

2008.9.12

第八章

ヒラメク☆アイデアの花

- hogehoge -

ミクル株式会社 福井直樹 著

1/86

『ヒラメク☆アイデアの花』 目次：

第八章	アイデアの花が咲くときの思考パターン	5
第1話	発想の転換「全く異なる物事と勘違いさせる」	6
第2話	インターネット&ロコミの無限連鎖	7
第3話	年金制度もネズミ講?	8
第4話	モバゲーにおけるモバG欲しさの友達紹介制度	9
第5話	トイレ&弓矢	10
第6話	逆転の発想「否定される考え方をする」	11
第7話	持ち回りイジメ制度	12
第8話	持ち回りイジメ制度の結末は?	13
第9話	視点の変化「顧客目線でサービスを見る」	14
第10話	会社名のネーミング	16
第11話	利用者側の視点+提供者側の視点	17
第12話	ドメイン名や1つの音でさえもアイデアの種	19
第13話	『同窓会代行サービス』.....普段と違うことをしてみる	21
第14話	『合コン仲介サービス』.....新しいサービスのニーズはあなたの中に潜んでいる	23
第15話	『買い物代行サービス』.....日常生活の中にもニーズが隠れている	24
第16話	『不動産購入セミナー』.....日常ニーズ+アイデアの種	25
第17話	『フリーペーパー事業』.....なるほど。これいいな。	27
第18話	『コーヒーフレッシュ』.....カフェにもアイデアが	28
第19話	『コーヒーに入れる低脂肪乳』	29
第20話	『紅茶用低脂肪ミルクポーション』.....何故、日本には無いのだろうか?	30
第21話	『シリアルダイエットカフェ』.....海外で海外にもない発想を	31
第22話	『mixi』.....ネットサービスはほとんど海外発	32
第23話	『消費税』.....行政サービスや国家制度も海外のアイデア	33
第24話	『家賃無料のチョンセ』.....習慣も仕組みもアイデア	34
第25話	『チップ制』.....欧米では当たり前	35
第26話	『Wii v.s. PS3』...任天堂とSONYが用いたアイデアの種	36
第27話	[A] × [B]の発想	37
第28話	『大喜利』.....[A]と掛けまして[B]と説きます	38

第 29 話	『陣内智則の一人コント』勘違いからの「オチ」	39
第 30 話	『冬のソナタ』やっぱり最後はそういうオチ?	40
第 31 話	『モバイルスイカ』[A]に[B]を掛けると[C]が出る	41
第 32 話	『着うたフル』[A]を外して[B]を取り出す	42
第 33 話	『学校 CGM』[A]×[B]	43
第 34 話	『ソーシャルメール』[A]×[B]=アイデアの花	44
第 35 話	ヒラメキ力を向上させる訓練法	45
第 36 話	『日経新聞でヒラメク』見出しの活用	46
第 37 話	『卒業旅行は複数回で』読む前にイメージする	47
第 38 話	『卒業旅行お任せパック』分解と組み合わせ	48
第 39 話	『あいのり卒業旅行』無さそうなヒラメキ	50
第 40 話	『Google デスクトップでヒラメク』RSS の活用	52
第 41 話	『Windows サイドバーでヒラメク』誰でも毎日	53
第 42 話	『朝日新聞でヒラメク』新聞 2 紙購読	55
第 43 話	『トイレやお風呂でヒラメク』	56
第 44 話	『紀伊国屋でヒラメク』	57
第 45 話	花にするお題：その 1（もし〇〇が〇〇できるようになったら.....）	59
第 46 話	『『電源カフェ』街中で何時間もパソコンを使う	60
第 47 話	『コンセント SPOT』更に数年先もイメージする	61
第 48 話	『携帯電話風端末』技術進化の先を読む	62
第 49 話	『Google ケータイ』	63
第 50 話	『ぐにゃぐにゃパソコン』SF 近未来小説	64
第 51 話	『ドコモや au と Google の提携』近い過去で検証	65
第 52 話	『ミクル掲示板』もし荒らせない仕組みがあれば	67
第 53 話	『マンションコミュニティ』誰もが家を買うようになれば	69
第 54 話	花にするお題：その 2（もし自分が〇〇だったとしたら.....）	70
第 55 話	『無料携帯電話事業』もし自分が孫正義だったら	71
第 56 話	花にするお題：その 3（もし自分が〇〇さんだったら.....）	72
第 57 話	誰かの発想を真似してみる	73
第 58 話	花にするお題：その 4（もし〇〇さんに説明するなら.....）	74
第 59 話	花にするお題：その 5（もし〇〇と〇〇を掛け合わせたら.....）	75
第 60 話	アイデア閃きテクニック	77
第 61 話	喜怒哀楽発想法	79
第 62 話	『儲からないサービスをどうするか	80
第 63 話	逆転の発想も	82
第 64 話	思いついたアイデアを忘れる?	84
第 65 話	アイデアは閃いた瞬間に保存する	85

第八章 アイデアの花が咲くときの思考パターン

ついにアイデアの花を咲かせるまでの準備が出来たかと思います。アイデアの花さえ咲けば、後は自動的に実がなると考えて頂いても結構ですので、この章が最も大切な内容となります。

アイデアの実に熟すまでは花が咲いた瞬間の時もありますし、何ヶ月もかかることもあります。花が咲かなければ実はないのだということをご理解ください。

それではさっそくアイデアの花が誕生する時のパターンを紹介して行きたいと思います。アイデアマンと呼ばれる人たちが、何十通りもの作業を、瞬時で、どのように行っているのかを知ることから始めましょう。

※著者からのお知らせ

皆様により早く「ヒラメク」についての理解を深めていただきたく、いきなりですが第2章から第8章へと移らせていただきました。

少し読みづらい部分もあるかとは思いますが、何卒ご理解いただければと思います。

第1話 発想の転換「全く異なる物事と勘違いさせる」

私の場合、最も多く簡単にアイデアを捻り出す方法です。例を挙げてみますと、インターネットビジネスの話をしているにも関わらず、接客業や製造業での話と、頭の中を勘違いさせて考えてみるのです。別業種のアイデアの種を組み合わせるわけですね。

勘違いを生み出すための無関係とも思えるアイデアの種を多数用意しておきます。お役所だったらとか、政治の話だったらとか、兎に角、本来したい「インターネットビジネス」の話を考える人では無い、という意識で思考をしながら物事を見るわけです。

言葉の説明では難しいので、次回からは実例を挙げてみたいと思います。

模写なら目に見えるものを描くだけですが、目に見えないものを絵にするのは頭の中にイメージされていなければ描けないわけですから、とても難しいものだったのでは無いでしょうか。

※今回は、私が出会った、「イメージをするということの意味が分からない」という方との会話を通じて初めて気づいたことについて、お話したいと思います。

第2話 インターネット&口コミの無限連鎖

私が1997年に思いついてスタートさせたビジネスとして、無料のメーリングリスト事業(※メーリングリストとは、複数の人でメールを共有するサービス)がありました。この発想の原点は、実は無限連鎖講(ネズミ講)だったのです。

どのインターネットサービスでも、一人でも多くのユーザーに使ってもらいたいと考えるのは当たり前ですが、大抵のサービスがユーザーを一人ずつしか増やすことができません。広告を打つなどして同時にたくさんの人が使うようになるということはあるにしても、ねずみ算的に広がるということとは意味が異なります。

無限連鎖講をご存じで無い方のために極めて単純化して説明させていただきます。

ある人が、友達五人に「儲け話がある」と、次のように伝えます。

「私に1万円を下さい。その代わりに、あなたも友達五人にこの方法を説明して1万円をもらって下さい。そうすればあなたは結果的に4万円の利益を生むことができます。でも、その友達も同じようにすればその友達も4万円儲かるから素敵な話でしょ？」

この馬鹿馬鹿しい儲け話も絶え間なく繰り返されれば、確かに儲けることは可能ですが、日本では無限連鎖講の防止に関する法律として禁止されています。未だにインターネットで、お金だけでなくノウハウ本や化粧品や健康食品とをセットで売買することで法律を逃れ、脈々と繰り返されている行為です。

ご紹介した内容は不完全なモデルですが、実際に一般に繰り返されているネットワークビジネス(伝える手段によっては無限連鎖講になってしまう)は必ずお金の流れが伴い、実質的には後から参加した人が先に参加した人より損をする仕組みになっていて、情報を早く得たかどうかで損得が生じる不条理な仕組みだと私は理解しています。(連鎖していく販売方法が全てネズミ講と言っているわけではありません)

否定的なイメージをお持ちの方も多数いらっしゃるかと思いますが本質を理解して、アイデアの種を取り出しておくことも大切です。

第3話 年金制度もネズミ講？

ネズミ講的な仕組みは、実は様々な場面で経済活動に組み込まれている考え方として、この日本の年金制度や後の世代に借金を残していくという現時点での日本の国家運営を含め、極端に言ってしまうと、世の中にはそのような後から関わった人が損をする仕組みが多々存在するわけですから、アイデアの種としては良いものだと考えていたのです。

そこでインターネットサービスで、誰もが損をしないで得をする無料のネズミ講のネットワーク力の良さを抽出したサービスを作れないだろうかと考えて思いついたのが無料でのメーリングリスト提供ビジネスであったわけです。

これが別の物事との勘違い（アイデアの種の組み合わせ）の始まりです。

誰にでも友達がいたりグループに属していたりするものですから、そのコミュニケーション手段を無償で提供すれば、ネズミ講のように誰からも嫌がられることなく、一人の人からつながるネットワークを自社のユーザーにすることができると発想したわけです。

また、そのメーリングリストグループの中の誰かが「このサービスは無料で便利だし良いサービスだな」と考えてくれれば、またその人のリアルに存在するグループを連れて来てくれる。そしてそのグループの中からどんどん増えて行って.....、というようにねずみ算的に利用者が拡大するという事に気づいたのです。

ディー・エヌ・エー（DeNA）が提供するモバゲータウン（通称モバゲー）という携帯SNS サービスをご存じの方も多いかと思いますが、まさにこのねずみ算が発生するネットワーク形成が行われたからこそ、mixi の増加スピードをも超すようなペースで1000万人を超えるユーザー規模にまで成長できたのでは無いかと思っています。

第4話 モバゲーにおけるモバG欲しさの友達紹介制度

モバゲーでは、利用者はサイト内でアバターと呼ばれる分身を着飾るためにサイト内マネー：モバゴールド（通称モバG）が必要になるのですが、友達を誘うとそのマネーがもらえるので、モバゲーに友達を紹介します。その友達も楽しく利用するためにサイト内マネーを必要になってきますのでまた友達を紹介するわけです。

一人だけサイトに勧誘しても十分着飾れるだけのマネーをもらえないため多数の人に声を掛けます。それが徐々に友達以外の見知らぬ人、例えばインターネット上で募集を掛けるなどといった紹介の輪が広がっていきます。

例えばの計算ですが、初期段階においては広告などで集客をした1000人の人が5人を紹介したとしまして合計6000人になり、その人たちが5人を紹介すると3万6000人。そうすると20万、100万、500万と増えるという計算が成り立ちます。

サイト内の人数が増えると広告収入が増え、更なる投資を可能とします。そこで様々な機能、特にサイト内で遊べる無料のゲームを開発し提供するのです。紹介する人も「無料でゲームを楽しめるよ」という具合に紹介しやすくなるわけです。

元々があまり自由にお金を使えない学生を含む若者をメインターゲットとしていたからか、すごい勢いで、紹介する口コミが広がりました。社会人が中心であり18歳以上しか利用できないmixiとはターゲットユーザーが異なったわけですし、そのため、口コミの速度もmixiを上回ったのだと考えられます。

まずネズミ講の仕組みをしっかりと理解し、そこから産まれたアイデアの種をネットビジネスとして「勘違いして組み合わせよう」とイメージさせて行くことで、新たなビジネスモデルが誕生するのです。

モバゲーは、日本だけでなく海外の事例も含めて分析していると、オープン当初から感じさせるほど秀逸なサイトとしてスタートしていました。一部、出会い系サイトの的に利用されてしまった面はあるかもしれませんが、ビジネスとして非常に素晴らしいサービスであると言えます。この本の読者には若い人が利用するケータイサイトをあまり利用されたことが無い方も多くいらっしゃるかと思いますので紹介させて頂きました。

第5話 トイレ&弓矢

ビジネスモデルを考えたことの無い人も多数いらっしゃるかと思います。男性にとって身近な話題で説明をしてみます。

私も良いアイデアだなと思った身近の例を挙げてみますと男子の小便器の的(まと)シールです。

男子トイレには「あと一步前へ」という張り紙が貼ってあることがあります。下の話ですみませんが、これは、男性が用を足すときに少し離れたところからおしっこを出しますと、便器の枠を外してしまい“なんでやねん(怒)”と思うことが起こるのを防ぐためです。

そうしますと、例えば足下が誰かのおしっこで濡れていたりして、それを避けようと一步後ろで用を足すとまたこぼれて...という負の連鎖が始まるわけです。私自身もあのこぼれたおしっこは嫌ですので、あまり濡れていない奥の方まで行ったりしていますが、何か良いアイデアは無いものかと常々思っていました。

大阪から始まったと聞いたことがありますが、小便器の中に弓矢の的のシールを貼ったところその「おしっここぼし」が減り、トイレが清潔になったというアイデアです。確かに用を足している時に的がありますと、自然とその的を狙ってしまいます。

最近では、ハエのシールが貼ってあったり、的に当たると色が変わるなんて工夫も見られるようになりました。「一步前へ」というセンスの無いおじさんの手書きの張り紙よりも何倍も効果が出たアイデアだと思います。

おしっこがゲームだったらという勘違いから「的に当てたくなるのでは無いか？」なんていう発想が生まれたのだと思います。とてもユニークなアイデアではありませんか？欧米ではダーツかアーチェリーの的になるのでしょうか。

第6話 逆転の発想「否定される考え方をしてみる」

「まさに逆転の発想で成功しました！」なんて話は良く聞くかと思います。アイデアを生み出すための典型的な手法の一つです。

そんなことをしたら駄目に決まっている、といった事を敢えて想定してみる。するとひょんな事から目から鱗の発想が生まれることがあるわけです。

すぐに否定されてしまいそうな発想をしてみましょう。みんなが駄目だと最初から決めつけているから誰も気づかない。だからこそアイデアが誕生するわけです。

それでは、実例を挙げて考えてみましょう。

非常時に効率よくみんなが避難できるようにとアイデアを出していたところ、非常口の前に障害となる壁を設置してみたら、何も設置していない時と比べて、全員が避難できる時間が短縮できたという実験結果が得られたそうです。

恐らく、避難する際の障害になるようなものを無くすにはどういう設計が必要かといった考えを誰もが持っていたと思いますが、逆転の発想で障害物を設置したわけです。

人が慌てて避難しようと非常口へ一斉に殺到すると、ある意味、人が障害物となってしまい時間が掛かります。逆に、一人ずつしか通れないように壁を設置することで、左右から一人ずつ順番に出るしかなくなるためスムーズになり、結果的には何も無い非常口よりも早く避難ができるというわけです。

また、海外でのユニークなアイデアがテレビで紹介されていました。スピードの出し過ぎによって事故が多発していたハイウェイで、何とかスピードを落とさせる方法は無いかと考えた人がいました。「スピード注意」と書いてもいっこうに効果が上がらなかったそうです。

そこで生まれたアイデアは、「この先にヌードビーチ有り」という小さな看板を立てるというものでした。本当かどうか気になって仕方ない男性ドライバーはしばらくスピードを落として事実を確認しようとするのだそうです。一見危険と思われる脇見運転をさせるということでスピードを落とさせたわけです。これも逆転の発想と言えると思います。

第7話 持ち回りイジメ制度

はじまりの章で少し出て来ましたが、私が小学 3 年生の時に産まれて初めて考えたアイデアも紹介したいと思います。

イジメは子供の社会だけでなく大人の社会でも起こっていて、社会的にも問題になっていますので、例えとしてご紹介するのは適切では無いかもしれませんが、小学生が考えたアイデアですのでご容赦ください。

イジメという行為は様々な問題が根底にある物です。“イジメは良くない”のは、誰でも分かっているでしょう。少し不謹慎かもしれませんが、いじめることもいじめられることも、双方を経験するのは、実はいいことかもしれないと思っています。同じ学年の男子において絶対的な権力を持つガキ大将の下でアイデアを出したのが「持ち回りイジメ制度」でした。

本当のところは、私がいじめられるのを回避するために提案したのですが、誰もが納得した「持ち回りイジメ制度」は、ガキ大将を除く全員、必ずみんながいじめられる立場にならないといけないという「いじめられっ子を順番に代えていく」という制度でした。

期間は定められているわけではなく、イジメ解除はガキ大将の権限で決められます。人選は、取り巻きの 3 人を中心に次のターゲットが決められるのですが、その取り巻きメンバーもいじめられる時を迎えるという、ガキ大将を除いては平等な仕組みにしました。

早くて 1 週間程度、長くて 1 ヶ月程度の期間、イジメを経験するわけですが、「今からイジメ開始」となった瞬間、仲良く遊んでいた友達を徹底して無視したり、嫌がらせをしたりするのは、当然、みんなの遊ぶ輪の中にも入れません。精神的ダメージは相当なものです。子供だからこそ、身を持って、いじめられる立場もいじめる立場もはっきりと経験できたかもしれません。突然、自分が逆の立場になるわけですから、相手の立場に立ちながらイジメもすることになります。そのため、危害を加えたり、何か陰湿なイジメ方というのは行われなかったように思います。イジメといっても仲間はずれというのが基本でして、言葉でいじめたりすることが中心となりましたし、特定の誰かがいじめられ続けることも無かったので、不登校になる人が出るようなことも皆無でした。

第8話 持ち回りイジメ制度の結末は？

前回は、逆転の発想の例として、イジメ問題を小さくするために逆にイジメる仕組みを作ったという持ち回りイジメ制度についてお話させて頂きました。

今、告白すると改めてみんなにいじめられそうです（笑）が、実は私はこの制度でいじめられていません。小学校 2 年生の時にみんなとふとしたことで大げんかをしたことがありました。小学校 6 年生の姉が教室に駆けつけたくらい大暴れしたケンカだったのですが、確か数日間は大変でしたが、このときのことをいじめられたと主張して逃れ続けたのでした。

イジメは良く無いのは誰もが分かっていることです。ですからイジメは行わないようにしましょうと先生は指導されていると思います。しかし、まさに逆転の発想によって、必ず誰かをイジメようというアイデアだったわけです。それによって、誰かを陰湿にいじめるといったことの無い、とても仲の良い友達との付き合い方を生み出すことができたのでした。

実際にどうなったかと言いますと一回り半ほどしたところで 5 年生になりまして、少し大人に近づいた小学生は「イジメという良く無いことは止めよう」となったのです。

私は、ケンカは強かったのですが、身体が小さかったし勉強ができる真面目なタイプだったので、イジメの対象になる可能性が十分高かった。そこで、それを回避するアイデアを考えたのでした。

小学校 3 年生から、アイデアを出すということの大切さを知る良い経験になりましたし、アイデアを出す喜びを幼い時に感じたことで、後々のアイデアマンとしての思考を生み出すきっかけとなったのかもしれない。

第9話 視点の変化「顧客目線でサービスを見る」

前回までは逆転の発想という極端な事例を説明しましたが、そこまででなくても視点を変えてみるという発想法についてお話したいと思います。

いつもの視線から少し違う角度から見ると、普段は見落としていたものが見えた。そんな話はアイデアの話でなくてもよくあることだと思います。

例えば、赤ちゃんの視線で家の中を見てみると、普段は何にも感じていなかった自宅のテーブルが、実は凶器になってしまうといったことなどです。

カメラマンのイメージ方法について少し触れましたが、優秀なカメラマンは、実際に見なくても何処からどの角度で撮るのが被写体を表すのに最適であるかのアイデアを導き出していることと思います。

これらの話と同様に、わざと違う角度、立場で物事を見てみることによってアイデアが産まれることがあるわけです。

例えばですが、簡単だけど実は難しい発想法が「お客様の立場に立ってサービスを考える。もしくは、見直してみる。」というものです。サービスを提供する側からしますと、どうしてもサービスを提供する立場で物事を考えてしまいがちになってしまいます。自分自身では自社のサービスを使うことが無いケースも意外と多く、ついつい自分のサービスなのにお客様の視点が欠けてしまうわけです。

自分が客という立場から見ると「どうしてこんなことも気づいていないのだろうか」と思われることってありませんか？

極めて基本的な発想法の一つなのですが、意識的に視点を変えるということをしていないと意外と出来ていないのです。

これはサービス提供者とお客様というだけのものではありません。例えばですが、「すごく悪い人がこのサービスを使ったとしたらどんなことが起こるだろうか？」といった発想も考えられます。また、「あるサービスの価格を引き下げる」という一見お客様にはメリットのあることを始めたとしても「既にご買って頂いたお客様はどう思うだろうか？」といった発想も重要なのです。

新規サービスの検討やサービス見直し時には、【新規顧客目線】【既存顧客目線】というアイデアの種を是非とも取り入れてみて下さい。

第10話 会社名のネーミング

サービスや商品のネーミングを考える時にも、この視点を変えて違う角度から考えるという発想法が頻繁に実践されていると思います。

開発した商品に名前を付けるとしましょう。ある時は使い方、ある時は外国語の単語、ある時は動作、ある時は形、ある時は製品の特徴、ある時はダジャレ、ある時は製品を表す英文の頭文字、ある時は製品と全く関係のないインパクトだけの名前などなど、実に様々な角度からアイデアを出してみても最適なネーミングを決定しているわけです。

つまり、商品の機能や特徴などを分解して得られる【アイデアの種】とネーミングにおける【アイデアの種】を組み合わせることによって結果を得る作業なのです。

早速ですが、私の会社のネーミングで簡単に説明をしてみたいと思います。

私が設立したインターネットサービスを提供する会社は「ミクル株式会社」と命名しました。これはアルファベット表記しますと mickle と表しまして、欧米ではファミリーネームに用いられたりしているようで、一見英語から持ってきたようにも見えます。ですが、これは正真正銘の日本語から作った造語です。

実は、元々は【見に来る】というサービス利用者の行動だったり、みんなが【見に来る】サービスを作るというサービス提供者側の想いから来ています。そして、そのミニクルを縮めてミクルとなったわけです。実際に WINDOWS 標準の漢字変換ソフトである MS-IME で「みくる」と打って変換しましたら「未来る」＝【未来】＋【る】と変換されました。何となく「未来を作る」の動詞のようで格好良いなと感じ、会社のイメージにぴったりと判断したのでした。

※次回は決定までの過程をもう少し深く掘り下げてご紹介します。

第11話 利用者側の視点+提供者側の視点

前回の会社名のネーミングを例にして具体的な発想の過程を見てみましょう。

このネーミング時の発想の仕方ですと、様々なファクターを満たす名称を求めていますので、利用者の動作について考えてみるどころからスタートしてみました。ここでの視点はユーザーからの視点とサービス提供者としての視点での二通りの動詞で考えたのです。

例えば、書く、書き込む、聞く、見る、投稿する、話す、しゃべる、共有する、知らせる、読む、投げる、見せる、探す、掴む、行く、来るなど利用者の様々な角度からの行動、そして、提供者側としては、書かす、話させる、読ませる、探さすといった単語を文字にしてみます。

まず、これらの単語を組み合わせては無く、単語そのまま用いてみるということが第一案となりました。私の会社は設立する前から海外展開を考えていましたので、今度は英語っぽく表記できるかどうかで動詞を色々と変形してみました。

例えば、書き込むの場合ですと「kaki.com」とか「kakiko」といったようにです。当然、英語でも考えてみるわけで look,search,talk など電車を待つホームでぶつぶつ独り言のように次から次へと単語を変化させたのです。

次に単語の組み合わせを検討しました。書き出す、話し合う、見る聞く、聞く見る、読む探す、などなどですね。そして、「見に来る」が頭の中に浮かびます。最初は mini+kle となりましたので、「おっ、これは英語っぽいぞ」と考えついたわけです。そこでミニクルという単語を何度も何度も口で言っているうちに“ニ”を取っても良いんじゃないかなと考えついたというわけです。

女性的なネーミングの方がいいんじゃないかなとか、今まで無かったけど何となく聞いたことがありそうな名前がいいんじゃないかなとか、できれば日本語表記で 3 文字以内、スペルは最大 6 文字以内に収めたいなとか、英語っぽいという前提条件だけでなく様々な検討要因を含んでいたのです。

最終的に実は mixi というコミュニティサービスが成功しつつあった時期でしたので、それにあやかって何となく似た感じもする mikle っていいかもなんて思い、それが最終

的に決定する要素となったことを付け加えておきますね。

※会社名としてはまだまだ検討すべきことがありますのでその点を次回説明致します。

第12話 ドメイン名や1つの音でさえもアイデアの種

実際にそのスペルでドメインが空いているかを検索したところ、com ドメイン以外は全て空いていたり、商標が登録されていないか調べたり、英語で変な意味やマイナスイメージにならないかを確認したり、携帯電話を持ち出して mikle と打ち込みやすいか試してみたり、人にミクルってどうかなと言いまくって反応を見たり、ミクルって音の響きが悪く無いかを考えてみたりといった様々な見方をしてみるわけです。

いくらアイデアマンの私であっても、ネーミングというのはとても難しい作業でして、動作を表す単語を口に出してみたり、書き出してみたりするというような、意図的にアイデアを出すという作業を意識的に行った結果として閃いたという典型的な事例だと思います。

音として分析しますとM音には母性や家庭をイメージさせ30歳~45歳の出産経験のある女性が好む音なんだそうです。実際に私たちがサービス提供を始めた会社名そのままの『ミクル』という月間200万人程度の皆さんに利用して頂いています掲示板サービスのメインユーザーにぴったり当てはまり、女性が66%を占め、30歳以上のユーザーも非常に多いという結果となりました。

はじまりの章において、あらゆるコトが分解可能であり、言葉も音に分解できるということを紹介致しました。その音自体も【アイデアの種】であるわけですね。このケースにおいては、【ミ】という文字の持つ音を取り入れるということも【アイデアの種】なのです。更に私は女性中心のコミュニティサービスにおいては【濁音を含めない】ことも【アイデアの種】と考えていました。

当サイトにおいて最も利用者が多いコミュニティが育児コミュニティであるのも、上記のような【アイデアの種】と密接に関係しているものと考えています。

ネーミングについて専門的に勉強したことがあるわけではありませんが、アイデアと同じで発想の仕方さえ知っていれば案を出しやすくするのは間違い無いと思います。アイデアを発想するにも様々な方法があるのと似ているでしょうから、ネーミングに発想法があるなら、アイデアにも必ず発想法があるはずですよ。

私たちの会社の名前を生み出したのと似たようなネーミングの事例にお掃除サービスで有名な「ダスキン」があります。何となく英語っぽい名前ですがこれは「ダストクロス」と「ぞうきん」を掛け合わせたものだそうです。こんな感じで名前を作り出すのもアイデアだと思いませんか？

第13話 『同窓会代行サービス』 普段と違うことをしてみる

起業家には、「こういったサービスは無いだろうか？」と考え、実際に探してみると世の中にはまだ無く、事業として立ち上げたら、やはりニーズを捉えていて成功したというケースが多いのですが、ヒントになりそうですのでもう少し詳しく考えてみたいと思います。

例えば、あなたが中学の時の友達と同窓会をしようと親しい友達と盛り上がったとします。さて、日程調整、友達への連絡、会場探しと会場の手配、出欠確認、当日の運営など実に様々な問題に直面することでしょう。こういった時にこそ、例えばですが、必死に手配した同窓会も、ボランティアでやったにも関わらず色々と問題が発生するなんてこともあると思います。そして同窓会が終わった後に「もう二度とごめんだ。自分で全部やろうと思ったことが失敗だったのかなあ。」という風に、「何故失敗したのか」という気が産まれます。

そして、確かに「全部自分でやらなくても手伝ってもらえるサービスくらいありそうだよな。例えば自分で案内を作成しなくてもそれくらいはどこかで手配できそうだし。」「会場探しも確か同窓会パックみたいなホテルがあったよな。」といったことが次々と頭に浮かぶわけです。「今回は使えなかったけど今度はインターネットと携帯で連絡用掲示板でも作ったり、使えそうなサービスを活用してみるのもいいかな。」などと、次回のための対策まで講じるようになるかもしれません。

