

企画プレゼン・スキルアップ ネット・セミナー

⑪ 発想力(新規性)

2020(令和2)年
二松學舎大学 国際経営学科
非常勤講師 宮地 克昌

目次

1. はじめに
2. 市場環境（情報収集）
3. 傾聴力（情報収集）
4. ベスト・プラクティス（情報収集）
5. マーケット（MTPCマーケティング戦略）
6. ターゲット（MTPCマーケティング戦略）
7. ポジショニング（MTPCマーケティング戦略）
8. コンセプト（MTPCマーケティング戦略）
9. 企画（MTPCマーケティング戦略）
10. 「企画」と「計画」の分離
11. 発想力（新規性）
12. 表現力（明快性）
13. 段取力（実現性）
14. 基本スキル（プレゼンテーション）
15. 論理構成（プレゼンテーション）
16. 説得力（プレゼンテーション）
17. プレゼンカ（補足）

「行動変容」に対応する “改革型提案” (音声解説)

情報をアイデアへ昇華させる “創造心”

「収束的思考」の前に 十分な「発散的思考」

発散技法: 自由連想法 / 強制連想法

「突然の閃き」を生む “ブレインストーミング” (音声解説)

「ブレスト」を成功させる “4つのルール”

ユーレカ (参考)

環境保護のためのアイデア (参考)

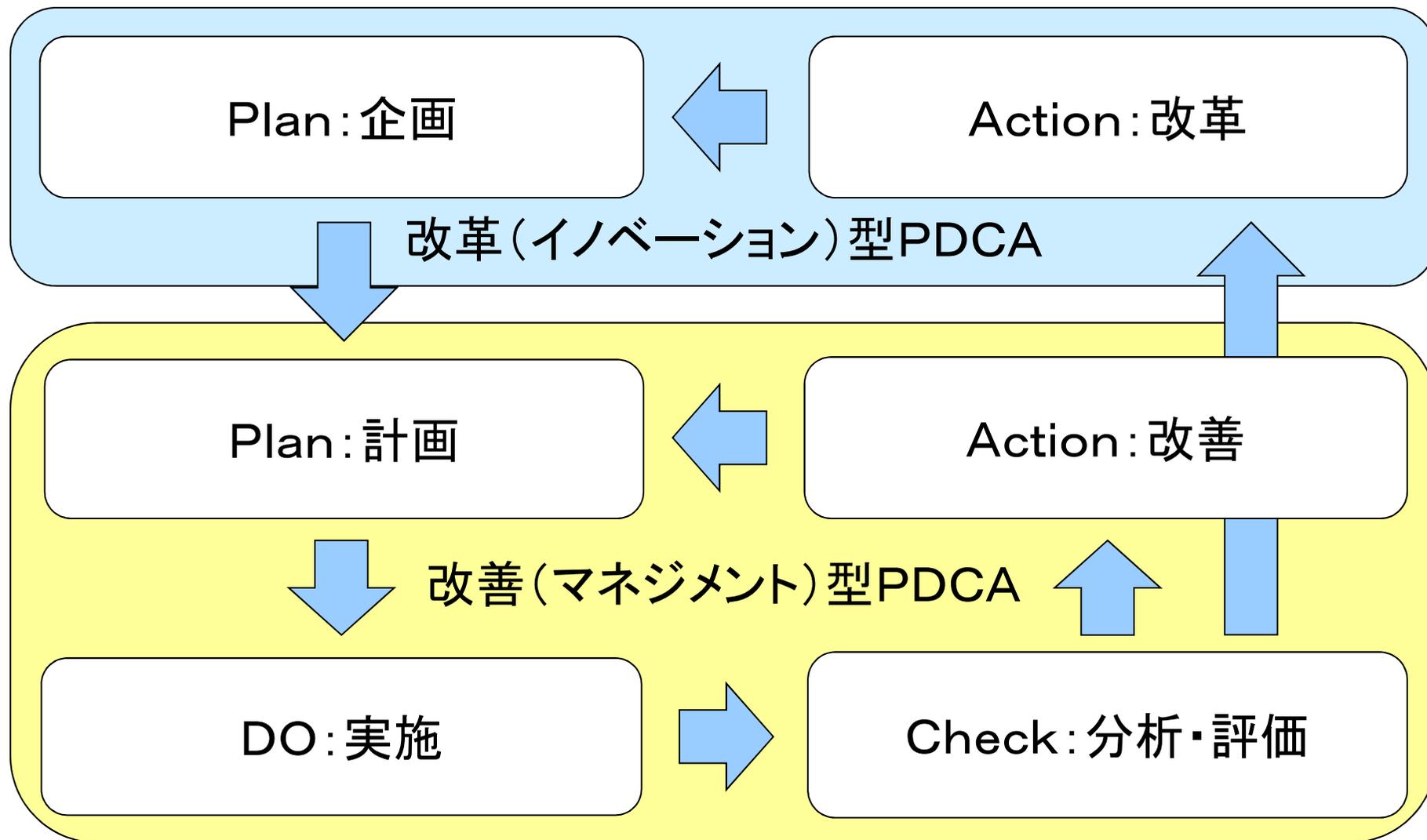
水平思考 (演習)

