

テキスト仕事の技術①

「ブレインストーミングのやり方」  
基本編



株式会社バリスタ

<http://www.ballista.co.jp/>

ブログ「バリスタ通信」

<http://press.ballista.co.jp/>

内容に関するご意見、お問い合わせは [skipper@ballista.co.jp](mailto:skipper@ballista.co.jp) まで。

## ブレストのやり方:基本編

何を書いてある？:

●ブレインストーミング(略してブレスト)のやり方を必要最小限、コンパクトにまとめたものです。ブレストをやるのがはじめてに近い方は、取りあえずはこれで間に合うでしょう。

対象者:

●ブレストの進行役に指名されたものの、「そんなことやったことない！」と今あせってネットで調べてここにたどりついた方。

●ブレインストーミングと名の付く会議をしたことはあるんだけど、普段の会議と今ひとつ違いが出せずに困っている方。

…などなど、ブレインストーミング初心者の方々を対象にしています。

もし参加者の多くがブレストをあまりやったことがない方々なら、後でご説明する事前説明メモと一緒にこのテキストを配布してしまうのもいいかもしれません。

目次:

0. ブレストとは.....	p.3
1. ブレストの準備	
a) 事前準備.....	p.4
b) 会場の準備.....	p.8
2. ブレストの進め方	
a) ツカミ.....	p.10
b) スタート:.....	p.11
c) モリアゲ:.....	p.12
d) マツタリ:.....	p.13
e) マトメ:.....	p.14
3. 次回へのつなげ方	
a) 宿題:.....	p.15
b) 次回テーマ設定:.....	p.15

## 0. ブレストとは

ブレインストーミング(ブレスト)というのは、意外に歴史が古いもので、1930年代のアメリカで BBDO という広告会社の役員をしていた Alex Faickney Osborn(アレックス F オズボーン)という人が使い始めた言葉です。

ブレストの目的は、下に示すようなルールに従って議論を進めることにより、飛躍的なアイデアを「グループで」生み出すことです。普通はアイデアというものは一個人の頭から産まれることがほとんどですが、アイデアこそが商売のネタになる広告会社に勤めていたオズボーン氏は当時個人のアイデアというのに限界を感じていたのでしょう。そのために、グループでアイデアを生み出すためのテクニックを開発したのではないかと思います。

ブレストの基本原則には、以下の4つのことがあげられます。

### ①アイデアの量にこだわる。

アイデアの質を気にして発言を控えていては飛躍的なアイデアはなかなか出ない。質よりも量を追求することで、飛躍的なアイデアが出てくる可能性を高く出来る。

### ②批判をしない。

特定のアイデアに対してすぐに批判してしまうと、そのアイデアは育つ前に死んでしまう。芽の段階では批判は容易だが、育てていくにつれ堅牢なアイデアに育つかもしれないし、また批判されるのが嫌で発言を控える雰囲気になっては元も子もない。

### ③突拍子もないアイデアを歓迎する。

突拍子も無いアイデアは一見愚かな意見のように見えるが、参加者の頭の中や議論の方向性に刺激を与える。また、同じ組織や会社のメンバーは「絶対に」固定観念を持っているので、そこから離れたアイデアの芽は突拍子もないアイデアから生まれることもある。

### ④アイデアを融合させて改良する。

アイデアを数多く出すことに成功したら、それらの中から見込みのあるものを選び出し、融合させてさらにアイデアを良いものにする。この作業が単なる思い付きと継続的に育てていく価値のあるアイデアとを分ける。

これらはごく基本的な事項ですが、とりあえずしっかり頭に入れておきましょう。

## 1. プレストの準備

### A) 事前準備

プレストは、普通の会議以上に準備がとても大事です。そもそも会議の準備なんてしたことが無い、という方はココロしてこの部分を読んでください。準備なしでプレストなんか始めてしまうとマツタリした時間を過ごすことになってしまいますからね・・・