でも、全て断片的な解決策でしか有りません。そしてついに「そういえば、こういった同窓会の時に使えるサービスって無いのかなあ。」といったアイデアの花がぱっと咲くわけです。

恐らくあなたはインターネットで「同窓会」と入力して検索してみたり、友達などにこんなサービス知らない？なんて調べたりすることでしょう。そして探してみても、どうしても見つからないといった時に「同窓会の開催を丸ごと引き受ける同窓会代行サービス」なんてどうだろうか？といったアイデアの実が実するというわけです。

実際には、こういったサービスは既に世の中に存在致しますが、同窓会という普段の生活とは異なるきっかけがあったからこそ、こういった思考回路が一気に花開いたというわけです。一つの例として紹介致しましたが他にはどんなことが考えられるでしょうか？

※そもそも普段とは違うことをすれば何故閃きが起こるのでしょうか？次回更に見てみましょう。

第14話 『合コン仲介サービス』新しいサービスのニーズはあなたの中に潜んでいる

普段と違うことをした時こそアイデアが閃くと説明致しましたが、それはその瞬間に潜在的なニーズが少なくともあなたの中に発生していることがポイントです。

こういったサービスは無いのだろうか？ と思って探してみる。例えば、引越をする時に一斉に見積を取ってくれるサービスは無いだろうかと探してみると。インターネットにそういったサービスを見つけて利用しますよね。

ここまでは当たり前の行動なのですが、こういった当たり前に存在するであろうと思ったサービスが、実は世の中には存在していないということが、意外と多々あるのです。

先ほどの同窓会代行サービスも、大きく手がけた会社ができたのはまだまだこの数年のことですので、意外とそういった「眠れる新規事業」が存在することは間違いありません。

例えばあなたが友達から「合コン開いてくれよ。」と頼まれたとします。でも、「前やったときに女の子怒らせたし、もうネタ切れだよ。」といったやり取りがあったとした、そんな瞬間に「ん？ 頻繁に友達から合コンやれって依頼があって、これだけニーズがあるなら合コン仲介斡旋サービスの会社って無いのだろうか？」なんてことを閃くかもしれません。

そんなことをきっかけに調べてみますと、インターネットにそういったサービスがあることを見つけサイトをチェックしてみる。ですがどうも流行っていきそうには無いとか、既にサービスが終了していた、なんてことだってあるわけですから存在していても諦める必要はありません。

第15話 『買い物代行サービス』日常生活の中にもニーズが隠れている

自宅での生活も会社生活も、日常生活の中ではいつも同じ事の繰り返しで、全てのことが当たり前と認識してしまうために「あれ？」が発生しにくいものですが、日常と離れた時こそがアイデアの花を咲かせる大きなチャンスと思って下さい。

実は、意外にあなた自身の中に新しい事業に結びつく潜在的なニーズを持っていることが多いからであり、そういったことを意識してできれば「あれ」「これ」考えてみられるのが良いでしょう。例え、既にニーズを満たすサービスがあったとしても「これをこうした方がもっと良いサービスになるのに。」なんてことにも気づくことだってあります。

買い物に出かけた時、外食した時、友達と会う約束をした時、家を買おうとした時、家を借りようとした時、彼女とデートしようとした時、彼氏が欲しいなと思った時、友達が欲しいなと思った時、子供と遊びに出かけようとした時、車を売ろうとした時、引越をしようとした時、お金が無くなりそうな時、仕事を探そうとしている時、何かで悩んで解決しない時、身内に不幸があった時、病気をした時、スポーツをする時、ネットで困った時、何かを無くした時などなど、普段とは違うことをする瞬間に必ず何かニーズ（こうしてくれるといいのに）が発生しています。

同窓会代行サービスであれば、【同窓会】 + 【代行サービス】というアイデアの種の組み合わせで出来ている訳ですから、上記の全てに、例えば【代行サービス】という種を掛けてみましょう。

つまり、【買い物】 + 【代行サービス】で【買い物代行サービス】という新しい【アイデアの花】が見つかりますし、【お家探し代行サービス】、【デートプラン作成代行サービス】、【恋人探し代行サービス】、【仕事探し代行サービス】、【車売却代行サービス】、【引越代行サービス】、【紛失物搜索代行サービス】などなど、組み合わせ可能なものをその都度見つけると良いでしょう。

また、【代行サービス】という【アイデアの種】を【インターネット】【コンサルティング】【コミュニティ】【相談サイト】【セミナー】など別の種に置き換えて考えてみれば、どんどん新しいアイデアの花が見つかりますよね。

第16話 『不動産購入セミナー』日常ニーズ+アイデアの種

前回紹介しましたように【インターネット】【コンサルティング】【コミュニティ】【相談サイト】【セミナー】といった【アイデアの種】を用いて【お買い物】と組み合わせてみましょう。

【インターネット】 + 【お買い物】 = 【ネットショップ】【ネット通販】
【コンサルティング】 + 【お買い物】 = 【お買い物コンシェルジュ】【お買い物指南】
【コミュニティ】 + 【お買い物】 = 【お買い物コミュニティ】
【相談サイト】 + 【お買い物】 = 【購買相談サイト】【お買い物相談】【節約相談】
【セミナー】 + 【お買い物】 = 【お買い物セミナー】

若干、無理矢理の面もありますが最初に産まれる【アイデアの花】は上記のような組み合わせから出来ているのです。

このような単純な組み合わせですと例えば【お買い物セミナー】とは一体どんなサービスであるかを考えなければアイデアにはなりません。その作業が【アイデアの実】を実らせる大切なものになっているわけですが、次の項で詳しくご紹介して参ります。

少しだけ掘り下げてみますと、2つの【アイデアの種】ではピンと来ないかもしれませんが、もう一つの種、例えば【マンション】という種を加えてみますと【マンション購入セミナー】という新たな事業が産まれます。更には【動画配信サービス】という種も加えますと【マンション購入セミナー動画配信サービス】というように何となくアイデアらしくなって来ることがお分かり頂けるかと思えます。

ここで大切なことは「ニーズが発生する瞬間」を普段意識して感じて、アイデアの種を取り出しておくことです。そういった作業を行われている方は少ないかと思えますが、アイデア力を身につけるためには、非常に大事な瞬間でもあり、ヒラメクために本当に大切な状態なのです。

こういった瞬間に、既存のサービスを使えばいいなどと安易に考えてヒラメクための脳を全く使わないのではなく、こういったサービスがあると便利だし自分でも使うのになど考えてみて、アイデアの花を生み出す習慣を付けられることをお薦め致します。

あらゆる瞬間にあなたは素晴らしい企画者であり、素晴らしいマーケティング担当者にな

なっているわけですから。

新しいアイデアの花を思いついた瞬間、少なくともあなた自身が利用者になっているはずですよ。

第17話 『フリーペーパー事業』なるほど。これいいな。

普段と違うことをした時にアイデアの花を咲かせることができるということをご説明しましたが、それよりもっと簡単な方法をご紹介しますと思います。

普段と違うことではなく、普段行かない場所に行くと様々な発見があるものです。そこには、あなたがわざわざ考えなくても「なるほど。」「これいいな。」と思えるものとの出会いもあるものです。

例えば、今でこそリクルート社をはじめとして多くのフリーペーパーが発行されていますが、アメリカでは日本で流行するよりも何年も早くフリーペーパーが多数揃っていました。

つまり、既にアメリカでは成功しているわけでフリーペーパーを目にした時に「お得なクーポンは無いかなあ」と利用者の視点で見るとは、このフリーペーパービジネス、日本でも成功するんじゃないかな？」といった起業家であったり、ヒラメキ屋の視点で見ると新たな事業アイデアの花が咲くこともあるわけです。

特に海外に行きますと習慣も文化もビジネス環境も住んでいる人も異なるわけですから、日本人から見ると全く新しい視点で行われているものが多々あるものです。

普通なら、海外旅行でウキウキしていて新しいビジネスを探すところではないかと思いますが、「なるほどこういう製品やサービスがあるんだ。いいなこれ。これって日本でも流行らないかな？」というようにちょっと思いを巡らせてみてはいかがでしょうか。

第18話 『コーヒーフレッシュ』カフェにもアイデアが

例えば、こんなことがありました。今年、2007年にオーストラリアへ行った時のことですが、入ったカフェで紅茶を頼んだところ日本のコーヒーフレッシュのプラスチックの入れ物よりも少しサイズの大きなミルクが出てきたのです。

日本で紅茶を頼みますとちょっとしたカフェなら別の器に暖かいミルクを持ってきてくれますが、1杯300円程度のお店では厳しいかと思います。あくまで個人的な感覚ですが、紅茶に植物油で作られたミルクを入れることに若干の抵抗があったのですが、パック入りのミルクには「なるほど。これなら抵抗なく紅茶にも入れられる。」と感じたのです。

「あれ？ そういえば、日本でこんなミルクの長期保存できるパックなんて売ってないよな？」と気付きました。紅茶だけでなく、コーヒーにも植物油ではなく牛乳を原料としたミルクに入れられるのは、受け入れられるのでは無いかと考えると「これは日本でも売れるんじゃないかな？」と思ったのです。

一世を風靡したスターバックスでもスターバックスラテ（カフェラテ）がヒットしたようにコーヒーやエスプレッソにミルクを入れた飲み物が受け入れられているわけですから、不自然に真っ白で絵の具みたいなコーヒーフレッシュを入れるよりは自然な白色のミルクを入れたいと思う人もいるはずだよなと思いを巡らせてみるわけです。

第19話 『コーヒーに入れる低脂肪乳』

「これはイケそうだな」と思えるアイデアの花が咲きますと、後はアイデアの実にするために、例えばですが「何故、日本には無いのだろうか？」という調査が待っています。（※アイデアの実に関する内容を含んでいますが関連しているので続けます）

実は同様の商品が存在することを知らないだけかもしれませんが、食品としての特性上の問題があるのかもしれませんが。

「そういえば、カナダやアメリカには植物性乳製品と動物性乳製品がミックスされたミルクまでスーパーで1リットルのパック入りで販売されていたな。」そんな気付きからも、日本での食品を扱う法的問題があるのかもしれないし、保存方法や賞味期限に問題があるのかもしれないといったことも調べる必要があります。

そもそも単純な牛乳ではなくコーヒーに合う乳製品とはどのようなものなのだろうか？

そんな根本的な問題にまで踏み込むことも重要です。乳脂肪率が20%程度の乳製品がコーヒーの風味を損ねたり、薄くせずにミルクの風合いをプラスすることができるらしいといった情報も仕入れたりするわけです。

しかしながら、オーストラリアで出会いました紅茶に入れるミルクが【低脂肪】のもの（低脂肪牛乳と同じ程度の濃さ）だったわけです。今回のケースでは美味しさを求めて【高脂肪】ではなく【低脂肪牛乳】という新しい【アイデアの種】を発見したことがアイデアの花につながります。

例えば、スターバックスでは低脂肪乳のミルクも常設しているくらいですからニーズはあると考えることができます。

そうした流れから、【コーヒー用】ではなく【紅茶用】と考えてみたところ【紅茶用低脂肪ミルクポーション】が日本でもイケるのでは無いかと閃いたわけです。

第20話 『紅茶用低脂肪ミルクポーション』何故、日本には無いのだろうか？

前回のオーストラリアで出会いました『紅茶用低脂肪ミルクポーション』について日本に存在するのを確認してみました。

日本ではどうなのかを調べてみますと近いものは存在しました。

【脂肪分】で分解しますと【低脂肪】【高脂肪】に分けられます。

【高脂肪】のものでは『ミルク産まれのクリープ』ポーションタイプのものが【乳製品】からできていました。そして、【低脂肪】のものでは『スジャータ低脂肪』という製品がありましたがこれは【植物油脂】が主原料です。となるとメジャーな製品において【乳製品】のみで作られた『低脂肪コーヒーフレッシュ』は無さそうでした。

また【保存方法】という別のアイデアの種から見ても前者は【常温保存】後者は【要冷蔵】となっていました。ということは乳脂肪分の違いだけですから【常温保存】可能なミルクポーションは製造可能なのでは無いかと思いますし、法的にも類似製品があるわけですから製品化は可能だと思います。

そもそもコーヒーフレッシュと呼んでいる時点で紅茶専用では無いため、【紅茶用低脂肪ミルクパック】は存在しないのかもしれませんが【紅茶用】というアイデアの種を用いますとオーストラリアには存在した商品が日本でも販売可能ではないかと導きだせたわけです。

そういった商品が流行るかどうかは、上記の【アイデアの種】に【感情の羽】を付けていく作業を行っていくわけですが、それはアイデアの実の章でご説明いたします。

具体的な事例を交えて考え方をご紹介してみました。海外に行った時は「これは日本でも売れるだろうな。」と思う商品、食べ物や飲み物が本当にたくさんありますので、アイデアのヒラメキのためにも色々ウォッチングしてみたいかがでしょうか？

第21話 『シリアルダイエットカフェ』海外で海外にもない発想を

前回到引き続いて海外でよく見かける商品についてのヒラメキです。

例えば朝食の定番である「シリアル」。とうもろこしや大麦、小麦などから作られ「コーンフレーク」とも言われますが、日本では極めて種類が少ないです。しかしながら、日本でも売れるだろうなと思える製品が、海外では多数売られています。

では、アイデアの種として【健康】【朝食】【カフェ】【輸入】【多い種類】【ネット】【ダイエット】【本】といったものを使って【アイデアの花】を作ってみましょう。

- ・今は健康ブームですし、朝食としてシリアルを提供するカフェなんてどうだろう.....。
- ・世界中から集めた 100 種類のシリアルからあなたにぴったりのシリアルを見つけられるカフェとか.....。
- ・インターネット上でシリアルの輸入代行をしてあげるとか.....。
- ・シリアルダイエットの本でも出してみるとか.....。