創造性 (参考)

言葉のかけ算 新発想 (参考)

⑪ 発想力(新規性)

「行動変容」に対応する “改革型PDCA”

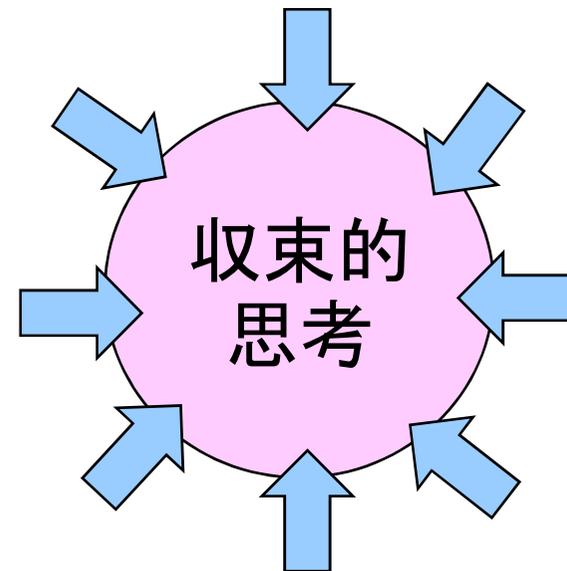
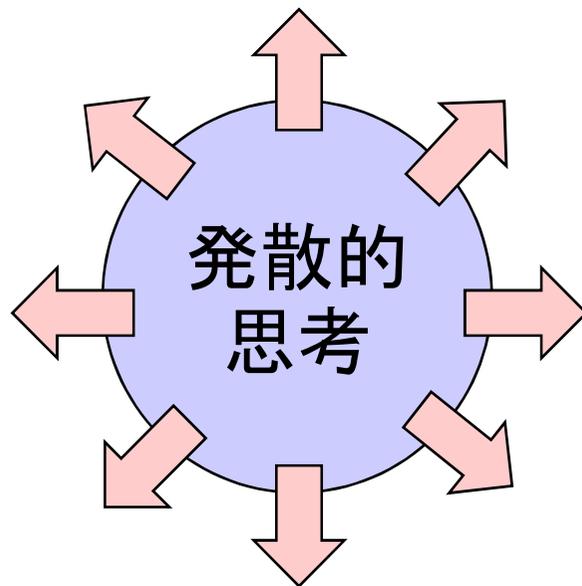


情報をアイデアへ昇華させる “創造心”

- “創造心”を持ってインプットした情報は、頭の中で熟成され、斬新なアイデアとしてアウトプットの時を待っている。
- 企画のアイデアを出すために、収集した情報がすぐに引き出せるようにしておくことが大切である。
- 良さそうなアイデアが出た途端に、そのアイデアに固執すると思考の広がりブレーキをかけてしまう。
- 自由連想法や強制連想法などによって、様々な発想を生み出す。
- 思いついたアイデアが次のアイデアに発展するように、経験を豊かに蓄積しておくことも大切である。
- 感じたことや思っていることを言葉として引き出すことができるように心掛ける。
- 新聞のクリッピングと整理、雑誌の流し読み、情報カードの作成などは、記憶の中に眠っている情報やアイデアを引き出しやすくする。

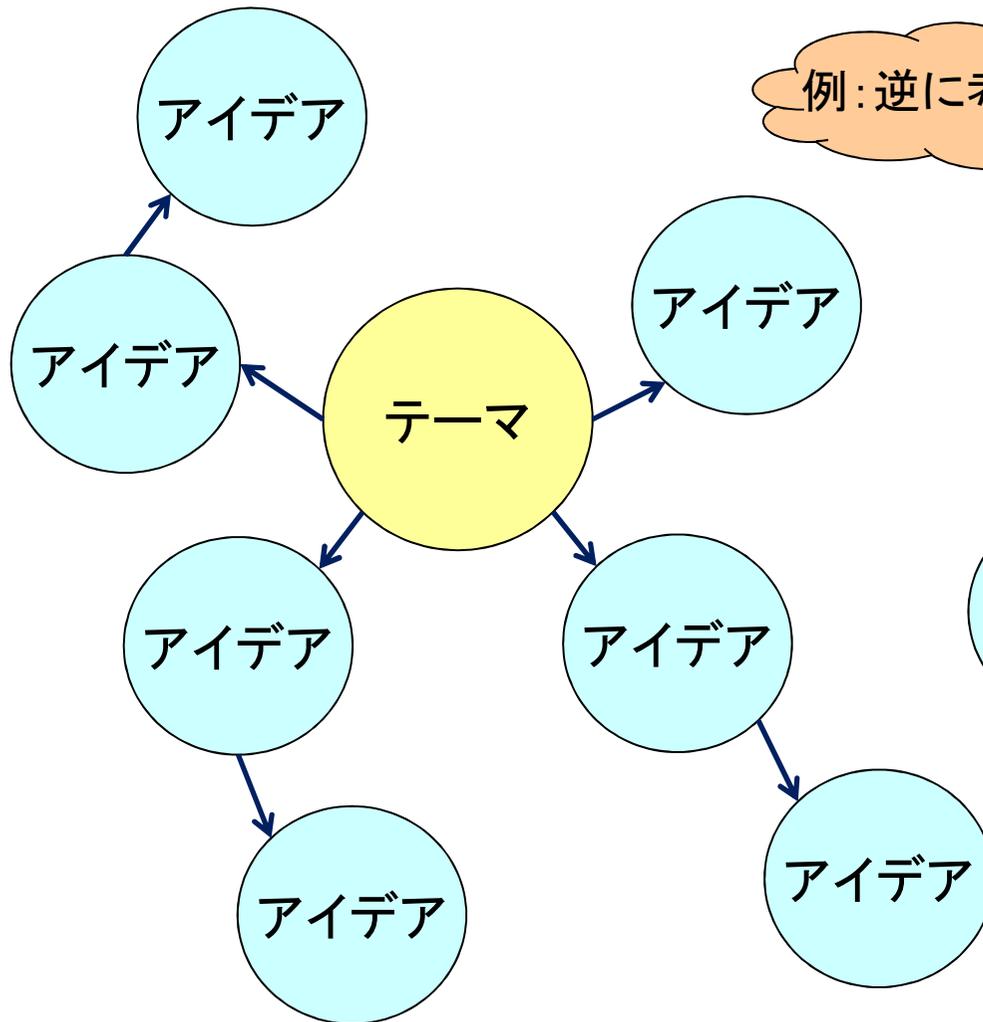
「収束的思考」の前に 十分な「発散的思考」

- 自由連想法や強制連想法による「発散的思考」で、ひとつのテーマ(主題)から、思考を様々な方向へ広げることによって、新しい発想を生み出す。
- 「収束的思考」を始めるまえに、十分な「発散的思考」をしなければならない。
- 「収束的思考」では、いくつかの考えや事実が関連しあって、一つのまとまった考えやテーマに収束していく。

