

0 円

みんながアイデアをヒラメクための招待状

『 ヒラメク☆ 』

--- はじまりの章 ---



ヒラメキ

イラストの無断使用を禁じます (C) 秋山孝 2008

著者：ミクル株式会社 代表取締役 福井直樹
表紙イラスト：多摩美術大学 教授 秋山 孝

【はじめに】 アイデアの仕組み

■ はじまりの章

はじめから私が気付いた全てを話してしまいます。

(逆に現在ここまでしか分かっていません)

【アイデア】は誰もが使っている【身近なもの】です。

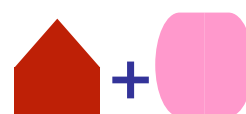
日常生活でのアイデアも複雑なビジネスのアイデアも仕組みは同じで

『アイデアはアイデアの組み合わせで出来ている』

ということは間違いありませんし、更に

『アイデアは既に 100%が世の中に存在している』

のも確かなことです。



全てのアイデアは既に存在するのに新しいアイデアが必要な理由は、

『アイデアは腐る』し『使う人に合わせる』ためです。

アイデアを求めている人にとってはアイデアを生み出す方法について喉から手が出るほど欲しいわけですが、**アイデアを産む確実な方法は誰も知りません。**

そこで私は【アイデアの分解】が必要であり、そこに秘密が隠されているというお話から始めさせていただきます。



【アイデアの分解】から産まれるのが【アイデアの種】。



その全ての【アイデアの種】には必ず【感情の羽】が生えています。



その羽は人それぞれ違いますし、【良い感情の羽】と【悪い感情の羽】に分類されます。



それらの【良い羽】が【悪い羽】より大きくなる【アイデアの種の組み合わせ】で花が咲き実になったものが【良いアイデア】なのです。

私がアイデアをヒラメク瞬間を分解した結果として産まれたのが上記のような考え方であり、どうやって物事を分解するのか、どうやって羽を出させるのか、どうやって組み合わせるのかを発見できれば多くの人がヒラメクようになるはずと信じて疑っておりません。

それでは皆さんと一緒に解明を進めて参りましょう！

第1話 アイデアはとても身近なもの

アイデアが出てこない人は、

『**アイデアはあるといいけど自分とは無関係だよなあ**』

というように思われている方が少なくないと思います。

アイデアというものを難しく考えすぎている方が多いのですが、ごく身近なところでは「ランチで何を食べるか」にもアイデアを皆さん持たれています。周りの人に**外で食べるランチをどうやって決めているか**を聞いてみて下さい。決めるアイデアがバラバラなのがお解り頂けます。ランチの決め方なんて学校で教えられたわけでもありませんから、**誰もが決め方のアイデアを自分で産み出した**はずなのです。

おしゃべり上手な人は相手の気持ちをつかむアイデアを知っているわけですし、楽しいメールを送れる人は文章や絵文字を上手に使うアイデアを持っているはずですよ。勉強したわけでは無いですよ。

他にも**相手によって声色やトーンを変えるアイデア**を使っていませんか？



まだまだあります。営業の成績が良いという人はお客様の心を捉えるアイデアを持っていますし、付き合い上手な人は周りの人を楽しくしたり幸せにしたりするアイデアを持っているのです。

アイデアというものがあまりにも身近なものすぎて普通はアイデアとは意識していないだけで、誰もが既にあるアイデアを活用したり、新しいアイデアを産み出して生活しているのです。

僕はそれらのアイデアを分解してみると

複雑な事業アイデアと普段の生活でのアイデアと構造は全く同じだということを発見したのでその内容をまとめることにしました。

ヒラメいたアイデアは人に話す方がずっと良くなります。2007年8月に発見したばかりの僕の理論は改良の余地がありますので、公開して磨きを掛けたいと考えました。また誰にでも活用が可能ですのでいっそのこと無料で読めるようにして多くの方に実践してもらおうというわけです。また、**皆さんの参加によって【完璧にヒラメク方法】が完成に近づくのでは？**というアイデアなのです。

※第2話ではどういった人に読んでもらいたいかをお話します。

第2話 いったい誰が読めばいいの？

あらゆるモノやコトが手に入る現代では、自らアイデアを産み出さなくても問題無いかもしれません。職業としてアイデアが日常的に必要なのは企画系の仕事をしている人やクリエイターやプロデューサー、広告やプロモーションの仕事をしている人でしょう。

ですが、アイデアというものを意識した方が良いのはあらゆるサラリーマンは勿論のこと、フリーター、芸術家、主婦、先生、看護師、税理士、弁護士、公務員、政治家、学生そして子供にも誰にでも当てはまると考えています。