例えばアメリカですと、シリアルが当たり前過ぎて、購入して自宅で食べるものとして定着していますが、日本人だからこそその視点でアイデアの花を咲かせてみるわけです。

当たり前のように過ぎていく瞬間でもアイデアの花をヒラメクように思いを巡らせれば、いつでも何処でもアイデアの花を咲かせる素晴らしい瞬間になることを忘れないで活用して下さいね。

第22話 『mixi』ネットサービスはほとんど海外発

海外に行って考えようと紹介させて頂きましたが簡単には行けませんよね。すみません。

日本にいながらにして、海外のアイデアに簡単に触れることができるものもあります。ご存じのとおりインターネットビジネスです。

インターネットサービスは国を超えて利用することも可能なサービスが多いですから、もしあなたが新しいネットビジネスを検討されているのであれば、様々な国で成功しているサービスを調査していくうちに、自分がこれはイケると思えるサービスに出会うかもしれませんね。そこに、言葉の障壁があるのであれば、海外のサービスを紹介してくれているサイトやブログが多数ありますので、そういったものを参考にしてみられるのも良いでしょう。

実際に日本で多くの人を使うようなサービス、例えば、Google の検索エンジン、動画共有サイトの YouTube、EC サイトのアマゾンなど全てアメリカ生まれです。

海外で成功しているものを日本風にアレンジして成功したサービスもあります。代表的な事例としては、SNS の代表サービスである『mixi』も、アメリカや韓国で成功していた SNS を日本的にカスタマイズして持ってきたサービスですし、日本で最も成功している Yahoo! Japan も、アメリカで成功していた検索エンジンサービスを、あの孫正義氏が実質的に日本に持ってきたと言えます。

わざわざ全く新しいサービスを考えつくことなく、大成功している事業を海外から持ってきて成功していますし、逆にインターネットビジネスにおいては、海外で成功してなくて日本発で世界的に大成功した事例は極めて少ないのです。当然のことながら日本の特性に合わせたカスタマイズが必要であることが多いのですが、海外のサービスを参考にすることが、とても大切な作業であることは間違いありません。

第23話 『消費税』行政サービスや国家制度も海外のアイデア

さて、前回までに紹介したような、「既にあるものから発想する」といったことは、製品やビジネスだけに限ることではありません。

行政サービスや政治の仕組みでも、日本とは異なることが実にたくさんありますし、既に取り入れられた制度も多数あります。

毎日、納めている消費税も何百年も前にオランダで始まった税金のアイデアですし、議院内閣制などの政治制度もイギリスで始まったアイデアですし、2009年から始まる陪審員制度はアメリカの制度を参考にしています。

それとは逆に「何故、日本ではこういった仕組みを取り入れていないんだろう。」そんな風に思われることも多いです。

例えばですが、大統領制度や国会の一院制などは日本でも議論されても良いと考えています。

身近な事例では無いもののアイデアは、海外に行かなくても調べることができますので、日本において「こういったことって何か良い方法があるんじゃないかな？」というように感じる事があれば、海外の事例を調べてみるだけで、簡単に答えを見つけられる可能性もあるということです。

第24話 『家賃無料のチョンセ』習慣も仕組みもアイデア

前回は、政治制度などについて触れましたが商習慣もアイデアと言えます。例えば、不動産流通、サービス業などにおける仕組みです。

事例を挙げてみますと、お隣の韓国ではマンションなどの不動産賃貸の際、日本と同様の家賃制度もあるのですが、『チョンセ』という仕組みが一般的です。

賃借人は先に何百万円ものお金を用意する必要がありますが、その代わりに家賃を払う必要が無く、更には退去時に全額戻ってくるという仕組みが一般的です。家賃を払わないで良いというのは画期的なアイデアだと思われませんか？

何故、家賃を払わなくて良いのでしょうか？そこにアイデアが隠れていそうです。

韓国の事情を見てみますと【不動産現金購入】【不動産バブル】【高金利】【運用】などのアイデアの種が見つかります。日本とは異なる点は、政府の政策によって大部分をローンで買うようなことができなかつたり、不動産バブルが最近まで続いていたので所有しているだけでも利益をもたらしたり、預金金利が高かつたり、不動産や株などで資産運用をしている人が多いということなどが挙げられます。

見方を変えれば賃借人から借りたお金で不動産を購入して資産運用を繰り返しているようにも見えます。

不動産価格の上昇トレンドが2008年で下降に転じてきそうですのでこのまま継続できる商習慣かは定かではありませんが【無料】という素晴らしいアイデアの種を不動産賃貸にもたらしているのは画期的なアイデアであると思います。

第25話 『チップ制』欧米では当たり前前の習慣もアイデアです

海外には、単純に日本に無いものがあったり、日本ではまだ成功していないサービスがあったりするだけではありません。

アイデアを考えているのはあなた自身なわけですから、つまりあなたの考え方に左右されるはずです。既に凝り固まった物の見方、既成概念が邪魔をすることが多々あるかと思えます。そういったことに邪魔されていることすら、普段居る環境のままだと気付かないものです。既成概念を根底から崩す可能性が海外には備わっていることをお伝えしたいのです。前回も不動産を無料で借りることが一般的であるという事例を紹介しましたが、考え方が凝り固まっていますと家賃は毎月支払うべきものと考えてしまうことでしょう。

新しい考え方を取り入れるのはどこの国からでも構わないのですが、自分は、自分の国にいるのだからこそ、今の考え方をしているのだということに、まず気付かされるかと思えます。それぞれの国における様々な考え方、例えば、商売上、生活上の習慣、日々の生活に対する考え方、家族に対する考え方、仕事に対する考え方など、全く違うことに気付かされるのです。

具体的な例を挙げますと、アメリカではチップをお金のまま渡すのに対して、日本では何かに包んで渡すことが一般的です。もらう側はそれを開けてみるまでいくらもらったかが分かりません。そういった曖昧さが商習慣にも出てきてしまえば、単純に値段交渉でも肝心な部分が曖昧であるといったトラブルも産まれるかもしれません。

ここから得られるアイデアの種は、【チップ】【感謝】【お礼】【お金】【金額の明示】【曖昧な金額】などです。例えば占いをしてもらう際にも金額が明示されていることで安心してお店に入ることができるといった気持ちを持ってもらうためのアイデアが生まれてくるのです。

そもそも『チップ制』にはサービス業において【従業員モチベーション向上】【サービス向上】【賃金抑制】といったアイデアの種が含まれています。

支払う側からは負担が増えるわけですが、内需拡大の必要性に迫られている日本においてもサービス業を発展させるために【チップ】というものの自体が大切なアイデアの種とも言えるでしょう。

第26話 『Wii v.s. PS3』... 任天堂と SONY が用いたアイデアの種

前回は習慣の違いにもアイデアが含まれるということを紹介しましたが、例えば仕事の後、職場仲間との時間よりも家族と過ごす時間を大切にするといった、アメリカでは当たり前の考え方が、日本でも一般的な時代が訪れると思えたとしましょう。景気も悪くなりますし、外で過ごす時間より家で過ごす時間も増えると考えてみます。

そうしますと、これから居酒屋を始めるのではなく、家庭で家族と共に有効に過ごせる何かを提供するビジネスを掘り下げて考えてみようといったベースのアイデアの種【家族と過ごす時間】が産まれるわけです。

例えば、これまでのように個人が楽しむゲーム機ではなく、家族で楽しむことも踏まえたゲーム機を開発しようといった発想が生まれることでしょう。任天堂が発売した『wii』はこういった典型的な時代の変化のタイミングにマッチした製品であると考えることができるわけです。

PS2 で大成功を収めた SONY は【ゲーム機】に【高画質】【映像美】【高速処理】【ゲームマニア】【インターネット】【ブルーレイ】【高級】【前機種と同じ入力装置】といった【アイデアの種】を組み合わせることで PS3 を世に送り出しましたが、ブルーレイ戦争で東芝に勝利した割には規模拡大に苦戦しています。

同じ時期に次世代ゲーム機を投入した任天堂は、【ゲーム機】に【家族と過ごす時間】【リビング】【簡単な入力装置】【身体を動かす】【健康】【ダイエット】【低価格】といった、SONY とは全く別の【アイデアの種】を組み合わせることで【アイデアの花】が誕生したと考えられます。

実際には日本だけでなく世界中で大ヒットする【ゲーム機】になっていますので、技術的な進化からもたらされるアイデアの種ではなく生活スタイルの変化からもたらされるアイデアの種を用いた点において商品開発のアイデアの出し方が素晴らしかったのでしょう。

今のところ 21 世紀で最も素晴らしいアイデアの発想だと思っていますので紹介させて頂きました。

第27話 [A] × [B]の発想

前回までたくさんの具体的事例で【アイデアの種】の組み合わせから新しい【アイデアの花】が産まれるということについて見てみました。

既に存在するアイデアを持ってくるだけでも良いと説明しました。とはいえ、オリジナルのアイデアをどんどん作り出したいからこそ、この本を読まれているはずですよ。

どのようになっているかをご覧ください。 ”なるほど” といったヒントは得られても、いざ自分で考えてみるのは難しいものです。

改めまして[A] × [B]の発想をしっかりと実践編に入りましょう。

”組み合わせる”とか”持ってくる”とか”アレンジする”とか、言葉で言うのは簡単かもしれませんが、実践するには、思考パターンにちょっとした”勘違い”や”裏切り”が必要なのです。ですが、こういったことは論理的思考に慣れてしまっている人にとっては、ある意味ですが気持ちの悪い行為と言えるでしょう。わざわざ物事を間違えて捉えようとする行為ですので、特に真面目な方には難しいかもしれません。これ故に頭の良さやアイデアの閃きには、逆の相関関係があるのではと気がつきました。では、そういった賢明な頭をお持ちの方も、物事を何でも素直に捉えてしまう普通の方にも、誰にでも可能なアイデアの引き出し方をご紹介しますと思います。

※ 次回は少し頭を柔らかくしてもらおうためのお話です。

第28話 『大喜利』[A]と掛けまして[B]と説きます

前回、実践編に移りましょうと申し上げましたが、少しだけ横道にそれて、アイデアを思いつく時のイメージをしてもらうためのお話です。

さてさて、唐突ですが「大喜利」ってご存じでしょうか？

読めない方も中にはいらっしゃるかもしれませんね。これは「おおぎり」と読みまして、落語家さんが出されたお題[A]に対して次のように返します。

「[A]と掛けまして[B]と説きます。」「そのところは.....」「[C]です。」

例えばですが、こういった問答のことを大喜利と言います。大喜利で大切なのは、最初の[A]と二つ目の解く鍵となる[B]に一見全く関係が無さそうな言葉が登場する点です。で、「そのところ」で「あ～、なるほど」と聞き手に思わせる巧妙さをいかに表現するかにかかっているのです。大抵の場合は、言葉遊びとして[B]の同音異義語を用いて、聞き手を、一瞬ですが勘違いをさせ、ある意味期待を裏切る形にしてオチを付けるわけです。

例えば、「猿山の猿と掛けて、コーヒーと解く。そのところは ボスがいい。」「美人の奥さんと掛けて、夏の終わりと解く。そのところは 秋（飽き）が来るでしょう。」「ラーメンと掛けて、待ち合わせ直前の会議と解く。そのところは のびるとまずい。」といったようなものです。一見、[A]と[B]には何の関連もなさそうですが、[C]でオチを付けることで、二つが結びつくわけです。

何故こういった大喜利の話を持ち出したかと言いますとこういった「お題」「裏切り」「勘違い」「オチ」の関係とアイデアの「種」「莖」「花」の関係がとても似ているのです。

※次回は、この「オチ」について、少し深掘りして見ていきましょう。

第29話 『陣内智則の一人コント』勘違いからの「オチ」

大喜利をご存じでない方も、漫才や落語での「オチ」についてはご存じかと思います。

漫才で言えば「ボケ」が勘違いを演出して「ツッコミ」で「オチ」を付けます。漫才でなくても陣内智則さん（藤原紀香と結婚した吉本興業所属の芸人）の一人コントでは勘違いから来る「オチ」で観客を笑わせます。

また、落語で言えば話の中に登場する主人公が何らかの勘違いに基づいて話が進行します。聞き手である観客はその話に引き込まれ最後のオチで自分も勘違いをしていたことに気付かされて「オチ」が付くわけです。

関西の人と話していると「え？ この話のオチは？」「今のオチで良かったん？」といった質問をする人がたまにいるかと思います。関西だけでは無いと思いますが、関西文化として、話にはオチを付けるものだという概念があります。「基本的には全ての話が笑いで終わらないとあかん、話にはオチがないとあかん」なんて考えているのは関西人が多いと思います。

「オチ」にも色々なパターンがありまして、笑いだけではありません。ドラマや映画や小説が好きの方なら、例えば最後に物語がどうなるのかを色々な期待を持って見るのではないのでしょうか？

「え～、結局そういうオチ？」というように、観ている人への裏切りや、逆に安心させるような展開で幕を閉じるわけです。

※次回は、「オチ」とアイデアが産まれる基本パターンの関係をお話します。

第30話 『冬のソナタ』やっぱり最後はそういうオチ？

今回は、ドラマや映画の「オチ」について見てみましょう。

例えばですが、裏切り系では「実は腹違いの兄妹」「意外なカップルの誕生」「実は恨みの復讐」「主人公の死」などで、正統派パターン系では「主人公の大成功」「主人公同士が結ばれる」といったものですが、これらの展開は全て「オチ」が付いて、観ている人がどちらにせよ「なるほど、そういうオチなんだ」とある意味スッキリすることになるかと思えます。

正統派パターン系といっても、最初からずっと成功しているわけではなく、失敗やすれ違いによって見ている側はハラハラし、でも最終的に上手くいくといった展開で無ければ面白くないわけです。

裏切り系と正統派パターン系が組み合わさった典型的なドラマが、韓流ブームを巻き起こすきっかけとなった『冬のソナタ』ですね。

例えば、映画ですと 2 時間程度で話をまとめる必要がありますから【アイデアの種】の組み合わせのパターンは出尽くしているとも言えるでしょう。

アイデアも、閃いた後から逆算して考えますと、こういった「オチ」が付いているものと同様で、自分の思考回路から見て「勘違い」によって引き起こされているのです。

大喜利と同じように[A]に[B]を掛けて[C]というアイデアが産まれるというのが基本パターンですので、あなたが求めているアイデアの種となるこの[A]を、あなた自身にお題として投げかけ、更に[B]というアイデアの種を意図的に掛け合わせてみれば良いのです。

