



考える人、くぼたつのアイデア創造論
“考える仕事”がネットワーク社会を制する

インターネットは反面教師だ。使えば使うほど自分が何をしたいのか逆に突きつけられる。現に我々ネットワークカーは日夜「俺はいったい何をしたいのか? どうなりたいのか?」を考えるのが仕事と化しているではないか。今日はその「考える」について考えてみたい。

仕事柄、ここ何十年と企画コンペに参加してきた。僕のような企画マンにとってそのコンペというのは相撲取りの土俵であり、ボクサーのリングのようなものだ。企画マン人生で数えてみれば200戦はコンペで戦ってきた。企画コンペとは早い話がアイデアで勝敗が決まるといふまことにかっこいいが味気ない白昼夢の戦いみたいなものだ。そこでは、いかにその時代にピシッと決まったアイデアを出すかが企画マンの腕となる。これでメシを食ってこうという以上、多かれ少なかれそこには“考えるノウハウ”が生まれてくるものだ。

とはいっても、考えるにはまずは“考えるゴール”が必要だ。コンペでいうと「お題」がそれで、各社がそのお題についてアイデアを競うわけだ。慣れてくるとすぐアイデア出しをはじめののではなく「考える」前に「想う」という行為を行う。こいつがことのほか重要で、素人とプロの第一の違いはここにあるといってもいい。欧米流にいうとコンセプトなのだが、どうもしっくりこない。僕自身は「青写真を出す」と言っている。ちょうど、ぼんやりと浮かぶ「こうしたい自分の夢の屋敷楼」のようなものをスケッチブックに描くようにする。なにかこう、自分の内面を手探り感覚で少しずつ確かめるような感じで形作っていく……。この行為がたまらなく面白いと感じればしめたもので、アイデアは良いのが出るものだ。とにかく優秀なアイデアマンは屋敷楼としてのパラダイスを具体的なアイデアよりも先に脳裏に描くものだ。そのパラダイスが誰も考え出し得なかった摩天楼で、具体化可能で、スポンサーの希望にかなっていると「ピンゴ!」だ。

実はこれを生み出す技術は千差万別で王道はない。ただひとついえる事は、それは真剣に考える時間の長さに比例するということだ。つまり、何時間考えたかという考えた物理的な時間が質の良いアイデアだしを左右するのだ。アルキメデスやニュートンのいかにもバツとひらめいたアイデアが世界を揺るがす画期的なもの



であったように思われているが、実はそうではなく、考えて考えて考え抜いた結果として、ポツと浮かんだに過ぎない。ニュートンはりんごが木から落ちるのを見て引力を悟った、と歴史はいうがそうではなく、天才が何年も何年も試行錯誤を繰り返し考えつづけた結果の一瞬に違いないのだ。

だから一般のサラリーマンも商店街のおじさんも、考える時間をたくさんとる仕事のやり方に切り替えることをお勧めしたい。

ふふふ、なにを隠そう、一般のビジネスマンと僕がアイデア合戦をすると百戦連勝する(自画自賛!)。秘訣は僕が考える時間をふんだんに費やしているからに過ぎない。昨今の一般のサラリーマンは通常業務に埋没していて、いまにもおぼれそうに見えて仕方がない。だから、あまった時間でアイデアを出すというお粗末な仕事振りにもよく出くわす始末だ。これじゃあ、どんな天才だってアイデアなんか出るわけがない。つまりは、ネットワークカーとしてはやっていけない計算だ。これでいいのだろうか?

そんなルーチンワークごときはコンピューターにやらせ、アイデア出しを仕事の中心に据えればいだけなのに、なにをもたもたしているのかといつも疑問に思う。インターネットからいつでも引き出せる情報処理なんぞに貴重な時間を使うのは間違っている。これだけ優秀な日本人でも、事務処理ばかりやってるようじゃ今後の日本はますますだめになる。今日からでも溜めるのでなく“考える仕事”に切り替えるべきだ。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp