

創造性を引き出す

ー1 創造性発現の現象と原理ー

Q1 課題:新しい団子派生商品の提案(別紙参照)

Q2 非創造的アプローチの例

Q3 特定すべきアイデアとは

Q4 創造性プロセスとは

Q5 創造性発現の原理とは;より創造性の高いアイデアを思いつくためには

Q6 創造的思考とは

課題：新しい団子派生商品

自身は、地元で中堅の土産物食品メーカーのマーケティング部に所属している。

その土産物食品メーカーの主力製品は、地元の観光名所にちなんだ団子商品（資源）。

その団子商品は、県内ではよく認知されているが、県外ではそれ程認知されておらず、土産物販売ランキングの中でも常に10位程度にある（環境）。

この団子商品の課題は、結局、他の地方にもよくある団子と大して変わらないことにある。すなわち独創性が足りない（課題）。

そこで、この団子商品の派生でありつつも、今のものよりもはるかに独創性があり、観光客（市場）の関心を強く引くようなものを開発したい。そして最終的には土産物販売ランキングの中でも常に上位に入るようなものとしたい。

そのような商品について、どのようなアイデアがあるか？



創造性を引き出す

ー2 創造性と認知ー

Q1 組み合わせの促進:概念結合とは

Q2 組み合わせの促進:アナログ転移とは

Q3 組み合わせの促進:心的イメージの合成

Q4 想起の促進:探索努力

Q5 想起の促進:文脈効果

Q6 想起の促進:カテゴリ還元

Q7 課題:新しい団子派生商品の提案(別紙参照)
概念結合、アナログ転移、心的イメージの合成などを用いて

創造性を引き出す

－3 創造性と社会性－

Q1 ブレインストーミングとは;そのルールとは

Q2 ブレインストーミングの原理と期待効果とは

Q3 ブレインストーミングの効果発揮の阻害要因とは

Q4 改良版ブレインストーミングとは

Q5 ビジョンング(バックキャストイング)とは;その期待効果とは

Q6 ビジョンングの際の3種の役割とは

Q7 ご自身がお持ちの、集団によるアイデア創出の課題とは何ですか？

創造性を引き出す

ー4 創造性と動機づけー

Q1 創造性発揮を促すためには

Q2 自己原因性とは

Q3 外発的でありながら、より内発的動機づけに近い効果を得るためには

Q4 有能感・自律性を持たせるための具体的方策は

Q5 フロー体験を得るために必要な条件とは

Q6 未来の想像が、現在の行動の動機づけとなる場合の条件とは

Q7 ご自身が、統合的外発的動機づけによって、教育効果を得た(あるいは損なった)と思われる経験はありますか?それはどのようなときでしたか?