

創業！ねりま塾 若者編  
若者のための飛び出せ！起業

# アイデアの出し方

クリエイティブパーソンズ  
合同会社クレイジーコンサルティング  
中小企業診断士/経営学修士  
酒井勇貴

1

## 本日の流れ

- ✓ **“誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！**
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ **“誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！**
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ **商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！**
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

2

## 自己紹介

- ✓ 酒井 勇貴 (41歳/妻と子供2人)
- ✓ 出生地：新潟県 育ち：東京都足立区
- ✓ 学生時代の行動エリアが練馬区
- ✓ 技術者→上場支援→家電ベンチャー→???
- ✓ ストレスにより3か月で体重が10kgダウン
- ✓ 逃げるように2013年に独立→**独立最高(^^)/**
- ✓ 2017年9月に会社設立。

3

## 本日の流れ

- ✓ **“誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！**
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ **“誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！**
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ **商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！**
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

4

## とにかく“自分の好きなこと”で起業したい！ それじゃダメなの？

ただ“自分の好きなこと”だけを追求する。  
それは無人島でひとりぼっちの事業をするのと同じ。

- ✓ すべての事業は“自分と自分以外の誰か”との関係性で成り立っている。
- ✓ “自分以外の誰か”を喜ばせたいと必死になるから“自分の枠”を超えた成長ができる。

5

## 事業コンセプト

→事業内容を最もコンパクトにまとめたもの

- ① 誰に (Who)
- ② 何を (What)
- ③ どのように (How)

6

**“誰に” “何を” “どのように”  
どれかが抜けていたら事業にならない。**

もちろん、その事業説明は誰にも理解できない。  
つまり誰にも共感してもらえない。応援もしてもらえない。

**“誰に”が無い → 顧客不在**

**“何を”が無い → 商材不明**

**“どのように”が無い → 売り方不明**

7

**誰に : Who**

**事業を通じて誰を救いたいのか？**

どんな“悩み・欲求”をもっている人を救いたいのか？

**いったい、誰を幸せにしたいのか？**

- ✓ 我々がお金を払って商品・サービスを買う理由は“2つ”しかない。
- ✓ “悩み・欲求”があっても“解決したい！”という**意欲が低い場合**はビジネスが難しくなる。

8

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ 商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！
  - － 起業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

9

## 悩み・欲求の解決策を 喉から手が出るほど欲しているのは誰か？

✓ \_\_\_\_\_の解決

✓ \_\_\_\_\_の追求

をもたらしてくれる付加価値に、  
お客さまはお金を払う（しかも喜んで）。

10

良いアイデアが創り出せない本質的な原因。  
それは・・・？

\_\_に関心がない（汗）。

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がないければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ 商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

## 1,000時間・10,000時間・100倍の法則

1,000時間である特定分野に強くなれる。

10,000時間で専門家・マスターレベルになる。

他の誰かに教えるには相手の100倍の知識・経験が必要。

- ✓ 1,000時間 → 国家資格取得レベル
- ✓ 10,000時間 → その道のマスター (1/100)

13

## “やりたいこと・求められていること”を 最初は“自分”でやらなければならない。

多くの場合、創業初期はお金・人材を中心とした  
経営資源が乏しい・・・。

- ✓ つまり自分で“やれること”を最大限に活用  
できる事業でなければならない。
- ✓ “やれること”を自分流で組み合わせ活用  
すると魅力的な独自の強みになる。

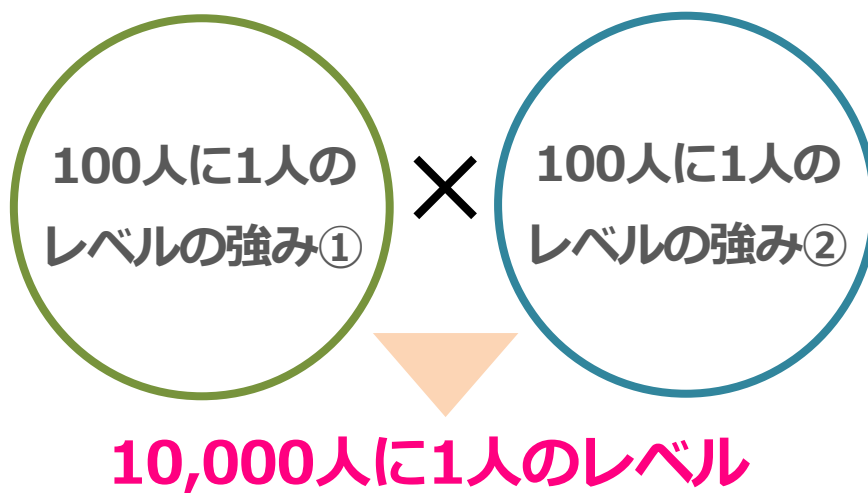
14

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ 商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