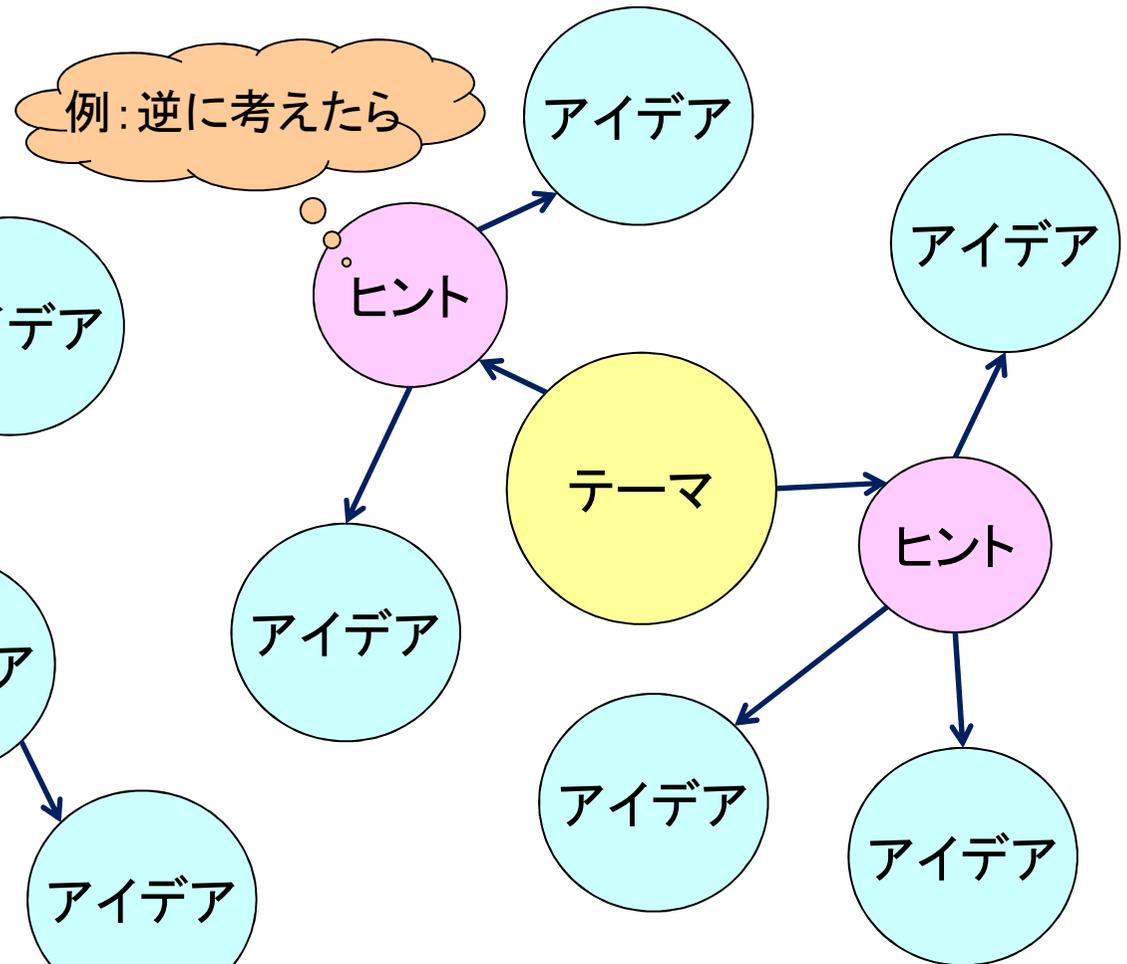


発散技法： 自由連想法／強制連想法