ちょっとピンと来ないかと思いますので、次回は具体的な話に落とし込んで参りましょう。

第31話 『モバイルスイカ』[A]に[B]を掛けると[C]が出る

アイデア発想の基本パターンである【[A]に[B]を掛けて[C]というアイデアが生まれる】という発想方法を具体的に試してみましょう。

例えばですが、あなたがインターネットビジネスについて、新規ビジネスを検討しているとします。大抵の場合は、当たり前ですが“成功するビジネス”を検討することが多いでしょうから、そういったケースでは世の中で成功していたり、流行していたりするサービスに共通の概念を【アイデアの種】として用意します。

2007年を例を挙げてみますと、[A]は【ソーシャル】【オープン】【CGM】【モバイル】といったものになります。

実際にどういったものが世の中に新しく出てきているかというと例えばですが【ソーシャルネットワークサービス(SNS)】【ソーシャルニュース】【オープンデータベース】【オープンプログラム(API)】【CGMビデオサービス】【モバイルスイカ】【モバイルテレビ(ワンセグ)】【モバイルミュージック(着うたフル)】といったサービスがあります。

既に成功しているサービスがある場合は、次に立ち上げたサービスは新しいアイデアではありませんが、最初に誕生するものは新規性のあるアイデアなわけです。

上述した例では、[B]に当たる部分は全く新しい概念というわけではなく、ごく普通に使われてきたサービスであることがご理解頂けますよね？ つまり[B]は画期的なものではなくごく身近に存在するサービスという【アイデアの種】で良いわけです。

第32話 『着うたフル』[A]を外して[B]を取り出す

前回の【ソーシャルネットワークサービス (SNS)】【ソーシャルニュース】【オープンデータベース】【オープンプログラム(API)】【CGM ビデオサービス】【モバイル SUICA】【モバイルテレビ(ワンセグ)】【モバイルミュージック(着うたフル)】から概念となる[A]の種を外してみましょう。

確認してみますと[B]は【ネットワークサービス】【ニュース】【データベース】【プログラム】【ビデオサービス】【SUICA】【テレビ】【ミュージック】と慣れ親しんだものばかりというわけです。

であるならば、[B]は他にも様々なものが入る可能性があることが容易にご理解頂けるかと思えます。

例えば、[B]に入るであろうものを他にも並べてみますと【フォト】【メール】【パソコン】【サーチ】【ネットワークゲーム】【BBS】などのような IT 用語は勿論、【食べ物】【飲み物】【スポーツ】【ファン】【ダイアリー】【辞書】【Q&A】【相談】【チケット】【洋服】【電車】【道路】【電話】【ラジオ】【コンサート】【居酒屋】【家】【マンション】【ガソリン】【学校】【スーパーマーケット】【百貨店】【専門店】【フリーマーケット】【オークション】【テレビゲーム】【お財布】【農業】【政府】【本屋】【育児】【認定制度】【特産品】【広告】【看板】【学校】【ライセンス】【視覚】などなど何でも有りです。

これらの[A]と[B]を組み合わせてみてそのサービスが実在するという勘違いをあなたの頭にさせるだけです。

第33話 『学校 CGM』[A]×[B]

では、皆さんも[B]の【ソーシャル】【オープン】【CGM】【モバイル】に[A]という【アイデアの種】を書き出してみたものを実際に組み合わせてみて下さい。

無理矢理ですが、【ソーシャルラジオ】【オープンディクショナリー】【学校 CGM】【モバイルコンサート】などは有りそうかなと思いますがここではとにかく何でもくっつけて、どんなサービスかをイメージしてみてください。

既に存在するかは別としまして、次のようなイメージでしょうか。

【ソーシャルラジオ】一般の人がラジオ放送をネット上で行うサービス

【オープンディクショナリー】辞書制作会社が全内容をネット上から利用可能な仕組み

【学校 CGM】同じ学校の在学生、卒業生のコミュニティサイト

【モバイルコンサート】コンサートをモバイルで全世界にリアルタイム配信

まだ上記は【アイデアの花】ですが、何となく有りそうなものだけをピックアップできる習慣を付けることが大切です。

[B]には、日常的に出てきそうな種として【健康的】【ダイエット】【最先端】【世界一】【定額】【ユーザー参加型】【リアルタイム】【双方向】【デジタル】【アナログ】【フランチャイズ】【こだわり】【頑固親父】【セレブ】【低価格】【インターナショナル】【高機能】【多機能】【コンパクト】【世界最小】【協調】【平和的】【共有】のような感じのものを用意しても良いでしょう。

先に紹介したものも含めて、これらの[B]はそれ自体では形をなさないものもありますが、[A]と組み合わせることで新しい価値を生むなど、大切な役割を担っています。

第34話 『ソーシャルメール』[A]×[B]=アイデアの花

【ソーシャルフォト】【ソーシャルメール】【ソーシャルパソコン】【ソーシャルサーチ】
【ソーシャルネットワークゲーム】【ソーシャルBBS】といった具合に行ってください。

既にサービスとして存在するものもあるでしょうし、有ったとしても一般的になっていないもの、組み合わせてもさっぱり意味の無いものなどを繰り返していくうちに、これはアイデアの花じゃないかと思えるものが見つかっていくはずです。

こういった、分解されて出来た【アイデアの種】をたくさん頭の中に用意して、目で見たり、聞いたりしたもの全てで組み合わせる習慣を付ければ、様々な新しいアイデアの花を作り出せるでしょう。

【アイデアの実】にするには、2つ以上の組み合わせも重要ですが、まずは簡単な組み合わせから試してみてください。

次回は、ヒラメクための力は、どのようにすれば向上するのかについてお話したいと思います。

第35話 ヒラメキ力を向上させる訓練法

【アイデアの種】から【アイデアの花】を咲かせるヒラメキ力は誰でも持っているというものではありません。これは産まれてすぐに計算力があるわけでは無いのと全く同じことです。練習をしなければ身に付かない能力なのです。ですが、ご紹介したように、この数字とこの数字を足すとこの数字になるという様にイメージできる計算力と非常に良く似ていて、何回も何回も繰り返して練習をすることによって、徐々に答えを出せるようになる類の能力です。

しかし残念ながら、読解力、理解力とか言語力といった左脳が大きく影響する能力と異なりますので、頭が良いからといって発揮できる能力とも異なります。

どちらかといえば、野球でノックをしてもらって、身体が自然に反応してボールをキャッチできるようになるといったものに近いかもしれません。意識する以前に、無意識で身体を動かす命令を行うようにならないければ、誰かが打った瞬間に、そのボールの方向に身体を動かすことはできないと思います。

恐らく頭の中で、ボールの動く方向、速度、自分の身体の位置、ボールとの距離、地面の様子、バウンドの仕方などを瞬時に計算処理して、そのボールをキャッチした時の手と足の状況を作り出して、そこに至るまでの身体の動きを頭が命令を出しているのでしょう。

サッカーのゴールキーパーが何故ペナルティキック（PK）のボールを押さえられるのだろうかと思ってしまうことがありますが、訓練をする以外に、ボールを取れるようになることはあり得ないですね。

あなた自身も会議中にたくさんのアイデアのパスをもらっていることと思いますし、たくさんのシュートを打ち込まれていることと思います。その瞬間にアイデアを出せるようにするには、絶え間ない訓練が必要だということをご理解頂きたいと思います。

今回は、実際にヒラメキ力を向上させるための、具体的な訓練法をご紹介したいと思います。

第36話 『日経新聞でヒラメク』見出しの活用

最も簡単で、最も効果的な「アイデア閃き訓練法」をまずご紹介いたします。

ノックを受けるかのように、何回も何回も繰り返しアイデアを出す作業を行うことが非常に重要です。ですが、そういった機会は、ただ待っているだけで、向こうからやって来るものではありません。しかし、実は身近なところに、いくらでもそのチャンスが転がっているのです。

もし、あなたがビジネスマンでしたら、私がお薦めできるのは日本経済新聞、もしくは日経産業新聞を読むことです。もちろん、そんなことは既にやっているという方もたくさんいらっしゃるかと思います。

新聞は、毎日のように、新しい事業の開始や新しい会社の誕生など、訓練のための記事に事欠きません。

では普段と何が違うかと言いますと、新聞の「読み方」が少し異なるのです。

新聞には必ず見出しとなる部分が大きな文字で目立つように書かれています。普段新聞を読む際にその見出しに目を通してしているのは、恐らく、その記事を読むかどうかを選択するためだと思います。

しかし、アイデアを出す訓練を行う際は、ここで少し異なる作業をする必要があります。興味があるかどうかに関わらず、それが何らかの新しい取り組みである場合、見出しだけを読んだ状態で、その記事の中身を、あなた自身でイメージしてみてください。

新聞を読むという行為を、アイデアが閃くようになる訓練であると仮定しますと、普段の読み方は、常に、頭で考える前に回答を見失っているようなものです。

普段からの読み方を、いきなり変えるの難しいかと思しますので、次回から二回に分けて、具体的にどのように考えていけばよいのかをご紹介します。

第37話 『卒業旅行は複数回で』読む前にイメージする

ヒラメキカの訓練において、新聞を普通に読むという行為は、例えば、小中学生の頃、教科書の例題を解く際に、最後のページの方の回答を考えもせずに見てしまっているような「ズル」をしている状態と言えます。人間の脳は働くことに対して節約しようとする傾向があるようですから「ズル」をするのも無理はありませんが、アイデアが閃く脳作りのためですから違和感を克服してください。

日経新聞では経済、政治、国際、企業活動、投資、金融、スポーツ、文学、読者の声などといったテーマで記事がまとめられていますが、それぞれの分野で意識的にこの中身イメージ法を実践して頂きたいです。

2008/10/25 の日経新聞朝刊の見出しで練習してみましょう。見出しには『卒業旅行は複数回で』とあります。

あなたが、旅行代理店勤務では無かったとしても、読む前に、この記事の内容を予測し、良い旅行商品をイメージするのです。

【卒業旅行】を分解すると【卒業】【旅行】【友達】【思い出】【大学】【内定】【海外】【ツアー】【貧乏】【最後】【時間調整】などとなります。

例えば、この中で【複数回】というキーワードと関連するのは【友達】であろうと類推します。つまり記事の内容には【友達】を分解して得られる【サークル仲間】【ゼミ仲間】【遊び友達】【高校時代の友人】【バイト仲間】【同級生】など一緒に行く対象を増やしたのではないかと想像してみるわけです。

内定時期が以前より早まったことが、何回も旅行に行ける機会を増やしているでしょうから大学生をターゲットに何度も行きたくなるような商品のアイデアを考えてみましょう。

今回は、実際に私がイメージした企画アイデアをご紹介します。

第38話 『卒業旅行お任せパック』分解と組み合わせ

今日までに皆さんはいくつの企画を考えついたでしょうか？

では、実際に私がイメージした企画を列挙してみましよう。

1. それぞれの友達の連絡先を旅行代理店に教えておくと、行き先の希望やツアー内容、スケジュールまで調整してくれるサービスはどうだろうか？
2. 複数回行くにはお金が足りないので、現地観光などのオプションは一切無くして格安で提供するパッケージ商品はどうか？
3. 思い出作りが大切なので、カメラマンが同行して写真、ビデオの撮影をしてくれるサービスはどうだろうか？
4. ラブラブな恋人同士しか参加できない卒業旅行ツアーはどうだろうか？
5. 友達はいないけど大学時代の最後の思い出作りのために、単身の大学生しか参加できない、旅行を通して出会えるような企画はどうだろうか？
6. ツアー参加者の男女比率を同じ程度にして、あいのりのようなノリでバス旅行をするようなツアーはどうだろうか？
7. お金が無く、若いからこそ、ホテルではなくユースホステルのような安宿にしか泊まらないツアーはどうだろうか？

こういった企画が成功するかは別として【アイデアの花】のヒラメキでは、とにかく何でも新しく考えることが大切です。新聞に記事として紹介されていたのは2番と6番でした。

つまり、それ以外は新しい【アイデアの花】である可能性を持っていると言えますね。

ヒラメク訓練をしていますと、【アイデアの花】は一瞬で思いつけるのですが、慣れない内は時間が掛かると思います。私の場合ですと5分程度で考えついたものだけを挙げておきました。記事の内容と自分が読む前に行ったイメージが合っていると爽快です。

訓練で慣れることによって、瞬間的に思いつけるようになると楽しくなるものです。新聞を読むのは時間の無い時なのかもしれませんが、訓練を習慣付けるためにも、これまでより少し長めに時間を取ってみて下さい。

第39話 『あいのり卒業旅行』無さそうなヒラメキ

前回は『卒業旅行は複数回で』という見出しを分解して取り出した種の組み合わせを、単純に見てみました。この記事は【日経新聞】にニュース的に掲載されていたものから、【ニュース性】【ビジネス性】【ユニーク】【特徴的】などの【アイデアの種】も存在するのではというイメージが可能です。

前回の【節約】【低価格】といったアプローチではなく、【一生に一度】ですし、【最初で最後】かもしれない旅行ですから、反対のイメージも行ってみますと、次のようなアイデアが出てきました。

1. 大学生の恋人同士しか参加できない、至れり尽くせりの豪華卒業旅行ツアーはどうだろうか?.....新しい種：【恋人同士】【カップル限定】【豪華】
2. ツアー参加者の男女比率を同じ程度にして、あいのりのようなノリでバス旅行をするようなツアーはどうだろうか?.....新しい種：【男女比】【あいのり】【バス旅行】
3. 思い出作りが大切なのでカメラマンが同行して写真、ビデオの撮影をしてくれるサービスはどうだろうか?.....新しい種：【写真】【ビデオ】【カメラマン】【撮影】【記念】

こういった企画が成功するかは別として、【アイデアの花】のヒラメキでは、とにかく何でも新しく考えてみるのが大切です。ちなみに、新聞に記事として紹介されていたのは2番と6番でした。

つまり、それ以外は新しい【アイデアの花】である可能性を持っていると言えますね。

ヒラメク訓練をしていますと、【アイデアの花】は一瞬で思いつけるのですが、慣れない内は時間が掛かることもあります、全く思いつかないことも多いと思います。本当にイライラする作業かもしれませんし、考える前に答え合わせをしてしまうことも多いでしょう。

