



IDEA BOOK

*by Fredrik Härén*

INTERESTING BOOKS

Copyright © 2004 Fredrik Härén, Stockholm, Sweden.

[www.jp.interesting.org](http://www.jp.interesting.org)

ISBN 91-631-2817-9 FIRST PRINTING

Design: André Wognum, [www.wognum.se](http://www.wognum.se)

Translation: MI-NA PR



「発想豊かな実に素晴らしい本をありがとう」

スウェーデン産業通商大臣 レイフ・パグロツキー [Leif Pagrotsky]

「面白くて素晴らしい本です(それに、デザインも素敵です)。ちなみに、私は、  
滅多に『素晴らしい』なんて言わないのですよ」

スウェーデン国営薬局 サラ・ノールベリ [Sara Norberg]

「素晴らしい本に感謝します。これから、よく持ち歩く本になりそうです」

スウェーデン広告代理店協会 フレドリック・ソーダーヘルム [Fredrik Söderhielm]

「アイデアブックを買った。ページをめくって、読んで、ちょっと笑った。

同僚にも見せて話題にした。更に先のページをめくった。

これこそ、インスピレーションだ!

自分のアイデアで白いページを埋め始める時が来た。

良いアイデアと良い本をありがとう!今から続編が楽しみです」

フォース ラーシュ・ヨンソン [Lars Jönsson]

「初めから終りまで一気に読んで、その間、口元がゆるみっぱなしでした。

この本から、クリエイティブな問題の解き方や

新しいアイデアを思いつくためのヒントを貰いました。

実務にも絶対、役立つことばかりです」

テリア ビジネス開発 エーリン・エルケハーグ [Elin Elkehag]

「発想豊かで素晴らしい本!そして、とても美しい!」

ストックホルム・マーケティング協会 アニータ・ベルイキスト [Anita Bergquist]

# いいアイデアだ! メモしておこう!

本書は、「良いアイデアとは人が思いつくことではなく、自然と引き寄せられるような何かでなければならない」という観察に基づいております。良いアイデアを得る道具には、インスピレーション(発想)とモチベーション(動機づけ)の二つがあります。本書のねらいは、今、本書を手にするあなたの発想が刺激され、アイデアが引き寄せられ、そのアイデアを書きとめるよう、あなたに働きかけることにあります。

本書は、クリエイティビティー(創造性)に関する発想豊かな短いエピソード60数編から構成されています。また、アルバート・アインシュタイン、家具メーカーIKEAの創業者イングヴァル・カンプラドなど著名人による創造性豊かな言葉を数多く引用しました。各エピソードは、あなたの創造性を促す「演習」で締めくくられます。

また、あなた独自のアイデアを書き込むスペースとして空白のページも150ページあります。本書があなたの書いたメモやアイデアでいっぱいになった時、あなたの「アイデアブック」は完成します。

「会うだけでインスピレーションを受ける人物の本が世に出た。これでより多くの人がクリエイティビティーへの刺激を受けることができる。非常に考えさせられる本であり、日本でも多くの方々のお役に立ち、よろこばれることと確信している。」

在日スウェーデン大使館 商務参事官 マティアス・ベリイマン [Mattias Bergman]

「本当に気に入っています。アイデアブックこそ、アイデアの賜物だと思います。」

クリエイティブ・エンジニア 宮津 和弘 [Kazuhiro Miyatsu]



# 著者のはしがき

トーマス・エジソンは、自分のアイデアをメモすることの大切さを知っていました。彼は常に1冊のノート「アイデア・ブック」を持ち歩き、何か考えたり、観察したこと、思い浮かんだアイデアをその中に書き込みました。エジソンが自分のアイデアをメモし始めるようになったのは、天才レオナルド・ダ・ヴィンチからヒントを得たといわれています。ダ・ヴィンチは、大量のスケッチやメモを世に残していますが、その遺稿には文字のつづりが逆であったり、語尾から始まる個所が多数、ありました。エジソンは、逆につづったり、語尾から書き始めたりこそしませんでした、とにかく何でもメモしました。アイデアが浮ぶや否やすぐノートに書き込みました。行き詰まって何の着想も浮ばなくなった時は、以前に書きとめたアイデアから何か新しいアイデアが浮かんでこないかどうかアイデア・ブックの古いページをめくってみました。1931年のエジソンの死後、自宅からは何と3500冊(!)ものノートが出てきたそうです。

本書は、エジソンやレオナルド・ダ・ヴィンチの歩みをたどるため、そして、思い浮かんだアイデアをメモするための本です。ものは試しで、早速、アイデアを書き始めてみてください。最初、それほど良いアイデアであると思えないものであっても、とにかくメモしておくのです。後日、そのアイデアに戻って更に考えを展開させると、全く新しい素晴らしいアイデアが生れるかもしれません。また、願わくは、本書に盛り込んだクリエイティブな実例や演習を通じて読者の発想が刺激され、多数のアイデアが生まれ、書き残されていきますように。

