

第2回慶應イノベーティブデザインスクール(KiDS)

「世界を変える新規事業・起業のための  
コンセプトビジュアライゼーション」

コンセプトデザインのための  
アイデア発想法



2012年10月7日  
於 慶應義塾大学システムデザイン・マネジメント研究科

柏野尊徳  
慶應義塾大学SFC デザイン思考研究会  
info@kashinotakanori.com  
<http://kashinotakanori.com/bootleg/>

# ライセンス

「慶應義塾大学SFCデザイン思考研究会」によるこの資料は、  
**Creative Commons 表示 - 継承 2.1 日本 License.**によってライ  
センスされています。本資料は

<https://dschool.stanford.edu/groups/k12/>にある作品と

[http://en.wikipedia.org/wiki/File:Wii\\_console.png](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Wii_console.png)に基づき作成されまし  
た。

出典明記と以下のライセンス継承をして頂ければ、営利・非営  
利を問わずにご自由にご利用が可能です。詳しくは以下をご覧下  
さい。<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.1/jp/>



# 利用方法(例)

例えば、Aさんが社内で当資料の一部もしくは全部を利用して資料 $\alpha$ を作成する際は、以下の文章とマークを追記します。

「A(資料作成者の名前)」による「資料 $\alpha$ (資料名)」は、Creative Commons 表示 - 繙承 2.1 日本 License.によってライセンスされています。本資料は慶應塾大学SFCデザイン思考研究会(<https://www.facebook.com/keio.design>)による「第2回慶應イノベーティブデザインスクール(KiDS)『世界を変える新規事業・起業のためのコンセプトビジュアライゼーション』コンセプトデザインのためのアイデア発想法」に基づき作成されました。



詳しくはクリエイティブ・コモンズサイトをご覧ください。

<http://creativecommons.jp/>



# デザイン思考家が 知っておくべき 39 のメソッド

-the d.school bootcamp bootleg-



スタンフォード大学

ハサウエ・プラットナー・デザイン研究所

慶應義塾大学 SFC デザイン思考研究会 [編集]

柏野尊徳 [監訳] 木村優沙 / 梶希生 / 中村眞希 [訳]

【無料ダウンロード】<http://kashinotakanori.com/bootleg/>



デザイン思考家が  
知つておくべき  
39のノルト

# 29,151件

-the d.school bootcamp bootleg-



スタンフォード大学  
ハッソ・プラットナー・デザイン研究所  
慶應義塾大学 SFC デザイン思考研究会 [編集]  
柏野尊徳 [監訳] 木村徳沙 / 梶希生 / 中村珠希 [訳]

