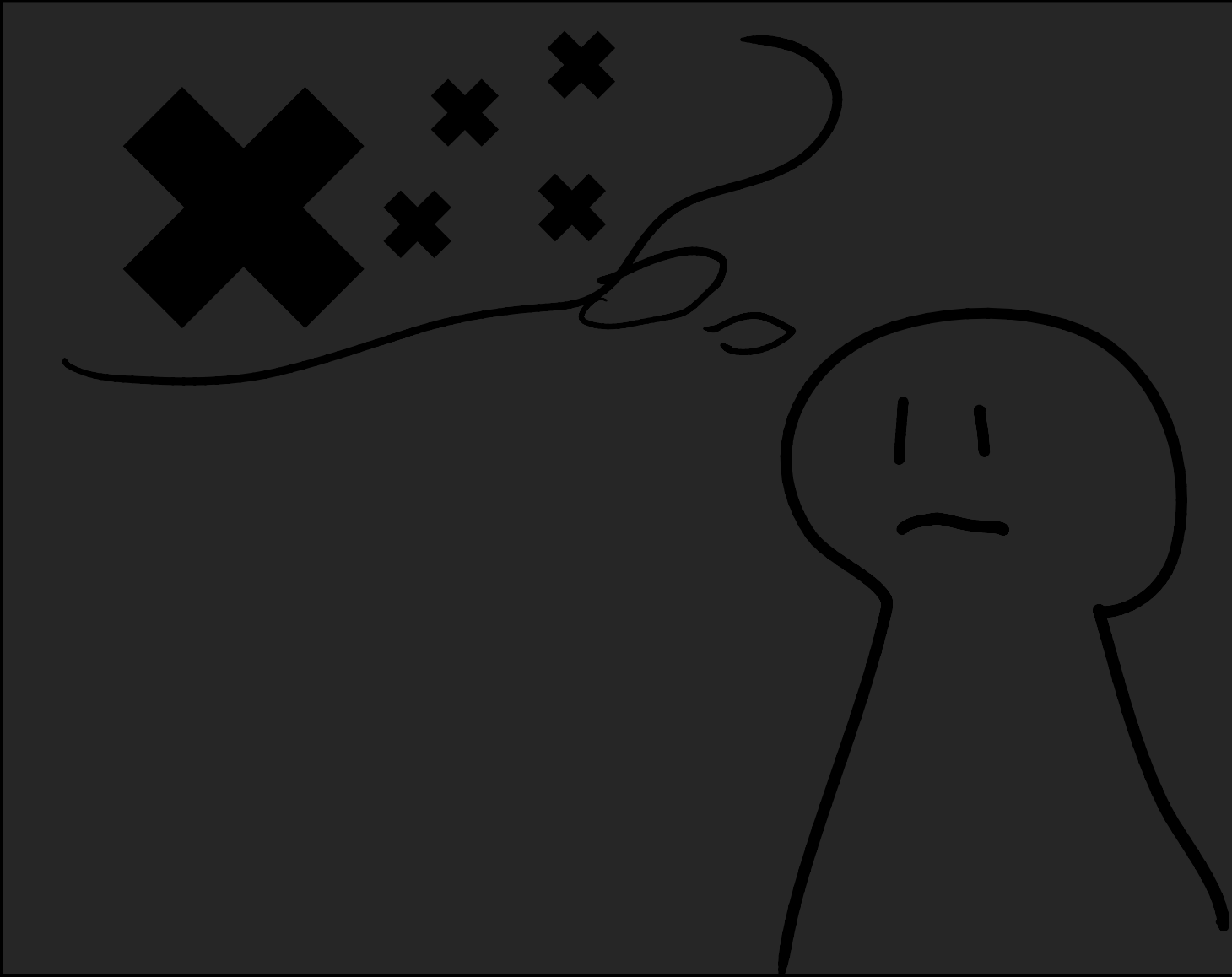
(マイナスの方が、大きい? 経験を積むほど、“×”を想起する力は鍛えられていきます)



