

売れる！ 事業アイデア発見法

第4回

アイデア発想法を活用して、ビジネスチャンスを見出そう



一般社団法人起業支援ネットワーク NIGe 代表理事
株式会社タンク 代表取締役
増田紀彦

はじめに

みなさん、こんにちは！ 一般社団法人起業支援ネットワーク NIGe 代表理事の増田紀彦です。今回は、アイデア発想法を学ぶ前に、みなさんの頭を柔らかくしてもらおうと考え、ちょっとしたクイズに取り組んでもらいました。そして、ビジネスにおける正解はひとつではなく、市場ニーズの数だけあることをお伝えしました。

さて、今回は「アイデア発想法を活用して、ビジネスチャンスを見出そう」です。世の中にはすでにたくさんのアイデア発想法が存在しています。KJ法、NM法、オズボーンのチェックリスト、ブレインストーミングなどは多くの方がご存じでしょう。まだまだたくさんありますが、今回は「短時間でアイデアに到達できる発想法」に限定して3つの方法を紹介します。

「似ているもの」からヒントを得る、等価交換法

等価交換法は次のような順序で発想を進めます。

1. モノやサービスのテーマを決める。
2. そのテーマと等価（似た機能または形状など）なモノを探す。
3. その等価のモノと元々のテーマを置き換え、ヒントを得る。

例えばテーマを「新しい居酒屋の開発」とします。次に居酒屋と等価のものを探します。バー、カフェ、屋台……など、いろいろな飲食店業態が浮かぶでしょう。その中からバーに注目してみます。バーにあるものといえば、豊富な洋酒、カウンター、バーテンダー、カクテル、間接照明、渋いBGMなどです。これらの要素を居酒屋に取り入れられないか考えてみるのです。私は「日本酒や焼酎ベースのカクテル」が浮かびました。

あるいは屋台だとどうなるでしょう。屋台に関連する要素を挙げていくこともできますが、屋台は小さいので、居酒屋の店内の一角にまるごと収めてしまうことも可能です。「2名様ですか？ テーブルとカウンターと屋台のお席をご用意できますが、いかががいたしましょう？」と対応したら、ウケると思いませんか？こんなふうに考えていきます。



「共通する価値」からヒントを得る、類比法

等価交換法ではテーマと「似た」モノやサービスを探しましたが、類比法は、「一見、似ていないが、よく考えると共通点がある」といったモノやサービスを探し出していきます。順序はこうです。

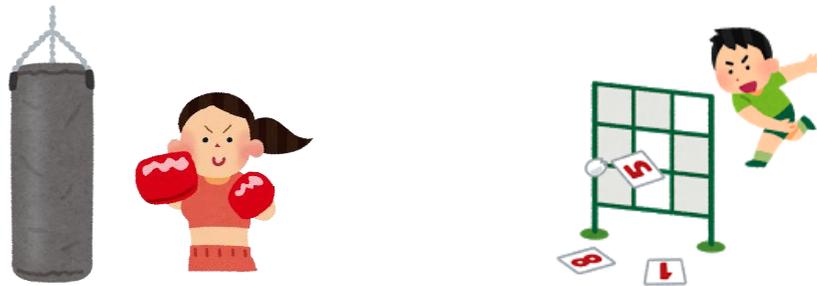
1. テーマを決める。
2. そのテーマが有している価値を列挙する
3. その価値と似た価値を提供するモノやサービスを探す。
4. その等価のモノと元々のテーマを置き換え、ヒントを得る。

ここでも「新しい居酒屋の開発」をテーマにしましょう。まず、居酒屋の価値を探ります。食事が取れる、気軽にお酒が飲める、ストレスが発散できる、気分転換ができる、グループで会話を楽しめる……など。

この中から「ストレス発散」に注目し、ほかのストレス発散方法を探します。スポーツ、音楽、映画、ダンス、ゲーム、入浴、マッサージ、瞑想、ケンカ……(笑)。さすがに「殴り合いOK」とはいきませんが、代わりにサンドバッグや人形を置いておく方法はあるかもしれません。考えようによってはスポーツですね。

スポーツといえば、野球のピッチャーのようにボールを投げ、1~9までのナンバーが付いた的を抜く「ストラックアウト」というゲームがあります。敷地が長いタイプのお店なら、これを導入する手もあります。1回500円。全部抜いたら2000円の商品券プレゼントとか。バッティングマシンなどと違って設備費がほとんどかからないのも魅力です。

ちなみに、この方法でアイデアを探っていくうち、お客さまが求めているものは何か、言い換えれば、お客さまは何に対してお金を払うのか、という根本的な課題に対する答えが見えてきます。副産物どころではないメリットが得られるのも、この発想法の特徴です。



「自分の興味関心」からヒントを得る、焦点発想法

最後は焦点発想法です。これは、自分が好きな物事や関心のある物事に焦点を当て、キーワードを連想するところから始まります。仲間がいるのなら、仲間の趣味や嗜好を尋ねてもいいでしょう。

私の場合、上でも触れているように、野球がとても好きです。というわけで、野球観戦から連想していきます。球場、ホームラン、ファウルボール、照明、大歓声、応援歌、紙コップのビール……。

さて、ここからが本題です。今回も「新しい居酒屋の開発」をテーマにします。今、列記した事柄をお店に取り入れられないかを検討してみるのです。

私は歓声に注目しました。球場にいる何万もの人が一斉に声を上げたときの、あの迫力は感動ものです。この音を効果音として流してみてもはどうでしょう。「1番さん、お会計で〜す。」「(ワッーという歓声) ありがとうございます！」という具合です。

そこから発想を広げ、様々な効果音を仕込むというアイデアが出てきました。ビールをオーダーすると「ザッパーン」という波の音、焼き鳥を頼むと「コケッコー」……。あまりやり過ぎるとうるさいですね(笑)。

まとめ

アイデアは、ひとつ考えてそれでおしまい、というものではありません。紹介したような発想法を活用して出てきたアイデアをずらっと並べてみて、それらをさらに組み合わせたり、組み換えたりすることで、だんだんとレベルアップしていくのです。

例えば等価交換法で出てきた「バーの渋いBGM」と「屋台」を組み合わせると、「屋台コーナーでは昭和メロディを流す」というアイデアが浮かびます。あるいは類比法で出てきた「ストラックアウトコーナー」で、全部の的を抜いた場合、焦点発想法で出てきた「大歓声の効果音」を流す、という方法も思いつきます。アイデアは無限です。とにかく、アイデア発想は楽しみながら取り組むことが肝要です。私のように(笑)。次回は、第5回「秀逸な事業アイデアは、開業資金を低減させる」です。それではまた。



プロフィール

増田紀彦 (ますだ・のりひこ)

- ◆ 一般社団法人 起業支援ネットワーク NICe 代表理事
- ◆ 株式会社タンク 代表取締役

地方新聞社、広告会社勤務を経て、87年、株式会社タンク設立。97年、起業・独立・新規事業を応援する情報誌『アントレ』創刊に参加。2007年、経済産業省『起業支援ネットワーク NICe』チーフプロデューサー就任。同事業の民営化により現職。著書に『起業・独立の強化書』、『正しく儲ける「起業術」』ほか共著も多数。

- ◆ 起業支援ネットワーク NICe サイト

<http://www.nice.or.jp/>