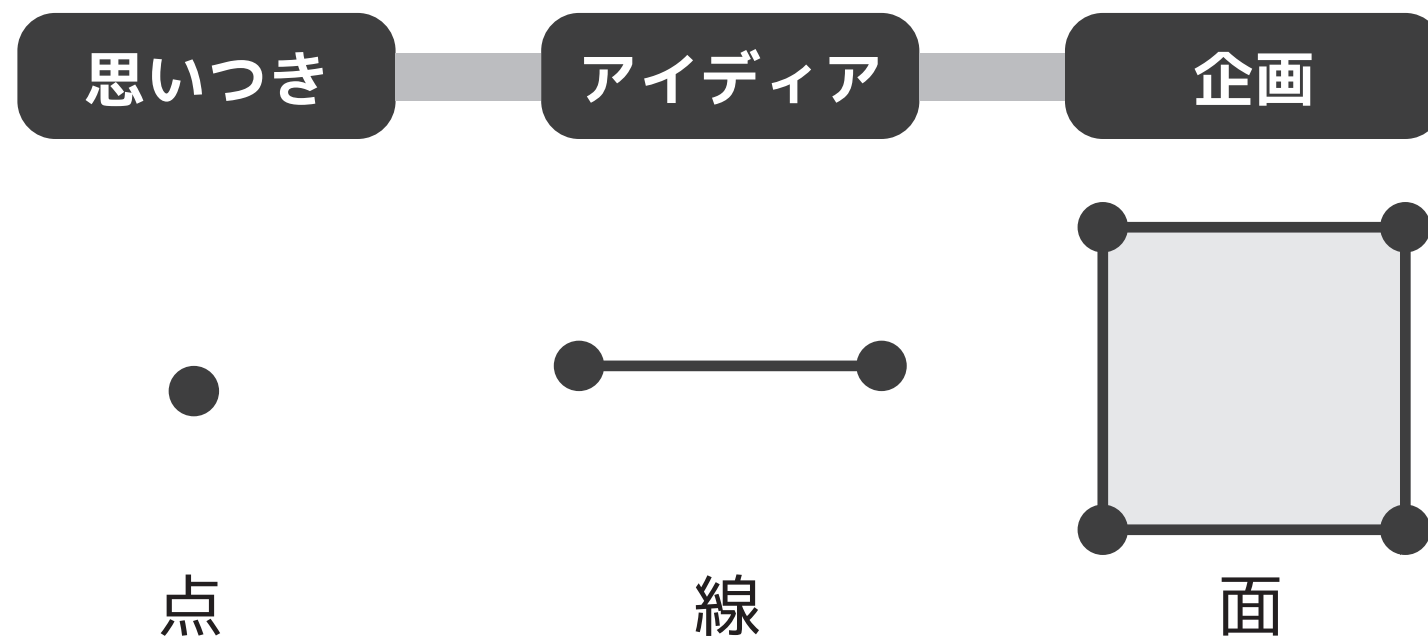


## 思いつきから始まるアイデア・企画・デザインの定義



- ・ 違和感
- ・ 感じた体験
- ・ ふと思ったこと

### 1. 企画の3ステップ

僕は企画とは面であると考えています。それは何故か？まず前提があります。企画を考えるにもそこにはアイデアがあり、そのアイデアはふとした瞬間の思いつきから始まっています。思いつき→アイデア→企画の順番です。

