

## 2.イノベーション創出アクティビ ティのデザイン

# 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のアクティビティを意図的にデザインするという意識を理解する。**

## セッション後に期待すること

---

- **プロジェクトや業務を推進する中で、明示的にイノベーション創出に向けてアクティビティを組み立てることを意識する。**

# 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をデザインするとしたらどうするか、を擬似的に検討し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がどの様に組み立てら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

---

## 2.イノベーション創出アクティビティのデザイン

## **2.イノベーション創出アクティビティ のデザイン**

# イノベーション創出のアクティビティ

---

- 本教材では、イノベーションの創出は、研究、事例分析、会議、市場調査、インタビュー、社会実証実験など多種のアクティビティ(活動)の組み合わせによって行われると定義する。

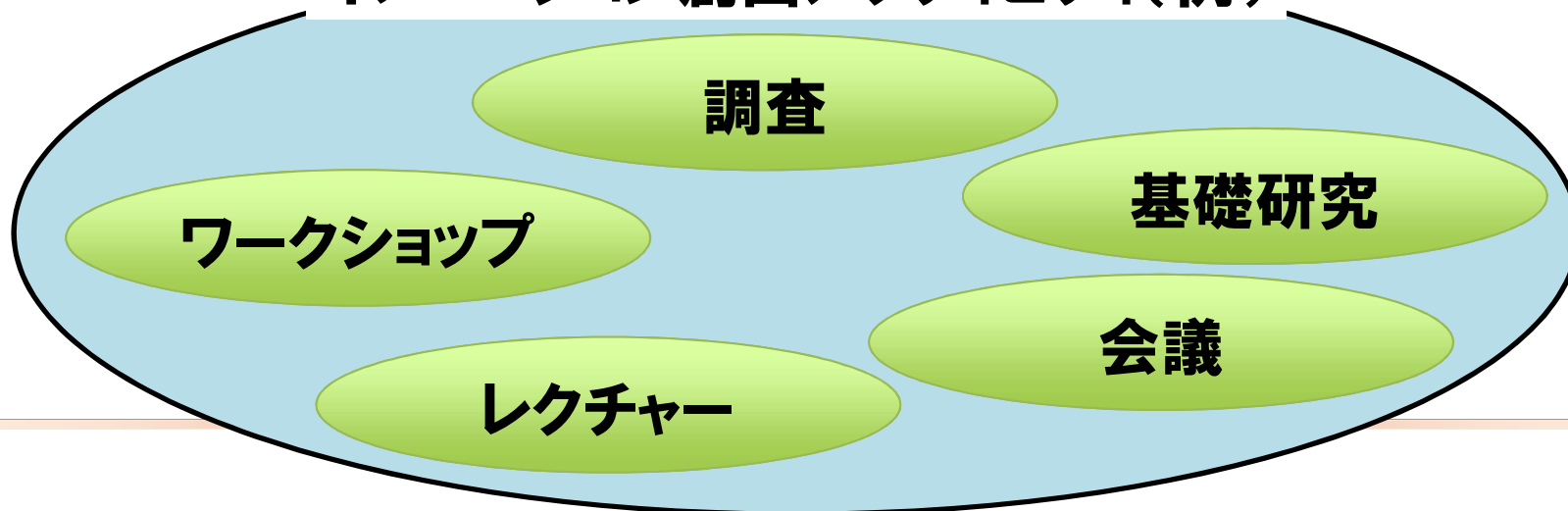


# イノベーション創出のアクティビティ

P10第4.2章イノベーション創出アクティビティの1つとしての対話

- **イノベーションを創出するためには多数のアクティビティが必要となる。**
- **目的に合わせてアクティビティを組み合わせる設計力が求められる。**

## イノベーション創出アクティビティ(例)

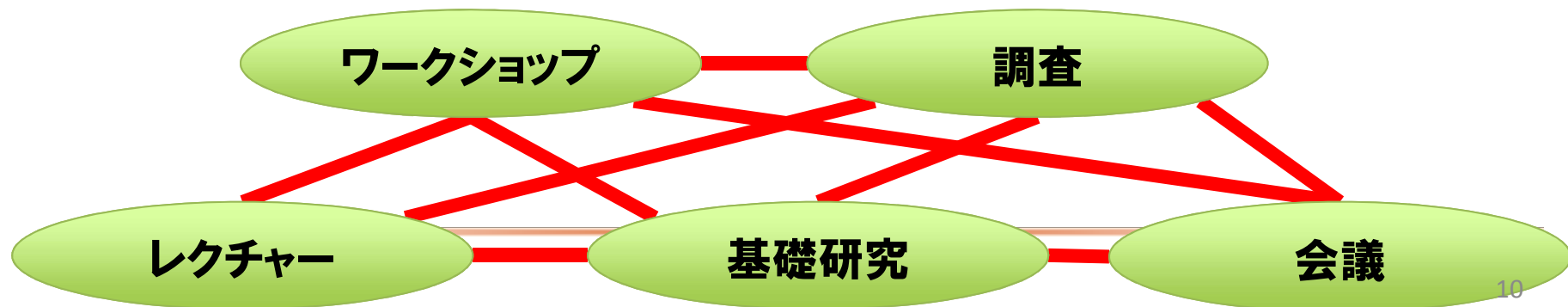


# 複数のアクティビティを組み合わせる

P10第4.2章イノベーション創出アクティビティの1つとしての対話

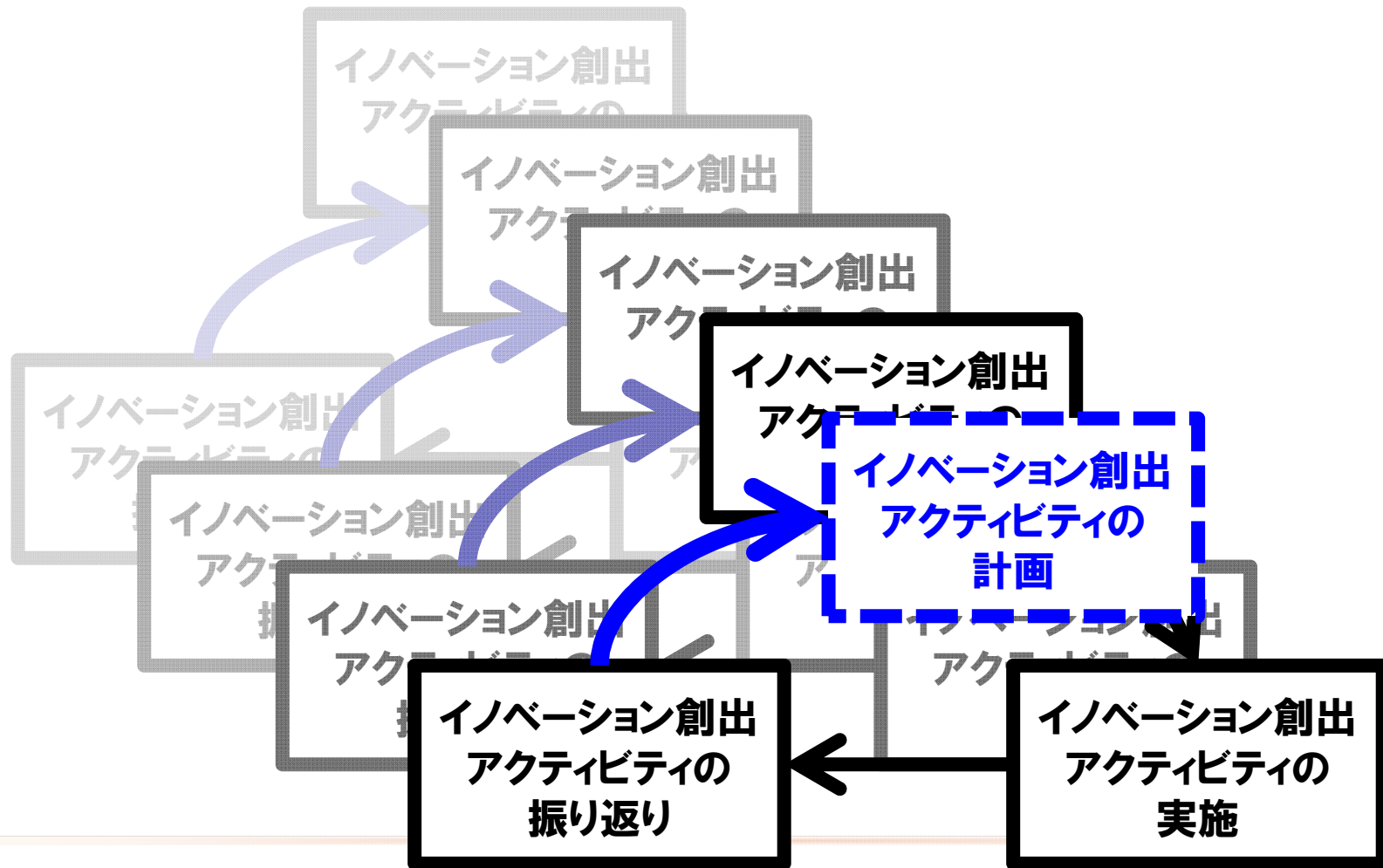
- ワークショップ形式単体でイノベーションが起こることは希である。
- 従来型の研究方法、会議なども必要である。
- また、個人で考える時間と集合知で創造する時間のバランスも重要である。