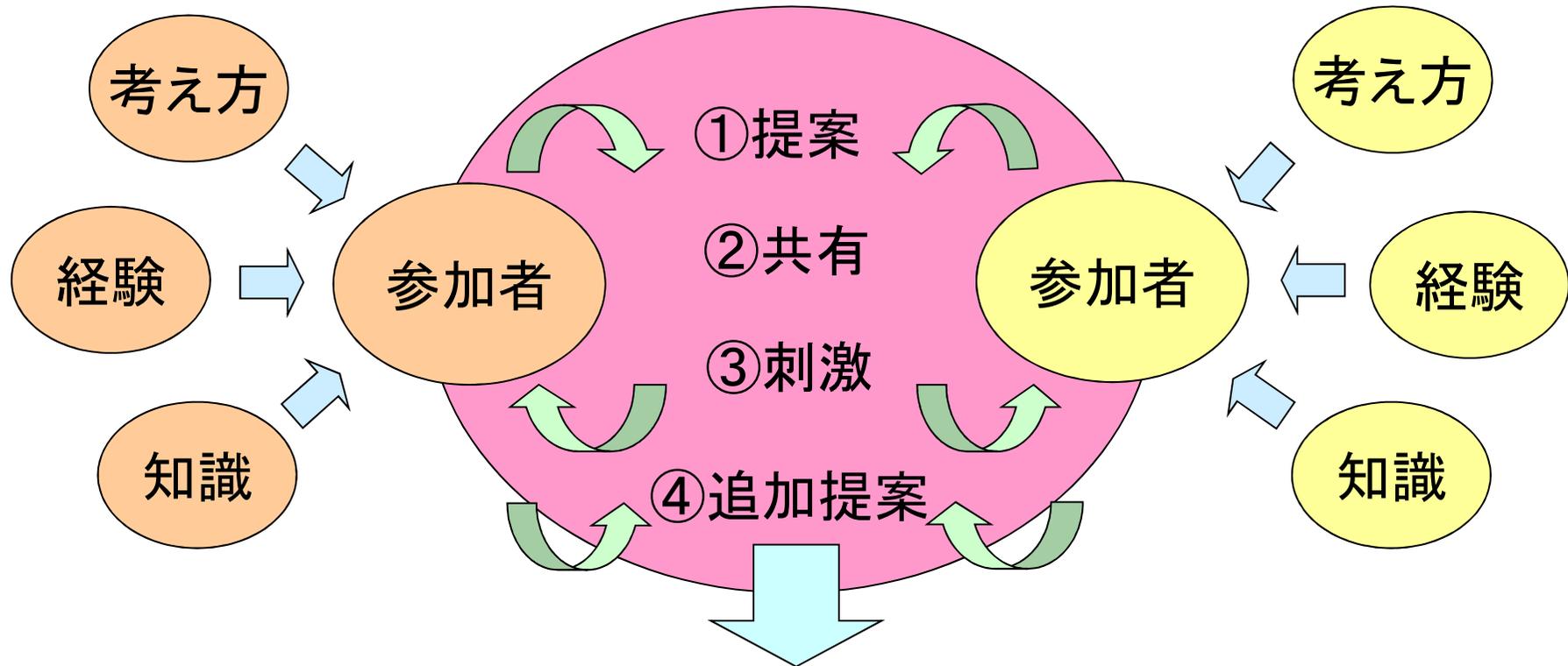
- 自由連想法



- 強制連想法



「突然の閃き」を生む “ブレインストーミング”