ちなみに私の場合で5分程度で考えついたものだけを挙げておきました。記事の内容と自分が読む前に行ったイメージが合っていると爽快です。

訓練で慣れることによって、瞬間的に思いつけるようになると楽しくなるものです。新聞を読むのは時間の無い時なのかもしれませんが、訓練を習慣付けるためにもこれまでより少し長めに時間を取ってみてください。

今回は、RSSリーダーを使った訓練法をご紹介します。

第40話 『Google デスクトップでヒラメク』RSS の活用

新聞でもヒラメク訓練は出来るのですが、お金が掛かるのがちょっとなあとと思われる方に、次の方法をお勧めします。

☆ヒラメク訓練法 その2：RSS リーダーでヒラメク

RSS リーダーというツールを使う訓練は、より実践的な手法の一つです。特に Google Desktop の RSS リーダーである『ウェブ クリップ』を、デスクトップ右側のサイドバーとして表示させておくやり方がお勧めです。

RSS というのは、インターネット上の情報で新しいものだけをピックアップして配信するといった機能でして、その多くがメールで言うところの【件名】、新聞で言うところの【見出し】だけであり、内容にしても最初の数十文字だけといった情報配信をしています。

RSS リーダーは、自分の興味がある内容の RSS を登録しておく、自動的にその最新情報を更新して読むことができ、もっと中身を知りたいという時にだけタイトルをクリックすると、内容が掲載されているホームページに飛ぶといったツールです。

次回は、この訓練法を、もう少し詳しくご紹介します。

第41話 『Windows サイドバーでヒラメク』誰でも毎日

ヒラメク訓練法 その2として紹介しました続きです。

RSS は、新聞とは異なりまして、本文が含まれないタイトルだけ、もしくは本文の最初の部分のみしか見ることができないという点が重要です。

普段の利用であれば、タイトルを見て、新聞を読んでいる時と同じく中身が知りたくなってホームページを表示させて内容を確認するでしょう。

しかし、ここでご紹介したいのは、「中身を知りたい」と思った時にクリックのではなく、「どういった記事なのか」「どういったサービスが始まったのか」などと、タイトルだけを見てイメージを膨らませてみるという訓練法です。

例えば、インターネットサービスのニュースですと「〇〇を用いた新サービス開始」といった情報があれば、どんな新サービスなのかを、まずはあなた自身で考えてみてください。だいたいアイデアが出尽くしたら、そのタイトルをクリックして答え合わせをします。

全くアイデアが出ないケースも多いと思いますし、出たとしても自分のアイデアがまだまだと感じる事が多いでしょうが、徐々に正解することが増えて来るかと思います。

しかし、ここからがポイントでして、ごくたまにですが、実際に始まったサービスよりもあなたが考えついたサービスの方が「イケてる」といったことが出てくるようになるのです。

このあなたが作り出した新しいサービスが、まさに「アイデア」というものです。

Google デスクトップの機能として紹介した訓練法ですが、Windows Vista には Windows サイドバーという名称で、標準に装備されている新しい機能の一つでもあります。

また、パソコンだけでなく携帯電話向けのツールもあります。RSS は新しい情報がリアルタイムに近い形で配信されてきて、訓練と呼ぶのに相応しいと思います。どなたでも簡単に実践可能な訓練法ですので、是非お試しください。

今回は、新聞を 2 紙を使った訓練法をご紹介します。

第42話 『朝日新聞でヒラメク』新聞 2 紙購読

普段、私が行っています、とっておきの方法を、もう一つご紹介します。

☆ヒラメク訓練法 その4：新聞 2 紙購読

新聞の見出しでヒラメクという方法に加えて、私の場合は、毎日 2 紙の新聞を用いまして、自分の興味に関係なく、様々な分野の内容を 1 時間ほど掛けて読んでいます。

重要なことは 2 つありまして、アイデアイメージトレーニングを行うと共に、同じ記事を異なる角度から考えるという訓練をしているのです。

実際には日本経済新聞と朝日新聞を購読しているのですが、政治にしても経済にしても、同じ論調の時もあれば、異なる見方をしていることも多いのです。

それぞれの新聞社の立場や読者について、イメージを膨らませるわけです。記者が何を考えどういった理由でこの記事を書いたのか、この記事の背景には何があるのか、読者がどういった記事、論調を期待して読んでいるのか、といった記事の行間を必ず意識して読むことにしています。

また、「この日経の記事は、朝日の立場からならどう報じるだろう」と読みながらイメージを膨らませることも重要だと考えています。

第43話 『トイレやお風呂でヒラメク』

新聞配達がありますから、アナログではありながらも RSS と同じく新しい情報が毎日届きますし、自分の興味に関係なく様々なジャンルの話題があります。

アイデア力を高めるには、関心のあることのみに興味を持っているだけでは駄目なのです。様々なことに興味、関心、疑問を持ち、情報、つまり【アイデアの種】をインプットすると共に、何故そうなったのかといった事まで理解する練習を続けてみてください。

ただ、この方法は時間が掛かりますので、訓練をする時間を作り出すのが大変な方もいらっしゃるかと思います。

私の場合は、日経新聞は朝食を取りながら、朝日新聞はトイレやお風呂に入りながら読むようにしていますが、とにかく、何かのついででも構いませんので、習慣化していくと良いでしょう。

ちなみに、朝日新聞は他の新聞に比べて極端な発想が入っていることが多いと考えているため選択しています。

この方法には、特にお勧めできる理由があります。新聞は新しいニュースが掲載されていますので、毎日新しい練習問題が生み出されているようなものです。新しいニュース、情報、データ、考え方、流行など実に様々な【アイデアの種】が満載なのです。ソースが新しいからこそ興味を持って訓練を続けることができます。

新聞離れが進んでいるようですが、無関心なことまでも一方的に配信してくれる新聞の活用は、ヒラメキの訓練には欠かせないと思いますので、是非お試しください。

ポイントは【考え方】、【視点】が実に多様であるかということを確認し、更には自らも普段から複数の【考え方】、【視点】を産み出すことなのです。

第44話 『紀伊国屋でヒラメク』

書籍には実にたくさんの人の【アイデアの実】【アイデアの花】【アイデアの種】が詰まっております。既に多数のアイデアが公開されているわけですから活用しない手はありません。

☆ヒラメク訓練法 その5：書店や図書館の活用

本と言いましても、ジャンル毎に本が並んでいる状態が必要です。また、中身を確認できなければ意味がありませんから、アマゾンや楽天ブックなどインターネットの本屋さんではなく、例えば蔵書数が多い紀伊国屋書店など、リアルな書店や図書館に行くのが良いでしょう。

本棚の前で行うのですが、特に著者のアイデアが詰まっていそうで、かつ自分に関連がありそうなジャンルの本棚が良いかと思えます。あなた自身が興味のあるコーナーでも構いません。そこで行うことは新聞の時と同様でして、書籍のタイトルや副題からその著者が訴えようとしているアイデアや要点を、本の内容を読まずに類推するという作業です。

例えば、「ネットで 100 倍売上が増える方法」というタイトルの本があるとしみましょう。そのタイトルを見ただけで、瞬間的にその本のツボとなっている内容をイメージしてみるのです。

売上がアップするだけなら色々方法はあるようですが、100 倍となると何か着眼点が違うはず。そこでどういった内容であるかを類推した上で答え合わせとして、本の中身を確認します。大抵の場合は、本の目次を確認するだけで、ある程度は内容が読み取れるはず。

最初はイメージとなかなか合わないと思いますが、慣れてきましたら自分が経験したことの無いジャンルのものでさえもイメージできるようになります。答え合わせが終わりましたら、次の本、また次の本という具合に、何冊もの本で訓練をして頂ければと思います。

この訓練は究極のアイデア閃き術といっても過言ではありません。書店という限られたスペースにはで実に様々なジャンルのアイデアがあり、どんな人のニーズにも対応可能

です。その様々なジャンルにおいて中身を見ずにアイデアを出せるようになれば、実際に必要としている内容を本のタイトルに置き換えて、あなた自身に出題するようにすればいいわけです。すらすらできるようになった暁には、どんな問題をも解決できるだけの能力が身についているはずですよ。

第45話 花にするお題：その1（もし〇〇が〇〇できるようになったら.....）

閃きは、何時起こるかも分からず、突然どこからか舞い降りて来るような感じかと思いますが、意図的に閃きを起こす方法をいくつかご紹介致します。

花にするお題：その1

近未来を予測する→もし〇〇が〇〇するようになったら.....

普段の会話の中でも「もしあれがこうなったらおもしろいになあ。」なんて冗談を言ったつもりが「いや、それイケるんちゃう？」といったことがあったりしませんでしょうか？ 大抵は笑い話で終わるでしょうけど.....。

別に新規ビジネスの話でも無く、ちょっとしたことでも意外と気付かなかったことで、相手を楽しませようと言ってみた一言が、ある問題の解決につながるといったことを経験されたことがある方も多いと思います。

そういったことの応用編で、近い未来に起こることを前提にして考え、

「もし〇〇が〇〇するようになったら.....。」

このようにお題を作ってみてください。もしあなたが新しいサービスを考えておられるなら、2、3年後に普及していそうな技術などについて検討されると良いでしょう。

さて、早速ですが簡単な事例を挙げてみましょう。

欧米や日本で新しい無線 LAN 技術である「WiMax」というサービスの構築が進められています。私の考えでは 2010 年末には 300 万人以上が利用するのではと予測しています。

※次回は次のお題で考えてみましょう。

「もし誰もが街中で何時間もノートパソコンを使うようになったら.....。」

第46話 『『電源カフェ』街中で何時間もパソコンを使う

前回のお題の元となるのは日本中どこでも高速インターネットが利用できるWiMaxというサービスが低価格で普及したらという前提です。早速、考えてみましょう。

セキュリティの高いインターネット環境とノートパソコンさえあれば、会社のデスクにいるのと変わらない仕事環境が手に入るようになります。そこで、

「もし誰もが街中で何時間もノートパソコンで仕事をするようになったら.....。」

この仮定においては、今の有線インターネットと同程度の速度があり、どんな場所でもネットにつながったパソコンを使えるようになるわけですので、賃料も上がり、狭く窮屈なオフィスを抜け出して仕事をする人も増えることでしょう。

そこで困るとすれば、落ち着いて仕事をするスペースとノートパソコンの電源では無いかと予測してみます。では、その電源が取れるスペースを提供する事業はどうだろう.....、

などとイメージを膨らませていき、【電源】【カフェ】という2つの【アイデアの種】を掛け合わせます。

『電源カフェ』なんてどうだろう！

といったアイデアの花を咲かせるわけです。

具体的なイメージとしてはインターネットカフェに近いですが、お店はインターネット環境を用意する必要はありません。個人が集中できるようにスペースが区切られた席や、様々なタイプのテーブル席と、それら全てに共通して、パソコンや携帯を充電できるコンセントを用意されているカフェというわけです。

今回は、この『電源カフェ』という【アイデアの花】から、【アイデアの実】へと変化させるための作業について、具体的にご紹介したいと思います。

第47話 『コンセント SPOT』更に数年先もイメージする

前回思いついた『電源カフェ』は、仕事をするという目的で利用する場所ですから、毎日通えて、長時間居ても良いような快適性が必要ですし、飲み物や食事の提供も併せて大切になってくるはず。この先は【アイデアの実】にする作業ですが、未来予測からアイデアを生むというのはこのような感じです。

ネーミングが良く無いので、『フリーコンセントカフェ』とか『コンセントフリーカフェ』などとイメージしていく内に【コンセントフリー】という【アイデアの種】だけ取り出してみます。

無料で無線 LAN が使える『FreeSPOT』の【SPOT】という既存店舗の活用の【アイデアの種】だけをとりだし『コンセント SPOT』というコンセプトはどうだろうか？

なんて、更に数年後に起こるかもしれないことのイメージを膨らませていくわけです。

この話は実際に当社のスタッフ同士で話していた時の実話でして、僕たちはオフィスを持たない人たちですので、こういったカフェを求めています。どなたか是非、携帯も充電可能な電源カフェを作ってください（笑）。

このように特に IT サービスの提供を考えるのであれば、技術革新によって多くのサービスや製品が使われていることの前提条件が変わることがあります。

例えば、電話サービスは典型的なものでは無いでしょうか。

第48話 『携帯電話風端末』技術進化の先を読む

元々NTT が提供していた固定電話はどんな家庭でも必須のものようでしたが、今となっては携帯電話を誰もが持つようになり、携帯しか持たない人も多くなりました。そして、早くもその携帯電話ですら、近い未来にどうなるか分からない状況を迎えています。

先ほど紹介したような公衆無線 LAN サービス『WiMAX』が一般的になると、VOIP(Voice over IP)によって電話で話しているかのように普通に会話が可能になって行きます。具体的には skype などのインターネット音声通話サービスを携帯端末で使えるようになれば、固定電話だけでなく携帯電話すらどのような運命を迎えるか分かりません。

簡単に言えばですが、skype のような音声通話サービスが常駐している携帯電話のような小さいモバイル端末を、WiMax に接続させることによって携帯電話は不要になるはず。いや、WiMax 端末を携帯と呼ぶ時代が来るかもしれません。

つまり、現在の携帯電話に見えるのですが、実際にはパソコンの機能を持っている『携帯電話風端末』が主流になると予測できます。

音声通話やメールだけでなく、テレビ電話も写真、動画像のやり取りまでもストレスなく瞬時に送信が出来き、それらはパケット料のようなせこい料金も掛かることなく使えるようになるわけです。こういったことが数年以内に普及され、月額 3000 円程度の定額制で誰もが利用できるようになります。

第49話 『Google ケータイ』

見た目は携帯電話であっても 1000 万画素以上のカメラやビデオが搭載され、音声通信機能、音楽再生機能、ストリーミング再生機能、インターネット閲覧機能、GPS 機能、ゲーム機能、サーバー機能、認証機能、決済機能など、パソコンで実現されているものが全て、小さな端末でも可能になっていることでしょう。