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

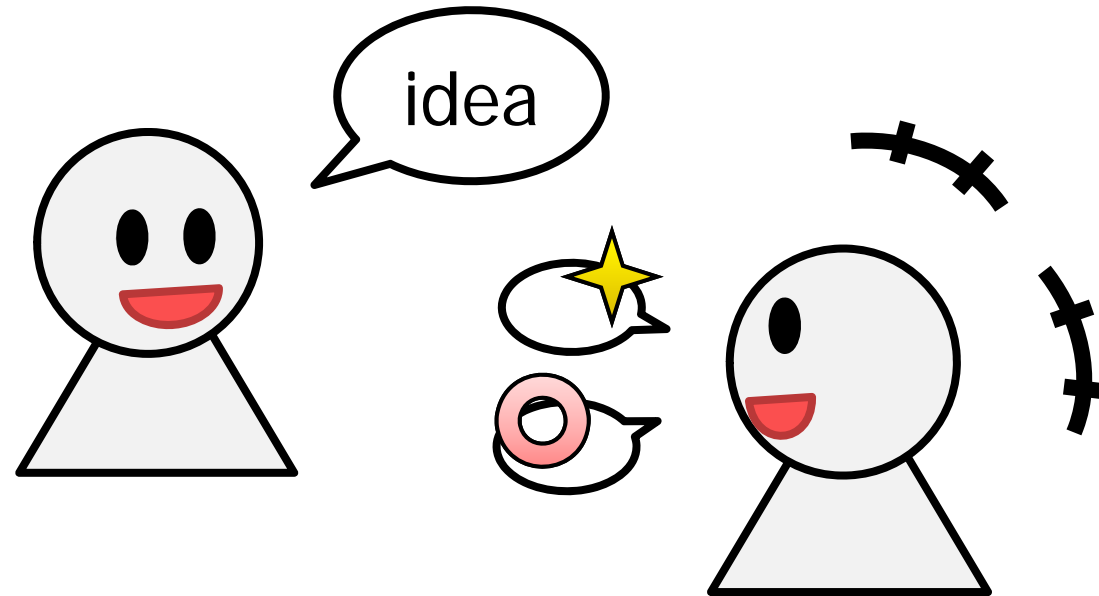


“プレイズ・ファースト”

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)

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”

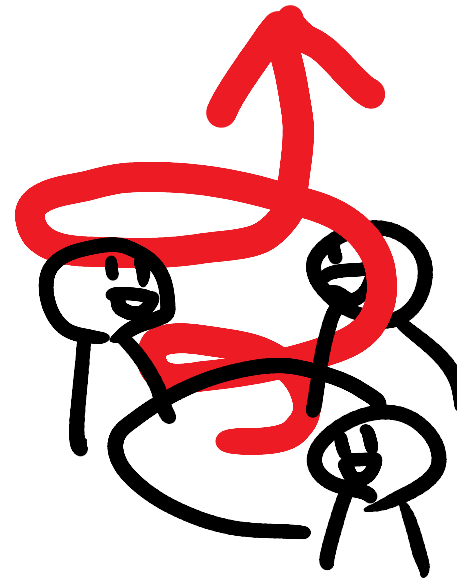


「プレイズ・ファースト」

(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)