この本を読み始められている時点で恐らくアイデアがあった方が良さそうだということにはご自身も気付かれているはずですよ（笑）。

ですが、どうやったらアイデアが出てくるかなんて、学校では教えてくれませんでした。自分の生活を良くするにも会社を良くするにも社会を良くするにもアイデアが必要とされているのに誰も教えてくれなかったは何故でしょう？

今の日本の政治家を見てもアイデアが欠如しているのは一目瞭然ですから実は偉い人だけが隠し持っているような秘密も無さそうです。そう、**まだ誰も知らないんです。**

何がアイデアで、アイデアがどのように成り立っていて、どうやったら使うことができ、どうやって考えれば新しいアイデアを思いつけるのかということさえ理解できれば、あなたも自由自在にアイデアを操ることができるはずです。



僕自身がそうでしたが自分を弱いと思っておられる方ほど、**アイデアという武器で厳しい社会を生き抜かなければなりません。**

ちょっとだけ厳しいことを言っちゃいますが、社会も国も増えすぎた弱者を助けてくれるなんて将来的には期待できないのが現実なのです。この現実には目を背けるわけには行きません。

とは言いつつもこの本によって、**誰かが社会さえも良い方向に持って行けるアイデアを発見してくれると良いな**と思ってもらいたいという魂胆です。バレバレですが多数のアイデアが集まればきっとそうなると思われませんか？僕だけでは不可能ですがどこかの誰かがヒラメクためのきっかけにはなると思います。

※次回はアイデアの必要性に迫られた過去を振り返ってみます。

第3話 逆境がアイデアを産む環境を与えた

三人姉弟の末っ子で 1 歳から母子家庭で始まった人生は、たくさんのアイデアが必要でした。経済的には母も酒屋さんの経理をしていただけで恵まれていませんでしたので、遊びにも勉強にも人生にもアイデアを駆使していました。

小学生の頃、身体が小さかった僕はいじめの対象になりそうでしたので、先にルールを作りました。「持ち回りいじめ制度」は、クラス全員が順番にいじめられっ子になるというルールで自分だけいじめに合うのを回避しました。

“いじめ”からは逃れましたが“みじめ”という辛酸をなめての生活（あ、不幸せだったわけではありません。念のため。）でしたので早く大人になりたいと考え、姉が使っていた 5 年や 6 年生の教科書や参考書を 4 年生の時に勉強してしまうというアイデアを使い【よくできました】に〇をたくさんもらってました。



中学生では中学の図書館に通って学研等の**付録の補助教材を先生からもらって勉強**するというアイデアを使い、塾にも行かずに学年で一番になりました。宿題をしなくていいように**授業中に宿題になるであろう箇所を解いていもう**というアイデアを使い、家では将来の仕事のためにプログラミングの勉強をしたり、毎日ジグソーパズルで遊びながらイメージ力を鍛えていました。ちなみにパソコンを使った会社を作ろうと決めたのは小 6 の時でして、小学校卒業後すぐに貯金全てをはたいてパソコンを買うという人生初の自己投資を行いました。

多くの成功本でも紹介されているアイデアですが、**高 3 の時には 65 歳までの人生設計を終え**、今もほぼそのスケジュール通りに歩んでいます。

大学生では昼間プログラマーとして働きながら学費が**半年で 9 万円だった国立大の夜間課程に通う**というアイデアで大学も自分の力で卒業しました。

夜学出身ですが NTT という大企業にアイデアを駆使し 6 回の面接をパスして内定をもらいました。例えば、面接時に Excel で作成した自分のグラフ入りプレゼン資料を用意したり、新聞のデータベースで業界のネタを仕入れたり、圧迫面接時には、いかに自分がサラリーマンに向いているかという作り話も考えました。入社後も国立大学担当として多くの受注を挙げることができました。

そして、**今まで 4 つの会社を立ち上げましたが全て成功して来たのもアイデアがあったからであり、常にオリジナルのアイデアを用いて起業しています。**

… 僕のように貧乏から始まった人は逆に幸せかもしれなくて、良い生活ができてきた人がお金に困るのは耐え難いかも知れません。そうなる前にアイデアを是非。

※次回は早速ですが物語の核心である【分解】についてです。

第4話 物事を分解する

アイデアが何故出てくるのか？・・・この問いを10年も自分に問い続けて来て気付いたのは、僕にはアイデアが**閃く**習慣があったということでした。

誰もが意識してやっているかと思っていましたがそうでは無いその習慣は、

『物事を分解する』

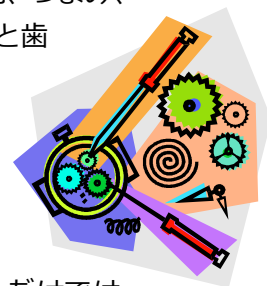
という馬鹿馬鹿しいほど簡単なことなのです。

あなたの頭の中で起こっていることをよ〜く考えてみますとあなた自身も行っていることとして、当たり前すぎて常には気にしていないのだと思います。

言葉遊びでは無く、実は何かを**分**かろうとする時に誰もがその何かを**分**けて**か**ら**解**ろうとしています。物事は全て様々な【物=モノ】や【事=コト】の**組み合わせ**です**ので**分けることが実は必要だったのです。