「突然の閃き」「名案」

- 課題を解決する画期的なアイデア
- 潜在的かつ根本的なニーズ
- 魅力的でインパクトのあるネーミング

ブレストを成功させる “4つのルール”

- ブレストを成功させるためには、4つのルールがある。
- 1つ目は「**出された意見を批判してはいけない**」。
判断を言下にくださない。
- 2つ目は「**アイデアを実行する手段までは、責任を持つ必要は無い**」。
無責任は大歓迎である。
- 3つ目は「**発展的にたくさんのアイデアを出す**」。
とにかく量が必要であり、連想によってアイデアを追加する。
- 4つ目は「**アイデアを出し尽くしてから最後に整理する**」。
アイデアを出し切る前にアイデアの整理を始めない。

ユーレカ(参考)

『「知」のソフトウェア 情報のインプット&アウトプット』 立花隆著 1984年 講談社現代新書

- アルキメデスは風呂の中で浮力の原理が頭の中に閃いた瞬間、「ユーレカ(わかった)」と叫んで風呂から飛びだし、裸のまま街を走ったという。
- 何かを探求していれば、必ずそのうちこの[ユーレカ]の瞬間がやってくる(ついにわからないで終ることも結構であるが)。
- 「ユーレカ」は快樂である。
- おそらく人間が味わうことができる快樂のうちで、最も上質、かつ最も深い快樂の一つだろう。
- 誰でも小さいうちから「ユーレカ」快樂を少しずつ体験して覚えていく。
- 程度の差こそあれ、「ユーレカ」欲求は、あらゆる人のあらゆる人生過程においてあらわれる。
- 「ユーレカ」欲求は、人間の最も本能的、本質的欲求なのであろう。

環境保護のためのアイデア(参考)

- 宇宙船の中でこぼしたコーヒーを処理する方法は？(船外へ捨てるのは不可)

そのまま飲む。

雑巾で拭いて、
雑巾を水で洗う。

ティッシュで拭い
て、それを捨てる。

ドライヤーで
乾かす。

スポイトで容器に
回収する。

水平思考1(演習)

『水平思考の世界 電算機時代の創造的思考法』エドワード・デボノ著 白井 實訳1969年 講談社

- 昔、一人のロンドンの商人が、ある金貸しから莫大な借金をして困っていた。もし借金が返済できない時は、監獄に放り込まれるという時代である。
- 年老いた醜い金貸しは、その商人の美しいティーンエイジャーの娘に目をつけて、ある取引を提案した。もし、娘をくれるなら、借金を帳消しにしてやろうというのである。
- 途方にくれる商人と娘を前にして、金貸しは運を天に任せようといって一つのくじを作った。大きな空のさいふの中に黒白二つの小石を入れるから、娘にその一つをつかみ出せといった。
- もし娘が黒い石を選べば、娘は金貸しの妻となり、借金も帳消しにしてやろうというのである。また白い石を選んだ時は、娘は今まで通り父親と一緒に住んでよく、借金も帳消しにしてやろうというのである。
- 娘が石を選ぶのを拒めば、父親は監獄送りになり、娘はたちまち食べていけなくなってしまう。商人はしかたなしにこれに同意した。
- そこで金貸しは、三人が立ち話をしていた商人の庭の、小石を敷きつめた小道から、二つの小石を拾ってさいふにいれた。
- ところが、娘は金貸しがさいふに入れた石が二つとも黒い石だったのを、めざとく見つけて、思わずゾツとしてしまった。金貸しは父親と娘に運命を決める石を選べ 12 といって容赦なくせまった。

水平思考1(演習)

