

Leading Innovation Professional Service Program

新しいこと、人が求めることを考え出すための技能カトレーニング

“構造化思考力”養成研修

～構造化思考力、洞察力、想像力を伸ばして仮説力を高める～

株式会社リーディング・イノベーション

はじめに

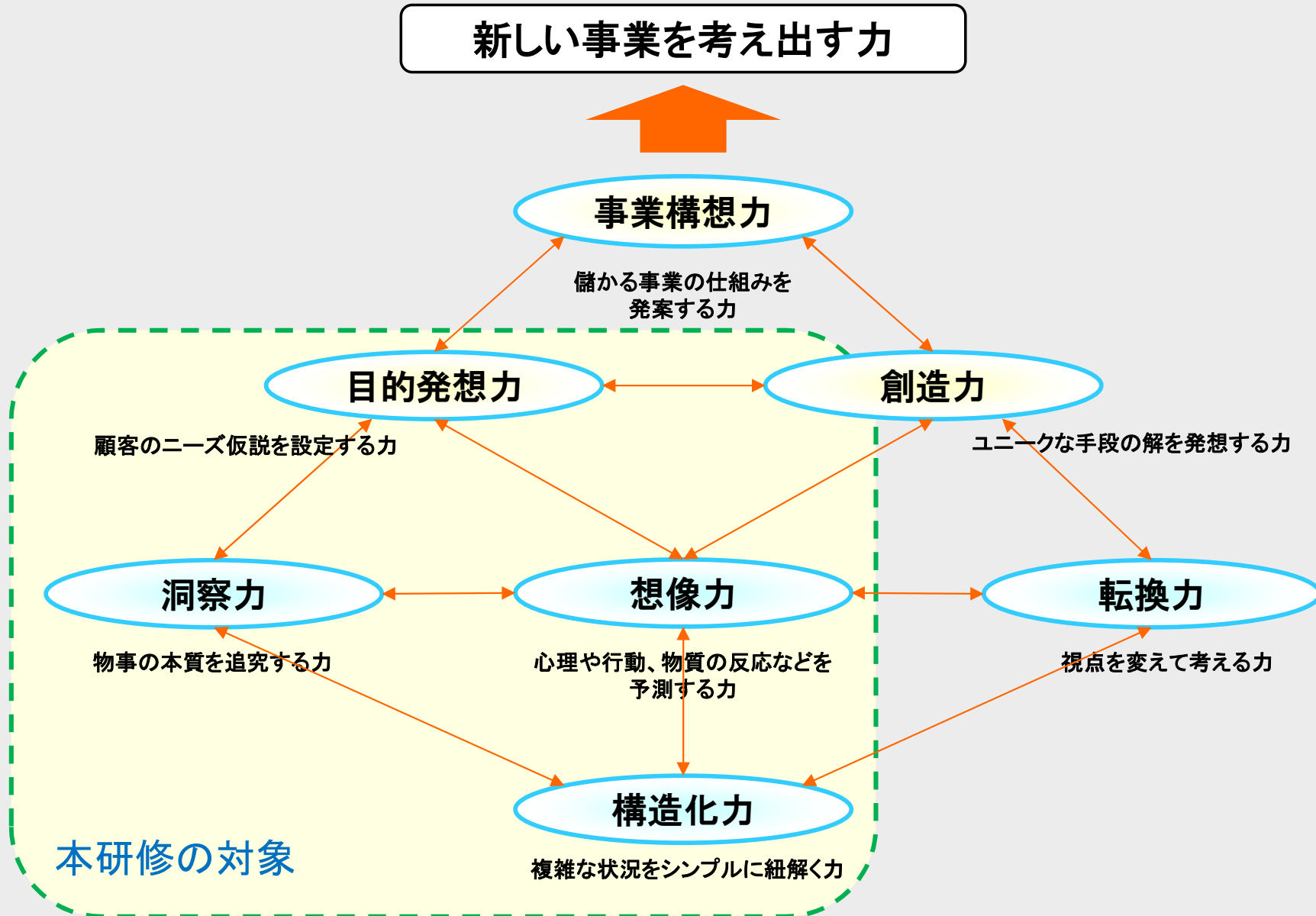
構造化思考とは、「多くの要因が複雑に絡み合い、どのように答えを導いたらよいか」という考える道筋が見えないような場合に、構造的に整理し表現することによって、より正しい解答を得ようとする考え方の技能のことです。