例えば、時計を分解したという経験はありませんか？中がどうなっているかに興味を持って分解して、もう一回組み立てるということを僕もよくやっていました。腕時計は分解しますと文字盤、長針、短針、秒針、本体、電池、つまみ、ネジ、バンドなどに分解できますし、本体を更に分解しますと歯車やコイルなどに分かります。

【モノ】を分解すれば、『あ〜、こんな風になっているんだ』と理解が進むはずです。



この時計の分解と同じで、世の中の「カタチ」有る【モノ】だけではなくあらゆる【アイデア】【コト】【ヒト】【サービス】【ビジネス】【味】【言葉】【音楽】【デザイン】【パッケージ】【ネーミング】など全てが分解でき、その分解されたものが更に小さく分解できるのです。

人を分解できたとしますと細胞の固まりであり、更には遺伝子までもが分解できるのと同じです。

【言葉】なら【文字】である【漢字】【ひらがな】【アルファベット】【音】の一つまでにも分解でき、分解されるもの全てに意味があります。【分解】にピンと来ない方もいらっしゃるかと思いますので実際に次回からやってみますね。

※次回は分解で分かるアイデアが出る人と出ない人の違いについてお話します。

第5話 アイデアが出る人と出ない人の違い

分解という作業を通してアイデアが出るかどうかが見えてきます。

アイデアが出る人と出ない人の違いは、

- ✓ 意識的に分解作業をしていない
- ✓ 分解できる数が少ない、またはできない
- ✓ 分解するパターンを覚えていない
- ✓ 分解が隔たっている
- ✓ 分解のスピードが遅い
- ✓ 分解したものを記憶していない
- ✓ 他の人と自分の考えの違いを把握しきれしていない

などがあげられます。詳しい説明は後々させていただきますが少し試してみましよう。

例えば、『ランチ』を分解してみてください。まずは紙を用意してどんな風でも構わないので分解して書き出してみましよう。※下を見ず 10 分程度考えて下さい。

分解の 1 例を挙げてみますね。分解の方法は下記以外にも様々です。

例えば、【手段】として

【外食】【弁当】【作る】【宅配】の 4 通りが考えられます。

これら全てがまずは【料理法】として

【和食】【洋食】【中華】【その他各国料理】に分解されます。

それぞれが更に次のように分解できます。

【外食】→【専門店】【食堂】【ファミレス】【フードコート】【屋台】

【弁当】→【自分か家族の手作り】【コンビニ】【弁当屋さん】【テイクアウト】

【作る】→【冷凍食品】【レトルト】【インスタント】【手料理】

【宅配】→【出前】【宅配専門】【ケイタリング (デパート、ホテルなど)】

まだまだ分解可能です。【手段】を【形態】で分解すると、

【専門店】→【ファーストフード】【一般】【高級店】【老舗】となります。

【料理法】を更に【料理名】で分解すると、

【和食】→【そば・うどん】【とんかつ】【牛丼】【定食】【天ぷら】【鰻】

などに分解できますし、最後は実在のお店、メニューや値段までが出て来ます。

これは本当に手を動かして頂きたいのですが慣れないとスラスラと書き出せません。上記の分解した内容を“ふむふむ”と理解するだけの人はアイデアが出ない人です。理解することに意味は有りませんので一度試して頂きたいと思えます。

※次回はアイデアの種と感情の羽についてお話します。



第6話 アイデアの種と感情の羽

僕は物事を分解したものに「**アイデアの種 (IdeaSeed)**」と名付けることにしました。またそのアイデアの種には全ての人が気持ちを表す複数の「**感情の羽 (EmotionalWing)**」を付けていることを発見しました。

【感情の羽】とは【好き】【好きじゃない】【嫌い】【嫌いじゃない】【良い】【悪い】【良くはない】【得】【損】【正しい】【間違い】【正しくはない】【怖い】【怖くない】【素晴らしい】【寒い】【かわいい】【かわいくない】【辛い】【辛くない】【勝】【負】【楽しい】【つまらない】【信】【疑】【うれしい】【うれしくない】【幸せ】【不幸せ】【イケてる】【イケてない】【どうでもいい】【問題はない】【別のものでも良い】などのような実に様々な人間の感情です。人によって異なりますし、同じ人でも状況、時間によって変化しますし。