【無料ダウンロード】<http://kashinotakanori.com/bootleg/>

# 10年後のクリエイティブ・クラスへ 教材配布



慶應義塾大学SFCデザイン思考研究会  
<https://www.facebook.com/keio.design>

# 本日の目的



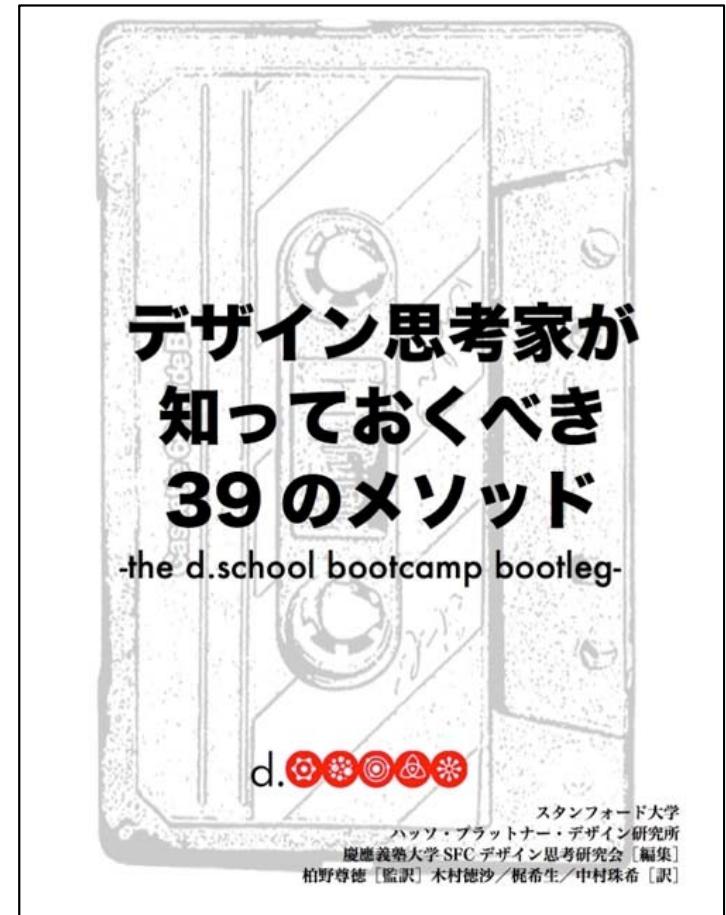
コンセプトデザインのための  
**アイデア発想法**を学ぶ

# 期待できる成果



人を魅了する  
イノベーティブなコンセプト  
を生み出せること

# 利用ツール



スタンフォード大学d.school  
デザイン思考公式ガイドブック



価値観に焦点



言うのではなく  
見せる



素早く形にする



過程に注意



行動第一



徹底的な協働



明快な仕事