さて、では準備すべきことをあげていきましょう。

#### ① 取り組むテーマ(問題)の設定

最初にすることですが、ここが準備の中で一番重要なところです。プレストというと、なぜか広いテーマを設定したほうが自由闊達な意見が出やすいと思っている方が多いのですが、それは大間違い。「地球温暖化をとめるにはどうしたらいいか?」とか「わが社が今後成長するためには何をすべきか?」なんて広すぎるテーマを設定したら、思いつきや既に新聞やテレビで見たことのある意見がわんさか出てきて收拾がつかなくなるのがオチです。

プレストに結果を求めるなら、もっと絞りの効いた具体的なテーマにしましょう。絞りの効いたテーマであれば、参加者も何が求められているかはっきり理解できますし、司会者も進行しやすくなります。例えば、「地球温暖化をとめるのに役立つため、自分の家で毎日 3 分間だけ使ってできることは何か?」とか「わが社の利益を拡大させるために、1000 万円以下の投資で始められる新規事業は何か?」という程度には具体的で、かつ境界線のはっきりしたテーマを設定すべきです。テーマが広すぎるよりはちょっと狭すぎるかな?と思うくらいがちょうどいい、と思ってください。小さすぎてすぐにアイデアが尽きたら、プレーンストーミングの場でひとつずつ条件を変更したりゆるめたりしていけばいいだけです。

#### ② 事前説明メモの準備

さて、テーマの設定が出来たら、事前に参加者に読んで準備してきてもらうためのメモを作りましょう。何も準備がない状態でプレストをやっても駄目ですよ。参加者の頭の中で、そのテーマに関する準備運動が出来ていないとプレストの場では思いつきレベルのアイデアしか出てきませんからね。

事前説明メモに必要なことは、以下のポイントです。

##### a) 背景

なぜ、このテーマでプレストをする必要があるのか。プレストというのは飛躍的なアイデアを出すための場です。なぜ、ここで飛躍的なアイデアが求められているのか、その背景と、期待されていることを丁寧に伝えましょう。ここで伝えることが参加者のモチベーションを左右することになります。

b) テーマ

先ほど考えたテーマを、質問形式で書きます。「・・・は何か?」「・・・のための方法は?」などといった表現で。堅苦しい言葉で書くよりも、口語体で書いてください。堅苦しい表現は頭がリラックスするのに邪魔になります。ブレストは形式的な束縛をなるべく小さくして、自由な発想を引き出す必要があります。細かい点ですが、形式主義をなるべく取り除くように注意してください。

c) ブレストの日時と場所

もちろんどこでいつブレストを開催するかはしっかり伝えなければいけません。それはそれとして、ブレストにはいったいつ頃の時間帯が向いているのでしょうか? また、場所は? わざわざ休日に会社とは別の場所で行う人もいますね。日常性を取り除くという意味では正しい方法のようにも思えますが、ブレストを大げさに、特別なものとしてとらえ過ぎているように思います。あるテーマに沿ってブレストをやるなら、最低限、少なくとも週に一回はブレストを行い続けて、アイデアを育て上げる必要があります。ブレストは非日常の、一回こっきりのものではないのです。「ブレストの日常化」が結果を出すためには必要ですから、日常業務の中に組み込む必要があります。

とはいえ、頭が疲れていたり、他のことで頭が一杯だと自由なアイデアは期待できませんから、環境的に頭の切り替えをしやすい朝一番の時間、あるいは午後一の時間帯がいいのではないのでしょうか。(午後一番だとお昼を食べたばかりで眠くなるんじゃないかって? ブレストの進行でそんなヌルイことにはならないと思いますが、心配なら、眠かったら立ってもいいというルールにしとけばいいじゃないですか?) 夕方以降は頭も疲れて、エネルギーも残っていないでしょうから避けた方がいいでしょう。ブレストには頭を働かせるのに相当のエネルギーが必要なんです。従って、あまり長時間かけてやるのもおすすりできません。1 時間から 1 時間半程度が妥当な時間なのではないかと思ひます。