これまでも「マイナスイメージ」「プラスイメージ」といった言葉で説明されてきたものに考え方は似ていて、【良い羽】と【悪い羽】が存在します。

前回申し上げたとおり、これらのアイデアの種を見つけたり、感情の羽を生やす作業を複数の人達で行ってみますとその違いに驚かれると思います。同じものを分解をしても、出てくるアイデアの種はバラバラですし、それらにくつつく感情の羽も千差万別です。



そういったことを通して、自分が気付かないものも含めてアイデアの種はたくさん種類があることが分かるはずです。

これからお話しする物語はこのアイデアの種を見つけ、育てていきアイデアの実を实らせていくことを誰でも理解できるよう説明させて頂くものですがまずは、

1. 物事を分解し、2. 大切な種を選び、3. 感情の羽を生やす

この作業を騙されたと思って、気付いたもの何でもかんでも分解してもらいたく思います。この作業だけでもアイデアが産まれるようになる方も多数いらっしゃると思います。習慣付けばそれは大きな力をもたらしてくれるでしょう。

※次回はアイデアが持つ特徴について簡単にご紹介します。

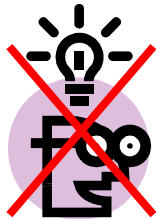
第7話 アイデアに秘められた特徴

皆さんはアイデアについてどのくらいご存じでしょうか？あんまり考えたことも無いですね。長年の経験でアイデアには様々な特徴があることが分かりましたので早速ご紹介します。

- ・ アイデアの種を見つけなければ何も始まりません
- ・ アイデアには植物のような成長段階があり育てることが必要です
- ・ 必要なアイデアは絶えず変わります
- ・ 全てのアイデアは必ず腐ります
- ・ アイデアを考えるという言葉自体に多数の意味を持っています
- ・ アイデアの花を咲かせる人はたくさんいますが使えるようにするには美味しいアイデアの実に熟させないといけないのです
- ・ アイデアは無限に生まれます
- ・ アイデアにはタイミングも大切です
- ・ アイデアは一つだけではうまくいかないことがあります

それぞれ詳しく説明して参りますが特に重要なエッセンスです。

これらアイデアが持つ性質のために多くの人がアイデアのことを誤解したり、うまくコントロールできなかったかもしれません。



これまでアイデアというものは**電球の明かりが突然点るようにどこからとも無く舞い降りるようなものと考えられてきた**ように思います。ある意味において間違いでは無く、正直申しまして僕自身もそう考えてきたのですがある事実に気付きました。

ドイツ語を話さない僕がドイツ語の夢を見ないように、自分が経験が無いことや知識が無いことに関するアイデアが出ることは決して無い……。

当たり前といえば当たり前ですが非常に大切な意味を含んでいました。

もしあなたがアイデアがヒラメクように情報、知識、経験などを分解してできるアイデアの種を頭の中に整理して記憶していないとしたら、ヒラメクわけが無いと思います。英単語を記憶していなければ英語が話せないのと同じです。

何かに接した時の脳へのインプットの仕方で既にヒラメクかが決まっています、つまりは**分解して記憶することが必要だった**のです。

※次回は実践編。皆さんもご存じのメガ〇〇の分解からアイデアを発見します。

第8話 メガマックからメガ牛丼

基本的な分解から新しいアイデアを導き出すということを一度体験してみましょう。

皆さんもマクドナルドのメガマック®が新しいアイデアとしてファーストフード業界で一つの流行を産み出したことはご存じかと思います。

メガマックをごくごく単純に分解しますと、

メガ
ハンバーガー

となります。メガは 10^6 という単位で「大きい」という意味で使われることが多いです。牛丼屋さんならどうなりますか？



牛丼屋さんならこの【メガ】というアイデアの種を取り出し、

メガ
牛丼

というように組み合わせてみるように思いませんか？

新しい商品のアイデアである『メガ牛丼』が誕生しましたよね？

分解と組み合わせで【メガ+カレー】【メガ+スパゲティ】がヒラメクわけですし、生みの親のマクドナルドは【メガてりやきバーガー】【メガエッグマフィン】を追加しました。



… あまりにも当たり前のようで“ふ～ん”といった感じでしょうか？
それとも“なるほど～”と思われませんか？

このように**新しいアイデアは分解して産まれたアイデアの種の組み合わせ**ですので、まずは分解した後に大切な種を見つけることの大切さをご理解頂ければと思います。多くの種を組み合わせるには訓練が必要になりますが習慣化できることです。そもそもアイデアは閃かなくても誰かのアイデアの種（この場合ではマクドナルド社が考え出した）を使うところから始めるだけでも構いませんのでそういったことも徐々に学んでいって欲しいと思います。