15

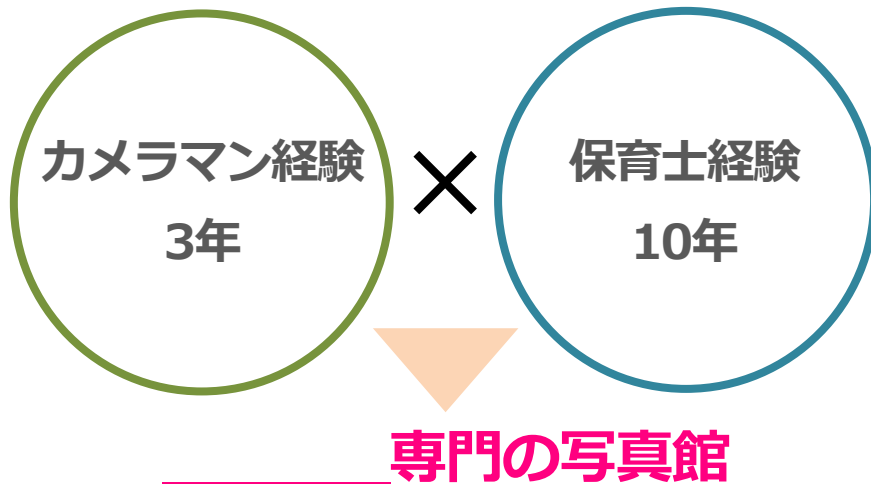
自分ならではの強みは、  
「組み合わせる」ことで見えてくる！



16



たとえば、こういうこと！  
ちゃんと自分と向き合っておこう！



17

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ **商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！**
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

18

## これは何の説明でしょうか??

これらは独立した**3つの機器**ではありません。  
これは**1つの製品**なのです。  
わたしたちはこれを“\_\_\_\_\_”と名付けます。

- **Widescreen iPod with touch controls.**  
(タッチ操作のワイド画面**iPod**)
- **Revolutionary mobile phone.**  
(革新的な**携帯電話**)
- **Breakthrough Internet communicator.**  
(画期的な**インターネット通信機器**)

## アイデア作成の基礎となる原理

アイデアとは  
\_\_\_\_\_の**要素**の  
\_\_\_\_\_ **組み合わせ**以外の  
何ものでもない

## ジェームスW.ヤング（1940年） “アイデアのつくり方”には方法論がある！



原著の初版は1940年に出版され、途中改訂はしたものの、数十年間売れ続けている**知的発想法のロングセラー**である。

著者のヤングは広告代理店の仕事を続ける中で新しいアイデアを継続的に生産し続ける必要があった。その**生産方法を公式化**して発表したのが本書である。

<https://ja.wikipedia.org/>

21

## アイデアとは既存の要素の 新しい組み合わせ以外の何ものでもない

- 1 アイデアというのは突然と降って湧いてくるものではない。
- 2 完全な“ゼロ”から生み出されるものでもない。**センスもいらない。**
- 3 組み合わせによるアイデア出しに、これといった**組み合わせのルール**はない。

22

## 正しい“やり方・方法論”を駆使しても、 やっぱり時間はかかるかもしれない。

アイデア発想は、方程式のような“計算問題”とは違う。  
アイデアがすぐに出なくても悩まない。

- ✓ 今日のワークで事業アイデアが出なくても（決まらなくても）気にしない。
- ✓ ただ、事業アイデアの発想法の使い方は覚えておこう（ワークで慣れればOK）。

23

## とにかく今日は、 こういう意識は捨てましょう！

- ✓ これで合っているのかなあ…
- ✓ こんな発想でもいいのかなあ…
- ✓ 2つしか出なかったよお…
- ✓ こんなに書いてもいいのかなあ…
- ✓ たったの3分じゃ書けないよ…
- ✓ いいアイデアは出なかったよ…

24

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ **商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！**
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

25

## そう！実は経営者・起業家にとって、 “アイデアだけ”には一銭の価値もない！

意味もなくアイデア出しばかりをやり続けるのは  
経営者・起業家にとっては愚の骨頂。

- ✓ 起業家・事業家にとって“\_\_\_\_\_”には1円  
の価値もない（ラリー・ページ）。
- ✓ 実行・実現に価値がある。実行したら修正  
を重ねる。ダメなら止めて次に行く。

26

## ① アイデアがとにかく独りよがり！ “面白い”や“儲かりそう”は後の話。

“面白い/面白くない”・“儲かる/儲からない”という視点では、良いアイデアは出てこないことが多い。

- ✓ 誰かの**悩み・欲求**が解決できるから\_\_\_\_\_なのであって、その逆は成り立ち難い。
- ✓ 誰かの**悩み・欲求**が解決できるから\_\_\_\_\_なのであって、その逆は成り立ち難い。

27

## ② 世界初・日本初にとらわれ過ぎている！ “それ\_\_\_\_\_思いつくよね？”は禁句です！

“世界初のアイデア”など、まず存在しない。  
世界中の誰かが既に一度は考えているはず。

- ✓ だからこそ、アイデアづくりにかける時間は正しい“やり方”を駆使して**最小化**したい。
- ✓ なぜなら**私達は企画屋ではない**。起業家・事業家の存在意義は“**実行・実現**”にある。

28

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ **商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！**
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

29

## “既存の要素の新しい組み合わせ”の 基本パターン

- ① 掛け算的発想
- ② 引き算的発想

30

## “既存の要素の新しい組み合わせ”の 基本パターン①

### ① 掛け算的発想



31

## “掛け算的発想”の組み合わせ



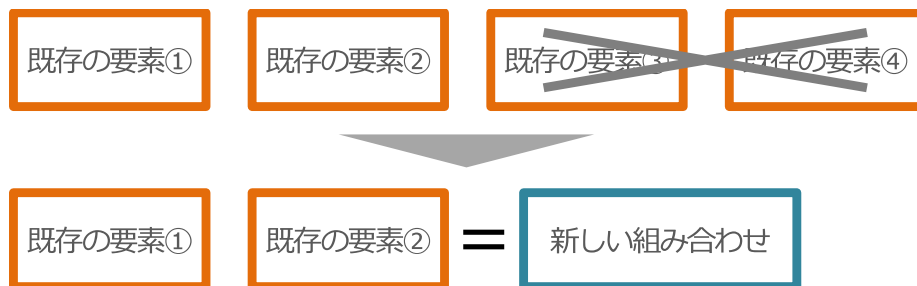
高齢者・障がい者の通院をサポートする  
ために、介護の知識・技術のある人が自  
宅まで車で送り迎えをしてくれる。

32



## “既存の要素の新しい組み合わせ”の 基本パターン②

### ② 引き算的発想



33

### “引き算的発想”の組み合わせ



とにかく早く、できれば隙間時間を使って髪を切りたいというニーズに応える。

34

## “組み合わせ”の時に 意識しておくの良い3つの視点

### 過去の 視点

新しそうに見えて、実は昔からある事業要素を組み合わせる。

### 相反要素の 視点

どう考えても相反しそうな事業要素をあえて組み合わせる。

### 時間差の 視点

海外で流行っている事業要素を組み合わせる。

35

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がなければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ 商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