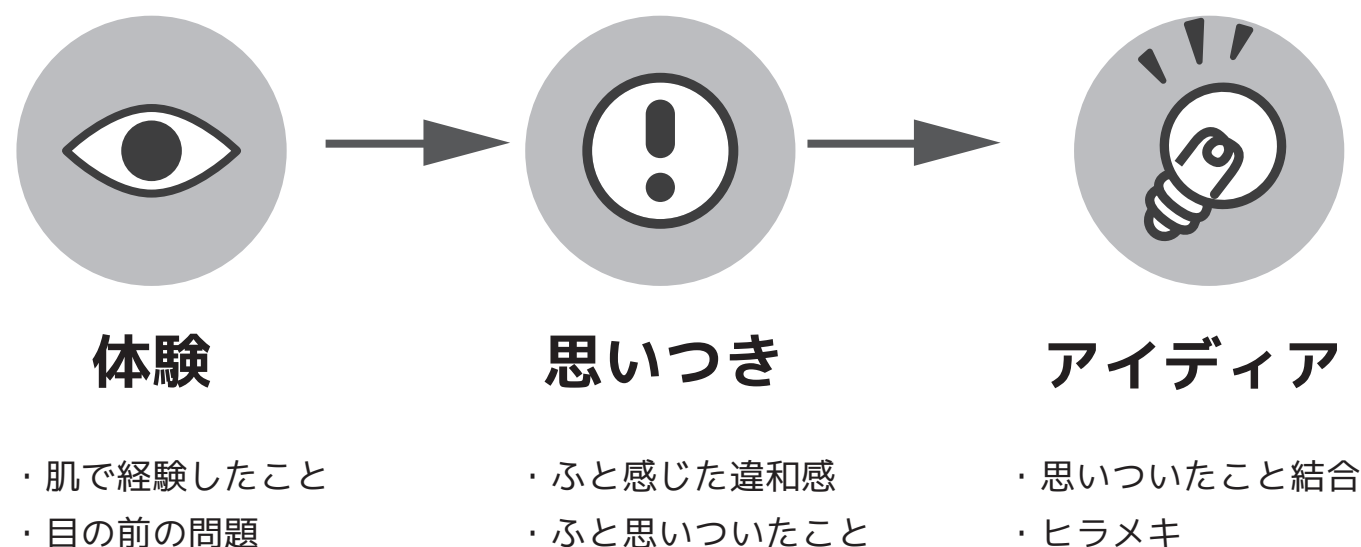
- ① 思いつき = 点
  - ② アイデア = 線
  - ③ 企画 = 面
- だと考えています。

思いつきはある瞬間にふと感じたことや、違和感、意見などです。この時点では単純な点です。この点を繋いでいくとアイデアになります。線です。この線をどのような視点で結ぶかでアイデアの質が変わってきます。そして線で囲われたものが面であり、企画です。イメージの参考にさせて頂いたのは恩師のブログ記事です。企画 = 戦略でもあるということです。

「企画とは領土拡大における、どこまでの領土を支配するかという予定書である」

『「企画書」づくりが私の休暇の積み重ね』

## 思いつきから始まるアイデア・企画・デザインの定義



## 2. アイディアを生成するプロセス

思いつきというのは、単純に自分が何か対象となるものを体験して、ふと思いついたことです。ひとつの体験と思いつきはセットになっています。思いつきというのは、1つ1つは小粒であっても、アイデアを考案するための材料になります。その材料を分類整理していくと、ある時材料の組み合わせ方に繋がりができて、アイデアに生まれ変わります。思いついたことを思い込んでいき、ある時別の視点や切り口とつながる、それがアイデアです。

思いつきは思いついた時点では全く使えないものかもしれません。思いついたことのほとんどがそうでしょう。しかしその思いついた事はしっかりと記録に残しておく、後から加工出来るようにしておくことで、リサイクルが効くようになります。そして、思いついた素材同士をリンクして編集することで、初めて価値のあるアイデアが産まれます。点と点を繋げ、線に構成し直すこと。つまり線がアイデアな訳ですね。

友人の Readmaster さんが思いつきとアイデアの特徴についてブログでまとめてくれました。アイデアマンが考える「思いつき」と「アイデア」の5つの違い  
<http://readmaster.net/think-issue-memo/omoituki-to-ideanotigai>