- 娘が取ることができる行動を列記してください。

- 他の参加者が提案した行動をメモしてください。

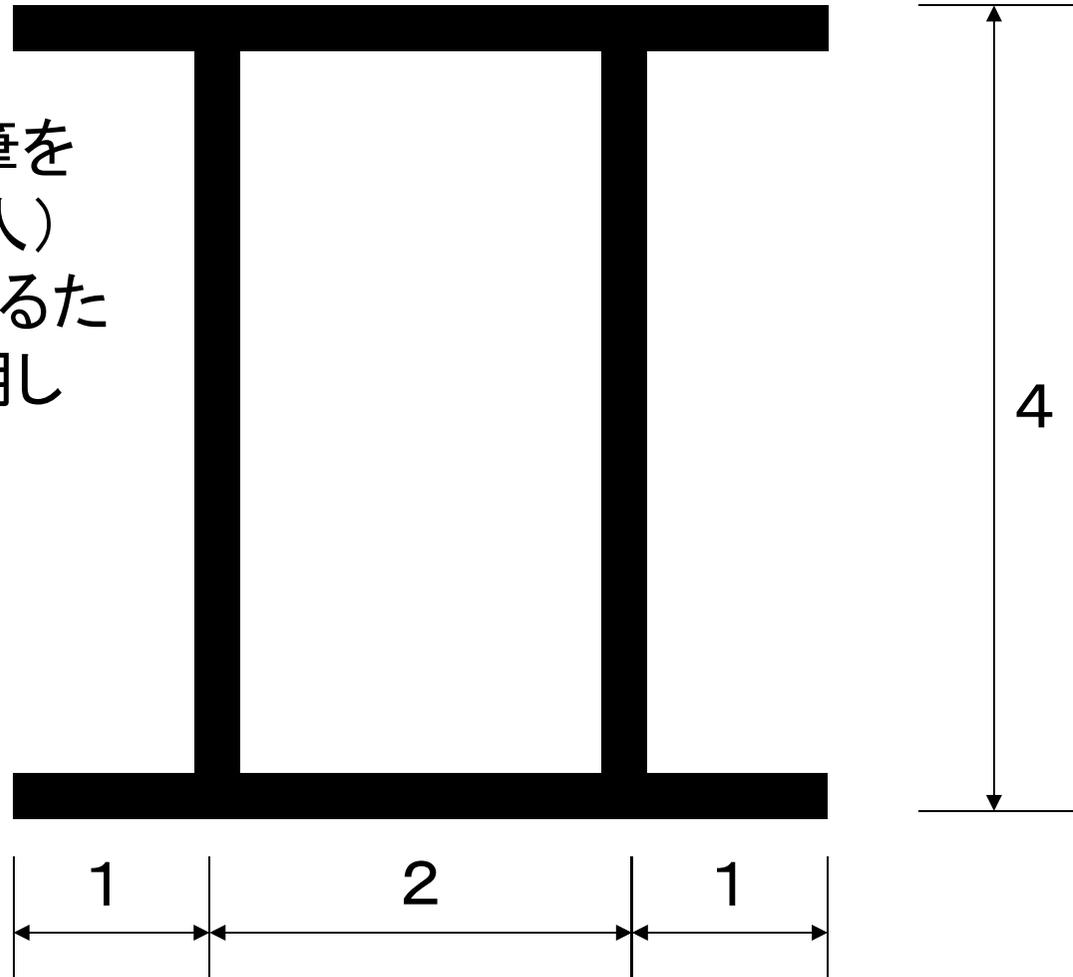
- 思いついた行動を書き出してください。

水平思考2(演習)

『水平思考の世界 電算機時代の創造的思考法』エドワード・デボノ著 白井 實訳1969年 講談社

この図形を、紙と鉛筆をもった子供(アメリカ人)に電話で正確に伝えるために、どのように説明しますか？

※数字は比率です。



水平思考2(演習)

| | |
|--------|--|
| Plan | アイデアを書いてください。 |
| Do | グループのメンバーがそれぞれ提案し、他のメンバーのアイデアについてメモしてください。 |
| Check | 相互に評価・分析してください。 |
| Action | 改善案を書いてください。 |