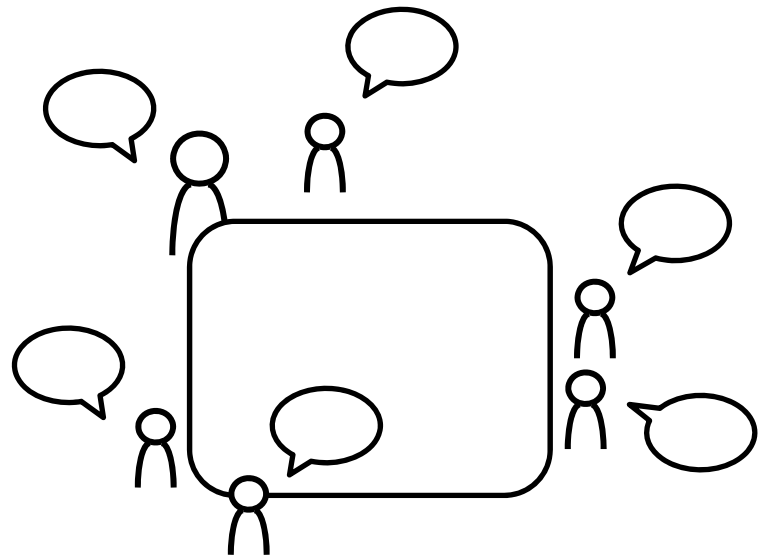
補足

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

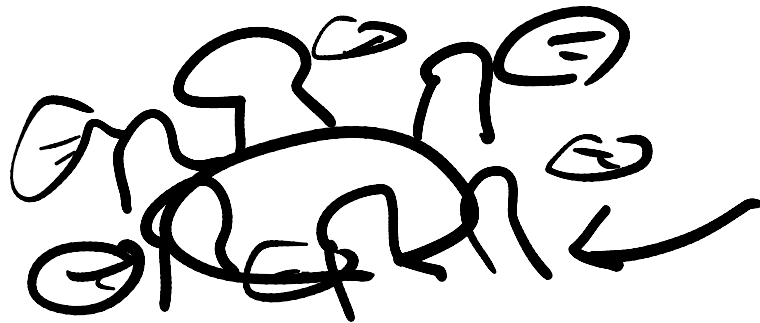
会議でアイデアが出ないときの処方



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

2

TRIZ for new business idea

一人ブレスト。

その前に、ちょっと、
「アイデア・スイッチ」
を押します。

ブレークスルーの40パターンで、
ビジネスアイデアの要素を創造的に発展させる

ビジネスアイデアに、
TRIZの発想のエッセンスを用います。

補足：

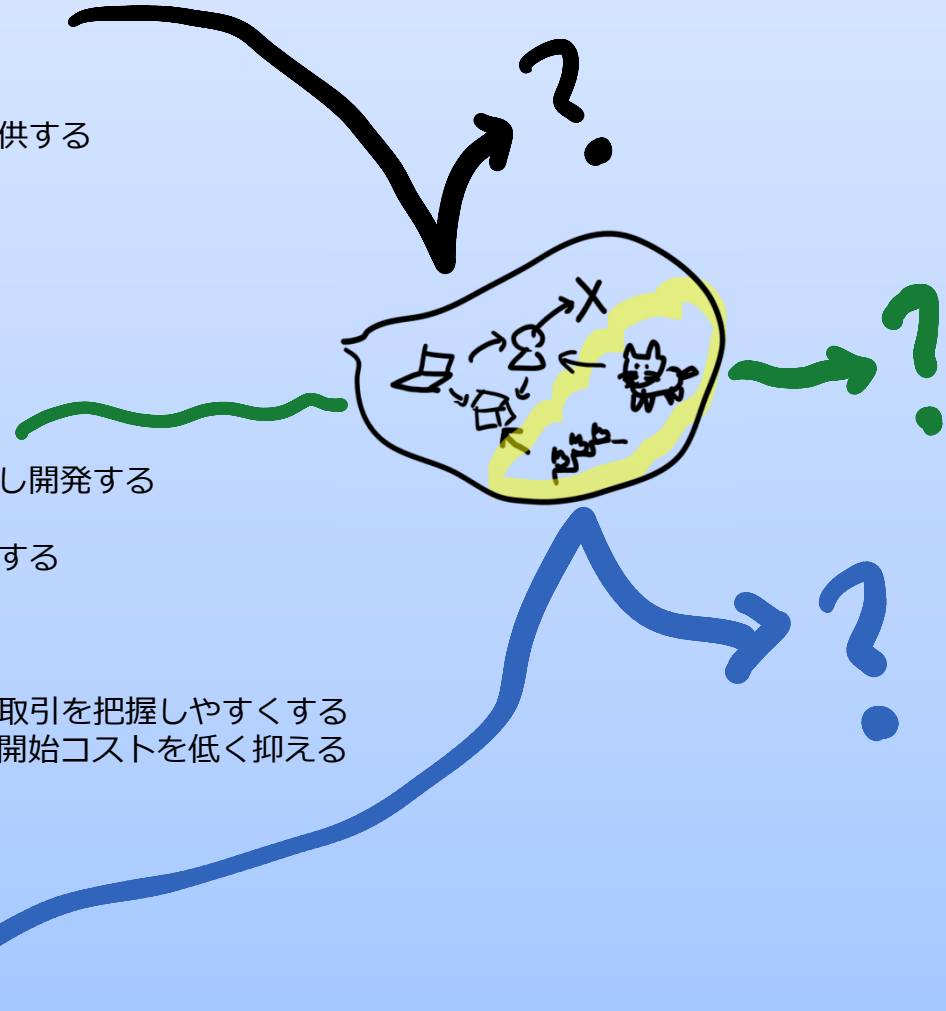
“TRIZ”ってなに？

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。

TRIZ for BMC

- [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によって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



