

発想フレームワーク55

永田豊志 SoftBank Creative

拡散的発想

アイデアを散らかす



収束的発想

アイデアを整理する

シネクティクス (アナロジー) 4分類

- 1** **ダイレクトアナロジー (直接類推法)**
直接、似たものを見つけて、そこからヒントを得るもの。バイオニクスなど自然界に多くのヒントがある。
例) 蓋なしで開閉する機械のヒントを見から得る
- 2** **パーソナルアナロジー (主観類推法)**
自分が対象の要素そのものになりきって、その視点から発想する方法。
例) 自分が機械の一部になったつもりで、効率的な動かし方、負担のないしくみを考えてみる
- 3** **シンボリックアナロジー (象徴類推法)**
問題を抽象化して物語、小説、メルヘンなどのシンボリックな視点から幅広く発想する。
例) 苦境に陥った自分の状況を周囲を取り囲まれた戦国武将になぞらえて解決の糸口を考えてみる
- 4** **ファンタジーアナロジー (空想類推法)**
自由にアイデアをふくらませていく連想方法。
例) 「閉じる→向かい合った虫の握手→クモの巣の獲物を捕まえて放さない状態」など自由に連想を飛躍させる。

オズボーンのチェックリスト

- 1** **他に使い道はないか? 【転用】**
そのまま新しい使い方は? 例) わけありグルメ
改善、改良して使い道は? 例) 電球を殺菌装置に
- 2** **他からアイデアが借りられないか? 【応用】**
他にこれに似たものはないか? 何か他のアイデアの示唆はないか? 真似できないか? 例) 「こうもり」からレーダー
- 3** **変えてみたらどうか? 【変更】**
意味、色、動き、匂い、様式、型などを変えられないか? 例) 太宰治「人間失格」が表紙替えてブレイク
- 4** **大きくしたらどうか? 【拡大】**
より大きく、高く、長く、厚く 例) ラージサイズ専門店
時間、頻度、付加価値、材料は? 例) コンビニの高頻度配送
- 5** **小さくしたらどうか? 【縮小】**
より小さく、軽く、短く 例) 世界最小デジカメ
減らせられないか? 例) ノンパン-理髪店
省略できないか? 例) 一人用加-具材
- 6** **他で代用できないか? 【代用】**
何か代用できないか? 例) 輸血用人工血液
他の素材は? 例) 豆乳ケーキ
他のアプローチは?
- 7** **入れ替えたらどうか? 【置換】**
要素は? 例) 別の言葉に置換
レイアウトは? 例) デスク配置
順序は? 例) 発表の順番
- 8** **逆にしたらどうか? 【逆転】**
後ろ向きにしたら? 例) リバーシブルバック
順序を逆にしたら? 例) 価格を1/10に決定して開発開始
- 9** **組み合わせたらどうか? 【結合】**
合体したら? 例) 消しゴム付きシャーペン
ユニット、目的を組み合わせたら? 例) 携帯のバーコードリーダー