また、場所については普通の会議室で OK です。ただ、後で説明するように小道具は用意しましょう。理想的には毎日ブレストする習慣をつけるくらいが望ましいので、場所選びに頑張り過ぎる必要はありません。

d) アイデアの例

さて、メモの最後に忘れてならないのは、アイデアの例を挙げておくことです。背景とテーマ(質問)だけ投げかけておくだけでは、こちらの期待を伝えるにはまだちょっと不十分です。事前にアイデアの例をいくつかあげておけば、どのようなレベルで準備をしてきてほしいかがより正確に伝わります。ただ、ここは参加するメンバーの知識や経験のレベルとかけはなれた例を挙げると逆効果になりますので、慎重に考えてください。

少なくとも、ブレスト実施の 3 日前までにこのメモを参加者に配布しておくようにしましょう。事前に頭の中にタネをまいておくために。そしてくれぐれも、「自分のアイデアはこれこれです」といって資料をまとめてきたりしないように、釘を刺しておくことをお忘れなく。それじゃブレストが報告会になってしまいます。資料をまとめてくれるなんて、確かにエライ！賞賛すべきことではありますが、資料にまとめた瞬間に頭は固くなってブレストの目的である飛躍的なアイデアの創出には逆効果になってしまうんです。ご注意を。

### ③メンバーの選定

ブレストはアイデアの数を重視します。でも「よし、そんなら人数が多いほうがいいな！」と考えるのは早合点です。ブレストで許容できるのはどんなに多くても 10 人まで、と考えておいてください。(それ以上の人数を集めて行う場合もありますが、その場合はグループ分けしてコンペ形式にするなど、別のテクニックがあります。それは応用編でも難しいレベルの話なので、ここでは忘れておきましょう。)

メンバーはこのような構成がおすすめです。

#### a) インサイダー

テーマに関する豊富な知識と経験を持ち、実績をあげている人。自ずと問題点に対する理解や洞察も深くなっているはずですし、現状をどう改善していくべきかというアイデアを持っている可能性も高い人たちです。

#### b) アウトサイダー

テーマに関してインサイダーほどではないけれど、多少は知識がある人。ただし、自分がそのテーマに関わることに責任を負う立場ではなく、主要な業務としているわけでもない人。インサイダーが現状改善的な発想をするのに対し、このアウトサイダーの人たちはいわば「無知であるがために」突拍子もない飛躍的なアイデアの発火点を提供してくれる可能性があります。インサイダーだけでメンバーを構成してしまうと、どうしても飛躍的な発想よりも漸進的な発想に偏りがちですから、彼らの「無知の恵み」を活用しましょう。もちろん彼らにはインサイダーとは違った役割が求められていることをしっかり伝えておいてください。でないと特にシャイな日本人は無言になってしまいます。

#### c) 取りまとめ役

・ブレストを取り仕切る進行役  
・出てくるアイデアをポストイットやホワイトボードに書き出していく書記役  
慣れてくるとこの二つを一人で出来るようにもなりますが、最初は分けておいたほうが無難でしょう。

インサイダーとアウトサイダーの人数をどのように配分するかは、正直言ってケースバイケースで常に正しい答えはないのですが、アウトサイダーの人数が少なすぎるとインサイダーに対して萎縮してしまい、無言になってしまうため、少なくとも2人は必要です。アウトサイダー側が無言になってしまった場合は進行役がアウトサイダーの立ち位置になって率先してアウトサイダー的発言をすることで、発言しやすい状況を作ってあげてください。