### ■思いつきの主な特徴

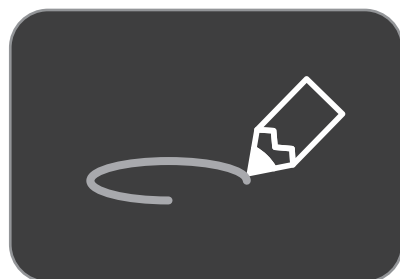
1. 思いつきは素材そのもので材料
2. 思いつきは明確なターゲットがない浮いたもの、打ち上げ花火であり、着地しない
3. 思いつきは思いついたからが根拠。根拠がない。
4. 思いつきは具体性や現実性が欠ける
5. 思いつきは科学的に生産しづらい、出てきた何かに過ぎない。

### ■アイデアの主な特徴

1. アイデアは素材や材料を加工したもの
2. アイデアはターゲットが少しは考慮されている、着地が少しは見えるもの。
3. アイデアはソースや着想やどういう意味かをちゃんと伝えられるし、伝わるもの。
4. アイデアは具体性や現実性がある
5. アイデアは科学的に生産できる。インプット、考えること、寝かせることなど一定の仕組みでアイデアを作れる。

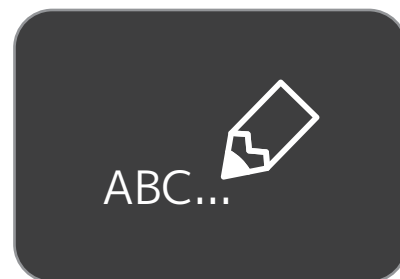
## 思いつきから始まるアイデア・企画・デザインの定義

記録



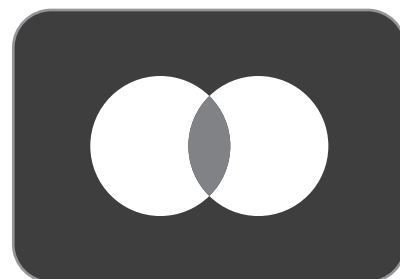
**視覚化**

(イメージ化)



**言語化**

(論理化)



**図解化**

(構造化)

視覚情報、言語情報、図解情報として記録

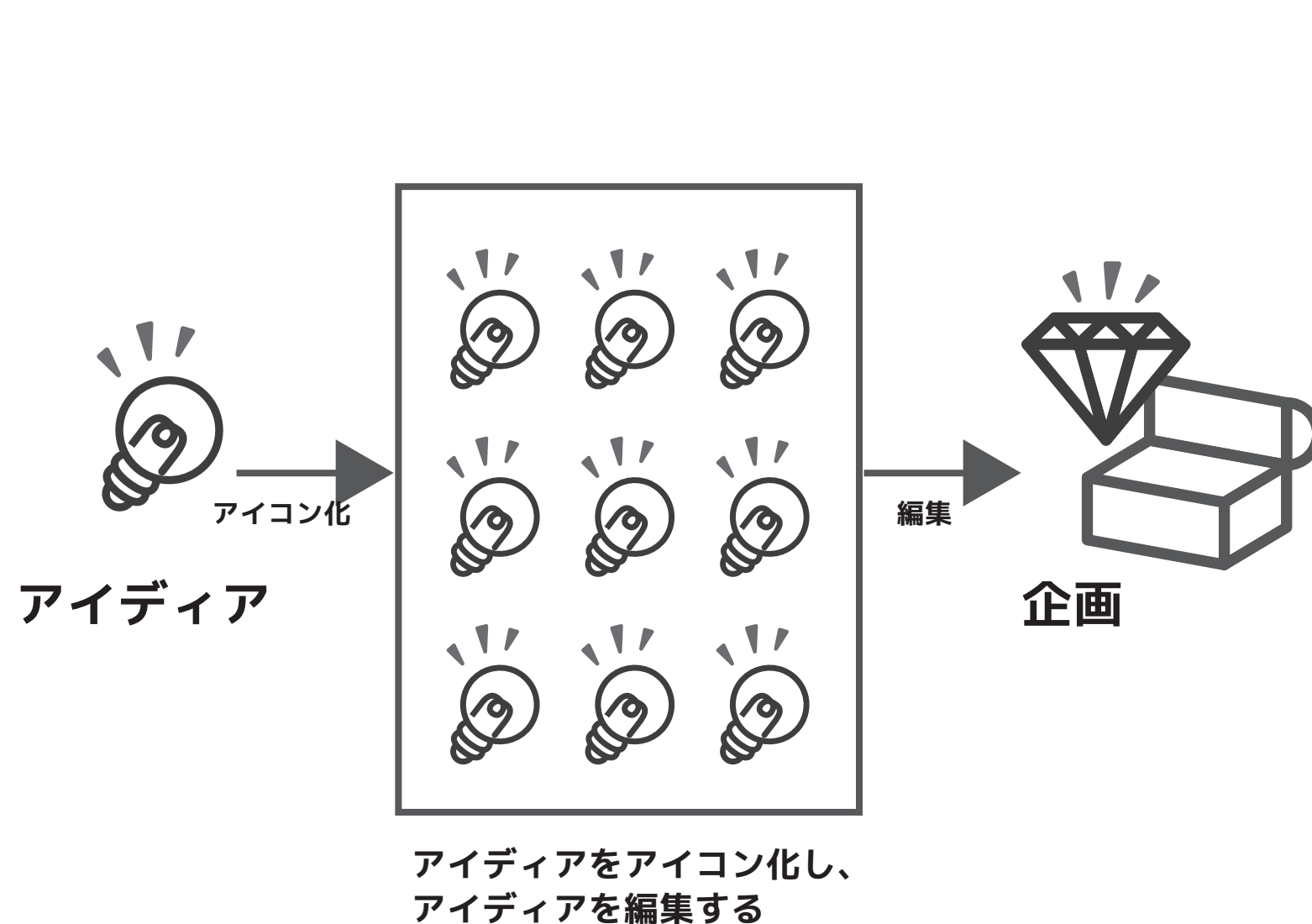
### 3. 思いつきをキャッチする方法

思いついたことは記録を残しておきます。なるべく思いついた瞬間を逃さないように、環境によって記録することを柔軟に変えます。即座に開ける Evernote に文字情報として残しておくこともあれば、ノートさえあれば手描きのラフスケッチで視覚化して記録しておきます。時には図として残しておくこともあります。構造の断片だけでも残しておくことで、後から引き出しやすいようにしておきます。全ては断片の情報なので、理路整然となっているかもしれません。自分にしかわからないメモにもなっています。この思いつきの段階では思いついたことをなんでもキャッチするセンサーを敏感に働かせておくことが最も大切な事になります。

### 4. アイディアをストックする方法

アイデアをストックする段階は、思いついた断片、欠片をつなぎ合わせて行きます。つなぎ合わせ方によって、ユニークなアイデアにもなります。アイデアは一般的に思いつきだと思われていますが、前述した Readmaster さんの記事の通り、ある一定レベルのアイデアというものは、思いつきではありません。一手間一工夫が加えられている＝切り口があるものがアイデアになります。この切り口を記録として残しておきます。スケッチ、言葉、図によって、記録しておきます。ここでは思いつきのストックと同じ図がありますが、アイデアの段階ではこの3つがセットになっていると考えてもらうと良いかと思います。

## 思いつきから始まるアイデア・企画・デザインの定義



### 5. アイディアを企画化する方法

【アイデア】を【企画】にステップアップするには、右脳と左脳を両方上手く使って行く必要があると考えています。カオス的な右脳思考と、論理的な左脳思考を行き来しながら、戦略的な企画としてプロジェクトをまとめ上げるストラテジックデザイナーがヒラメキクリエイターとしての役割でもあります。単なる思いつきのアイデアのみで勝負するわけではありません。