新しい商品や事業を創り出そうとする場合には、「顧客をどのような要因でセグメントするのが有効か」、「環境市場という漠然としてつかみ所がない市場に対して、どこからどのように調査検討を進めて行くことが効率的か」など、簡単そうで難しい課題に出くわします。このような場合、人間には、直観的に答えの仮説を出せる能力があり、また、その仮説の正しさを後付けで説明する論理力もあるため、感覚的に課題に対する回答を出すことができます。しかし、このように直観で導かれた答えは、「必ずしも正しいとは限らない」ものもあり、また、直観に頼るのも不安だという認識を持たれている方も多いのではないのでしょうか。

構造化思考は、直接的に正しい答えを導くものではありませんが、直観力や論理力を補助するものとしてとても重要な思考力となります。すなわち、課題を構造的に整理し表現した上で、直観力と論理力を活かせば、より正しい解答に早く近づくことになるということです。

考える力には色々な種類がありますが、本研修は、必要性があるにも関わらずあまり意識されていない構造化思考力に焦点を当て、考え方の原理と能力向上のテクニックを解説すると共に、演習も採り入れた実践的な内容となっています。

新しい事業を考え出すための思考力の体系



本研修の特徴

- 考え方の技能について、その原理とノウハウを豊富な経験事例を交えながら分かりやすく解説します。
- 構造化思考を活用した、新規事業のビジネスモデル開発につながる演習を行ないます。

カリキュラム（例）

1日目		2日目	
9:00～12:00		9:00～12:00	
【講義】	1. 新しいことを考え出す思考力の体系 ・思考力の体系 ・構造化思考力、洞察力、想像力と行動力 2. 論理のプラスとマイナスの側面 ・事業開発における論理の使われ方 ・企画・マーケティングにおける論理思考の欠点 3. 複雑さをシンプルにする構造化思考 ・構造化思考とは、俯瞰するとは ・論理思考の欠点を補うのが構造化思考 ・人には構造化思考を阻む能力がある ・構造化思考の原則と基本ツール	【講義】	6. 洞察力基礎と洞察の工夫 ・事実情報も見方を変われれば結論が変わる ・違和感と洞察力の関係 ・洞察力を高める考え方の工夫 ・「〇〇とは…」を考える効用 ・シーズ発想を防ぐ工夫 7. 見えない先を想像する力の大切さ ・優秀な経営者は想像力に長けていた ・想像を誤った事例 ・想像力が重要となっている理由 ・何故、想像は難しいのか ・欲求の本質に迫る ・想像力は高められる、想像力の伸ばし方
【個人演習】	・構造化思考演習	【個人演習】	・洞察力、想像力演習
【講義】	4. 商品化プロセスにおける構造化思考の利用 ・顧客基点に立つための構造化思考 ・セグメンテーションのための構造化思考 ・行動予測のための構造化思考 ・トレンド予測のための構造化思考 ・潜在ニーズ分析のための構造化思考 ・技術シーズからアイデアづくりのための構造化思考 ・顧客価値創出のための構造化思考 5. ビジネス構造マップの活用とつくり方 ・ビジネス構造マップの内容と利用価値 ・ビジネス構造マップのつくり方と事例	【講義】	8. 目的発想で新しい価値と事業の仮説を作る ・発想力とは何か ・差別化要素の分類 ・顧客価値を構造的に捉える ・潜在ニーズの定義と掘り起こし方 ・マーケティング常識の危険性 ・アイデア力は何すれば高まるのか ・新しい顧客価値を創出する目的発想 ・ビジネスモデルの構成要素
13:00～17:00		13:00～17:00	
【グループ演習】	ビジネス構造マップ作成演習 ・自社事業のビジネス構造マップの作成 【グループ別発表】	【グループ演習】	洞察力、想像力を使って商品アイデアを出す演習 ・自社事業の隣の市場の新商品アイデアの発案 【グループ別発表】

お問い合わせ先

東京都千代田丸の内2-2-1 岸本ビルディング6階

株式会社リーディング・イノベーション

高橋 和之: takahashi@lead-in.com

芦澤 誉三: ashizawa@lead-in.com

Tel: 03-5953-8950