#### ④ブレスト中に使う問いかけリストの作成

ブレストをやっている間ずっと参加者が活発な意見を出し合ってくればそれに越したことはないのですが、そううまくいくことはありません。どこかで「無言の時間」がふっと現れます。そんなときには進行役の方が何かきっかけを与えてあげる必要があります。例えば、「これまで製品の機能をどうするか、という視点でアイデアを出してもらいましたが、競合先からの真似のし易さ、という切り口で見ると、どうなのでしょう?」「このアイデアとこのアイデア、足し合わせるともっと魅力的になりそうな気がするんですが、どうやったら余りコストをかけずに実現できるのでしょうか?」といった、アイデアを誘発するような問いかけをあらかじめリストにしておくと、進行役の人にとっては強力な武器になります。

## B)会場の準備

準備としてもうひとつ、忘れてならないことが会場の準備です。日常業務にプレストを組み込むことが重要なのは前にご説明しましたが、そうすると会場はいつも使っている会議室、あるいはオフィスやお店、工場や教室の片隅ということになります。これでは日常から離れた発想なんかできない?いや、大丈夫です。必要な小道具と、頭をやわらかくするための小道具を用意すればそこは十分プレスト向きの空間になります。

### a)必要な小道具

プレストに最低限必要な小道具は準備しておきましょう。もし持っているなら、プリントアウトが出来るホワイトボード、これは便利です。プリント機能がないホワイトボードでもまったく問題はありませんが、そのときは大きめのポストイット(付箋紙)か、B5かA4くらいの紙(もちろん裏紙で結構!)とメンディングテープ(粘着力の弱めのセロテープのようなもの。なければセロテープでいいです)を用意して代用しましょう。これらは出てきたアイデアを書き留めるのに使います。なお、アイデアを書き留めるときには、細くて読みにくいボールペンや鉛筆ではなくて太く書けるマーカーを使いましょう。

アイデアをまとめあげていくときには、ホワイトボード上で(なければA3くらいの紙を用意して)アイデアの間の関連性を線で結んだり、見落としていることがないか、アイデアとアイデアを結び付けられないかといった作業をして、参加者の発想を刺激したり、議論の方向付けをしたりします。

### b)頭をやわらかくするための小道具

受験勉強のときなど、集中しているときにシャーペンをクルクルまわしたり、指で机をはじいたりする癖を持っている人、いますよね?中にはそういう癖がなくて、沈黙考型の人もいるかもしれませんが、手を動かしながらとか、歩き回りながらとか、そうした身体的動作を伴いながらのほうが集中して考えられる、という人は相当多いように思われます。プレストは、まったく新しい発想を引き出すのが目的です。新しいことを考え出すのは、非常にエネルギーを必要としますし、集中して考える必要があります。社会人としては手遊びなんてもってのほか!と思われるかもしれませんが、プレストの間くらいは勘弁してあげてください。

また、そうした手遊びなどをしながらの方が考え事をするのに向いている方は、遠慮なく手遊びしてください!とはっきり伝えておきましょう。結果第一なら!

手遊びグッズ例:ルービックキューブ、知恵の輪、トランプなど。音が出るものやビー球のようにどこにいくかわからないものはパスしましょう。

さて、取りあえずの準備は以上です。事前準備だけでゲップが出そうですか?いやいや、本番で

気まずい思いをするくらいなら、十分時間を使って一個一個片付けることが出来る準備で面倒な思いをしといた方がなんぼか楽です。面倒がらずにやってみましょう。慣れてくれば短時間で要領よくできるようになりますから！

## 2. プレストの進め方

### a) ツカミ:

普通の会議では、まず議長が「本日はお忙しい中ご参集いただき有難うございます・・・」なんて堅い口上から始まって、エライ人からのお話が続いて・・・という流れになるのでしょうか。そういう会議は、形式を大事にしたものですよね。こうした会議は、指示伝達とか情報共有といった目的で行うのでしょうか、「形式」は極端な表現かもしれませんが、アイデアを生み出すためのプレストにとっては百害あって一利なし！といっても過言ではありません。