ファンクショナルアプローチ

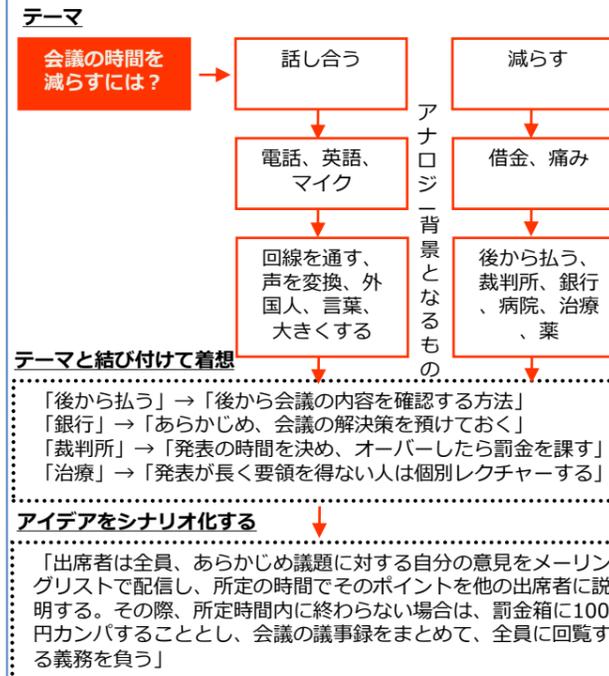
$$V(価値) = \frac{F(機能)}{C(コスト)}$$

コーヒーチェーンにおけるファンクショナルアプローチ

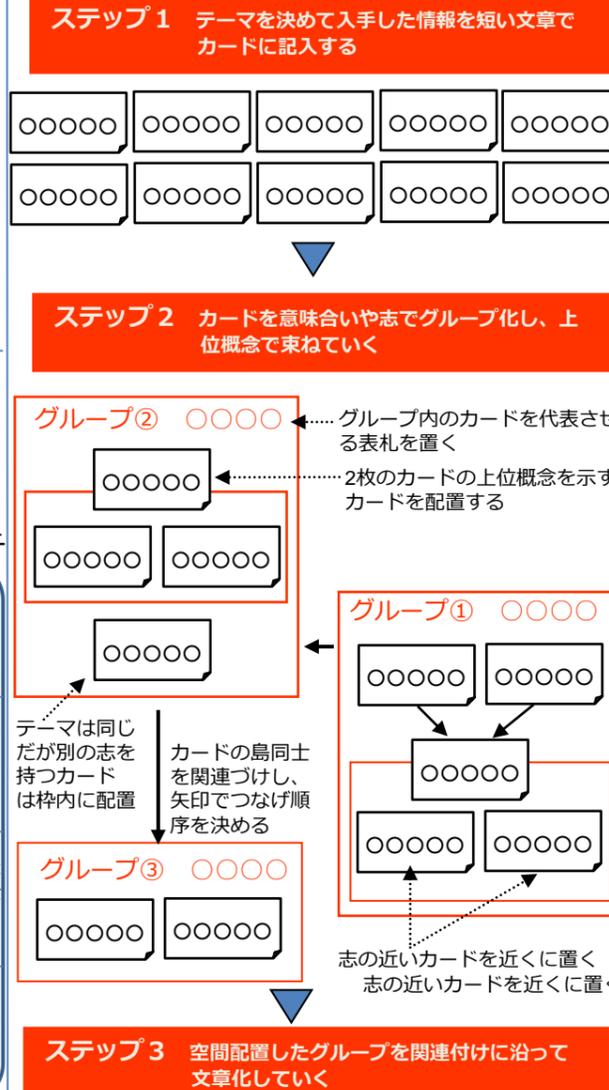
- 基準**
- $V(\uparrow) = F(\rightarrow) / C(\rightarrow)$
1 **ファンクションは維持、コストを下げて価値を上げる戦略**
ドトールコーヒーはグループで1470店あるコーヒーチェーンとしては国内最大手。コーヒー1杯200円。これをベースに他店の戦略を見てみよう。
 - $V(\uparrow) = F(\uparrow\uparrow) / C(\uparrow)$
2 **コストは上がるがそれ以上にファンクションを高め、全体価値を上げる戦略**
スターバックスはソファ、落ち着いた照明など長居したくなるようなインテリア、店内全面禁煙などを特徴とし、高価格帯でも人気を集める。コーヒー1杯280円以上。
 - $V(\uparrow) = F(\uparrow) / C(\rightarrow)$
3 **コストは維持、ファンクションを上げて価値を上げる戦略**
サンマルクの戦略。コーヒーはドトールとほぼ同額だが、焼き立てパンや季節のドリンクなどで付加価値を付けている。

NM法

NM(中山正和)法はテーマに関して、アナロジー(類推)を手掛かりにして下記のような手順でアイデアを得る技法。



KJ法



ブレインストーミング

ブレインストーミング開催の基本

- 理想的な人数は5~10人。タイプの異なる混成チーム。
- チームの中にひらめき力の高い人を最低2人は入れておく。
- リラックスできる環境で行う。
- 進行役は、メンバーを乗せて、意見が出やすい雰囲気を作ること。
- 単一の目的に集中し、複数の主題についてプレストしない。問題は総括的なものより、ポイントを絞った具体的なものにする。
- 提案もアイデアも全て記録し、参加者全員の手許に配布する。

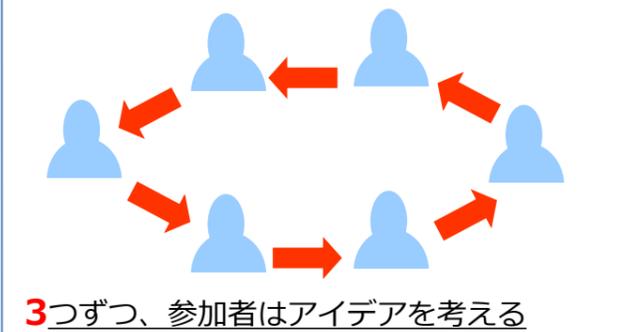
- 1 アイデアの良し悪しを判断しない (品評は後日)
- 2 乱暴で突拍子もない自由奔放なアイデア大歓迎
- 3 量が重要、多ければ多いほど良い (質より量重視)
- 4 オリジナリティにこだわらない
複数のアイデアの組み合わせ、他人のアイデアを改良したアイデアを積極的に提案する

ブレインライティング

6・5・3法

6人の参加者で行う (もっと大人数でも良い)

- 5分以内にブレインライティングシートにアイデアを記入し、5分後に隣の参加者へシートを回す



テーマ「○○○」			
	A	B	C
1			
2			
3			
4			
5			
6			