

公立鳥取環境大学 公開講座2020
アイデアの出し方 ―創造性理論をもとに―

Q1 商品開発プロセスとは

Q2 アイデアはどこから？

Q3 アイデアは顧客から？

Q4 組織内からアイデアを出す場合:ブレインストーミングの効果と限界

Q4-1 ブレインストーミングの効果とは

Q4-2 ブレインストーミングの限界とは

Q4-3 ブレインストーミングの改善案とは

Q5 個人内からアイデアを出す場合:創造性発現の原理

Q6 個人内からアイデアを出す場合:創造性発揮の促進:組み合わせの方策とは

Q6-1 概念結合とは

Q6-2 アナログ転移とは

Q6-3 心的イメージの合成とは

Q7 個人内からアイデアを出す場合:創造性発揮の促進:想起の方策とは

Q7-1 探索努力とは

Q7-2 文脈効果とは

Q7-3 抽象化(カテゴリ還元)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？



課題：新しい温泉体験

自身は、県内の主要な温泉旅館のマーケティング部に所属している。

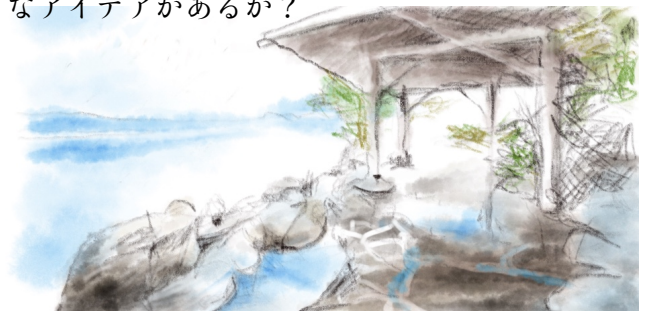
この温泉の特徴は、湖に隣接し、あたたかもその湖上に浮いているような体験が得れること。またその湯は疲労回復はもちろん、美肌にも良い成分を含んでいる（資源）。

しかし県の中心部からはやや離れており交通の便は良くない。また他の主要な観光地からも離れている（環境）。

この温泉旅館の課題は、その温泉の特徴をあまりうまく活かしておらず、他の地域の温泉と同じようなもので若干不便な寂れたところにあると思われていることにある（課題）。

そこで、この温泉の特徴を今よりもより積極的に意味づけし、観光客（市場）の関心を強く引くような温泉体験を開発したい。そして今よりもより多くの人に来てもらいたい。

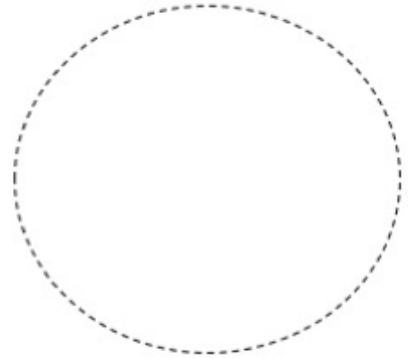
そのような旅館が提供する体験として、どのようなアイデアがあるか？



A 概念結合活用 演習

課題：現在の団子商品の派生でありつつ、今のものよりもはるかに独創性があり、観光客の関心を強く引くようなものとは？

「団子」 + 「 」 →



B アナロジー転移活用 演習

課題：この温泉の特徴（湖に隣接し湖上に浮くような体験、疲労回復、美肌に良い湯）をより積極的に意味づけし、観光客の関心を強く引くような温泉体験とは？

「例えば『この温泉』が、『 』のようであったならば、『 』」