プレストでは、参加者の方が多少なりとも抱えている警戒心や、自分よりエライ人に対する遠慮、自分より目下の人や経験の浅い人に対する「どうせよくわかっていない」という先入観は邪魔になります。ことアイデアを出すという点においては、先輩も後輩も、上司も部下も、インサイダーかアウトサイダーかも関係ありません。先輩、上司、インサイダーは物事をよく知っているがためにアイデアの幅が限られていることがほとんどですから、後輩、部下、アウトサイダーの突拍子もない意見を頭から否定するのではなく、取りあえずこの場では「そういう考え方、ものの見方で見たら、自分は固定観念にしばられていたのではないか？」というきっかけを与えてくれるものとして見て欲しい。また、後輩、部下、アウトサイダーの人は物事をよくわかっていないからこそ固定観念にしばられないアイデアを出すことが上司、先輩、インサイダーの発想を刺激することが出来る、ということをまずはきちんと参加者に伝えてください。参加者全員がお互いを尊重して、それぞれがそれぞれの役割を果たしてこそ、プレストはうまくいきます。(余談ですが、うまくいったプレストは「気持ちいい」ものです。参加者の間でお互いを見る目が変わり、高揚感を感じる事が出来る、そんなプレストを経験すると、病み付きですよ。ホントに。)

そうそう、アイスブレイク(氷を溶かす)という手法を聞いたことがある方もいるかもしれませんね。会議を始める前にゲーム的なことを皆でやって、リラックスして会議に臨むという方法です。参加者がみんなプレストをやるのが初めて、だとか、顔をあわせるのが初めてに近い、という場合なら、やってみるのもいいでしょう。ただ、これは仕切る技術によって効果が変わってきますので、進行役の方がやりたい！と思わないのであれば、無理してやることはありません。余りテクニクに走り過ぎないように注意してください。

b)スタート:

さて、いよいよプレストを開始しましょう。まず大事なことは、事前説明メモのおさらいです。背景とテーマを皆さんの前で再確認しましょう。

そして次に、このプレストのゴールを何に置くのかを決めます。ゴールとは、次回につなげるための区切りとして、ここまでは議論を進めるぞ！という目標のことです。テーマに完全な回答を出すのではなく、例えば「アイデアを 30 個出し、その中から見込みのある案を3つに絞る！」というのでもいいですし、「見込みのある案をひとつに絞って、ラフなものでいいからプロトタイプ(素案)を作る！」というのでもいいです。ゴールは 5 分間とか、時間を限定して皆で合意したものを設定します。(私がもしプレストの進行をするならば、決められたテーマに対するプロトタイプ(素案)を作ることをゴールにします。プロトタイプといってもそれほど詳細なものが必要なわけではありません。次回のプレストまでに参加者の皆がプロトタイプの改良や落とし穴がないかなど、色々なことを考えるのに必要な叩き台が出来ればそれでいいのです。こうしておけば、プレストを繰り返すごとにテーマが絞れていきますから、アイデアを育成するのが容易になります)

ゴールが決まったら、ホワイトボードなどの右上に、枠を書いてその中にテーマ(質問)と並べてゴールを書いておきます。これはプレストが終わるまで消しません。ずーっと目につくところにおいておくことで、進行がしやすくなります。

c)モリアゲ:

さあ、アイデアを出し合いましょう。誰に口火を切ってもらいましょうか？自発的に誰かがアイデアを出してくれれば楽なのですが、シャイな人が多いといきなり無言の時間に入ってしまうかもしれませんし、逆にひとりだけが話し続けて他はダンマリ、という状況も好ましくありません。じゃあ、席順の時計回りに、あるいはその反対方向に順番に発言してもらいますか？

ご冗談を。それじゃあなたが進行役になる必要はないですよ？なんのために皆の前で立っているんでしょう？ああ、言い忘れましたが、慣れないうちは立ったまま進行しましょう。座っているのは参加者の表情や視線の動きを追うのは難しいものです。(私はおそらく 1000 回以上進行役をやっていますが、それでも怖くて立ったまま進行してます。)誰に口火を切ってもらべきか。立場が上の人か、それとも逆に一番の若手か？残念ながらそうした立場上の見方からは、判断はできません。