# 7つの心構え



価値観に焦点



言うのではなく  
見せる



素早く形にする



過程に注意



行動第一



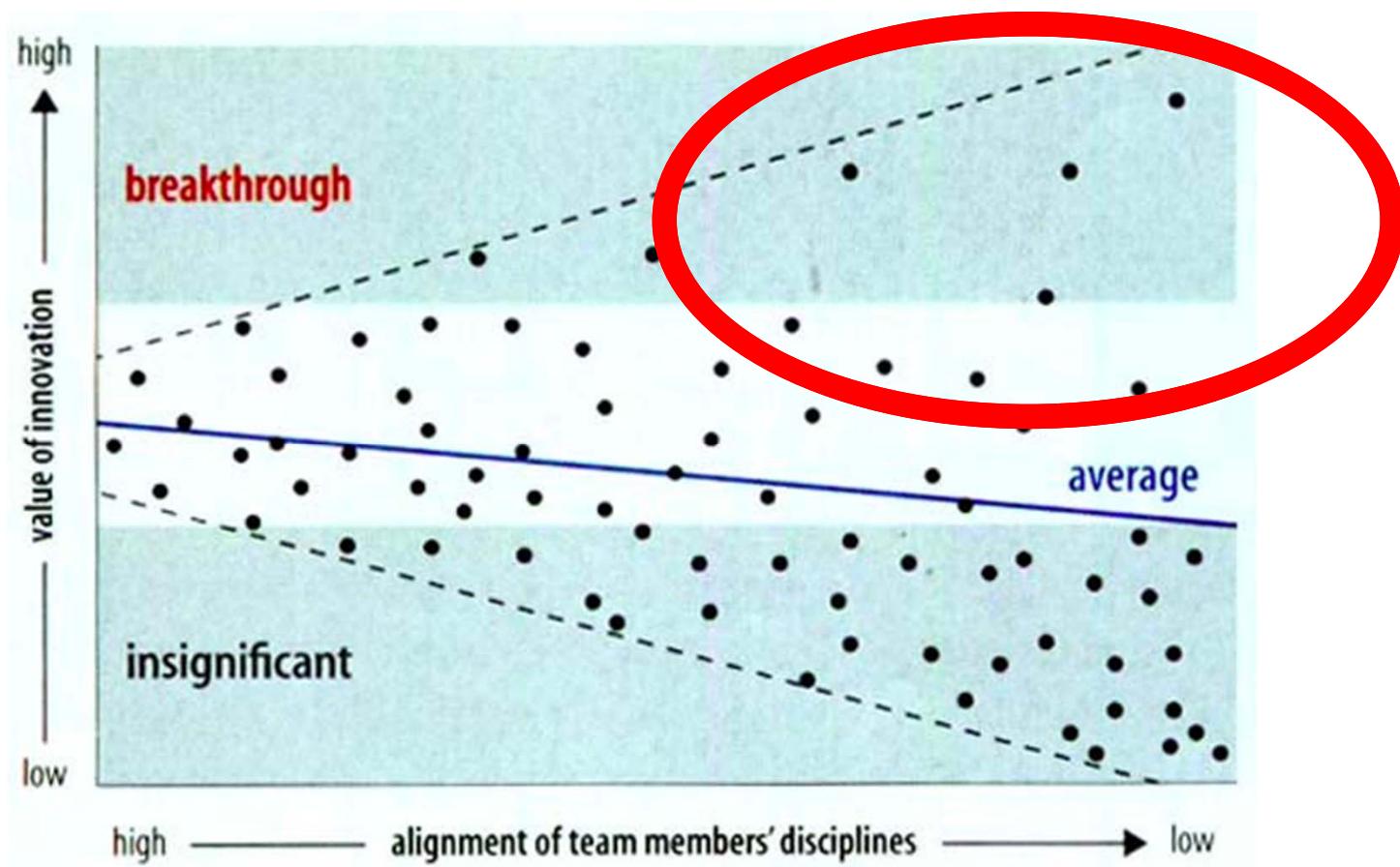
徹底的な協働

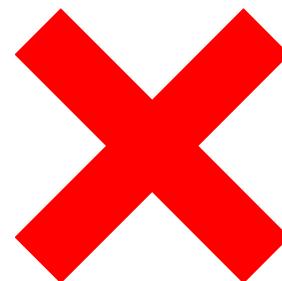


明快な仕事

# 7つの心構え

# 多様性とイノベーションの関係





今日ご参加のみなさま

グループ共有: 1人90秒

1. ニックネーム
2. WS参加の**理由・きっかけ**
3. 持っている**問題意識**

(仕事、学校、家庭、社会など)



# 慶應イノベーティブデザインスクール第2回ワークショップ 「世界を変える新規事業・起業のためのコンセプトビジュアライゼーション」

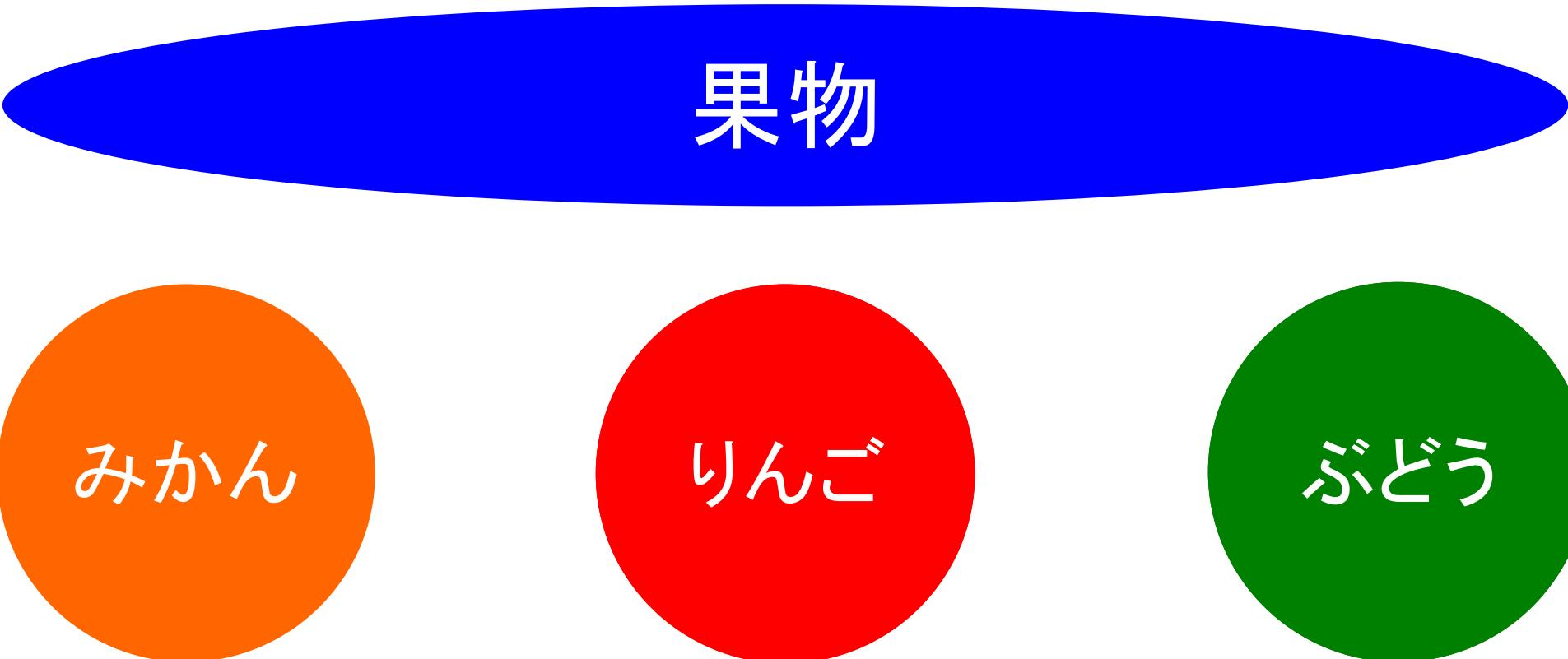
⇒10月7日(日)