36

マーケティングとは？  
ビジネスモデルとは？？

マーケティング = \_\_\_\_\_ 仕組み

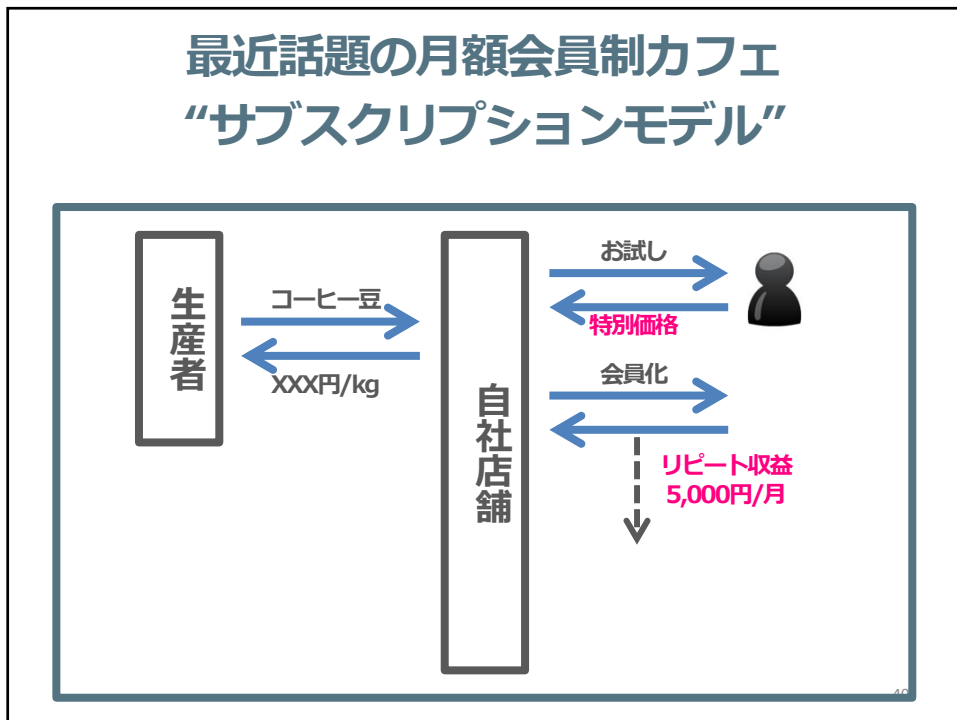
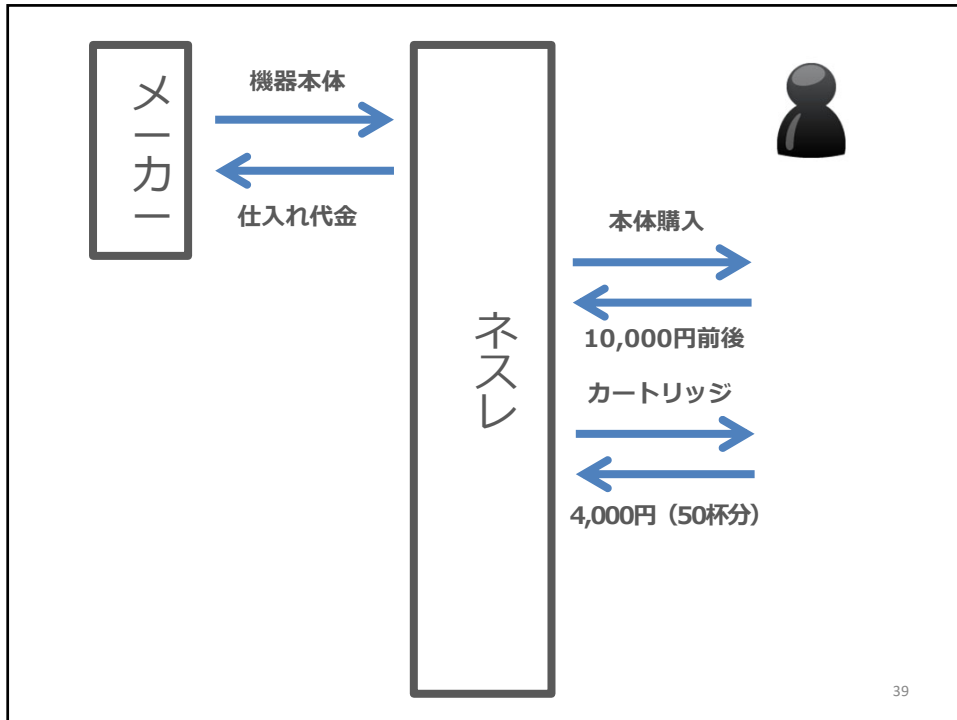
ビジネスモデル = \_\_\_\_\_ 仕組み

37

この2つの商品の“儲け方”は  
何がどう違うのか？

- ✓ \_\_\_\_\_ は本体を安くして、\_\_\_\_\_ 品で  
継続的に収益を上げるビジネスモデル。
- ✓ \_\_\_\_\_ は本体を売って収益を上げる  
ビジネスモデル。

38



ビジネスモデルのアイデア発想で  
忘れてはいけないこと

人の\_\_\_\_\_は  
無くならない！

41

### ディアゴスティーニのビジネスモデル

✓	_____号	:	752円
✓	2~70号	:	137,310円
✓	_____	:	3,870円
✓	<b>合計</b>	:	<b><u>141,970円</u></b>