今回は、単純化するために本当に大切なアイデアの種しか用いていませんし、感情の羽も付けていません。**是非、次回までにこの【メガ】というアイデアの種に【感情の羽】を生やす練習を行ってほしいな**と思います。

※次回は、この【メガ】という【アイデアの種】に生える【感情の羽】について詳しく考えてみたいと思います。

第9話 メガについての感情の羽

前回は【メガマック】を分解することで新しい【メガ牛丼】というアイデアがどのように生まれたかを見てみました。

今回もビーフパテが4枚もあるメガマック、牛丼のお肉が並



【メガ】にいったいどんな感情の羽が付いたのか見てみましょう。

【メガ】→【大きい】【満腹感】【満足感】【お得感】【興味有り】【話題性】【新しい】【嬉しい】【食べにくい】【食べたい】【食べたくない】【試したい】【見てみたい】【幸せ】【好き】【嫌い】【太る】【すごい】【イケてる】【イケてない】【ヤバい】【楽しい】【賛成】【馬鹿らしい】【恥ずかしい】【冷笑】【勝ち】【負け】

など実に様々な羽が付いていて、それぞれ感情の羽の大きさが異なります。これら全部が付くわけでは無く購入した人は何らかの良い羽が付いています。

そして、よく見ると【良い羽】と【悪い羽】があることが分かります。一度、分類分けしてみましょう。

【良い羽】→【満腹感】【満足感】【お得感】【興味有り】【話題性】【新しい】【嬉しい】【食べたい】【試したい】【見てみたい】【大きい】【幸せ】【好き】【すごい】【イケてる】【ヤバい】【楽しい】【賛成】【勝ち】【嫌いじゃない】

【悪い羽】→【食べにくい】【食べたくない】【嫌い】【太る】【イケてない】【馬鹿らしい】【恥ずかしい】【冷笑】【負け】【好きじゃない】

メガマック、メガ牛丼を注文する人は悪い羽よりも良い羽が大きい時です。

例えば、一時的にしか作用しない【興味有り】【話題性】【新しい】【試したい】【見てみたい】という良い感情の羽は2回目には消えてしまいますし、逆にカロリーの事を気にせずにごっつり食べようと考えている時には【食べたくない】【太る】のような悪い羽がその瞬間は枯れるわけです。

常に変化する感情の羽の総量によってその商品を選択するかが決まるのです。

※次回はどこかがヒットしたからといってただ真似をすればいいというわけでは無いということを見てみましょう。

第10話 メガなら何でも良い？

メガマックもメガ牛丼もヒットしたわけですから、食べ物全てにメガを付けてもヒットするのでは無いでしょうか？

実際にメガ付けてみますと、メガカレー、メガカツ丼、メガ天丼、メガスパゲティ、メガうどん、メガそば、メガ鰻丼など何でもメガを付けられますね。

実際に大手ファーストフード店やコンビニで残っているのはメガカレーくらいで他はありません。いったい、何故なのでしょう？

実はメガマックの分解を更に進めなければ見えて来ないアイデアの種があるので

【メガマック】を分解すると【メガ】【ハンバーガー】に分解できましたが、【ハンバーガー】を更に分解すると【ビーフパテ】【バンズ】【レタス】【チーズ】【ソース】などの種が見えて来ます。

【メガ牛丼】は【スライス肉】【タマネギ】【ご飯】【たれ】に分解できます。

【メガ】についての【良い羽】は実はこれらに共通する【ビーフパテ】と【スライス肉】を更に分解して産まれる【牛肉】というアイデアの種に付いていると分析できます。

日本中で見られる【食べ放題】というアイデアの種で生き残っているのも【焼肉】【すき焼き】【しゃぶしゃぶ】など【牛肉】がポイントになっているケースが多く、恐らく【牛肉】をお腹いっぱい食べたいという欲求が高いのでしょう。



【カツ】も【天ぷら】もお腹いっぱい食べたいニーズはあるのですがどちらも食べ放題店が一般的ではないように油で揚げるといふ揚げ物を日常的にたくさ



ん食べたいとまでは思わない人が多いと判断しているためと考えられます。個人的にはエビ天が5本の天丼は食べてみたいですが問題は価格でしょう。

【うどん】も【スパゲティ】もメガが奮わないのは、炭水化物である麺がメガになると【太る】等の【悪い羽】も大きくなるからです。あり得るとすると、この理論で言えば【メガ肉うどん】【メガ肉そば】【メガステーキ丼】となりますね。

