

成功者になるためのアイデアを 溢れさせる9つの発想法

このチェックリストはマクドナルドを世界的企業にステージアップさせたといわれるチェックリストです。

特にコーチ、コンサルタントや起業3年目以降の経営者、商品開発の担当者、マーケティングに関わる方、衰退産業の業界の方にとってはアイデアが無限に出てきますので、結果的に短時間にアイデアを量産できる便利なツールとなるでしょう。

これは9つの視点から、アイデアを発想できるツールです。

型(フレーム)が決まっていると、驚くほどアイデアが出てきます。

ある意味無限ともいえるほど出てくるアイデアに

あなた自身がビックリされることでしょう。

①「転用」 別の使い道を考えよう

「これはこう使う」「あれはそれにしか使えない」というように、物の用途はある程度決まってしまうものですが、「他の事に使えないか？」と考えた時に新しいアイデアが閃くものです。

レーダー研究から電子レンジが生まれたように別の用途に転用することで、大発明に繋がった例は過去に幾つもあります。あなたのアイデアにもそういった大発明に繋がる可能性があるのです。



他の事例) 太陽光発電用地 ⇒ 農地を太陽光発電パネルの設置用地に「転用」

②「応用」 似たものを探そう

テレビで活躍するものまねタレントのように、「何かに似ている」ということはとても強い武器になります。似ていること、似ているものに近づけようとすることは新しい価値を生み出すアイデアとなります。

例えば「ヨーグルトと漬物は両方とも乳酸菌による発酵食品だから、ヨーグルトは糠床の代わりにした漬物が作れる」というように、似ているものを結びつけることで新しいアイデアを創出できるのです。



他の事例) コウモリからレーダー
⇒目の見えないコウモリが障害物を避ける仕組み
を「応用」してレーダーが生まれた

③ 「変更」 変えられるところはないか？

見た目や形を変えるだけでも、それが今まで前例がなかったものであればアイデアとしての価値が生まれます。

流行となった「ザク豆腐」は、豆腐の形状をモビルスーツ・ザクの頭に変えている処に商品としての価値があるわけです。そして、ただ形を変えるのではなく、「形を変えたことによって新しい使い方が出来る」というような付加価値を創出できればさらに素晴らしいアイデアになります。



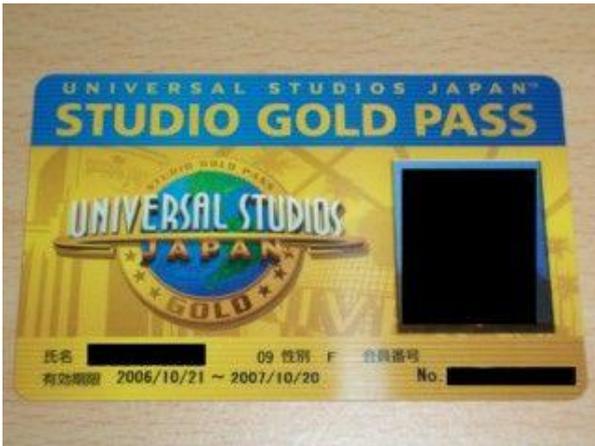
他の事例) ザク型の豆腐

豆腐の形をザクに「変更」してみた

④ 「拡大」 機能拡張と大きさの変更

「大きいことはいいことだ」「大は小を兼ねる」という言葉があるように、何かを大きくすることは大きな変化をもたらし、付加価値をプラスするきっかけとなります。

製品の大きさを変えるだけでなく、新機能の搭載や新成分配合も「拡大」に属します。つまり、シリーズ化したヒット商品の多くは「拡大」に沿ったアイデアに基づいて開発されていると言えます。



年間パスポート

1日の入場期限を、年間に「拡大」した

⑤ 「縮小」 シンプルに、小さく

逆に、既存の製品から機能を取り去ったり、大きさをコンパクトにすることも新しい付加価値をプラスすることにつながります。

「手の平サイズ」や「カロリーゼロ」は「縮小」に基づいたアイデアによるものと言えます。お年寄り向けに機能を絞った携帯電話も、こうした「縮小」に属するアイデアの産物なのです。



鉄道模型

大きな鉄道車両を家に入る大きさに「縮小」する

⑥ 「代用」 別のものに置き換えられないか？

既存のものを作るために必要な原料や作り方を別のものや方法に変更することも立派なアイデアです。例えば小麦粉の代わりにヘルシーなおからを使った洋菓子や、揚げるのではなく焼くことで使う油の量を減らした焼きドーナツのように、「代用」することで新鮮さを加えることが出来るというわけです。



