

価値分析などに使われる手法、ブレインストーミングについての講義があった。創造性を追求していくそうだ。ティナ・シーリグ教授の言葉などで頭に残った事は、以下のような事であった。

- ・天井は、高い方がアイデアが出やすい。
- ・人数は、6～7名くらいがまとめやすい。
- ・アイデアの偏りを無くすには、多方面からの参加者、
エキスパートが必要である。
- ・10～45分くらいの時間で行う。
- ・立って、歩き回って行くと良い。



そして、魔法の言葉。YES, AND 「いいねえ、それと」 否定せず付け加える発言が良い。

全員が、マーカーペンを持ち、書き込んでいく作業の中で、主流なキーワードに関連させて発展していくと、アイデアの塊・価値関連図が出来上がる。

クッキーを食べながらと学生が発言していたが、高々45分のセッションに、栄養補給は要らないはずである。行き詰ったときにアイデアを捻り出すための、一つのリラクゼーションツールなのだ。スタンフォード流のアイデア創出法、いかなるツールがあるのか、今後が楽しみである。

本日のテーマは、問題点の発掘とそれを解決すべく試作品作りまでのプロセスを学びました。

設計のプロセスは：

1. 共感 対象の把握。
 2. 定義 問題点とニーズの把握。
 3. 考察 価値分析からアイデアの抽出。
 4. 試作 アイデアの具現化。
 5. 検証 試作品のフィードバック。
- (3、4に戻って製品化を目指す。)



ブレインストーミングを行う際に、マインドマップというアイデアを関連付けて整理していくことで問題点の解消法をひねり出す。

その際に、試作品をつくりプレゼンテーションすると反応が見やすい。

物事に執着しすぎて、フィードバックしてもらおうチャンスを逃している事が多いという。

失敗しても良いから、すぐに試作して反応を見ることでチャンスをつかむ事がポイントであると言っていた。

スタンフォード流というより、アメリカ的な発想なのかもしれない。

当たり前の話なのであるが、日本には作って壊すには理由が要するため、時間とコストを掛けすぎて、壊せない風潮があるかもしれない。

最近では、コンピュータ上でビルド&スクラップが可能ですから、どんどんやり直せます。

本日のテーマは、問題点の掘り下げ方でした。

ブレインストーミングを行う際に、行き詰ったときにどのように打開するのか。遊びを通して慣れていきます。

1. 常識において考える。

出された項目に沿ってそれぞれに

2. 誇張して置き換える。

3. 反対側から置き換えて考える。

2、3で出された項目に注目して、テーマに沿って

枝葉を考えてみる。

誇張したものは、セールスポイントになり、反対の価値もそれぞれがアイデアに結びつくはずである。

ただ、現実に沿わない遊びであれば簡単なのだが、考えつくされた内容を、どう打開すべきか。



今回は、6つの考える帽子というテーマで発想を展開する。

切り替えるために、色のついたリボンを帽子につけて、自分の立場を明確化していた。

1. 情報重視のデータ屋（白色）

2. 感情重視の感覚屋（赤色）

3. メリット重視の発想屋（黄色）

4. デメリット重視のダメ出し屋（黒色）

5. 斬新なアイデア屋（緑色）

6. 全体のまとめ屋（青色）



まとめ屋、データ屋だけだと発想が出ない。いろいろな立場のものが連携する事で、発想が助長されていく。

一人だけのブレインストーミングの限界が、はたして取り除かれていくのだろうか。

今後、「コーヒーの新しい飲み方」について、アイデア提案をまとめていくとの事であった。

今回は、プレゼンテーションをうまくするための実習でした。

ストーリーを作り、限られた時間で試作品を作ります。相手にイメージさせるように発表する。

「つかみ」をどうするか、ストーリーとアイデアの勝負です。

うまくいかない過程も、いかにアイデアで乗り切るか。追い詰められた状態で、どう切り抜けるか。

営業現場そのものの、駆け引きと発表が求められます。日本人には、苦手な分野かもしれません。

本日は、ルールにとらわれない発想を学びました。

イスだけのグループとテーブルだけのグループで競い合った場合、テーブルのチームは、テーブルが壁になりチーム別に競い合う傾向があります。イスだけの場合は、歩み寄りや協力関係が生まれる傾向があるそうです。合併して一つになっていました。

環境によっても、発想法が変わるということです。

ゲームで得点を競い合ったのですが、ルールをいかに解釈し、破らないまでも、発想に結び付けるかの訓練法を学びました。現実には、特許や商標など勝手に変更できないものも多く、アイデアのひねり出し方は、メンバーの知識とリンクします。

こんなゲーム感覚で会社が興せたら良いのにと感じました。

発想とは、スクラップ&ビルドの繰り返しです。



本日のテーマは、活躍しているキーマンに学ぶでした。

スタンフォード大学卒業の4人のキーマンから創造性を企業が如何にキープしているのかを学びました。

それぞれが、タフで人格を感じるキャラクターが多く、FaceBookの「いいね」ボタンを作った人、スマートフォンの原型（PDA）を作った人、起業支援会社の人、おもちゃを作っている人でした。

まじめにならないように、あえてクイズ形式にして失礼にあたらないように、楽しんで本音を喋らせる工夫がありました。

その中で、印象に残った言葉は、

「アイデアを創り出すとき、多数決で決めたものが売れるとは限らない」というものでした。

アイデアの感性とマーケティングの受けは、いろいろな角度から判断できる熟知者（社長、社運を背負った者）がキーマンになって決めるということです。

スタンフォード白熱教室の最終回、これまでのまとめです。

新しいコーヒーの飲み方を提案するもので、コマーシャルビデオと試作品の発表でした。

まだまだ、詰めの甘いチームもありましたが、短時間のチームワークが集約されたものでした。

この時間に頭に残った事は、すべてにYES、AND、、、批判をしない事でした。

「こんな見方もあったのですね」と肯定的な表現が使われていました。

日本では、これが欠けている、こんな見方をしなさいと型にはめた審査をするので、なにやら小ばかにされているようで勝手に違う思いでした。

この教室にずっと言われていること、「YES AND」の精神そのものでした。

とにかく作ってみて、反応を見て作り変える姿勢があふれていました。

最初から完成品を求めている事に、気づかされる番組でした。



まとめ、キーワードのを見つけ方。

全員が、カードに頭に残ったエピソード、キーワードを書き出します。

そのカードを、交換し合い、数秒後の合図で7ポイントを分配します。重要だと感じたほうに得点を多くします。

裏面に4：3なら、それぞれ4、3と記入していきます。それを、5回違うカード同士で比較しあいます。

5回分の総合計の多いカードが重要なキーワードになるというものです。

誰のものかもわからずに評価しあいますので、公平な得点になるものと思いました。

それよりも、評価しているうちに、まとめられてキーワードを復習しているのです。

そして、エピソードをひとつ。

イギリスで、運のいい人と悪い人を集めてテストをしたそうです。

それぞれに新聞を配り、その中の写真を数えなさいというものでした。

新聞の見出しには、「写真を数える必要はありません 写真は全部で48枚です」と書いてありました。

運のいい人は、全員正解。運の悪い人は、何度も数えなおして、なかなか正解にならなかったそうです。

また、新聞の中には、「このページを審査員に見せた場合は、二百ドル差上げます」と書いてあったが、誰も示した人はいなかったそうです。

誰が、運がいいのか悪いのか、、、そんなに変わらないかも知れませんね、、、と教授が微笑んでいたのを覚えている。