そんなことは忘れて、ざっと参加者の顔を見て下さい。誰が進行役のあなたの方を見ているか。誰が協力的か。落ち着いて、彼らの表情を見て下さい。もし誰もあなたの方を見ていなかったら、口火を切るのはあなたです。進行役なんだからアイデアを出してはいけないなんていうルールはありません。あなたのアイデアを出だしとして皆の発言を促すのですから、大したアイデアでなくたってかまいません。もし誰かがこちらを見ているのなら、その人に水を向けてみましょう。その人の話し方がたどたどしくても構いません。説明がうまくなかったとしても、説明がひと段落したところで進行役のあなたが「それは、こういうことですか？」と別の言葉でまとめてみて、問いかけをしてみてください。そうすることで相手の頭の中も段々クリアになってきますし、他の参加者の頭も働き出します。

進行役にとってまず大事なものは、皆の頭の中にあるエンジンに点火して、エンジンを回し続けることです。アイデアを集約したり、議論の方向をコントロールしようとするのはその後の話。だから参加者の表情や視線、しぐさをよ〜く見て下さい。プレストにのめりこめているかどうかは、発言内容ではなくそういったところに出てきます。のめりこめていない人を見つけたら、その人に問いかけをしてみましょう。なぜあなたがその人をプレストのメンバーに選んだのかを忘れずに。一部の参加者だけで議論を進めるのは、進行役としては楽でしょうが、それはプレストの可能性を狭めていることでもあるんです。(細かいことを書くと他にも色々あるのですが、基本編ですからこのへんで。)

d) マツタリ:

ブレストは頭を使う、多大なエネルギーを必要とするものですから、スタミナ切れになることもあります。また、ある切り口でのアイデアが集中して出て、それ以上は同じ切り口でのアイデアが出てこない、ネタ枯れもあります。あるときフツと誰からも発言が出なくなる沈黙の時間、ここは進行役の出番です。

スタミナ切れもネタ枯れも、一生懸命頭を使った結果、頭が凝り固まってしまうために起こります。そういうときに再び議論を活性化させるためには、これまでの切り口とは別の切り口で考えられないか問いかけてみたり、出てきた複数のアイデアを融合させることは出来ないか?と問いかけてみたりして、参加者の頭を刺激してあげる必要があります。事前準備のところで、問いかけリストを作っておきましたね?あれを使うのはこのタイミングです。

e) マトメ:

後付けになってしまいましたが、メンバー選定のところで上げた書記役の人は、ここまでに出たアイデアをとにかく書き出してあるはずです。それをポストイット(付箋紙)なり裏紙なりに書いて、ホワイトボードに貼り付けるか机の上に(別に床の上でもいいです)並べて、皆の目に見えるところに並べておきます。

マトメに入るのにいいタイミングというのはいつでしょうか? 議論が出尽くしてマツタリしたとき? いいえ、そうではありません。それではなあなあなマトメにしかありません。むしろ議論は活発なだけけれども、その議論の方向がキュッと絞り込んでいるときにチャンスです。マトメ自体にもエネルギーが必要ですから、勢いがある時を狙ってマトメにかかりましょう。

ブレストのスタート時点で、ゴールを設定していますね。マトメに入ろうと思ったときには、参加者全員でゴールを再確認しましょう。そのゴールに向けて進むのに、どういう段取りで進めていくか。進行役のあなたから、案を提示してください。そして参加者から意見を聞き、3分以内に段取りを決めてください。だらだらと時間をかけてもムダです。ちなみにここでいう段取りとは、例えば「色々出たアイデアをグルーピングして、類似のアイデアにまとめるのに5分、その中からどういう基準で絞り込むかを決めるのに15分、その基準に基づいてアイデアをふるいにかけるのに10分かけて、最終的に3つに絞り込む」といったものです。(プロトタイプを作る場合はもうちょっと複雑なのですが、基本編ということで割愛。)