コンセプトデザインのためのアイデア発想法



# コンセプトとは？

- Concept(中羅: 明確に捕まえられたもの)
- 概念(ある事柄に関する共通項)



果物

みかん

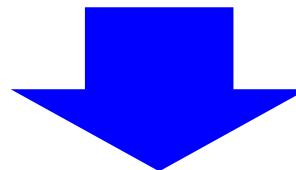
りんご

ぶどう

# コンセプトって役に立つの？

コンセプトがあると「やること」と「やらないこと」を区別できる

どこに資源を投下すべきかわかる



何を示すのか曖昧なコンセプトは  
そもそも「コンセプト」ですらない

# コンセプトデザインは リーダーシップのかぎ？

“the essence of strategy is choosing **what *not* to do**”

“Indeed, **setting limits** is another function of **leadership**”

Porter, M. (1996)  
マイケル・ポーター



参照: Porter, M. (1996). *What is strategy*

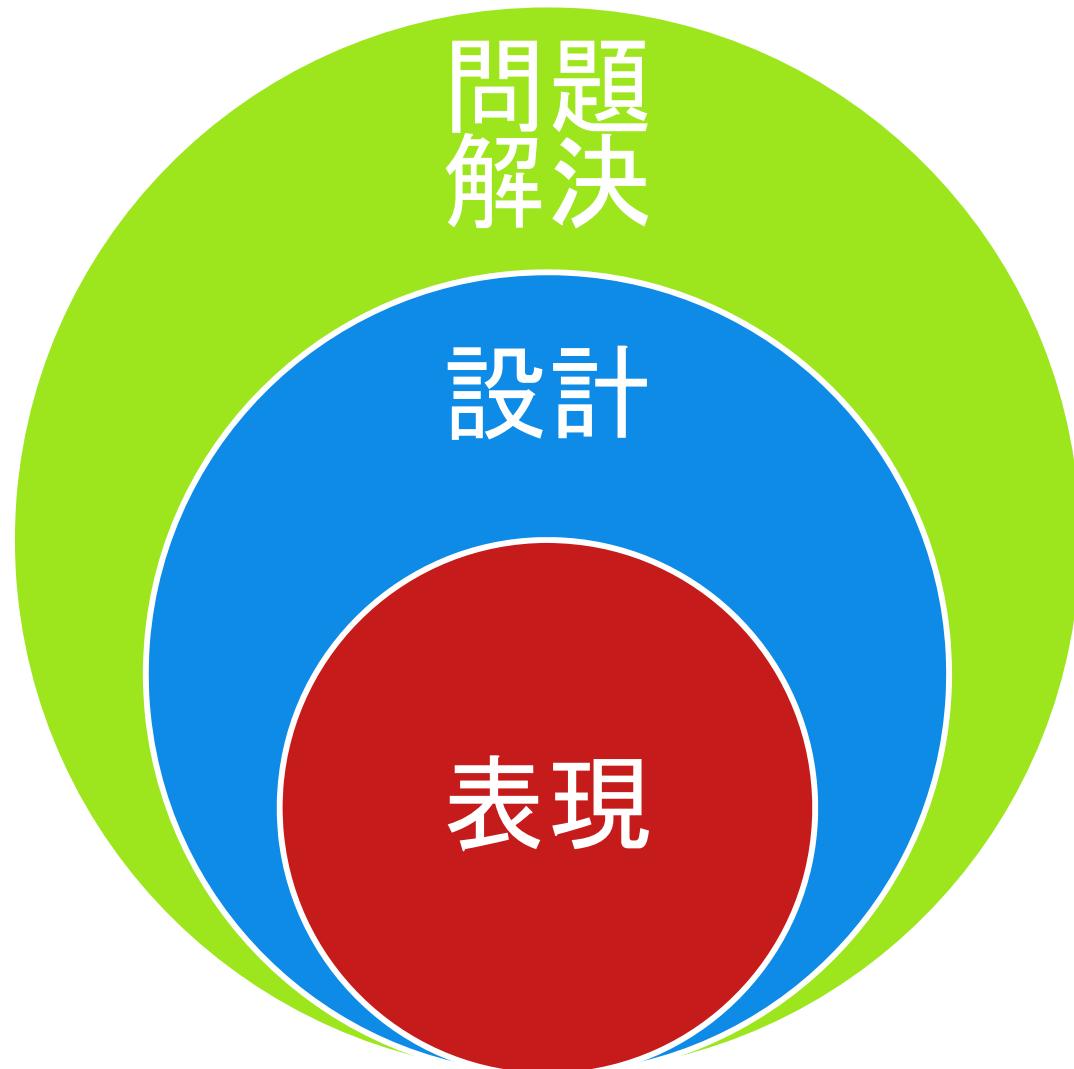
# 新製品が失敗する5つの理由

1. 企業が急成長を支えられない
2. 過剰広告
3. 「あいまいな製品」
4. 消費者教育の不足
5. 市場がない



# 3つのデザイン

1. 表現
2. 設計
3. 問題解決



参照:ノーマン (2004)『エモーショナル・デザイン』



1) 表現: 美



## 2) 設計 : 機能



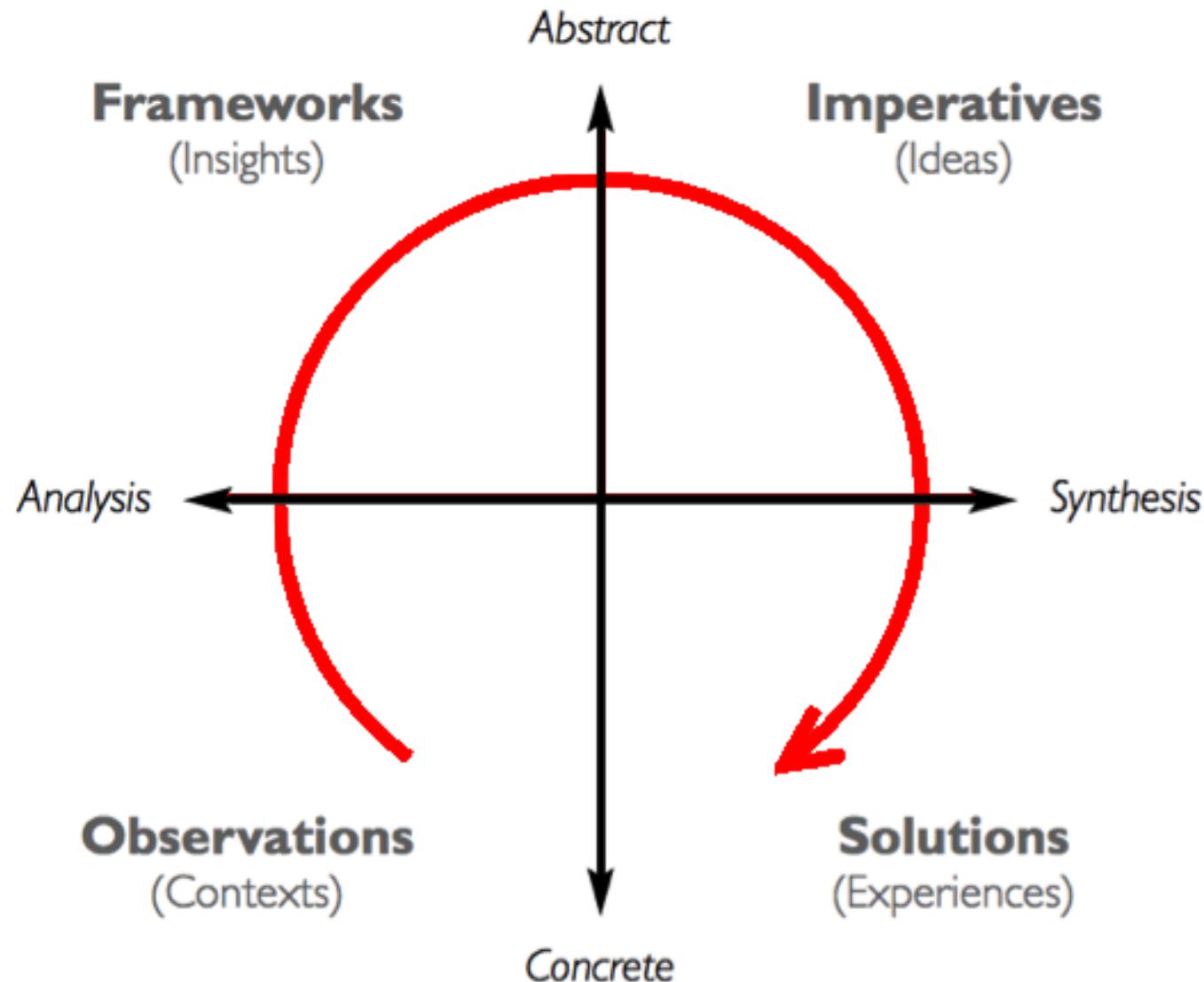
### 3) 問題解決：意義

# 3つのデザイン

1. 表現: 美
2. 設計: 機能
3. 問題解決: 意義

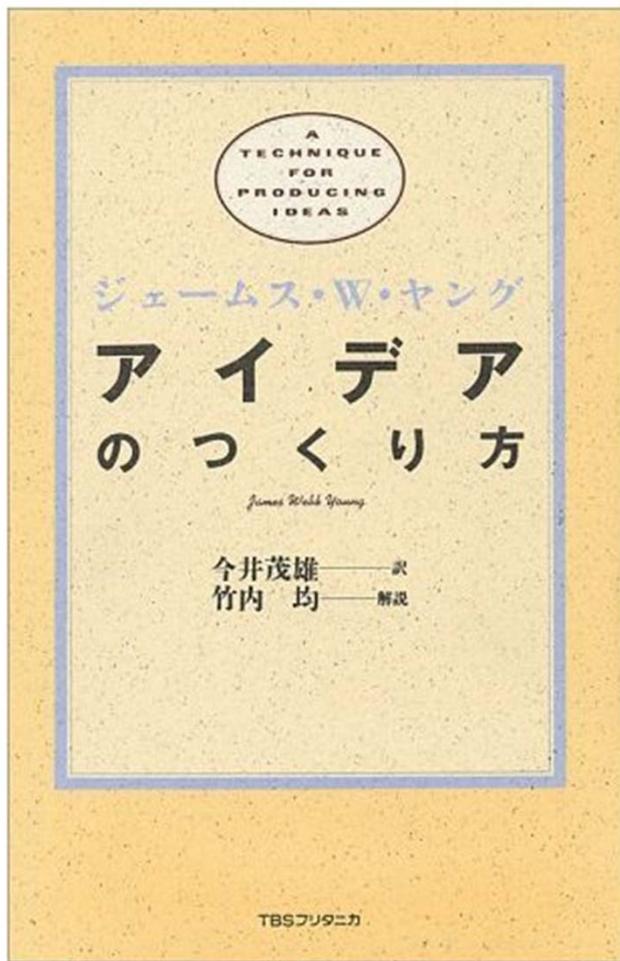
本能に訴えかける表現(美)と  
行動を促す設計(機能)により、  
より良い未来(意義)を生み出す

# 参考：イノベーション・プロセス



参照: Beckman, S.L. and Barry, M. (2007) *Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking*. California Management Review, 50, 25–56.