そして、イギリスの作家イサベル・コルゲイトが言っているように-「自分の考えを紙に書き出すのは、なかなか良い習慣よ。そうすれば、他人に迷惑かけずに済むわけだから」-確かにそれも一理あるかもしれません。



フレドリック・ヘレーン [FREDRIK HÅRÉN]

「全員が同じように  
考える場所では、  
誰も  
余り考えていない」

ウォルター・リップマン  
[WALTER LIPPMANN]  
(ジャーナリスト)



# ボルボのクラクション

これまで使われたことのないアイデアという秘宝を発見するには  
あえて専門分野を変えてみる

## 背景

ノキアやソニー・エリクソンが自動車を作るとしたら、どうなるでしょうか。そう、ケータイの会社が車を作るとしたら、着信音ではなくクラクションの音が選べるようになるかも……

世界の自動車メーカーにおける事業開発は、非常に革新的であり、プラインド式エアバッグのような斬新な発明を思いつきます。しかし、一分野で長く働けば働くほど、その分野の専門家になってはいきませんが、その中で新鮮な視点を保ち続けることは至難の業です。人はたやすく灯台もと暗し状態に陥るからです。

ボルボの開発部門にとって、自動車のクラクションはごく当たり前の部品であり、特別に疑問を持つようなものではありません。「車人間」にとって、クラクションとはハンドルに付いており、押せば、「プップ-」と音が鳴るものに過ぎないからです(21世紀の新車に至るまで、19世紀の名残りの小さな警笛ラッパがクラクション機能を示すマークに使われています)。

## 演習

外部の専門家を招いて問題の解決を図ってください。あるいは、内部の専門家を未経験分野の開拓に携わるポジションへ配置してください。また、全く異なる業種から2名採用してください。どんなアイデアが出てくるでしょうか。

ところで、ボルボがデザインする携帯電話は、どんな電話になるでしょうか？

「創造性はほとんどの問題を解決することができる。創造的な行い、すなわち独自性による習慣の打破は全てを克服する」  
ジョージ・ロイス [GEORGE LOIS] (広告グラフィック・デザイナー)





# 世界で最初の クリエイティビティ・ テスト

多くのアイデアを引き出す

## 背景

心理学者のJ・P・ギルフォードは今日の現代的な視点による「クリエイティビティの父」と広く考えられています。かれこれ50年以上も前、彼はある心理学学会でクリエイティビティに関する非常に注目すべき講演を行い大きな関心呼びました。以来、クリエイティビティに対する関心は年々高まり続けています。

ギルフォードの経歴は、それ自体が興味深い歴史物語のようです。彼は、第2次世界大戦中、アメリカ空軍兵士の性格検査を実施して爆撃機の操縦士を選抜する任務に携わりました。当時、パイロットとして最も適性のある人材が求められており、ギルフォードは、知能検査の他、学業成績や個人面接の結果をもとに適任者を選抜しました。空軍は、退役した元空軍司令官にもギルフォードと同じ任務を与えていました。ギルフォードは、心理学のシの字も知らない元司令官がパイロット選抜に携わることに多少苛立ちを感じていました。また、元司令官のベテラン・パイロットとしての知識や経験についてもそれほど評価しませんでした。ギルフォードと元司令官の違いは明白で、2人はそれぞれ全く違うタイプの人材をパイロットに選抜しました。

しばらくした後、2人の任務査定が行われました。驚いたことに、ギルフォードが成績と知能検査の結果により選抜したパイロットは、元空軍司令官の選んだパイロットより非常に高い頻度で撃墜され戦死していたことが判明しました。ギルフォードは、大勢の兵士を死に追いやってしまったことを知って、ひどく悲嘆にくれ、自ら命を絶つことも真剣に考えた、後日、語っています。しかし、自殺を決行する代わりに、なぜ、元司令官の選んだ人材が自分の選んだ人材よりも抜きん出ているのか、その理由を調査することにしました。

元司令官は、兵士全員に「もし、ドイツ領空で敵機の対空射撃にあったらどう対処するか」という質問をしたそうです。そして、「上昇します」と答えた兵士を選考から外しました。「その場になってみないとわかりませんが多分降下します」、「ジグザク飛行を始めます」、あるいは「左右に機体を揺らして砲火を避けてみます」と答えた兵士は全員、軍の規則書によると「間違った」回答をしたこととなります。しかし、元司令官は、その間違った回答をしたグループからあえてパイロットを選びました。なぜなら、マニュアル通り反射的に行動する兵士はある意味、意外性に欠けており、非常に予測されやすいとも言えるからです。ギルフォードが失敗した原因はその点にありました。ギルフォードが選んだ兵士は、マニュアル通り対空射撃にあう