イノベーション創出アクティビティの組み合わせ(例)



# イノベーション創出アクティビティの連鎖

P34図 第7.2章イノベーション創出の取組みが連続する模式図



# イノベーション創出アクティビティのデザイン

---

- 1つのアクティビティで答えやゴールに辿り着くことは出来ないことを前提とする。
  - 多様なアクティビティとの連鎖を意識したデザインとなる。
  - 連鎖は、アクティビティのアウトプット(生成物)やアウトカム(有形無形の成果)の繋がりによる。単純にアウトプットが次へ繋がるとは限らない。
  - 例えば、インサイト(イノベーション創出の推進力になるような気づきや洞察)は次のアクティビティへ繋がりやすい。
  - 十分にフィードバックをかけながら、予測や計画を頻繁に見直すことが必要となる。
-

# イノベーション創出アクティビティのデザイン

---

- 俯瞰的に「発散」と「収束」を意識しながら、既存の当たり前や常識に捉われずに、価値のある革新を意図的に生み出すことを狙う。
- 通常業務における「会議」というアクティビティと、イノベーション創出アクティビティとしての「会議」では目的やデザインが大きく異なるはずである。

空白ページ

# 事例

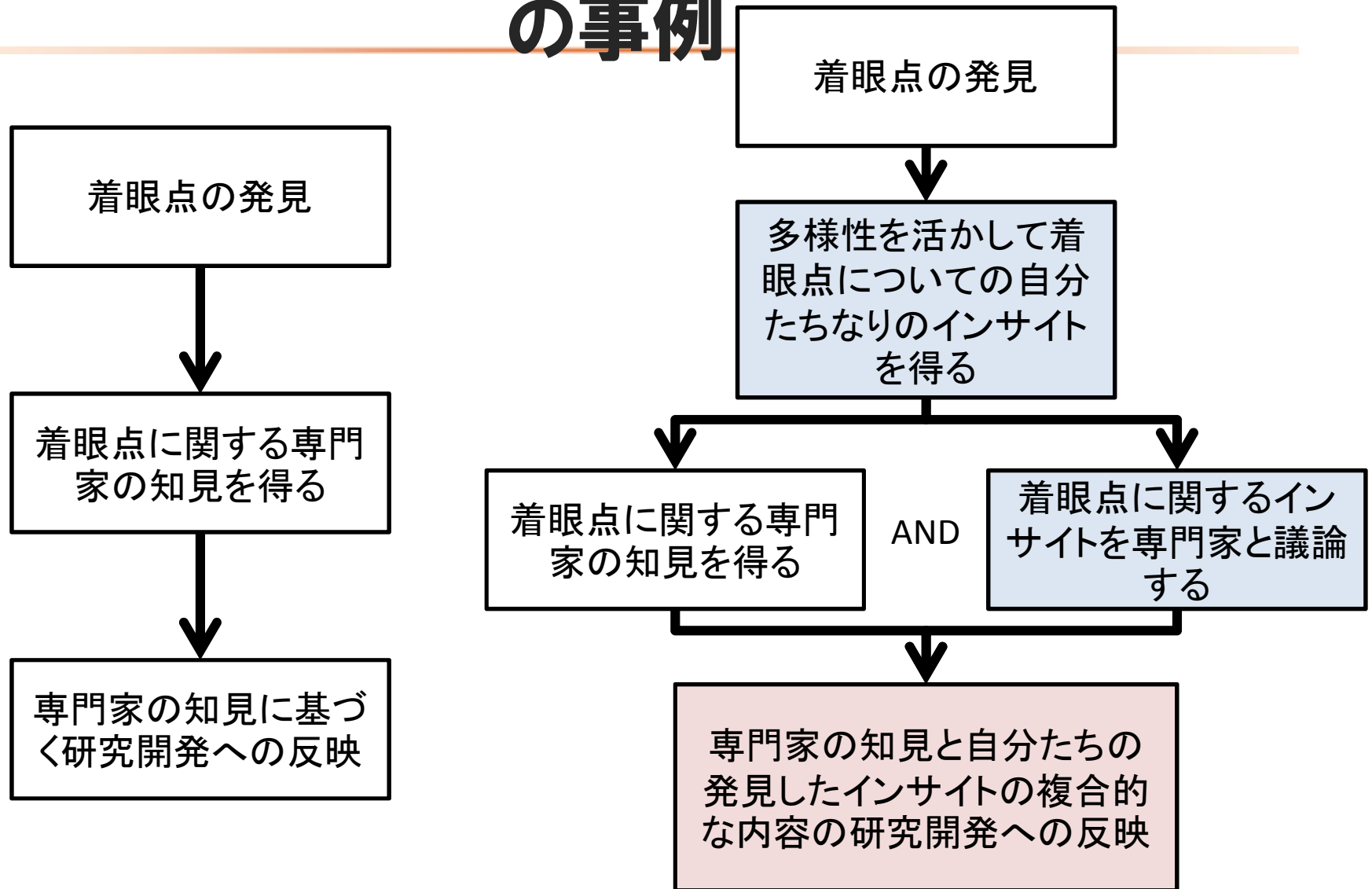
# イノベーション創出アクティビティのデザインの事例

---

- ある大学における研究プロジェクトにおいて、人間が「かわいい」と認知するメカニズムを応用して、ロボットの挙動のアルゴリズムや動作の俊敏さを設計する方向で推進していた。
- 研究チームは「かわいい」という認知について研究をしている研究者から専門的な知見を得ることを計画していた。
- しかし、高度コーディネーター人材との検討の末、専門家に会う前に、学生を集めたワークショップを開催し、自分たちなりに「かわいい」の定義を作ってみるという過程と結果からインサイトを得ることにした。
- このインサイトを持って専門家と会うことで、専門家の話す内容を自分たちのインサイトの視点から捉えて議論や質問することなどが出来て有効であった。