あとはこの段取りに沿って進行していくのですが、進行役は、ここまでは主に参加者からアイデアを引き出すのに集中してきました。ここから先は参加者が納得しつつ合意形成を行う、これを促進する役割への切り替えが必要です。(合意形成の方法についてはまたいずれ別に説明したいと思います。)ここでも参加者の表情やしぐさといった、感情を表すものへの注意を怠らないように注意しましょう。言葉に出す発言だけを見ていても納得してるかどうかは判断できませんからね。もし「では、〇〇ということでもいいんでしょうか?」と問いかけたときに視線をそむけたりするような人がいたら、すかさず「なにか見落としていることはないでしょうか、権田原さん?」と問いかけてみましょう。せっかくマトメで次へつなげようとしているのに、腹の中では納得できていない人をそのままにしておくのもったいないことはしないようにしたいですからね。

### 3. 次回へのつなげ方

#### a) 次回テーマ設定:

マトメが出来たら、次回に向けたテーマ設定もさほど難しくはないはず。ポイントは、より絞りの効いたテーマにすることです。例えば初回のプレストで見込みのありそうなアイデアを3つに絞ったのなら、次はそれらの中からひとつに絞って深掘りするか、それともその3つそれぞれをもっと深掘りして比較するか、など、次のステップは割りと簡単に設定できるでしょう。

第一回目のプレストから徐々にテーマは絞り込まれていき、最終的に新しい製品やサービス、ルールや企画の土台を形作っていくはず。そこまで持っていけないのであればそもそもエネルギーも時間も必要なプレストをわざわざする必要はありません。だから、プレストは一回で終わるものではなく、継続してテーマを徐々に絞りこみながら具体的な成果に結び付けていくものだ、ということを忘れないでください。

#### b) 宿題:

今回のプレストに向けて、参加者にどういう準備をしてきてもらえばいいのか？これこそケースバイケースなので一概には言えないのですが、参考までに例をあげておくことにしましょう。もちろん次回のテーマを何にするかに影響されます。

例:

次回テーマ

宿題

- ①「3つの候補をひとつに絞って深掘りする」 → 「絞り込む基準は何にすべきか？」  
「自分の基準に従うとどの候補がベストか？」  
「ベストな候補を改良する方法は何かがあるか？」
- ②「このアイデアを市場に出せる商品にするために何が必要か検討する」  
→ 「紙粘土やダンボールでいいからモックアップを作ってみる」  
「そこで気づいた不具合や新しいアイデアは？」  
「市場に出せるレベルにするのに何が必要か？」

著作者: 株式会社バリスタ <http://www.ballista.co.jp/>

Copyright by Ballista Corp. All rights reserved.

お願い:

- この PDF ファイルを同僚、知人の方に転送するなど、共有いただくのはまったく問題ありません。使う価値があるとお考えいただいたらどんどん活用してください。
- でも、この PDF ファイルの中身を改変はしないでください。著作者表記をはずしたり、表紙などを外して(株)バリスタの著作物とわからないようにしたり、本分を変えたり・・・といったことはなさないでください。悲しくなります(T\_T)。
- ご感想、ご意見を [skipper@ballista.co.jp](mailto:skipper@ballista.co.jp) に送っていただくと励みになりますのでよろしければおねがいします。「こんなテーマのテキストが欲しい」というご要望も大歓迎です！

=====MindCard パーソナルブレインストーミングツール=====



不況になればなるほど、使えるアイデアの価値は上がります。  
「でも、アイデアの出し方なんて教わったことがない!!」そんなあなたに。



SCAMPER 等の発想法をビジネス向け  
にアレンジし、コンパクト化。

36 枚のアイデア発想促進カード  
(ステンレスケース入り) +  
ブレストの準備・アイデアの評価マップ  
(1GBUSB メモリ同梱) で、¥3,800 (税込)

MindCard (マインド・カード) のご購入・ご質問は

<http://www.ballista.co.jp/mindcard>