別の分野の成功要素を、適用できる人の頭の中？



対象に向かって、ドスンと、「その概念」を、あてはめてみる。

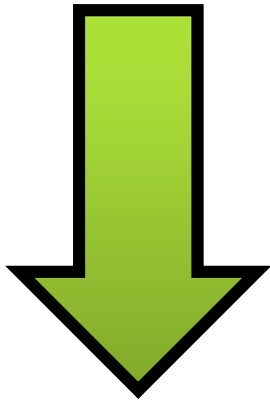
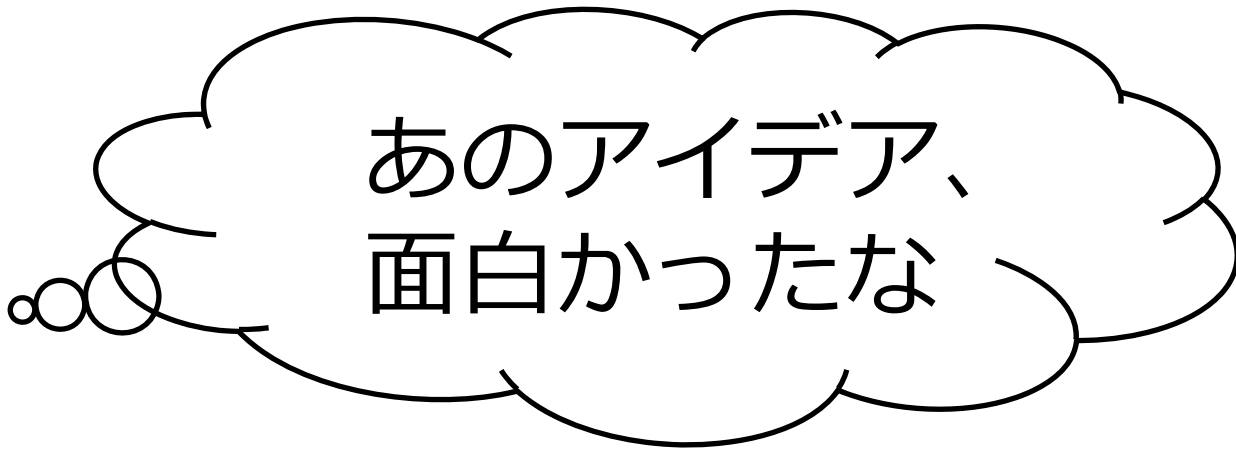
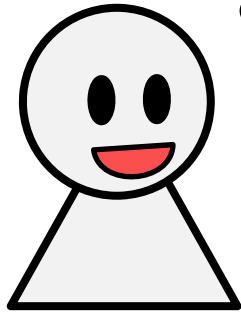
そうすると、大抵は、いろんなものがひずみます。

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。

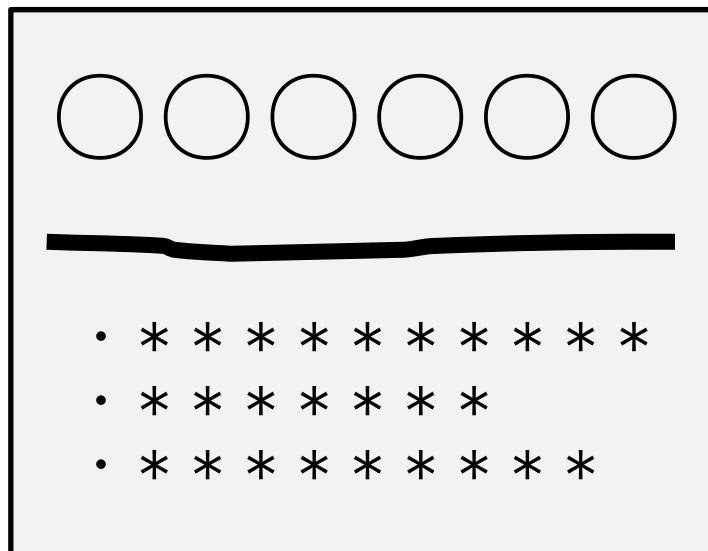
3

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

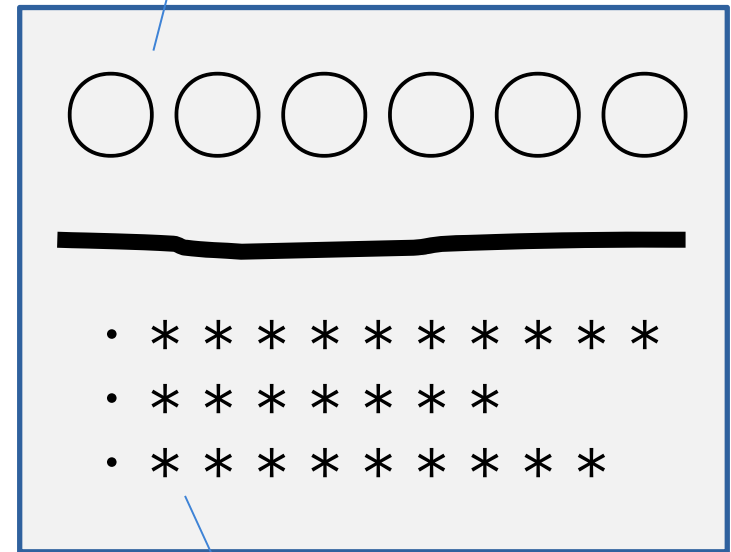


アイデア
・スケッチ

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

4

ハイライト法

良案抽出

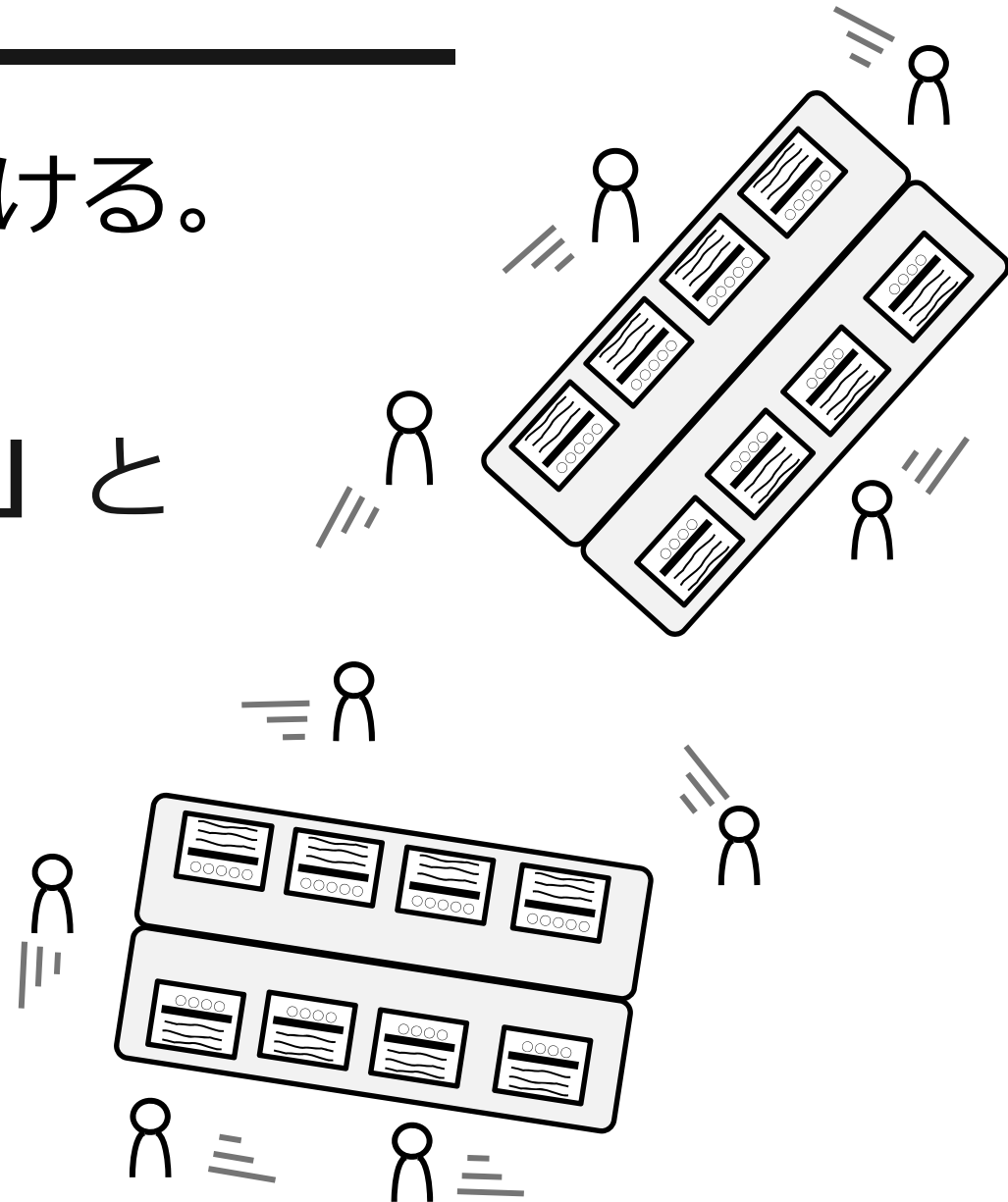
ハイライト法

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



