

そもそも形を変えることは できないか

形は大事。

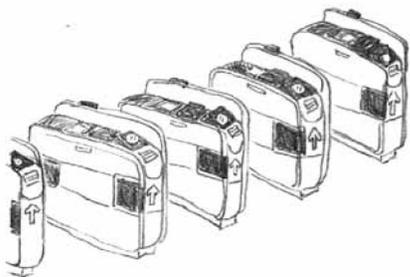
それを变えるだけで印象や機能はずいぶん違ったものになるから。

いま目の前にある課題に対して、「形を変えたらどうなるか?」と、問いかけてみてください。

思いもしなかった結末に行き着くかもしれません。

電子マネーの「Suica（スイカ）」「PASMO（パスモ）」を普及させようというとき、ある問題が浮上しました。

電子マネー対応の改札機は、ピッとかざしたほんのわずかな間に複雑な運賃計算をしているのですが、路線が入り組んでいる駅ではとくに計算が難しく、時間がかかってしまうんだそうです。



処理に時間がかかっては、駅が混雑して大変です。

「処理時間をもっと短くできないか?」「改札機の台数を増やしたらどうだろう?」

いろいろな意見が出ましたが、どれも根本的な解決にはなりません。した。

そんななか出されたひとつのアイデアがこれ。

「改札機を長くする」

改札機を長くすれば、乗客が改札機を通過する時間が長くなる。

それで処理時間を確保できると考えたのです。

今、スムーズに改札を通ることができるのも、「形を変える」という柔軟な発想があってこそというわけです。

3つの単語を組み合わせる

まるで性格の異なる3つの単語を組み合わせてみる。それだけで、自分でも驚いてしまうような結果が生まれることがあります。

そうやって実際、1億数千万円もの特許料を手に入ってしまった人物がいます。

「1日1発明」を日課にしていた彼が用意したのは、単語が書かれた数百枚のカード。

その中からランダムに3枚を引き、それぞれの要素を組み合わせてアイデアを考えます。

250日かけて、250ものアイデアを作りました。

その結果、「電卓」＋「辞書」＋「スピーチシンセサイザー」から生まれたのが「音声付き電子翻訳機」。

これは日本語を入力すると、英訳文が音声出力されるという製品です。その発明で得た莫大な特許料を元手に、孫正義さんはソフトバンクを誕生させました。

「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」

ジェームス・W・ヤング
出典 「アイデアのつくり方」／ジェームス・W・ヤング（著）、今井茂雄（訳）

／阪急コミュニケーションズ

参考文献 「常識を疑うことから始めよう」／ひすいこたろう／サンクチュアリ出版