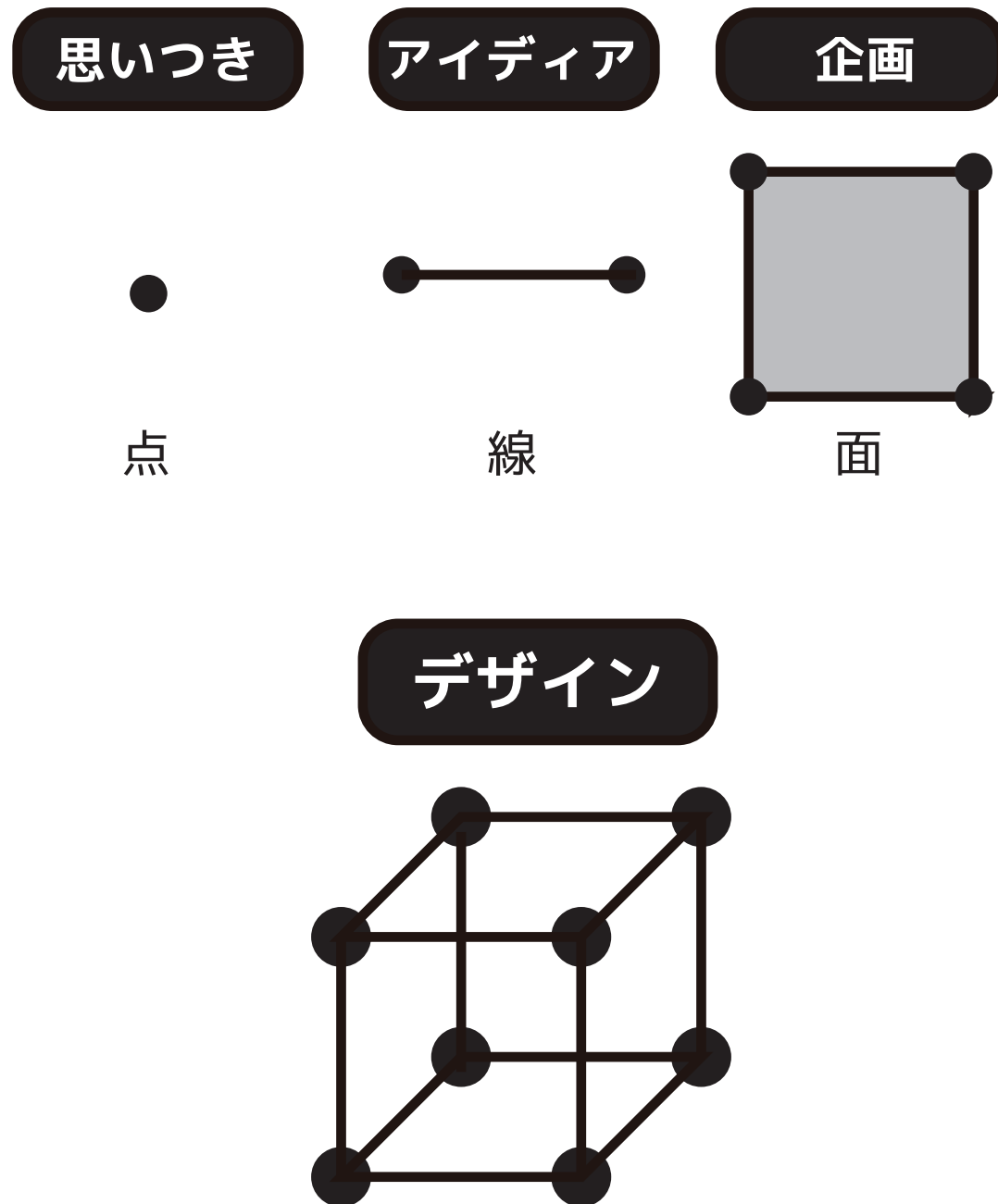
普通はアイデア単位で評価を行います。1つのアイデアを説明して、良い悪いを議論したりします。しかし、アイデアを企画にレベルアップする為には、単にアイデアだけを見ても企画にはなりません。アイデアはなるべくシンプル化して、アイコンにします。そして、そのアイコン同士を一覧できるようにして、アイコン同士の関連性、連鎖性、対称性などを総覧しながら、眺めて目配せしていきます。

