

## 発想のアイデアとしてのインサイドボックス

～ 制約の中でアイデアを生み出す ～

商品開発では、みんなが「あっ!」と驚くようなものを作り出したい、と思いがちです。しかし、ヒット商品のほとんどは、まったく新しい発想と今までになかった技術で作られているわけではありません。ボイドとゴールデンバーグは、過去のヒット商品を分析する過程で、ヒットのアイデアは制約された、まるで箱の内側で生み出されていることに気がきました。

制約された枠の中でアイデアを探すアプローチには、次の5つのテクニックがあります。

- ①引き算…しばしば革新的な製品やサービスはなんらかの要素を取り除くことによって生まれる。製品やサービスに欠かせないとみなされていた要素を取り除くケースが多い。旅客航空サービスからさまざまな機内サービスを引き算して生まれたのが格安航空会社。従来型のヘッドホンから耳カバーを取り除いたのがイヤホン。アップルはスマートフォンのiPhoneから通話機能を削除することによりiPodタッチを開発した。
- ②分割…既存の構成要素を分割し、一部を分離して用いるようにすることで、創造的な製品やサービスが生まれるケースが多い。電化製品のリモコンは、操作機能を本体から切り離すことで利便性を向上させている。
- ③掛け算…このテクニックは、製品やサービスの一部の要素をコピーして増量し、その際、それまで無意味もしくは奇妙と考えられていたような変更を加えるものだ。子ども用の自転車に通常車輪だけでなく補助輪を付けたケースや画面に複数のテレビ局の映像を同時に映し出せるテレビのケースが挙げられる。
- ④一石二鳥…製品やサービスの一つの要素に複数の機能(多くの場合はそれまで互いに無関係と思われていた機能)をもたせることで、イノベーションが成し遂げられるケースである。化粧品の乳液や保湿クリームに日焼け止め効果をもたせるケースやバスなどの交通機関の車両を広告の媒体として利用するケースがあてはまる。
- ⑤関数……それまで無関係と思われていた複数の要素を連動させることによって、革新的な製品やサービスが生まれるケースが多い。一つの要素が変わると、それに合わせて別の要素も変わるようにするものである。スマートフォンは、持ち主がどこにいるかによって、近くのレストランやお店、友達の居場所などを教えてくれる。こうした情報と地理的な所在地は「関数」の関係にあると言える。



資料番号：文献4-1

出所：ドリュー・ボイド、ジェイコブ・ゴールデンバーグ(池村千秋訳)(2014)  
『インサイドボックス 究極の創造的思考法』文藝春秋