豆乳ケーキ

本来高カロリーなものを健康的で低カロリーなもので「代用」する

⑦ 「再利用」 「置換」 アレンジもアイデア次第

物事を構成する要素や原因と結果、レイアウトなど世の中には決まり事になってしまっているものは沢山あります。その決まり事を廃することで全く新しい使い方やデザイン・機能を導き出そうとするのが「再利用」です。

例えば「物が燃えると二酸化炭素が排出されやがて火は消える」を「燃えているものに二酸化炭素を吹き付ければ火が消える」というように、原因と結果を入れ替えたり要素を入れ替えたりする「置換」を起こすと斬新なアイデアの発想に繋がるのです。



ランキンランキン

商品別の商品展示から、売れ筋別の商品展示へと「置換」した好事例。

⑧ 「逆転」 発想を逆転させよう

世の中にある全ての物事には「これはこれこれこういうものである」という固定観念があるもの。この固定観念は、新しいアイデアの障害となることがあります。

固定観念を取り払い、縦のものを横にする。それが「逆転」です。アイデアのひねり出しに行き詰っている時は、発想や視点を逆転してみるのが一番です。それまで見えてなかったものが見えてきて解決の糸口になることがあります。



ナイト・サファリ

昼間行く動物園、という考えを、夜に行くものとして「逆転」させる

⑨ 「結合」 何かと組み合わせられないか？

判子と朱肉・スタンプ台を組み合わせたワンタッチ式ハンコのように、既存のものを組み合わせることでそれまでになかった便利なものが生まれる可能性があります。「結合」は一石二鳥を狙ったアイデアを生み出すのにとっても有効的な考え方といえます。



消しゴム付鉛筆

結合事例の定番。鉛筆と消しゴムを「結合」させた。

これまで見てきたように様々なフレームを使って際限なく新しいアイデアを出すことが可能です。

商品企画からマーケティング、ビジネスの戦略まで

アイデアに困ったときは、この考え方をベースに、発想を膨らませてみてください。

必ずあなたの助けとなってくれることでしょう。

まずは1つあなたが新しいアイデアを出す「軸」を決めて

次ページのチェックリストにを使用してアイデアを出して試してみてください。

オズボーンのチェックリスト

(1) 転用	(4) 拡大	(7) 置換
(2) 応用	(5) 縮小	(8) 逆転
(3) 変更	(6) 代用	(9) 結合

オズボーンのチェックリスト

(1) 転用 ・新しい使い方はないか？ ・他の分野での使い道はないか？	(4) 拡大 ・大きくできないか？ ・長くできないか？ ・強くできないか？ ・厚くできないか？ ・増やせないか？ ・濃くできないか？ ・地域を広げられないか？ ・ユーザーを広げられないか？ ・付加価値はないか？ ・頻度を上げられないか？ ・機能を増やせないか？	(6) 代用 ・他の物で代用できないか？ ・他の人で代用できないか？ ・他の素材で代用できないか？ ・他の方法で代用できないか？ ・外で使うことはできないか？ ・家で使うことはできないか？ ・職場で使うことはできないか？	(8) 逆転 ・上下左右を逆にできないか？ ・プラスマイナスを逆にできないか？ ・順番を逆にできないか？ ・弱みを強みにできないか？ ・不便を便利にできないか？ ・やり方を逆にできないか？ ・考え方を逆にできないか？
(2) 応用 ・他のアイデアから応用できないか？ ・似た商品のアイデアを使えないか？	(5) 縮小 ・小さくできないか？ ・短くできないか？ ・弱くできないか？ ・薄くできないか？ ・減らせないか？ ・軽くできないか？ ・地域を狭くできないか？ ・ユーザーを狭くできないか？ ・頻度を下げられないか？ ・機能を減らせないか？	(7) 置換 ・配置を入れ替えられないか？ ・パターンを入れ替えられないか？ ・やり方を入れ替えられないか？ ・人を入れ替えられないか？ ・パーツを入れ替えられないか？ ・順序を入れ替えられないか？ ・原因と結果を入れ替えられないか？	(9) 結合 ・セットにできるものはないか？ ・利用シーンと組み合わせられないか？ ・真逆のものと組み合わせられないか？ ・体験と組み合わせられないか？ ・アイデアを組み合わせられないか？ ・古い物と組み合わせられないか？ ・最先端の物と組み合わせられないか？
(3) 変更 ・色を変えられないか？ ・形を変えられないか？ ・デザインを変えられないか？ ・匂いを変えられないか？ ・音を変えられないか？ ・感触を変えられないか？ ・動きを変えられないか？ ・意味を変えられないか？ ・印象を変えられないか？			