この時に僕がやっている方法を少し紹介させていただきます。まずは、アイデアの要素や機能、属性ごとに複数のA3用紙に並べ直して、A0のスチレンボードに全て貼り付けして眺めてみる、ということをやっています。そうするとアイデアを見るというよりも、各アイコン化されたキーワードやイメージを眺めるという不思議な思考モードに突入していきます。パソコンの画面上の中だけで思考をしていると、画面の外に出ていくことが難しくなります。範囲がデスクトップ画面の中に固定化されてしまい、範囲が限定されてしまうわけです。

そこにもある意味、範囲というバイアスが掛かってしまっています。そのバイアスを外すためにも、一度大きなボードを用意して、そこに全てのアイデアを貼り出してしまうというのは、鳥の目を持つために必要なこととなります。

これは僕なりに今までアイデアを企画にまとめる段階で手続き的に行ってきた事なので、独自のやり方になっています。このボードは最初はカオスなボードです。ほかの人が見たら混乱を招くことになるでしょう。しかし、このボードを見ながらじっくり自分と議論をしていけば、ハイパーリンク状態になった脳内が出来上がります。たくさん鍵穴ができていく状態になります。この鍵穴にハマる鍵を見つけ出す。その為に、アイデアを一覧化しているわけです。

## 思いつきから始まるアイデア・企画・デザインの定義



### 6. 統合して立体化=デザイン

最初の1ページ目の図に戻ります。アイデアを繋ぎ合わせて統合化=面にする事で、1つ1つのアイデアの価値はグンと向上していきます。素材同士をどのような関係として捉えるかという切り口がアイデアとなります。上の図でいうラインです。そしてこのラインをどう結んで行くかを【編集】することで、企画が出来上がります。

このことについては濱口秀司さんが詳しいです。ログミーに濱口さんの講義録があります。全員が賛成するアイデアはダメ-イノベーションを生む3つの条件とはビジネスデザイナーとして世界で活躍されている濱口さんの視点は、イノベティブな発想とは、このアイデア=線をどのようにデザインするかにかかっているということを上の記事で説明されています。みんなが無意識に持っているバイアスを探し、一旦そのバイアスがどこから来るのか、探索して図解化する。そしてその図解が描ければ、バイアスの外し方が分かるという方法論です。その方法が実践可能なものであれば、イノベーションは日本人でも簡単に起こせるんだと主張されています。

これは端的に言えば、バイアスのある線を描き、バイアスの無い線をどのように引っ張るのか？ということ。事業企画は、製品開発、対象領域、対象領域の未来洞察、ターゲットユーザー、ペルソナ、自社のリソース、ニーズ、ウオント、事業コンセプト、製品コンセプト、具体的アイデアなど、あらゆる素材をどう繋げて行くのかというところで、デザインが必要になってくるわけです。素材同士をどのように困めば綺麗な面構成となるか？それを徹底的に洗い出して、組み直せるか？その編集力量と情熱と想像力を持って、事業をデザインすることがこれからの時代に求められて来ることだと考えています。

ヒラメキクリエイターと自称しているにも関わらず、デザインが大切な役割をするんだよといった論調で、誤解を招くかもしれませんが、デザインという意味の誤解を解くためにクリエイターと言っているだけなので、基本ベースはデザインにあります。その本質はなかなか理解してもらうには難しいだろうなということで、デザイナーという肩書きを一旦しまいこんでみようというだけです。ヒラメキクリエイターの役割というシリーズ記事でその事は継続して書いて行こうと思っています。