※次回は、どうしてこんな本を無償で配信しようとしているかのお話です。

第11話 世の中をアイデアで満たしたい

次話から更に具体的な内容に入っていきますがその前に僕がこんな内容を無料で公開しようとする目的を改めてお話ししたいと思います。

僕には大きな野望がありまして、それは『**たくさんの人がもっと幸せになる**』ことを実現したいのです。みんなが不幸せだと言いたいわけではありませんが自分自身も含めて『**将来に希望が持てる社会になるといいな**』と願っているのです。ですが、一人だけの想いではどうにもなりません。

これまでもそういった想いの実現のため、ボランティア的な様々な事業を立ち上げて来ました。念のため申し上げますと今回の本は僕が持っている世の中を幸せにするプランの1つとして他にも幸せにするアイデアを既に始めていたり、新たにたくさん考えていたり、準備もしています。

完全に持ち出しでは無くこの本をベースにした新たな事業も興したり、アイデアに関してもっと研究するために研究所を作ったりなどといったアイデアの理論を発展する仕組みも構築していくつもりです。

このアイデアに関する内容の無償公開だけでなく、僕も含めて自分の会社のメンバーが考え出したビジネスアイデアまでも無償で公開します。自分たちでも考えたアイデアを事業化することもあるでしょうが小さな会社ですので全て実現することは不可能です。また、自分たちが得意とする IT の領域を外れたアイデアもたくさんありその実現も不可能です。ならば、オープンにしてしまって、誰でもそのアイデアを参考にしてもらえる環境作りを行おうというわけです。



この本に出会ったことがきっかけで思い付いたアイデアがありましたら是非とも僕たちのサイトで誰もが使えるよう公開してもらいたいと願っております。そういった気持ちを持てる人に読んで頂きたいと思っています。

世界中のアイデアが惜しみなく行き交う仕組みを皆さんと一緒に構築していきたいと考えているのです。そして、**みんなで世界中をアイデアでいっぱいにしていきませんか？**力を貸して下さい。よろしくお願い致します。

※次回も実践編です。ケータイを分解してみましよう。

第12話 ケータイを分解しよう

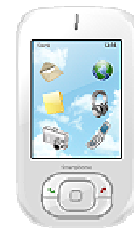
メガマックを分解してみたわけですが食事以外でも身近なものを分解してみよう。誰でもお持ちであろう携帯電話で見てみたいと思います。

携帯電話は物理的な意味で【フレーム】【液晶】【基盤】【充電池】【ボタン】【スピーカー】【アンテナ】【レンズ】【イヤホンジャック】【外部メモリ用スロット】などに分解できてしまいますが利用する立場でも分解してみましよう。

【機能】【デザイン】【用途】【対象】などに分解できるのですが、まずは機能で皆さんも分解をしてみてください。

【ケータイの機能の分解】

通話・メール・WEB・カメラ・音楽・ワンセグ・ゲーム・お財布・カレンダー・時計・アラーム・電話帳・電卓・GPS 対応地図などこれだけ 14 もありますが他にも電子辞書など機種によって細かな機能が多数有りますし、後から機能追加することもできるようになっています。



これらのアイデアの種はまた更に分解が出来ます。

【ケータイのカメラ機能の分解】

画素数・フラッシュ・オートフォーカス・手ぶれ補正・最大撮影サイズ・接写機能・連射機能・ズーム・ムービー

【ズーム機能の分解】

光学ズーム・デジタルズーム

【光学ズーム機能の分解】

本体から飛び出るレンズ、本体から飛び出ないレンズ、3倍ズーム、5倍ズーム

他にも

【携帯を飾る機能での分解】

着メロ・着うた・着ボイス・待ち受け画像・デコメ・絵文字
といったように分解できます。

多機能、高機能化している携帯電話は【機能】だけで見ても何段階にも分解可能なように**アイデアの種が多数組み合わせられた製品**に進歩していることが分かります。

※次回は自社のアイデアの種を組み合わせ始めたケータイを見てみましょう。

第13話 サイバーショット®という種を選択した SONY

前回は携帯電話を機能面で分解してみました。その視点で各メーカーの取り組みを見てみたいと思います。

各メーカーはこれ以上は無くないかというくらいに小さなケータイの中に機能を詰め込んで来たため、これ以上新しい機能追加での差別化が出来にくくなってきました。そのため**自社が抱えている既存の得意事業を分解した時出てくるアイデアの種を取捨選択**しました。



例えば、SONY はドコモでも au でもこれまでのウォークマン®を外しました。SONY には【サイバーショット®】【ウォークマン®】【PSP®】【液晶の BRAVIA®】【VAIO®】などの得意分野があり、それらの**アイデアの種で最も良い羽が大きくなると判断したのがサイバーショット**でした。