# イノベーション創出アクティビティのデザインの事例



よく見られるアクティビティデザイン

多様性を活かした思考の発散による  
インサイトの獲得を入れたデザイン

# イノベーション創出アクティビティのデザインの事例の解説

---

- イノベーティブなロボットの研究開発を目指して新たな切り口を常に探す姿勢を持っている必要がある。
  - 新たな切り口を得る機会として「かわいい」という認知について多様性の相互作用が活かせるのではないかと気がついた。
  - 「かわいい」に関する専門家の意見を伺うことは当然有効だが、他のロボット研究でもおそらく既に取り組まれているであろうと考え、多様性の相互作用からこれまでとは異なるインサイトの抽出を試みることを決めた。
  - 得られたインサイトを改めて専門家と議論することで、自分たちのオリジナルの視点と、専門的知見が複合的になったロボットの研究開発のための“イノベーティブ”な切り口を見つけるきっかけを得た。
-

# **イノベーション創出アクティビティを考 えるためのフレームワーク**

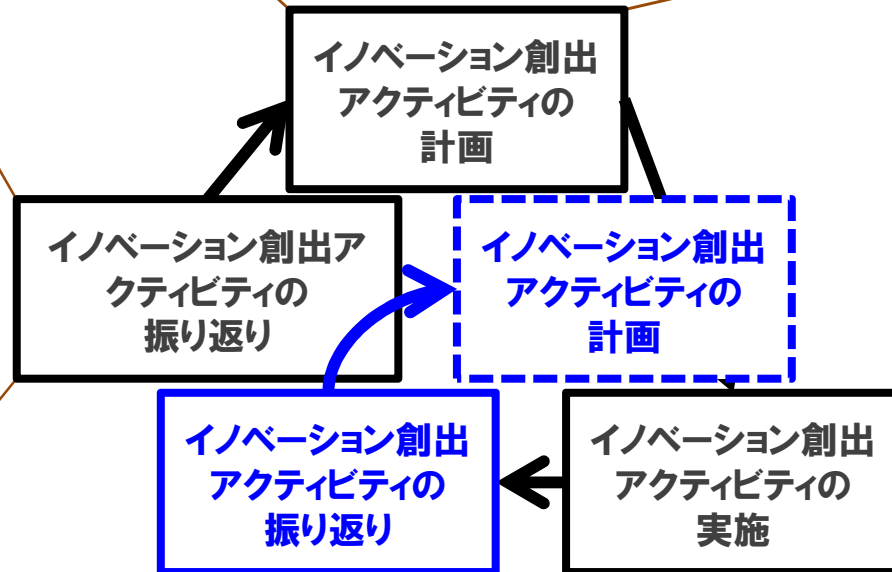
空白ページ

# イノベーション創出アクティビティを考えるためのフレームワーク

※インサイトとは、イノベーション創出に向けて自分たちの思考や行動の起点となったり、思考や行動を推進させるような新しい“気づき”や“洞察”。  
(詳細は「7. アイディ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」へ)

得られた複数のインサイトを検証、確認、複合化、統合化、明確化、具体化、単純化などすることを目的とするアクティビティを検討する。  
または、自分たちの独自のインサイトを得られそうなアクティビティを検討する。