そういった状況を見越してのことかは分かりませんが、Google 社はアンドロイドという無料の携帯端末用 OS を携帯電話会社に提供し始めました。

元々はパソコン向けサービスに力を入れてきた Google ですが、携帯端末からも自社サービスを利用してもらって利用者の裾野も広げようという目論見があるはずです。

利用者は【通話】することを第一の目的として【携帯電話】を所有しているはずですので、それが今のような携帯電話用電波を用いた 090 などで始まる電話である必要は無いはず。同じように通話が簡単にできる仕組みさえあれば【携帯電話】を持たない日がやってくるかもしれないわけです。

携帯電話ショップは携帯電話風端末ショップに変わっていくかもしれませんね。

我々がやるべきことは、そういった変化が起こった後に起きる一般の人の行動を予測して、その時に必要なサービスを先んじて考えることです。

この例のように、実際に日本や世界で新しい技術が国家レベルで認められ、技術革新がはっきりと起こることが分かっている場合においては、様々なアイデアの種と花が生まれるわけであり、誰にとっても大きなチャンスがあるのです。

今回は、未来社会をイメージすることによる、【アイデアの花】の咲かせ方をご紹介します。

第50話 『ぐにゃぐにゃパソコン』SF 近未来小説

当たり前のことですが、あなたが必要としているアイデアは、決して過去に対してのものではなく、未来に対してのものです。ということは、考えついたアイデアが現実のものになっているのは、必ず未来のことです。

そのことから、アイデアの花の咲かせ方として、意図的に未来社会をイメージしてみましようというわけです。

少し元に戻りますと、「もし電話がどこでも通話することができるようになったら.....。」という仮定が現実化したものが「携帯電話」ですよね。これは何十年も前から映画などで描かれてきた未来社会でした。

この例のように近未来を想像してみて「もしパソコンがぐにゃぐにゃで丸めて運べるようになれば.....。」ということ仮定しますと、それを実現するためのアイデアだけでなく、それが実現した時のアイデアも生まれてくるわけです。

紙のような薄さになれば畳んで運ぶことさえできるようになるでしょうから、携帯電話も、普段は今のよう折たたみの携帯電話スタイルでも、広げて使えばパソコンのキーボードに変化して、ディスプレイはプログラムを用いて空中に現れたり、眼鏡を掛ければ画面が見られるといったことも現実のものとなるかもしれません。

であれば、その時の携帯向けサービスは、大画面を前提としたサービスになっているでしょうし、折りたたんだものを広げた時にも、操作しやすい文字入力やポインティングデバイスが必要となっているはずで。もっと未来に進めば、恐らく三次元で動かした手の動きを認識するような入力装置が誕生していることでしょう。これは、トムクルーズ主演の映画『マイノリティーリポート』の世界でも登場する未来の端末です。

今回は、少し視点を変えまして、『近い過去』の事例を見てみましょう。

第51話 『ドコモや au と Google の提携』近い過去で検証

前回は SF 小説のような極端な例で説明を致しましたが、数年前までは「もし携帯電話を世界中の人が持つようになれば.....。」といったことすらイメージしていなかったかもしれません。

今度は逆に近い過去の事例を見てみたいと思います。

「もし高速インターネットが何処にいても使えるようになれば.....。」といったことも、既に 2, 3 年先でしか無い未来のことですが、分かっているにもかかわらず意外に未来の状況をイメージすることは難しいものです。

インターネットや携帯電話の普及もあり、テレビを観る時間は低下する一方だと思っていたら、ワンセグの登場で状況は変わりました。これは非常に多くの人々が、テレビを観ることが可能な携帯端末を持つということを仮定した時に考えられるサービスです。今では新しく発売される携帯電話のほとんどにワンセグが搭載されるまでになりました。そこには新しい広告ビジネスモデルやネットサービスモデルも生まれてくることとなりますが、そういった状況を少し前に予測していれば、大きなビジネスチャンスがあったはずで

例えば、携帯電話インターネットでも Google のような検索エンジンを使いこなすようになるのであれば、これまで公式サイトばかりの限られた世界であった携帯インターネットの世界が解放され、多くの人々が非公式サイトにさえもアクセスできるようになるわけです。では、そういった状況が一般的になったときに求められるサービスには、どんなものがあるだろうと発想すれば良いわけです。

2007 年 12 月 25 日に NTT ドコモが Google と提携したというニュースが日経新聞の一面を飾りました。先の例で言えば、ドコモ携帯が公式サイトだけの閉じた世界から解放されればどのような状況が待っているかを仮定して、新しいサービスを発想するというのも大切な視点なのです。

何かが変化する時には、「後から思えば当たり前だけれど意外と誰もが気がついておらず、実はまだ世の中には誕生していないアイデアがあった」ということは、新しいアイデアを見て初めて気づかされるものなのです。

今回は、こういった手法の考え方について、実際に僕自身が行った発想をご紹介します。

第52話 『ミクル掲示板』もし荒らせない仕組みがあれば

もし〇〇が.....といったお題で実際に僕自身が行った発想について具体例を紹介します。

僕の会社で提供しています『ミクル掲示板』は「もし掲示板を荒らせない仕組みがあれば.....。」というお題から始まりました。

全ての投稿者が特定できれば、悪質な利用者がいた場合に、その利用者からの投稿を出来ないようにする仕組みが可能になるはずと考えました。

最初は、利用者には、免許証など公的証明を一度 FAX してもらおうといった検討をしましたが、あまり現実的ではありません。色々と調べていくうちに、au 携帯にはサブスクライバーID という端末に固有の ID があることが分かりました。個人情報に分かるわけではありませんが、投稿時にその ID を取得しておけば、例えば 07021240607942_mf.ezweb.ne.jp のような ID によって、確実にどの利用者からの投稿であるかが特定できます。もし仮に問題がある利用者であれば、その ID からの投稿を受け付けなければ良いわけです。なぜなら、利用者はその ID を簡単に変更することができないからです。

ですが、問題もありました。サービスを検討した 2005 年にはこの ID を簡単に取得できるのは au だけで、ドコモも SOFTBANK もすんなりは取得できなかったのです。

そこで、もう一度「もし他社キャリアが端末 ID を提供するようになれば.....。」と考えてみたわけです。恐らく数年以内には対応する端末も増えてくるだろうと予測しまして、どんなキャリアでも利用できる 1 ユーザー 1 ID しか取れない匿名掲示板サービスの提供を考えたというわけです。

掲示板を荒らすことを楽しむ利用者がいることも事実ですが、ミクル掲示板は、安心感を売りにしてサービス開始後 2 年で月間 150 万人以上が利用する掲示板サービスに育てることができました。

前回、ご紹介したような、au やドコモと Google が提携するのではということも元々イメージを持っていましたが、タイミングとしては抜群であったためにここまで成長できたのも事実です。

現在は主婦層を中心に 70%以上が女性という、狙い通りのサービスをこうやって閃か

せたのでした。

次回も、僕自身が行った発想から、具体例をご紹介します。

第53話 『マンションコミュニティ』誰もが家を買うようになれば

2001年にサービス提供を開始したマンション購入応援サイトである『マンションコミュニティ（当時eマンション）』のケースでは、「もし住宅購入がもっと身近になったら.....。」という予想から企画をスタートさせました。

開発を始めたのは1999年でして、まだ「夢のマイホーム」という言葉通り、普通のサラリーマンが簡単にマンションを購入するという感じでは無く、対象が高所得者もしくは貯蓄が多い人に限られていたと思います。

ですが、政府が住宅ローン控除制度を作ったり、住宅ローンの金利が下がったり、日本版サブプライムローンとも言われる旧住宅金融公庫のゆとりローンが始まったり、マンションの供給が増えたりしたことで、価格も下がり首都圏、関西合わせて年間10万戸以上のマンションが供給されるようになりました。

マンションを購入する人が増えて情報を求めるようになればインターネットで情報を収集する時代が来るだろうという近未来予測から、マンション購入に関する情報を交換できる掲示板サイトを立ち上げたわけです。

この時の【アイデアの種】は【住宅購入】＋【掲示板】という極めてシンプルなものです。恐らく誰もが住宅購入は初めてですから、【不安】【心配】【損したくない】【後悔したくない】といった【感情の羽】を【住宅購入】に生やしていたためネット検索で情報を調べるだけでなく、自らも情報交換を始められたのだと思います。

当時、同様のサイトはほとんど見あたりませんでしたので、少しずつ利用者が増えて行き、2008年には戸建てサイトも合わせて月間80万人近くの人が利用するまでになっています。住宅購入者の数を超えているということは、今現在の購入検討者だけでなく将来の購入を考えている人や既に購入した人、そして多くの業界関係者が利用しているためです。

このケースを見ても「もし住宅購入がもっと身近になったら.....。」と「もし住宅購入の情報をインターネットで交換するようになったら.....。」という将来予測があったからこそ産まれたサービスなわけです。

今回は、意図的に閃きを起こすための、その他の発想法ををご紹介します。

第54話 花にするお題：その2（もし自分が〇〇だったとしたら.....）

成りきり発想→「もし自分が〇〇だったとしたら.....。」

これは多くの人が日常の会話の中でやっていませんか？

「いやあ、解ってないわあ。自分が部長だったらこうしてるよ。」

「何で解らんのやろう。僕が首相だったらこうするのになあ。」

「僕があの子の立場だったらそんな失敗はしないと思うのになあ。」

立場を変えて考えてみたら良いアイデアが思い付く。そんなことを普段から経験されているかと思いますので、意識的に行ってみるという発想法です。

更にこの方法を応用しまして、ネットビジネスを考えるならインターネットサービスに関連する人物に成りきってみるわけです。

「僕がマイクロソフトのビルゲイツなら〇〇のようなサービスを作るのになあ。」

「Yahoo の新規事業開発部の部長やったら〇〇するのになあ。」

「僕たちがもし Google の一部門だとしたら〇〇みたいなサービスはどうか。」

ある意味、無責任に適切なことを言ってしまったもん勝ちのようなイメージです。仮定の話ですから、誰になったって構わないわけです。

これまでの視点とは全く異なったサービスがヒラメクと思います。

今回は簡単に例を挙げて考えてみましょう。もしあなたが孫正義だったら.....。

第55話 『無料携帯電話事業』もし自分が孫正義だったら

「あなたはソフトバンクの孫正義氏です。さて、あなたなら今度はどんな携帯事業を展開しますか？」

そっか、孫さんかあ。中途半端な事業はやらないだろうから.....

「毎月の固定費が 0 円の携帯電話事業を始めたらどうだろう？ しかも、YahooBB (ソフトバンクのインターネット接続サービス)のインターネット回線を用いた通話は通信料も 0 円。でも、YahooBB の申し込みは必須。」

「使っていると、逆に儲けることもある携帯電話サービスはどうだろう？ 基本料も安い代わりに携帯の待ち受けはいつも広告が動画で流れている。」

なんて、本当に儲かるかは二の次で、自分が欲しそうなサービスの案を出してみるのです。

例えば、自分がもし Yahoo!Japan の新規事業部長だったとしたら.....といったように様々な仮定をしてみて発想してみてください。

ある程度、その仮定する人のイメージが強い方が考えやすいかと思いますが、兎に角、様々なお題を出してみる事が重要です。何人かで飲みながらでも良いですし、このような感じにゲーム感覚でお題と案の出し合いをしてみてもいかがでしょうか？

今回と少し似ていますが、次回も、花にするお題をご紹介します。

第56話 花にするお題：その3（もし自分が〇〇さんだったら.....）

身近な人になってみる→もし自分が〇〇さんだったら

簡単な発想法の一つですが、相手の立場になって考えてみるとか、ユーザーの立場になって考えてみるといったことの応用編です。

例えば、身近にアイデアが良く閃く人がいたとしたら、その人に成りきって考えてみるといった方法です。また、責任のある立場の人に成りきって考えてみるのです。

「企画部のM川さんって本当に良くヒラメク人だよなあ。」そんな風に思っている先輩がいるとしましたら、この問題だったらM川さんならどうやって解決するだろうか？どんなアイデアを出すだろうか？といったように考えてみるわけです。

これは自分の上司だったらどう考えるだろうかとか、自分の彼女ならどう思うだろうかとか、実際にあなたもそういった発想を経験されていることと思います。

こういった方法はインターネットサービスを考えるというだけでなく、日常的に問題発見や解決の方法として活用できますので、是非お試しください。

第57話 誰かの発想を真似してみる

誰かの発想を真似してみるというのも、実は簡単なアイデアの花の咲かせ方です。

単純な話、何かに対してこれまでと同じ見方をしているだけではアイデアの花は咲かないわけですから、根本的に自分の発想の仕方を変えてみるわけです。

そうはいつでも、凝り固まった思考回路をいきなり変えるのも難しい作業ですから、人の真似をしてみるというところから始められると良いでしょう。

その真似をしようという人の考え方が、良かったり、気に入らなかったり、古かったり、新しかったり、癖があったりといったことはどうでも良いことで、自分とは違う物事の見方やとらえ方をしている人を真似てみるのが大事なのです。

例えばですが、自分と違ってもの凄く自己中心的な考え方をする人が友達にいたら、その人を真似てみてください。自分はそうでなくても物事の見方を極端に自己中心的に考えてみるわけです。また、何でも合理的に考える人、人の感情を優先する人、利益を優先する人、スピードを優先する人、家族を第一に考える人、携帯が無ければ生きて行けなさそうな人、今がとにかく大切で将来のことを全く考えていない人など、周りを探せば間違いなく全ての人が自分とは異なる考え方をしている人ばかりです。

私も、この「アイデアの仕組み」の閃きには、ごく身近な人を観察していて閃いた部分が少なくありません。

次回も、引き続き、花にするお題をご紹介しますと思います。

第58話 花にするお題：その4（もし〇〇さんに説明するなら.....）

想定した誰かに何かを伝えようとする。

これも無理矢理の仮定方法ですが、誰かに何かを頼まれたとして、その役目を果たそうとしてみるといった方法です。

例をいくつか挙げてみましょう。

「あなたは首相官邸に呼ばれました。首相から、この日本を良くするインターネットサービスを日本政府として考えているのだが、あなたに是非ともアイデアを出して欲しい。普段、考えている良いアイデアは無いものかね。」