サイバーショットケータイ®を単純に分解しますと、

サイバーショット
ケータイ

となります。

これは CASIO が EXILIM®という自社のデジカメをいち早く搭載するというアイデアの種を真似たとも言えます。

デジカメ
ケータイ

というアイデアの種の組み合わせと同じですね。

高機能デジカメケータイに人気が出たとしますと、近い将来 PANASONIC は LUMIX を搭載するでしょう。

であれば SHARP、TOSHIBA、NEC は何で戦ってくるのでしょうか？ 各社は、

ブランドカ
ケータイ

という選択をしました。

PANASONIC、SHARP、TOSHIBA は液晶テレビを選択し【VIERA ケータイ】【AQUOS ケータイ】【REGZA ケータイ】、NEC は自社に選択できるブランドが無く提携による【amadana ケータイ】を発売しました。

自社に良いアイデアの種が無い場合は市場で成功している会社と提携して取り込むことが考えられます。今後、デジカメが重要になるのであれば、富士フイルムの FinePix、キヤノンの IXY との提携というアイデアが産まれます。

※次回はデジカメ機能についての感情の羽について詳しくお話し致します。

第14話 デジカメ機能に付いた感情の羽

前回、前々回はケータイの機能について考えてみたわけですが感情の羽を見てみましょう。

デジカメ機能の【良い羽】は【役立つ】【好き】【楽しい】【便利】【得】などですが、【悪い羽】は【無意味】【嫌い】【不便】【損】【大きい】【重い】【高い】となります。



これまでもカメラ機能はついていてメール添付する程度で満足している人にとっては【無意味】ですし、高解像度な画像は容量も取りますし、表示に時間もかかりますので【不便】と言えるでしょう。また、高機能なデジカメ機能をあまり使わない人にとっては【大きく】【重く】て邪魔なものになるということです。

もちろん誰もが同じように感じるわけでは無いのですが例えばデジカメ機能を付けても小さく、軽くできるアイデアがあり、更には高機能デジカメ機能を使いたい時だけ手軽に使えるようにさえすれば日常の利用に支障は無いため、**価格を抑えていれば【悪い羽】は【良い羽】より小さくなる**でしょう。こうするにはデジカメの小型化に成功している FinePix の技術を提携によって取り入れるといったアイデアが生まれてくるかもしれません。

デジカメを製品化しているメーカーから見ますと次のようにも考えられます。高解像度の写真は容量が大きくなってしまいますのでポケット代も大きいため気軽にメール添付できません。そうであれば、データ通信料が定額で通話は基本料0円であるイーモバイルに端末を提供するというアイデアです。

もしくは、デジタルカメラ自体にデータ通信機能を組み込んでしまうというアイデアもありますね。



デジタル一眼レフなどでは実際にあり得ると思います。

アイデアは分解するだけでも新たなアイデアが次々に産まれそうだなという感覚を改めて感じて頂ければ幸いです。

※それでは次回、【感情の羽】を通して「アイデアが腐る」ということについてお話したいと思います。

第15話 アイデアは必ず腐る

世の中には無数のアイデアで既に溢れています。が**アイデアと呼ばれる全てのアイデアは必ず腐る**時がやってきます。太陽が昇り、また沈み、また昇る。そういった人間が産み出したわけではない自然の摂理だけはずっと普遍なのですが人間が生み出したアイデアは全てが何らかの形で変化していきます。何百年も腐らないアイデアもあるでしょうがほとんど全てが長くて数十年、早い物なら数時間で腐ってしまうものもあります。

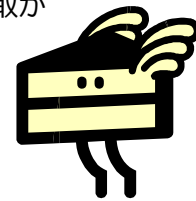
マーケティングの世界でも「プロダクトライフサイクル」という考え方が一般的でどんなプロダクト（製品）にもライフサイクルがあり、そのままでは成長を継続することができずいつかは衰退期に入っていくという考え方です。

これは競合となる商品が現れるからだけでなく、人の嗜好、興味、習慣、生活様式、価値観、購入者層などが絶えず変化していくため、**使う人にアイデアを合わせる必要がある**のです。ですから提供者はそのアイデアが衰退していくことに手をこまねいているだけでなく、新たな価値（便利さの追求、おいしさの追求など）を付加して新しいライフサイクルを産み出すという作業を行っています。