創造性(参考)

『人間の完成 マスロー心理学研究』上田吉一著 1988年 誠信書房

- 無意識は、創造性や芸術、愛情、ユーモア、遊戯、ある種の真理や知識の根源として、これを肯定し、尊重すべきです。自然現象の中に斬新な美しさを感じ取る能力を持っています。また、哲学的に敵意のないユーモア感覚を持ちます。
- 過去の経験に依存し、これを踏襲するところに創造性が入る余地はありません。過去を離れて、現存する課題に精神を集中させ、その中に回答を見出すとき、創造的能力が見られます。また、未来を固定的に考えて現在を判断しないことも大切です。
- 合理的思考の前に、インスピレーションを浮上させる忘我、無我、無心が不可欠です。神秘的なもの、未知なるもの、新奇なもの、あいまいなものに直面しても自由な認知と判断に基づいて行動する力と勇気が不可欠です。
- 自己および外界に対して信頼感を持ち、予想外の事態の出現をありのまま、自然に受け容れます。緊張と努力、意志と統制を控え、全体的な統合性を見ることが大切です。自己と課題、自己と世界との融合一体化される状態を生み出し、部分と全体を統合します。
- ある行為が彼の性格特性から純粋な形で自発的に表現せられているとき、その成果は創造的といえます。内面の声を見出し、これを抑圧しないでその発想を行動に移す完全な自発性があります。

言葉のかけ算 新発想(参考)

企画の発想法について聞いたのは、数々のヒット番組を手がけてきた放送作家の鈴木おさむ氏。平日の深夜映画や舞台などから情報収集しているというが、特に企画のヒントにしているのが「興味のない、つまらない映画を見ること」。

なぜ、つまらない映画なのか。「内容に集中しないから、劇中で交わされる言葉が断片的に飛び込んできてくる」。その言葉と、企画を練る時のヒントになるという。

流行している言葉から企画を考える人は多いが、鈴木氏は「旬の言葉と古い言葉のかけ算から面白いものが生まれる」と語る。「例えば学生時代に見ていた人気番組『料理の鉄人』。『料理』と『食べる』じゃ当たり前だけど、『料理』と『格闘技』だと思いつかない組み合わせだから面白い」。旬な言葉からの連想ゲームが企画につながることもある。

消費者からの評価が高くないものは発想力を鍛える教材になる。「菓子メーカー勤務だったら、ちよっと残念な菓子を食べてみる。うまいものは『うまい』で終わるが、おいしくなければ何がダメか考えるから」。完成度が高いものは隙がないが、まねできると思えるレベルだと自分なりに工夫する練習ができる。

面白い企画を思いついても、相手に面白さが伝わらなければ意味がない。プレゼンの話を鍛えるには「仕事と関係のない人と話すことが大切」という。仲間内ではかりいると、仲間内では共有できない面白さにとどまってしまう。

様々な業種の人と飲みに行き、積極的に話してみるのがおすすめだ。

鈴木氏は駆け出しの頃から、「最初にネタを見た人が面白がってくれるものを作る」ことを意識してきた。「相手が何を求めているかを意外と忘れがち。最初に目を通す人に認められないと先に進まないし、採用されなければ他の人にチャンスが回ってしまふ」。熱意も大切だが、企画を考える時は「選ぶのは自分ではないことを意識した方がいい」と助言する。

「いい企画書」プロから学ぶ

放送作家 鈴木おさむ氏

すずき・おさむ 1972年生まれ。高校時代に放送作家を志し19歳でデビュー。バラエティを中心に数多くのテレビ番組の企画・発想の手の内すべて見せます。

構成に携わる。映画の脚本や舞台の演出など活動の幅を広げていく。近々に「新企画 渾身の企画」と題して書籍を出す。

残念な商品にヒント
仕事外の人と話そう

日経20160705朝