# アイデアってそもそも何？



「それぞれ違ったものの  
組み合わせ」

ジェームズ・ヤング

参照: J. ヤング(1988)『アイデアのつくり方』

# 鉛筆 × 消しゴム



# 21. 「〇〇してはどうか？」(p.26)



5分間:  
着眼点に対して、  
「〇〇してはどうか？」と提案しよう

出てきた質問を**直感**で3つ投票

## 23. ブレインストーミング (p.28)



1度に1つのトピック

荒削りのアイデア歓迎

質より量

視覚化

見出しを意識！

トピックから外れない

他人のアイデアに乗っかる

評価・判断を避ける

# 23. ブレインストーミング (p.28)



1度に1つのトピック

質より量

見出しを意識！

他人のアイデアに乗っかる

荒削りのアイデア歓迎

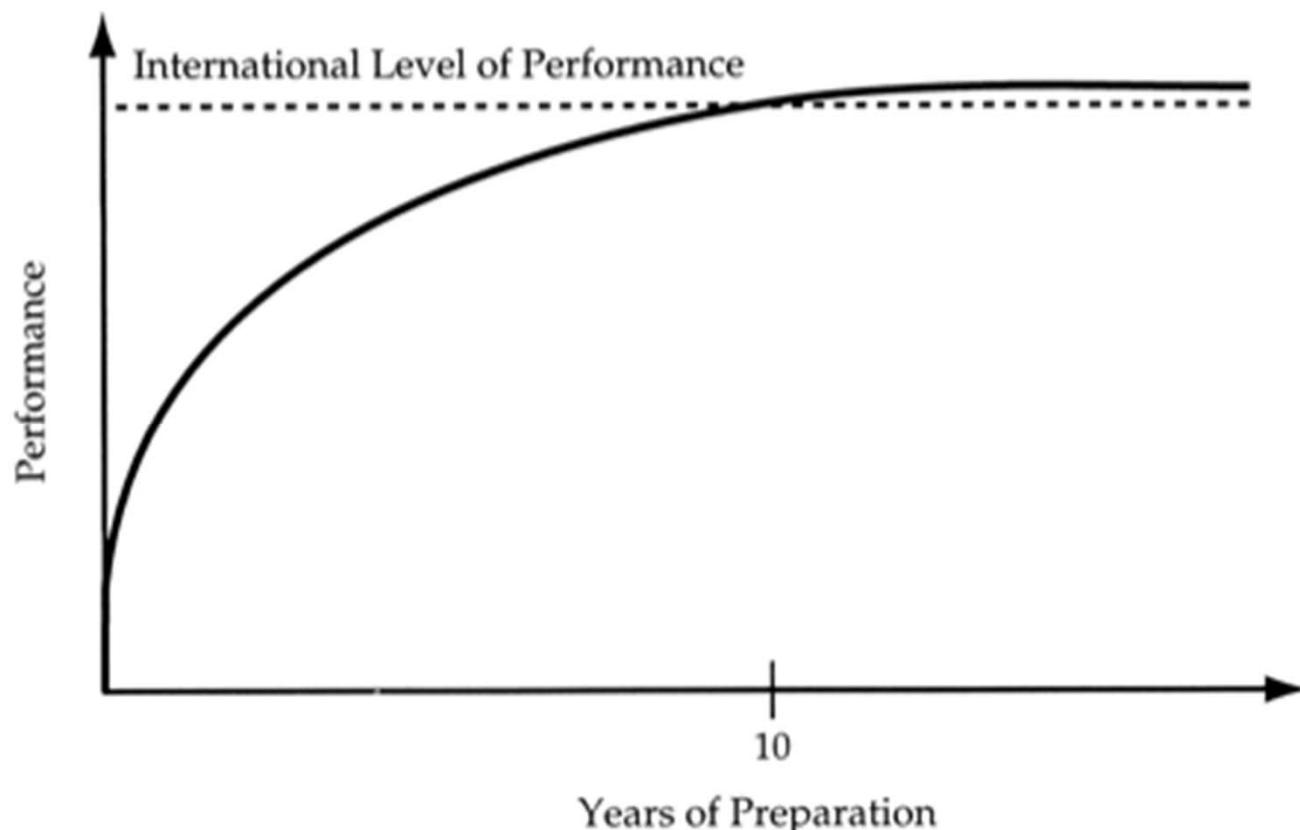
視覚化

トピックから外れない

評価・判断を避ける

# 1) 質より量

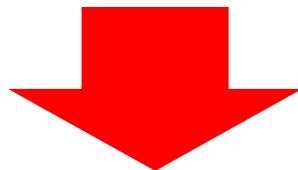
1万時間の法則



引用:Ericsson, K.A. (1996) The Road to Excellence

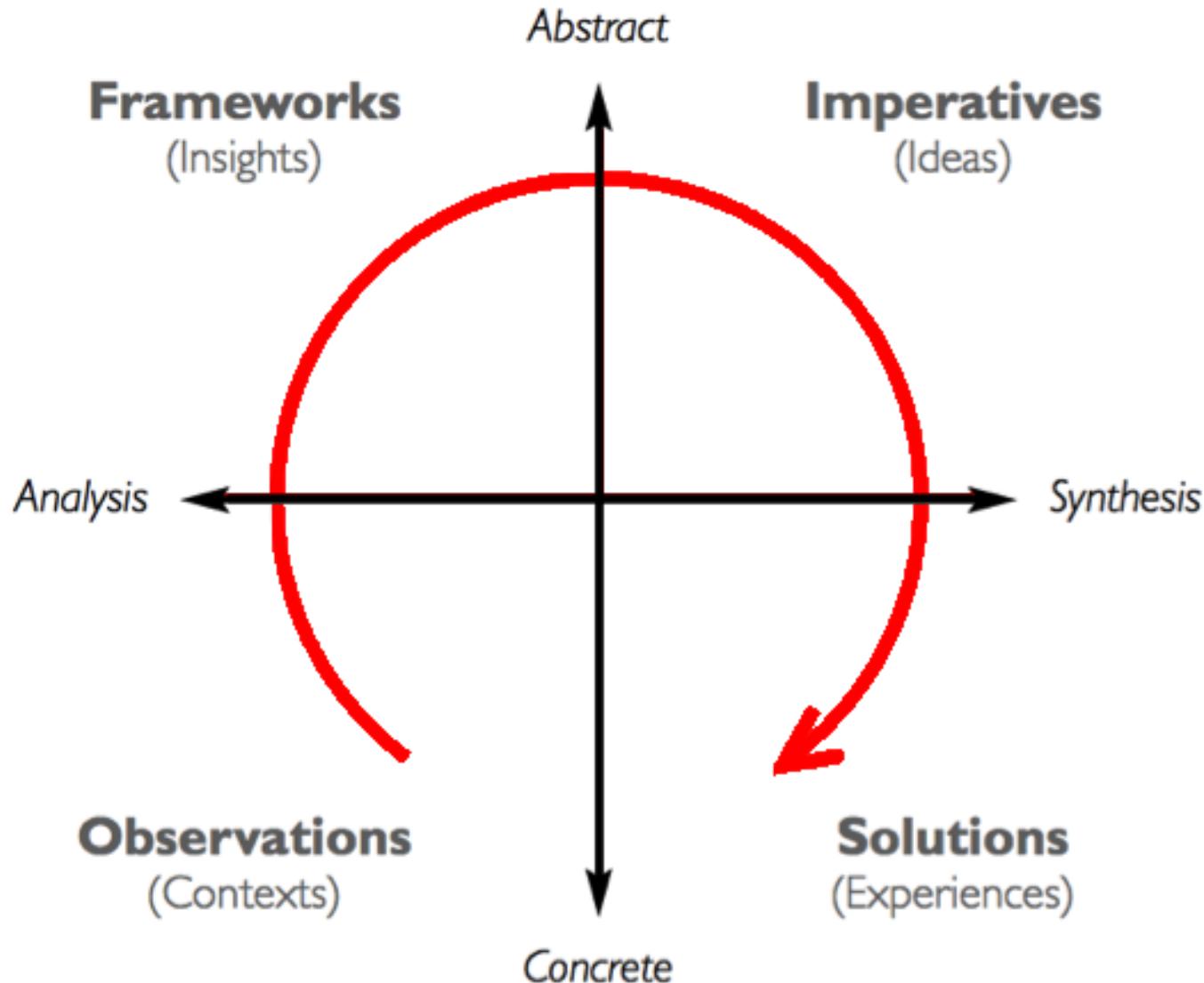
# 参考：年間の仕事時間

エジソン	6,500時間	18時間／日
本田宗一郎	5,500時間	15時間／日
キューリー夫人	5,000時間	14時間／日
稻盛和夫	5,000時間	14時間／日



エジソン並に仕事をしても  
芽が出るのは556日目

## 2) 評価・判断を避ける



参照: Beckman, S.L. and Barry, M. (2007) *Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking*. California Management Review, 50, 25–56.

# 23. ブレインストーミング (p.28)



1度に1つのトピック

質より量

見出しを意識！

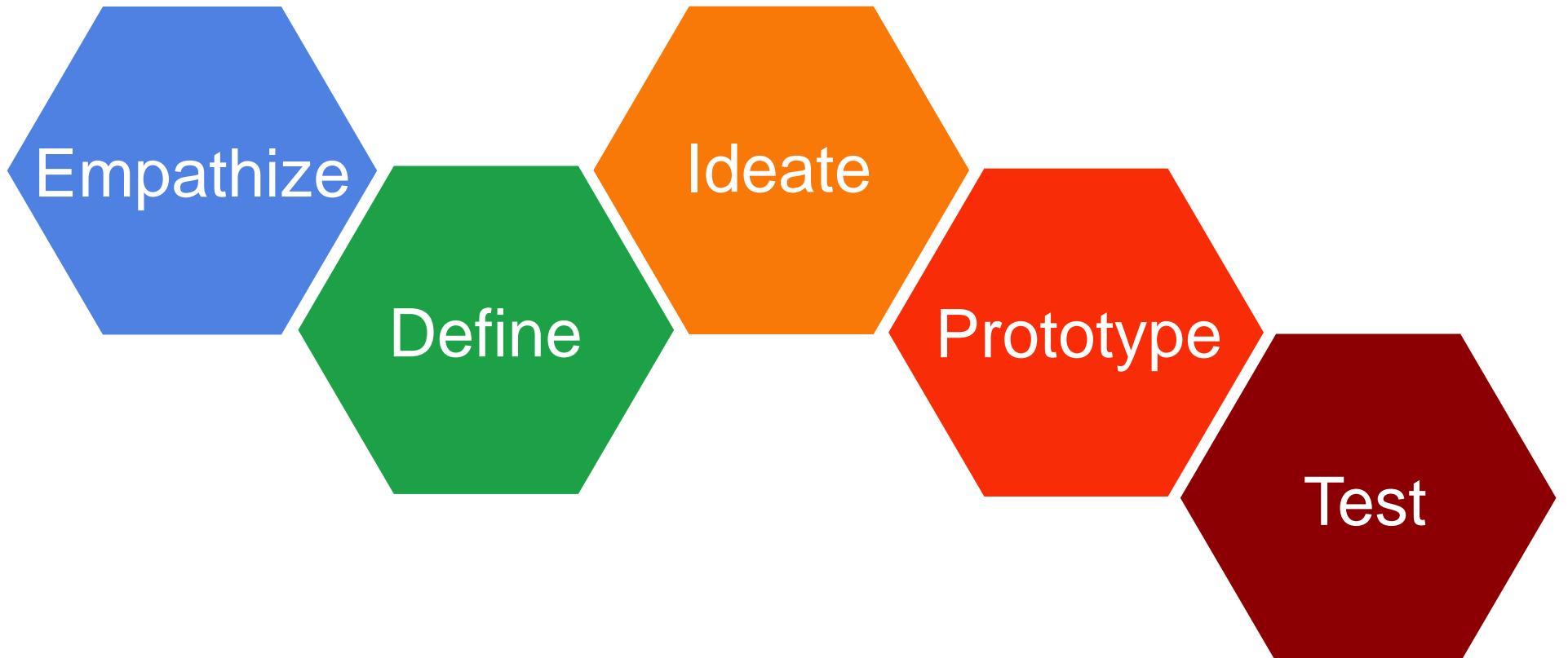
他人のアイデアに乗っかる

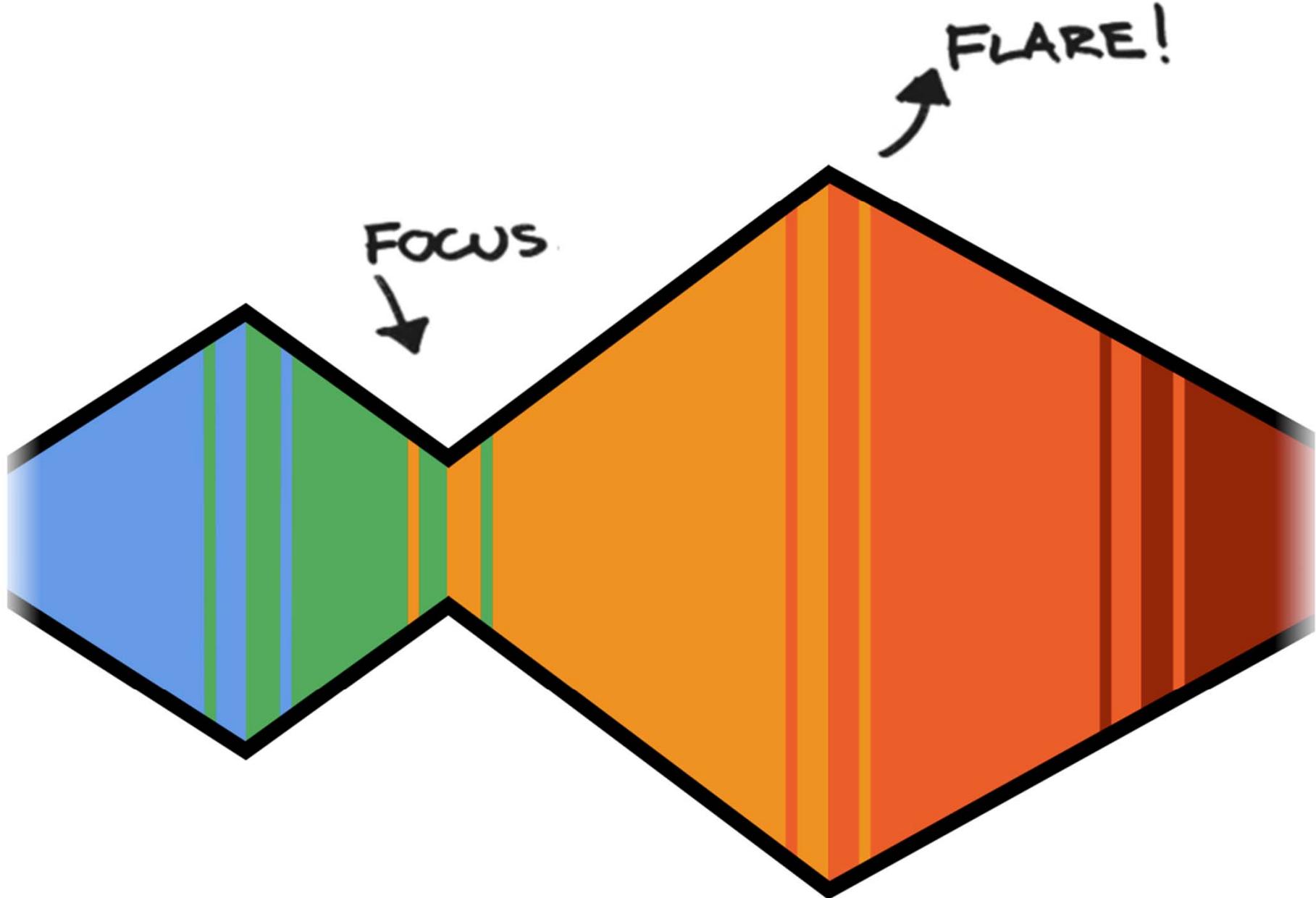
荒削りのアイデア歓迎

視覚化

トピックから外れない

評価・判断を避ける



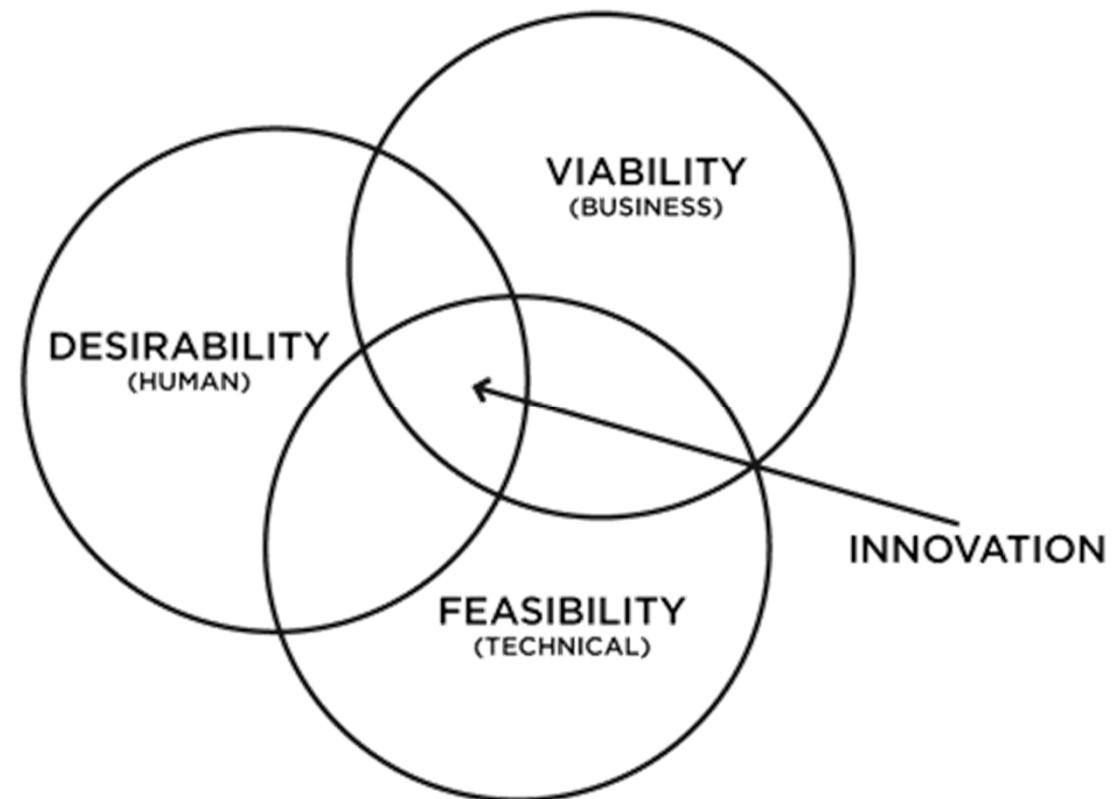


# 3つの評価基準 by IDEO

1)有用性

2)経済的実現性

3)技術的実現性



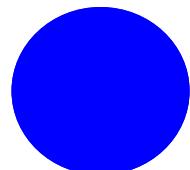
# 成功事例:wii



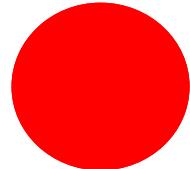
写真:Evan-Amos <<http://commons.wikimedia.org/wiki/User:Evan-Amos>>

# 25. アイデア選択(p.30)

3分間:



うまいきそうなもの(経済・技術)

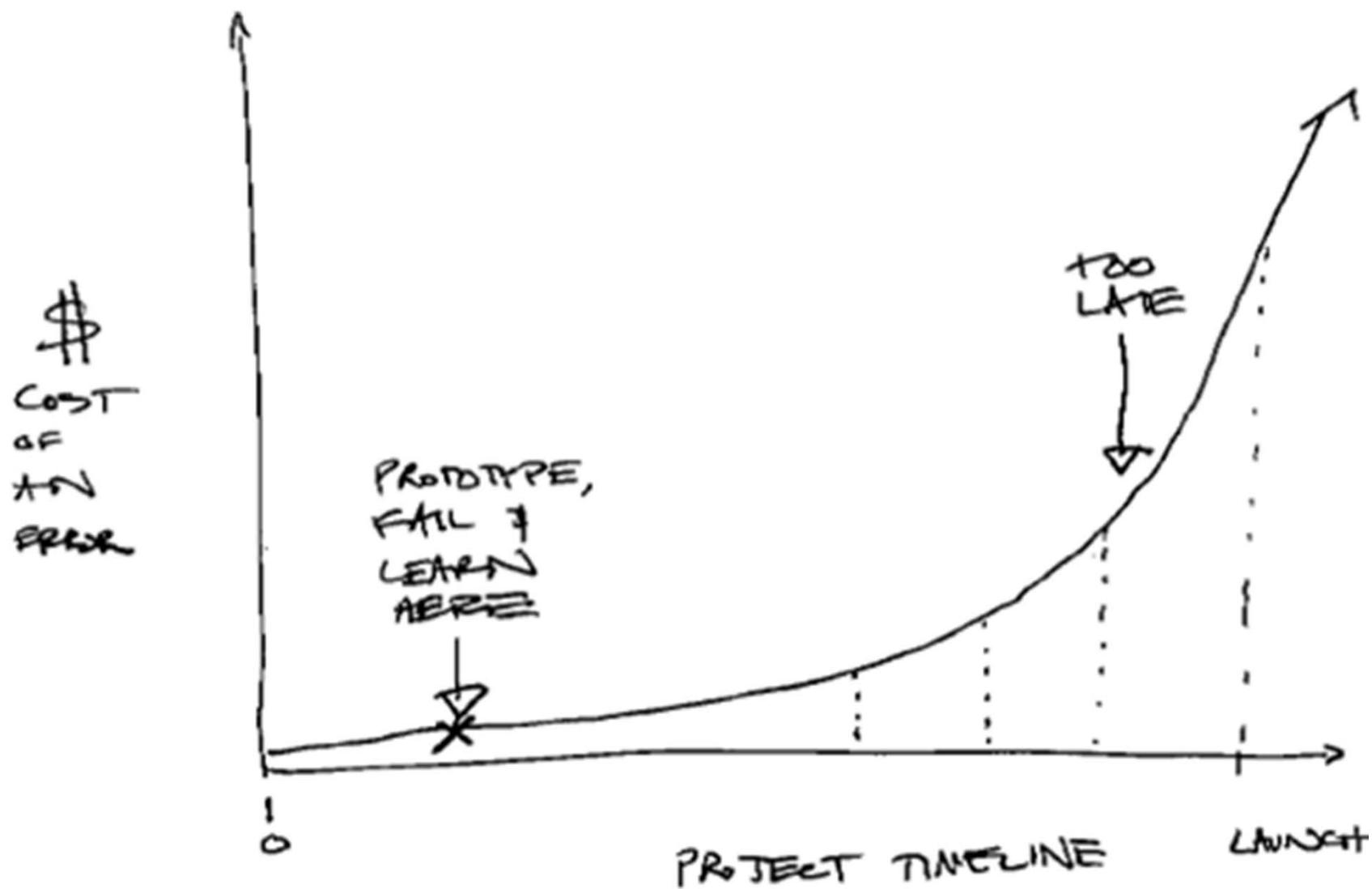


わくわくするもの(美・本能)



革新的なもの(新規・未来)

# 素早く失敗しよう





# 36. ストーリーテリング (p.41)

5分間で2分のスキット作り：

1. ユーザーの欲求
2. ユーザーの悩み
3. 悩みを取り除く解決策



# まとめ：デザインの秘訣

**Fail fast**

# 推薦書籍



# 参考文献・参考資料

1. Beckman, S.L. and Barry, M. (2007) *Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking*. California Management Review, 50, 25–56.
2. Ericsson, K.A. (1996). *The Road to Excellence: The Acquisition of Expert Performance* in the Arts and Sciences, Sports and Games. Lawrence Erlbaum Associates.
3. Evan-Amos <<http://commons.wikimedia.org/wiki/User:Evan-Amos>>
4. Fleming, Lee, Perfecting Cross-Pollination. Harvard Business Review, 00178012, Sep2004, Vol. 82, issue 9.
5. Hasso Plattner Institute of Design at Stanford (d.school). *The bootcamp bootleg*.
6. IDEO <http://www.ideo.com/about/>
7. Porter, M. (1996). What is strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61–78.
8. D. ノーマン (2004)『エモーショナル・デザイン』岡本明&安村通晃&伊賀聰一郎&上野晶子訳、新曜社
9. J. シュナイダー&J. ホール(2011)「新製品が失敗する5つの理由」『Diamondハーバード・ビジネス・レビュー』ダイヤモンド社、36(7), 142–147
10. J. ヤング(1988)『アイデアのつくり方』今井茂雄訳、阪急コミュニケーションズ
11. T. ケリー&J. リットマン(2002)『発想する会社!』鈴木主税&秀岡 尚子訳、早川書房
12. T. ブラウン(2010)『デザイン思考が世界を変える』千葉敏生訳、早川書房
13. 竹田陽一&柏野克己(2002)『小さな会社・儲けのルール』フォレスト出版
14. 溝上 幸伸(2008)『任天堂Wiiのすごい発想—技術競争を捨てて新しい市場開拓に成功』ぱる出版