

4.イノベーション創出アクティビティにおけるファシリテーション

教材全体での位置付け

I.教材の概要と導入

1.教材の全体像、教材の背景

II.イノベーション創出アクティビティのデザインとファシリテーション

2.イノベーション創出アクティビティのデザイン

3.イノベーション創出アクティビティの1つとしてのワークショップのデザイン

4.イノベーション創出アクティビティにおけるファシリテーション

5.イノベーション創出アクティビティの1つとしてのワークショップのファシリテーション

III.イノベーション創出アクティビティの工夫

6.イノベーション創出アクティビティのよくある困りごと

7.アイデアから次のイノベーション創出アクティビティへつなげる

8.イノベーション創出アクティビティにおいてアイデアを可視化・具現化する

IV.イノベーション創出アクティビティにおいてアイデアを事業へつなげる

9.イノベーション創出における事業化の考え方

10.アイデアが提供する価値と価値連鎖を検討する

11.アイデアをビジネスモデルの側面から検討する

12.アイデアや事業を成長させるという観点から検討する:マーケティングの考え方の活用

13.アイデアや事業を成長させるという観点から検討する:アカウンティング、ユニットエコノミクスの考え方の活用

14.アイデアや事業を事業性という観点から検討する:ファイナンス、不確実性・リスクの考え方の活用

セッションの狙い

- **イノベーション創出アクティビティにおけるファシリテーションの考え方を理解する。**

セッション後に期待すること

- **イノベーション創出アクティビティの連鎖をデザイン、推進していくにあたり関係者にCreative Confidenceを持たせることの重要性を認識する。**
- **イノベーション創出活動一般のファシリテーションについて意識を向けるようになる。**

セッションを踏まえて自分たちで出来る練習や訓練

- 現在進行中の業務において、もし明示的にイノベーション創出アクティビティとして自分がファシリテーション(例えば、打ち合わせアジェンダの設定、会議の司会進行、イベントの冒頭説明、ワークショップの司会進行、など)を行う場合どの様な工夫をするか、を擬似的に検討してその結果を議論する。
- 自分たちの体験や、組織などにおける過去の成功・失敗事例から、イノベーション創出アクティビティのファシリテーションがどの様に工夫されていたと言えるか、またその結果がどの様になったかを議論する。

セッションの内容一覧

4.イノベーション創出アクティビティにおけるファシリテーション

4.イノベーション創出アクティビティ におけるファシリテーション

イノベーション創出アクティビティにおける ファシリテーション

- 取り組みに熱中しながらも、同時に冷静に状況を俯瞰する。
 - 状況やフェーズに応じて、適切な人物、視点、情報などの刺激をイノベーション創出の取り組みに持ち込む。
 - 状況やフェーズに応じて、様々な関係者の関係構築のハブとなる。
 - 時に、関係者らが「不確実性の高い」方向へ進んで行くための勇気を与える。
 - 時に、関係者らに「イノベーション創出」を行っていることを思い起こさせ、奮い立たせる。
 - ファシリテーションを求められているときは、“ファシリテーションの役割”に徹する。
-

IDEO創業者によるCreative Confidence

- イノベーション創出をめざしイノベータタイプに考え、不確実性と向き合い、Fail Fastの精神で突き進む人やチームを生み出すには、その本人たちのCreative Confidenceを取り戻させる工夫が重要であるというイノベーション創出の実践者の主張
- Creative Confidence とはすなわち、既存の枠にとらわれない考え方ややり方を恐れずにやる自信
- 世界有数のイノベーション & デザインコンサルティングファームであるIDEOの創業者David KellyとTom Kellyが提唱している

(Kelley, Tom and Kelley, David. *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential within Us all* Crown Business, 2013.)

TED

Ideas worth spreading

TED David Kelley “Creative Confidence”

http://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence

高度コーディネーター人材とCreative Confidence

- **イノベーション創出を目指したコーディネーター活動において、大学の教員や研究者、企業の担当者ら関係者らにイノベーション創出を目指すためのCreative Confidenceを持ってもらう意識を持つことが有効である。**
- **日々のコミュニケーションや会議の場で高度コーディネーターが緩やかにファシリテーションをする場面などにおいてもCreative Confidenceの醸成を意識することができる。**

空白ページ

事例

イノベーション創出アクティビティにおける ファシリテーションの事例と解説

- 本教材の「1.教材の全体像、教材の背景」内に複数のイノベーションとイノベティブに関する動画をイメージ共有のための資料として紹介している。
- これらの動画はあえて技術的な内容ではないものを選択して紹介している。
- これは身近に感じられる例を挙げて、“イノベーション”や“イノベティブ”を議論する本教材の使用者に「こういう感じの考え方やアプローチだったら自分でも考えられるかも、出来るかもしれない」とより肯定的な気持ちを持たせるためである。
- “イノベーション”と聞いたときに反射的に「すごく難しい」「自分には到底出来そうもない」と思い込んでしまいがちな人に対してどのようにイノベーションに関する話を進めていくか、ということ考えたファシリテーションの工夫である。