5

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。

6

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。

7

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)



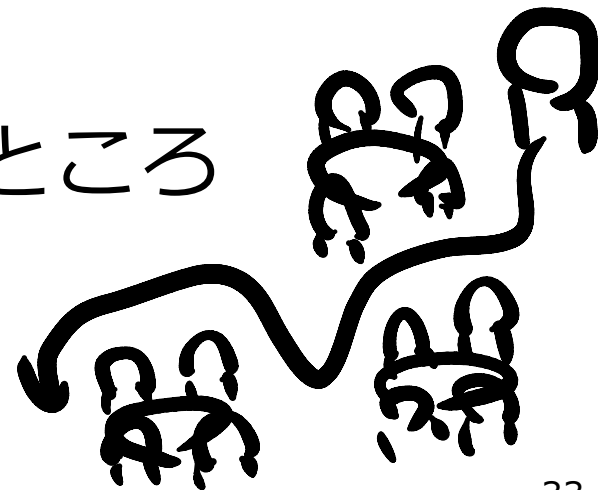
ポストイット・フィードバック

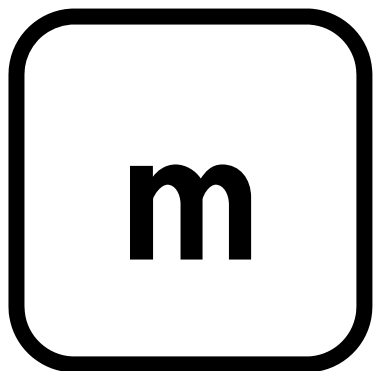
ポストイットにコメントを書く (2分)

■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)



