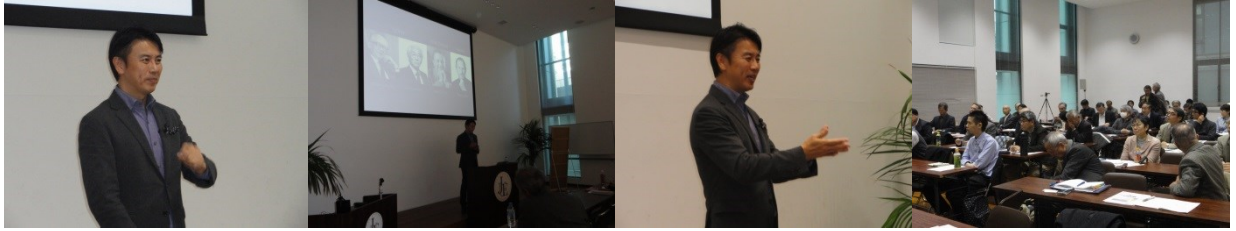


講演会：「自分の未来を創る Self-Innovation & Challenge」

講演者：前刀禎明 (株)リアルディア 代表取締役



スティーブ・ジョブズは「自分の人生を生きろ」と問いかけた。ソニーの井深大も「たった一遍の一生だ、自分しか出来ないことは何だ」と異口同音のことを述べている。人生に正解はない。今日は人生をデザインする力、セルフ・イノベーションについて述べたい。ジョブズが買収したピクサーでは「創造性とは人生の問題を解決すること」と定義している。そして、組織として、どう創造するか、Collective Creativityを追求した。その要素として、1.誰とでも自由にコミュニケーションできる、2.誰でも気兼ねなくアイデアを出せる、3.最新技術情報がある、環境づくりを示した。

一方、ジョブズは、「本質的な次元で人の心を動かす」ことをめざした。

“From the creators of iPod”(iPodを創ったクリエイターから)というメッセージでアップルを進化させた。彼らに共通するのは「物事を変えた時、人間を推進させる」という点である。その推進力とは、「自分の創造性を信じている人が世界を変える」、「変えられると本気で信じる人が世界を変える」ということである。井深、盛田、デズニー、ジョブズがそうだった。

さてここで、創造された商品について考えてみよう。「顧客満足だけではなく期待超越度“Exceed Expectations”が感動を生む」ということである。そして、進化を続けることだ。では、セルフ・イノベーションはどうだろうか。人生を創造するスイートスポットは、自分、ライバル、必要性の重なりであり、自分しか出来ない、しかも確実に求められていることを選ぶべきだ。Multiple intelligences(多重知性)の一角として、自分の強みを生かすには、1.感じる力(感性)、2.創る力(創造力)、3.人を動かす力(共感力)が必要である。共感力とは、いかに弾みをつけて人々を引き込むかである。iPod miniの場合、その要素は、1.強烈なメッセージ(“Goodbye MD”)、2.需要喚起(iPodを聴いて踊る)、つまりライフスタイルを感性に訴える。3.購買欲求の助長(カラーコーディネート)である。特に初物はCustomer education(顧客教育)が大事だ。実は井深ソニー時代にはやっていたことだ。設立趣意書にある「他社の追随を絶対に許さざる境地に独自なる製品化を行う」という強い意志で断行した。そのためには研ぎ澄まされた感性がないといけな。テクノロジーとリベラルアーツの接点に立ち、人を感動させる感性の訴求だ。創造力とは、Beyond the logical thinking(論理を超越した感性)とアナログの世界で、Sense of wonderの気持ちで、発散収束を繰り返す行動だ。その成果をジョブズのやり方で示そう。彼は「純粋に良いもの」(Genuinely better)を生涯追求した。「質感」、「妥協なきこだわり」、「史上最高のもの」を表現し続けたのだ。そのためには五感を磨くことを忘れてはいけない。Creative intelligence(創造的知性)を磨くことだ。物事をよく観察し、自問自答し、実験をする。そして違う価値観の人に伝え、ブラッシュアップ。それらすべてを関連付ける力の5つが肝要だと考える。共感させ、想像させ、自発に導くのだ。人は、やらせ感では動かない。明日の自分には無限の可能性があると信じてセルフ・イノベーションを続けよう。(記事: 理事 田村新吾)