それでは【感情の羽】を通して見てみましょう。

例えば、「食事」を分解した時に種として現れる「カロリー」に対する感情の羽の変化を考えてみますと、日本では戦後カロリーを摂取させ、栄養失調にならないように様々な施策が取られたくらいです。その頃ではカロリーには【大切】【不可欠】【欲しい】【良い】【幸せ】【信】などのような羽が付いていたことでしょう。

しかし、高度成長期を迎え飽食の時代が訪れカロリーの過剰摂取が逆に問題となって来ます。最近では生活習慣病の原因の一つが肥満であるということでメタボ検診が義務化される程になりました。今となっては【嫌い】【悪い】【怖い】【不要】【疑】などの羽に変化して来たと思われれます。



つまり**食事、食物を提供する側もその羽の変化に応じてアイデアを変化させていかなければなりません**。例えば、マクドナルドでもセットにサラダを付けるなどといった変化を見ることができます。

※次回は感情の羽が性別によってどのように違うかを見てみましょう。

第16話 感情の羽の男女による違い



皆さんも経験からご存じかと思いますが男と女の考え方が異なっていることが多いですね。女性の多くは物事を【好き】か【嫌い】、【損】か【得】かで判断する、つまりそういった羽をまず付けることが多いように思っていますし、男性の多くは【正しい】か【間違っている】か、【勝つ】か【負ける】か、【損】か【得】かといった感情の羽を生やす傾向が強いと考えています。【損】【得】は共通です。

例えばですが、誰と友達になるか、どんな仕事をするか、どの会社に入るか、どんな趣味を持つか、どんな車を買うか、どの携帯を選ぶかなど上記のような感情の羽で判断しているわけです。

身近なことを分解して感情の羽を生やしてみましょう。

【おしゃべり】を分解すると【コミュニケーション】【情報交換】【悩み相談】【ストレス発散】【話す】【聞く】【討論】【暇つぶし】などの種が出てきます。

多くの女性は、【おしゃべり】自体に【好き】という羽を付けているようで、実際には男性と話す場合【話す】という種に【好き】という羽が付いているのですが、男性は【聞く】に【好きじゃない】という種が付いていたり、女性が【悩み相談】をしていると勘違いして意見をついつい言っちゃうものです。女性からしますと実は【おしゃべり】によって【ストレス発散】という大切な行為を行っているのに男性は【おしゃべりの内容】自体に【正しい】とか【間違っている】といった【感情の羽】を生やしてしまうわけです。

こういった羽は人それぞれですが、男女間でも同性同士でも様々な条件の下で大きく変わることはご理解頂けるかと思います。こういった違いがあると分かれば、上手なコミュニケーションのアイデアも産まれてくるわけです。

物事の分解を通してできる【アイデアの種】。またそれに生える【感情の羽】。人による違い、男女による違い。それらに着目ことで成功するアイデアがどのように見えてくるかを説明してきました。

たった 16 話でしたが主要なエッセンスを盛り込みましたので柔らか頭の方にはヒントがあったかもしれません。でも、「ふ〜ん」で終わっている人も多いでしょう（すいません）。アイデアがヒラメクにはまだ長い道のりかもしれませんがそれを助けるテクニックや練習方法を惜しみなく全て公開しますのでお楽しみに！

参加型の物語が始まります



サカソウ☆アイデア

『 ヒラメク☆ 』 目次

■ はじまりの章	- 1 -
第 1 話 アイデアはとても身近なもの	- 2 -
第 2 話 いったい誰が読めばいいの?	- 3 -
第 3 話 逆境がアイデアを産む環境を与えた	- 4 -
第 4 話 物事を分解する	- 5 -
第 5 話 アイデアが出る人と出ない人の違い	- 6 -
第 6 話 アイデアの種と感情の羽	- 7 -
第 7 話 アイデアに秘められた特徴	- 8 -
第 8 話 メガマックからメガ牛丼	- 9 -
第 9 話 メガについて感情の羽	- 10 -
第 10 話 メガなら何でも良い?	- 11 -
第 11 話 世の中をアイデアで満たしたい	- 12 -
第 12 話 ケータイを分解しよう	- 13 -
第 13 話 サイバーショット®という種を選択した SONY	- 14 -
第 14 話 デジカメ機能に付いた感情の羽	- 15 -
第 15 話 アイデアは必ず腐る	- 16 -
第 16 話 感情の羽の男女による違い	- 17 -

…続きはネットで順次公開しています。(2008年7月1日開始)

秋山先生のイラストも毎日公開中！ ご期待下さい♪

<http://hirameku.com/>

※著者からのお願い

分解と感情からアイデアが産まれるという未熟な理論に可能性を感じて頂けましたらサイト上でご意見を頂いたり、皆さんが分解したアイデアの種を公開してもらいたく思っています。2009年に開始しますので、ご協力よろしくお願ひします。