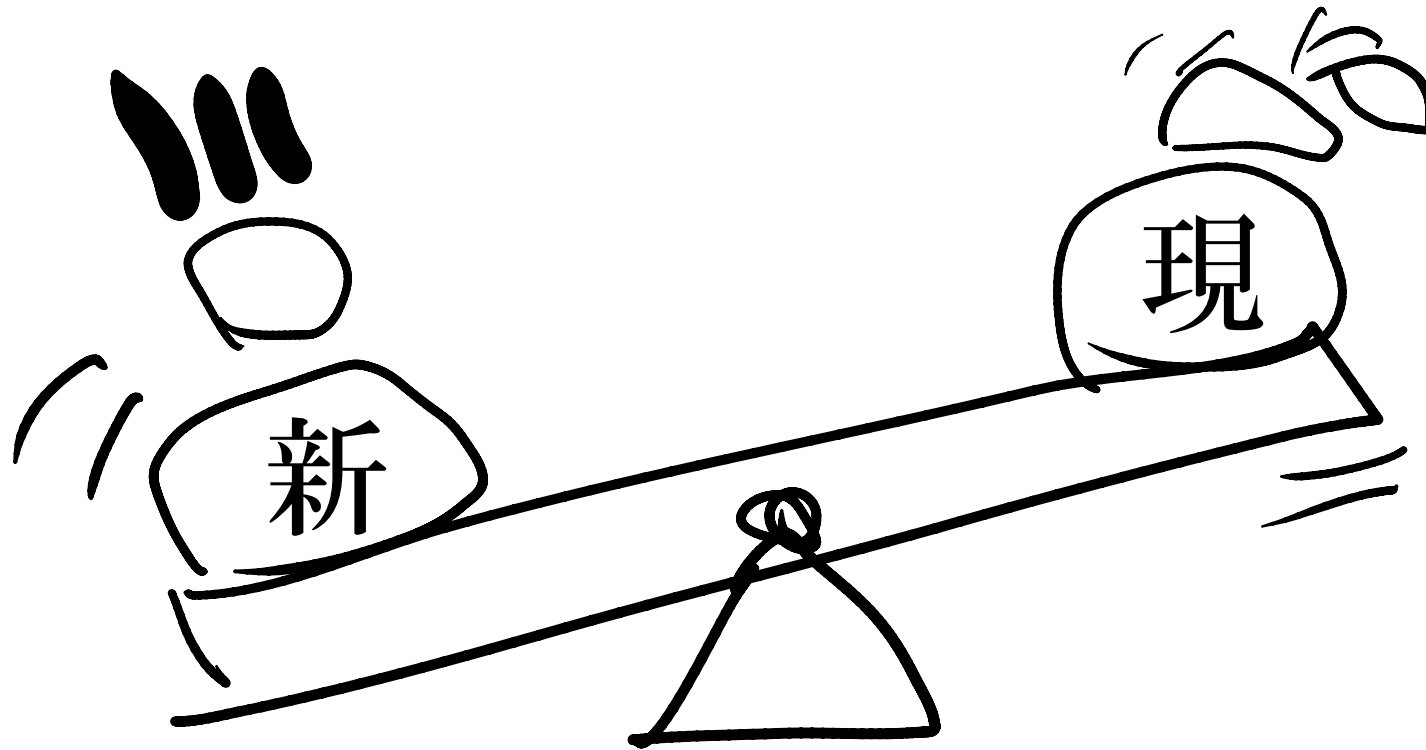


最後に、
もういっこだけ、
お話しさせてください

創造的思考。その技法もあるけれど、、、

頭が本来持っている創造的な能力を
全力で使うことを、強く薦めたい。

新規性と、実現性は、トレードオフ



(この構造を忘れないでください、いつも)

1

2

3

・・・だから、強く意識してください。

4

と。

競争力ある事業展開をするには、
新規性は、どうしても要る。

事業に、新規性を取り込める時期は、いつなのか？

→ 構想の初期段階のみ。 (創業、第二創業、事業革新)

でも、新規性は「不確実要素」に等しい。
新規性を含む構想は、実現性がぐんと下がる。
なので、頭の中の“経験・知識”は、それを抑制しようとする。

・・・だから、強く意識してください。

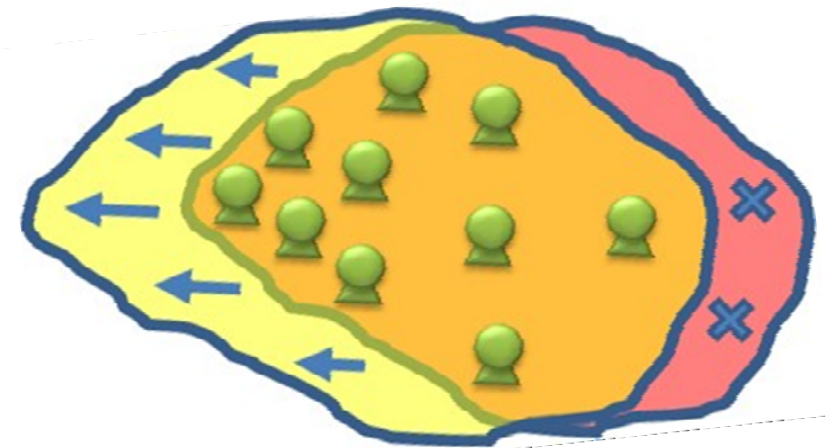
**実現性がなくてもいい。
構想初期段階では、創造的なアイデアを得るのだ
と。**

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

準備物 1 (印刷物)

TRIZ for BM 1sheet/person

http://ishiirikie.sakura.ne.jp/sblo_files/ishiirikie/image/TRIZ_for_BMC.pdf

アイデアスケッチ 5sheets/person

http://ishiirikie.sakura.ne.jp/sblo_files/ishiirikie/image/ideasketch_IDEAPLANT.pdf

準備物 2 (道具類)

プロジェクター 1台 (なければ、なしでもOK)

ホワイトボード 2台 (なければ1つでも)

マイク (なければ、なしでもOK)

椅子、机 (動かしやすいものだと、なお良い)

サインペン (裏うつりしないものが良い) 1本/person (なければ、なしでもOK)

A4白紙 (裏紙でも、何でも可) . . . 適量

チョコ、コーヒー . . . お好きなら。