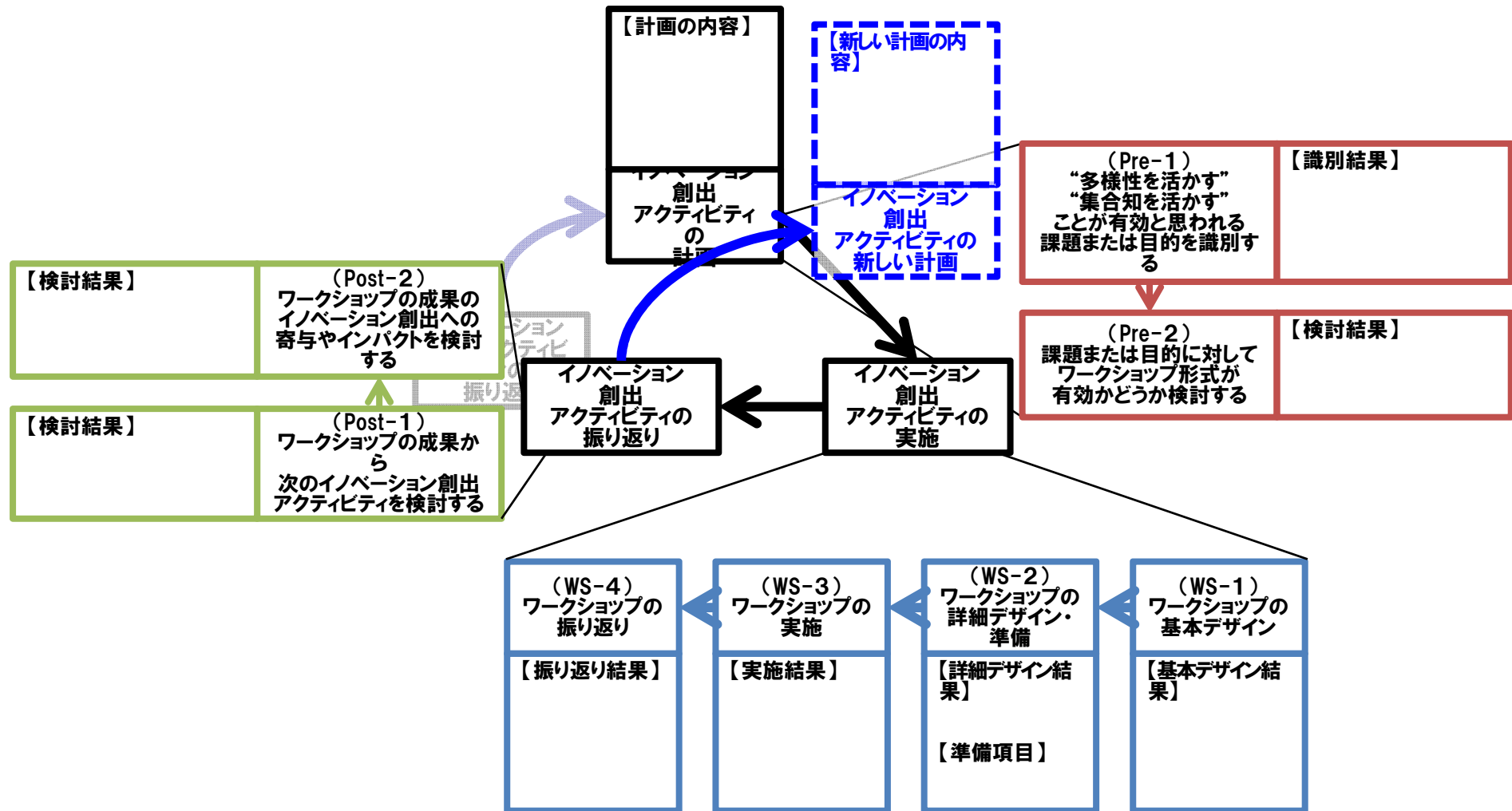
アクティビティ実施の過程や結果からインサイト\*を複数抽出する。  
自分たちしか気がついていないであろうと思われるインサイトを探す。



アクティビティの目的はさらなる複数のインサイトを得ることを念頭に置いて、アクティビティ実施中にもインサイト発見のきっかけとなりそうな共感、理解、俯瞰、探求、創造、分解、観察、などを意識しながら柔軟に反復(iteration)する。

このプロセスを何度も反復的(iterative)に繰り返す中で、複数のインサイトから統合や絞り込みを経て、最も重要なインサイトを発見するに至り、やがてはそのインサイトを核にイノベーションの創出を実現するというメタプロセスをフレームワークとしてイノベーションのアクティビティを考えることが出来る。

# イノベーション創出アクティビティを考えるためのフレームワーク:ワークショップの場合



(本フレームワークを用いて行ったワークショップデザインは「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」にて紹介する。)