42

## LTVを最大化するには？

「簡単！入門英会話講座」

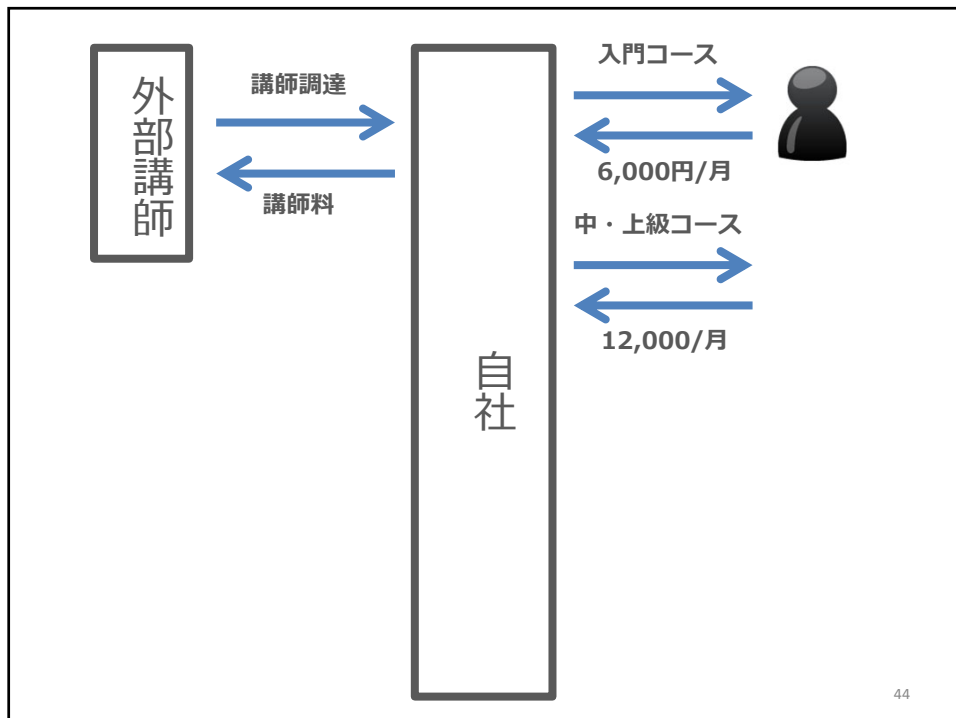
「本格！中級英会話講座」

「実践！上級英会話講座」

の次の新サービスは何が良いでしょうか？

MEMO

43



44

## どのビジネスモデルも “ゼロ”から生まれているわけではない！

- ✓ ネスプレッツ・・・ジレットモデル
- ✓ 月額制カフェ・・・会員制モデル
- ✓ ディアゴスティーニ・・・分割販売モデル
- ✓ 英会話スクール・・・フランチャイズモデル

45

## アイデア作成の基礎となる原理

アイデアとは  
\_\_\_\_\_の要素の  
\_\_\_\_\_組み合わせ以外の  
何ものでもない

引用) 「アイデアのつくり方」ジェームス・W・ヤング

46

## だから経営者・事業家は、 いろいろなことに関心を持たなければダメ！

自分の事業のことしか知らない。それ以外に興味はない。  
それでは“アイデア”の組み合わせの“引き出し”は増えない。

- ✓ 良いアイデアは他業種・他業界では既に存在している“当たり前”がヒントになっている。
- ✓ アイデアの元となる“既存の要素”をたくさん持つためにも、様々なことに関心を持とう！

47

## 本日の流れ

- ✓ “誰を幸せにしたいのか？”から全てが始まる！
  - － 起業家としての第一歩は“3つの問い”から始まる
  - － 起業家は“人”に関心がないければ務まらない
- ✓ “誰か”を幸せにできる“自分の強み”を見出せ！
  - － すでに今ある“強み”に目を向けよう
  - － ありきたりのように見える“強み”を光らせる方法とは？
- ✓ 商品・サービスやビジネスモデルを創造しよう！
  - － 事業家のアイデア発想にセンスは不要
  - － アイデアは実行・実現して初めて意味がある
  - － 商品・サービスのアイデア発想
  - － ビジネスモデルのアイデア発想

48



## 新型コロナ自粛ムードで 大打撃を受けた某エステサロン・・・

- ✓ 頑張ってお店はギリギリまで営業していた。  
しかし、誰も来ず。
- ✓ さて、どうやってコロナショックを乗り越えたのか？

49

ご清聴、ありがとうございました。

50