ワークショップ：「ビッグデータ発想法ワークショップ」

講師：高橋 誠氏 (株)創造開発研究所代表 日本創造学会理事
木崎伸也氏 アイエックス・ナレッジ(株)シニアマネージャー



新聞に「ビッグデータ」という言葉を見ない日はない。今やビッグデータはビジネスに欠かせないツールとなった。基本的にビッグデータはそのデータを分析して消費者の動向を知るなど「分析的使用」が基本といえる。このビッグデータを発想のヒントに使う「ビッグデータ発想法」を、IT大手のアイエックスナレッジと開発し、今回のクリサロでそのワークショップを実施した。

ビッグデータ発想法とは

ツイッターには毎日何千万の人々の、膨大なつぶやきが集積している。多様な人々のこのつぶやきを、発想のヒントに使えないかと考えたのが「ビッグデータ発想法」である。創造技法の発散技法を、私は自由連想法、強制連想法、類比発想法の3種に分けた。(次項につづく)

その進め方は、パソコン、モバイル端末などを使って、以下の流れで実施する。

1. 課題となるテーマを決定。
2. テーマに則した検索ワードをいくつか考える。
3. 検索ワード関連のツイッターワードを「動詞」「名詞」「形容詞」別に収集、発想用辞書を作成。
4. 発想用辞書を用いて、テーマに関するアイデアを次々に発想する。

ビッグデータ発想法ワークショップ

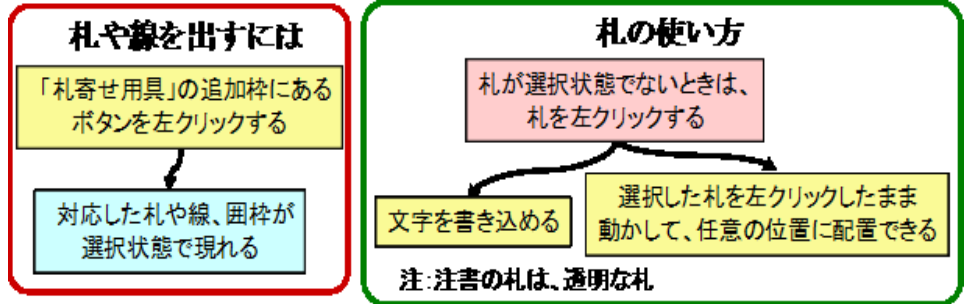
12月6日のクリサロは高橋と、アイエックスナレッジ株の木崎伸也・営業企画部シニアマネージャー、会員の水島友昭さんの御協力で実施した。初めに私が発想の基本となる考え方や進め方を紹介。つぎに木崎さんがビッグデータ発想法の進め方を紹介し、2~3人でパソコンを囲んでワークショップに入った。

最初は、個人テーマで「小学生向けの新しいおもちゃのアイデア」、次はチームテーマで「外国人観光客向け、渋谷での『おもてなしイベント』企画」とした。全員で発想し最後に、皆のアイデアを発表してもらった。大変ユニークなアイデアが続出し、大いに盛り上がった。
(記事:理事 高橋誠)

会員考案の創造性ツール紹介:ソフトウェア「札寄せ用具」



考案者:片平彰裕会員



自作ソフトの「札寄せ用具」を、会員の皆様に便利なツールとしてクリエイティブサロンでご紹介しました。これは、ポストイットのような「札」と「枠」、「線」を、エクセルのシートに簡単に書き込むためのソフトです。書き込んだ「札」と「枠」には文字を記入でき、それらをマウスで自由に動かさせます。そして札に書いた文字はエクセルのセルに一括してコピーでき、その逆も出来ます。

今回は、ソフトの使い方を実演しながらご紹介し、用途の提案も行いました。用途としては、集めた情報を基に案を考える、自分の考えをまとめるなどの各種思考法のツールとして利用でき、文章の構成を行う「ごさね法」をパソコンで行うこともできます。また画面をプロジェクタ等で大きく写して、会議での発言を整理することの有効性もご紹介しました。この「札寄せ用具」はウェブサイト「第一考舎」の「図考室」から無料でダウンロードできます。「第一考舎」はGoogleやYahooで検索可能です。
(記事:会員 片平彰裕)

※自作の創造性ツールを紹介したい会員の方は、事務局までご連絡下さい。