そんな感じで状況だけ作ってしまうわけです。ちょっと、例が壮大すぎると感じられるようでしたら、

「今度、Googleの日本法人に面接に行くことになりました。その面接において、面接官から自分が考えた新しいインターネットサービスを一つ挙げてください。と、言われました。さて、あなたは.....？」

とまあ、このような感じです。これも少々、レベルが高いですかね。ですが、あくまで想定の話ですので、普段の思考回路には存在し無いような程度の刺激が大切なのです。

こういった形で、少し緊張して大きな視野で考えてみるという状況を想定して、その時にぱっと思い付いたものを兎に角挙げてみるのが大切です。すぐに出てこなくても大丈夫です。この方法も誰かとペアで行ってみても良いかと思います。

次回は、花にするお題の最終回です。

第59話 花にするお題：その5（もし〇〇と〇〇を掛け合わせたら.....）

アイデアを求めておられる方の中で、例えばですが、コーヒーと紅茶を混ぜて飲んだことがある人がどれ位いらっしゃるでしょうか？

コーヒーにミルクを入れてカフェオレにして飲んだり、紅茶にミルクを入れてティーオーレとして飲んだりといったことは、ごく普通のことですよ。そのようにすることに何の抵抗も無いでしょうし、当たり前だと思っていることでしょう。

では、コーヒーに紅茶を入れたらどんな味になるんだろうか？ コーヒーにティーオーレを入れたら美味しいだろうか？

そんなことをするどころか、こんなことを考える人は変わっている人だ、と感ずることすら、既成概念に固められた脳になっているという証拠かもしれません。

やってみられると分かりますが、味はコーヒー紅茶です（笑）。悪くはありませんが、頼もうとは思わないかもしれません。ですが、色々な種類や配分、ミルクとのバランスまで試してみれば、もしかするとおいしいティーコーヒーが誕生するかもしれません。どなたか是非、トライしてみてください。

アイデアというものは、全くの無から産まれるわけではありません。

「木をこすり合わせると摩擦熱が生じて火が熾せる」

こすり合わせる木なんて常に存在していたかと思いますが、それをこすり合わせてみた人がアイデアマンですよ。原始時代に生きていた人にとっては画期的なアイデアだったでしょうし、効率的な「種火の起こし方」といったアイデアも、現代社会に置き換えますと高い値段で販売できるアイデアだったのかもしれない。

様々なアイデアが世の中に溢れ、有効に活用できている現代では、あらゆることを解決するためのアイデアも既知の物となっていることが多いわけですが、既成概念にとらわれず、どんどん掛け合わせてみてください。もらえればと思います。

さて、このお話で、『アイデアの花』の章は終了です。花にするためのお題や訓練法、具体的な事例などを紹介してきましたが、いかがでしたでしょうか。こういった考え方

に慣れるまで、最初は大変かもしれませんが、是非、訓練してみてくださいと思います。

第60話 アイデア閃きテクニック

花を咲かせるテクニックにはいろいろな方法があります。

サービス業など個人を対象にお仕事をされている方もいらっしゃるでしょうし、主婦の方などでご主人やお子さんなどに手を焼かれている方もいらっしゃるかと思いますが、そんな方にお薦めの、私も良く行っているテクニックをご紹介します。

喜怒哀楽イメージ法と名付けていまして、使う人や相手の喜怒哀楽をイメージしてみるというアイデア閃きテクニックです。普段の活動に全く問題が無く上手く行っているのであればアイデアは恐らく必要無いでしょう。何らかの問題があるからこそアイデアを出す必要があるかと思えます。

問題となっているであろう事柄を中心に考えて、その事柄を色々と変化させて行くのです。

あなたも実は似たような行為を頻繁に行っているかと思えます。例えば、あなたが待ち合わせに遅刻した際に「どんな言い訳をするのが良いのか」を瞬時に考えていることと思えます。その場合においては相手が怒ったり機嫌を損ねたり自分の信頼を失ったりといったいくつかのリスク要因に対して「最善な言い訳」を見つけ出していませんでしょうか？ 立派に過去の経験などに基づき相手の気持ちの変化をイメージできているからこそ言い訳が出てくるものと思えます。

また、インターネットサービスの例で言えば、このサービスのこの機能を無くしたら相手は喜ぶか、怒るか、悲しむか、楽しくなるかといったことです。

※次回は、違う例でこの発想法をご紹介します。

※著者からのお知らせ

「アイデアの環境」を公開させていただいておりましたが、新章へ移る前に、アイデアの花に関する話題を追加でご紹介させていただきたいと思えます。

少し読みづらい部分もあるかとは思いますが、何卒ご理解いただければ幸いです。

第61話 喜怒哀楽発想法

例えばの話ですが、あなたが主婦だったとしてご主人の給料が減ってしまったとしましょう。主婦のあなたは何とかその危機を乗り切りたいと考えます。

では、晩ご飯のおかずを一品減らしてみたらどうだろうか？

まずご主人はどう感じるでしょうか？ お子さんはどう感じるでしょうか？

ご主人は「給料が減って奥さんに迷惑掛けてしまった。」と哀しむでしょうか？ 「よりによって晩ご飯のおかずを減らすなんて。」と怒るでしょうか？

お子さんは「晩ご飯のおかずが減ったのを理由に大好きなお菓子をたくさん食べられる。」なんて喜ぶでしょうか？

それでは次に晩ご飯のおかずを一品減らすのではなく量を減らしてみたらどうでしょうか？

ご主人は「最近太り気味だしちょうど良い機会になるかな。」などとのんきに考えてくれるでしょうか？

また、やはりどちらも非難をあげそうなので「分からない程度に食材を国産のものから輸入物に変えたら誰にも気づかれないんじゃないかな？」と考えてみたり、「でも、家族の健康を考えると安心できる食材を買いたいから、自分が努力して遠いスーパーにでも特売情報をチェックして買いに行くのが運動にもなるし良いんじゃないかな？ そしたら努力を主人も認めてくれて喜んでくれるかな。」などと喜怒哀楽をベースに対象となる相手のことをイメージしていくわけです。

※次回は、この発想法の応用例をご紹介します。

第62話 『儲からないサービスをどうするか』

前回の喜怒哀楽発想法は様々なケースで応用が可能です。

あなたがインターネットサービスを提供しているとしましょう。これまでずっと無料でサービスを提供していたのだけど、このままでは赤字が膨らんで結局はサービス廃止に追い込まれるかもしれない。それでは元も子もないぞ。

そこであなたの会社では対策会議が開かれるわけです。

ある社員は「この機会にサービスを有料にしましょう」と提案。

ある社員は「今よりもっと広告掲載を増やしましょう」との意見。

他にも

「もっと便利な機能を開発してそれを有料オプションサービスで提供しましょう。」

「もっと広告を高く売ってくれる広告代理店に当たってみましょう。」

「今のサービスがユーザーに受け入れられてないのが問題だから儲かるサービスに集中するためにこのサービスは止めちゃいましょう。」

「携わる社員数を減らして出来るだけコストを抑えてもう少し様子を見ましょう。」

などなど、あなたの会社の会議室では激論が始まります。

「僕の給料は要りませんからサービスを続けさせて下さい！」

そんな社員ばかりでしたら責任者も頭を悩ませる必要も無いかと思いますが、大抵の場合は結論を出すのが難しい議論になるでしょう。何故なら挙げられた意見の全てがアイデアの実であることは間違い無いのです。状況によっては全てが正しい選択肢でもあります。だからこそ難しいのですが、どれが美味しいアイデアの花であるかの検証ができていないため、どの選択が正解かが分からないことが多いでしょう。

結局は社長のその時の気分で結論が出たり、みんなが納得している訳では無いのだけれど何となく大勢の意見に流れたり、良くあるのが、結論が出ないままの現状維持ということも多いのでは無いでしょうか。

そんな時にアイデアを出すためのテクニックとして喜怒哀楽イメージ法が使えます。

※次回は、逆の視点から、このイメージ法を使う例をご紹介します。

第63話 逆転の発想も

前回で上げたような一つずつの選択肢において、利用者がどのように感じるだろうか、それによるマイナスはどの程度だろうかということイメージしてみます。

ただそれだけでは全部の対策がマイナスなので「怒」か「哀」という程度の問題になりますから逆の角度から考えてみます。

つまり「怒」「哀」と最小限に抑えつつ「喜」「楽」となるサービス改善を考えるのです。

そしてご紹介した「逆転の発想」といったアイデア発想法を試してみて、喜怒哀楽に当てはめて行くわけです。

例えばの話ですが、そもそもあまり儲かっていなかったサービスなわけですから「広告掲載を一切止めてしまう」といった過激な意見も出るようになるでしょう。

これなら確かにお客様は喜んでもらえるだろうし、満足度も上がるだろう。実際に上がっていた売上はまだ会社の中で言えば数%しか無いので利用者が増えることを優先するべきでは無いか、利用者が増えた頃に改めて広告掲載を開始すれば良いのでは無いか、といった結論が導き出されるかもしれません。

特にインターネットサービスの場合、どうしても提供者の理論で考えられることが多いかと思いますが、大切なのは使っているお客様の気持ちです。

そこがずれていると、どんなに良いサービスを提供していたとしても成功することは無いと考えるべきだと思います。逆にお客様の気持ちを汲み取ったサービスが提供されて愛されるサービスを構築することさえできれば、自然と売上は付いてくるくらいに考えても良いかと思います。

特に難しいのは、機能面でサービス提供者として良かれと思ったサービスを開発した時です。利用者にとって逆に不便だと感じることもあるため機能追加された時に利用者がどのように感じるのかをイメージすることがとても大切なのです。

※次回からは、あなたの頭の中に関く無数のアイデアに対する接し方について、お話

していきたいと思います。

第64話 思いついたアイデアを忘れる？

今、すごい良いことを思いついたのにどんなことだったか思い出せない。そんな経験をされたことはありませんか？

自分の中ではとんでもなく画期的な閃きだと思っていたにも関わらず、誰かに話しもせず、どこかに書き残すのでも無く忘れてしまうということは、アイデアに限らず何かを話そうとしている時などにもよくあることだと思います。

何故思い出せないのでしょうか？

シナプスによる神経回路がはっきりとした道を造っていない段階では、思いついた瞬間には当たり前のような閃きであったとしても、一度神経回路が絶たれてしまうと、その回路を通る考え方は出来ないのです。

そういった状況はまだアイデアの実ではなく、アイデアの花が咲いたばかりの段階であると言えます。寝ている時に頭が様々な情報から作り出す夢を忘れてしまうのと仕組みとしては同じですので、アイデアもまた忘れてしまうのです。

このようにアイデアの花を咲かせる段階では忘れてしまうことが多いため、その対策として、出来る限りメモしておくか、それを思い出するための手がかりだけでも残しておくことが必要です。

折角、思いついたアイデアでも忘れてしまっは元も子もありません。

※次回は、すぐに忘れてしまうアイデアに対して、日々どのような接するべきかというお話です。

第65話 アイデアは閃いた瞬間に保存する

作曲家の方はボイスレコーダーを持ち歩いていると聞きます。それはアイデアと同じで頭の中に流れてきたメロディはすぐに忘れて再現できないため、思いついた瞬間にボイスレコーダーに残しておく必要があるからです。

私もアイデアが閃くのと何か関係があるのかは分かりませんが、頻繁に新しいメロディを思いつき口ずさんでいます。適当ですので曲にしようなんて無茶なことは考えたことはありませんが、アイデアが閃くことと極めて似ている事象だと感じています。

私の場合は普段からノートパソコンを欠かさず持ち歩いていますので Google Desktop のメモパッドや ToDo リストに閃いたアイデアの花を書き留めるように心がけています。

パソコンが無い場合や筆記用具がない場合でも、例えば飲食店などであればペーパーナプキンにペンを借りてでも書き留めるようにするべきです。忘れてしまうかもしれないアイデアが数億円の価値を持っているかもしれないのです。

そして、そのアイデアのメモを何度か見直してアイデアを育てるようにしています。何度見直してもアイデアの実にまで成長しないような種や花は数週間で捨ててしまうこともあります。そういったものはあまり大したアイデアでは無かったと判断するのですが、アイデアにはタイミングも重要な要素ですのであまり固執しないことも必要だと考えています。

※次回は、あいであの花の取捨選択方法についてお話しします。

第66話 アイデアの花を捨てる

前回、アイデアの花を捨ててしまうこともあるとお話ししましたが、何故そんなに勿体ないことをするのかという点について簡単に説明を致します。

そもそも捨てるアイデアの花というのは、閃いた瞬間には良いと感じたはずですが、それについていくら考えてもどれだけ議論しても一向に美味しい実がならないと判断できるアイデアを指しています。残酷かもしれませんが、そのようなアイデアの花は、実にはなっても美味しい立派な実になる確率は小さいとお考え下さい。

また、アイデアの実は、その実を手にする誰かにとっては美味しいものかもしれなかったとしても、あなたにとっても美味しいものであるとは限らないのです。例えば、成功に必要な決定的な前提条件が掛けていたり、あなたの情熱を長い期間注げるだけの内容でなかったりもするのです。

特にビジネスにおけるアイデアの場合ですと、様々な要因が絡み合いますので、成功するか成功しないのかが随分と長い時間を掛けてからしか分かりません。何かアイデアを閃いてその瞬間に大成功するようなものは有りませんよね？

アイデアの花が咲いたとしても、実現して、それが成功するかは試してみないと分からないわけですが、そういった試みが残念ながら何度も何度もできるわけではありません。アイデアの花を少しだけしか咲かせていない段階で、実の収穫を急いでそれを実現したのでは、事業の成功の確率も小さいままであると言えます。世の中には経験や動物的な嗅覚を持ち一つだけの閃きでも成功させる人もいますが、事業に失敗している人が多いことから分かるようにそんなには甘くないのでしょう。

多くの時間と情熱を割いて行う新しい事業なのであれば、誰もが成功させたいと思うはずですが、だとすれば、できるだけ多くの花を咲かせ、良い実が付くものがどのアイデアかを見極めることも大切です。その実の中で優先順位を決め、最も成功の確率の高いものから事業化していくことによって、あなたの成功の確率が高くなることは言うまでもありません。

アイデアの花をたくさん咲かせた上で成長が悪い花をどんどん捨てていけるくらいのアイデア力を是非とも身につけて頂きたいです。