と機体を上昇させる兵士だったのです。問題はそのことをドイツ側も知っていたということでした。ドイツ軍戦闘機は、雲の上で上昇してくるアメリカ機を待ち伏せていたのです。つまり、高い知性の持ち主ではあっても常に規則通り動くパイロットより、クリエイティブな考え方でできるパイロットの方が危険を上手く切り抜けられたということです。

ギルフォードは、そこで、違う考え方でできる能力、決められた枠の外で考えることができ、クリエイティブになる能力という存在に気がつきました。そして、その研究を始めることにしたのです。また、より適性のあるパイロット、すなわち、新しい問題を提示された時、予想外の解決策を即座に見出すことのできるクリエイティブな人材を見極める方法も考案しました。

ギルフォードが空軍用に考案した最初のクリエイティブィティ・テストで一般的に用いられるようになったのは、レンガ1個の応用方法をできる限りたくさん考えるというテストです。これは、非常に単純なテストですが、その人のクリエイティブ・レベルを測るには、なかなか良い方法です。人によっては何通りもの使い途を次から次へと思いつくかもしれません。一方、何十分考えても5通り程度しか思いつかない人もいるでしょう。これは、個人やグループ全体のクリエイティブ能力の開発を始めるための良い訓練になります。

### 演習

ここでの課題は、当然ながら、「1個のレンガの使い途を何通り考えられますか」です。

まず、15分で50通り、考えられるかどうか試してください。レンガ1個の新しい使い途を考えるのは、無論、企業の効率性向上や革新的な新製品のアイデアを思いつくことよりも簡単です。しかし、ここでは常識にとらわれない人が誰であるかがわかって面白いと思います。





# メタファーは 岩のごとく強し

メタファーを理解することの意義を知る

## 背景

人間は、メタファー(たとえ)で物事を考えます。余り自覚はありませんが、私たちは、頻繁にメタファーを使用しています。メタファーは、経験という古い工具箱を使って新しいことを説明するための非常に優れた手段です。

人間は、メタファー(え)で物事を考えます。余り自覚はありませんが、私たちは、頻繁にメタファーを使用しています。メタファーは、経験という古い工具箱を使って新しいことを説明するための非常に優れた手段です。

例えば、アイデアについて表現する時、鳥に関係したメタファーが多いことを知っていましたか。私たちは、アイデアを「あたためる」と言ったり、従来の「殻を破った」斬新なアイデア、(卵のように)「産まれたてほやほや」のアイデアと言ったりします。また、アイデアが実現すると、「巣立つ」「羽ばたく」といった表現を使います。アイデアは、そのプロセス自体が鳥の成長過程によく似ています。

伝説的な逸話もあります。ある兵器製造メーカーがアメリカ空軍用に新兵器開発を手がけることになりました。しかし、開発担当グループは、全くアイデアが浮かばず、行き詰まっていた。その時、メンバーの1人がメタファーを変えてみようと言い出しました。彼は、「今、我々は、砂漠の真ん中に立たされている」と始めました。「砂漠には何があるだろう」。「サボテン」と誰かが言うと、別の人が「オアシス」と言いました。その次に、誰かが「サイド・ワインダー」と言いました。サイド・ワインダーとは、ガラガラヘビの1種であり、体温を感受し獲物の位置を確認します。その時、技術者の1人がひらめきました。「敵機のモーター熱を感知するロボットを作れないだろうか?!」。そのアイデアが展開され、熱を感知し追跡する対空ミサイルの開発へとつながりました。この超高性能な新兵器は、「サイド・ワインダー」と命名されました。

あなたの所属する業界、あるいは、あなたが現在とりかかっている問題は、どんなメタファーで表現できますか。私たちは、自分たちだけに当てはまるメタファーが何であるか、そのメタファーによって写しだされることが何であるかというようなことを考えてみたことはないと思います。しかし、メタファーを定義できない限り、それが示してくれる方向を知ることもないのです。

## 演習

メタファーを展開して、どのようにアイデア生成を展開できますか。アイデア生成のための「巣作り」はできますか。新しいアイデアに「餌づけ」できますか。アイデアが餌をせがんで「鳴く」のを確認する必要がありますか。冬には南へ移動し発育を促がす「渡りの季節」がありますか。このように、アイデア(=卵)に関するメタファーをどんどん積み重ねてみてください。同様に、現在、取り組んでいるアイデアの基礎となるメタファーが何であるかを確認し、それを更に展開させましょう。

「侵略軍には抵抗できても、時にかなったアイデアには抵抗できない」  
ヴィクトル・ユゴー [VICTOR HUGO] (詩人・小説家)





# エジソンの アイデア・ノルマ

アイデアをたくさん出すことの重要性を理解する

## 背景

トーマス・アルヴァ・エジソンは、優れたアイデアを得るには、多数のアイデアを考え出さなければならぬことを理解していました。そして、このエジソンこそ、まぎれもなく数多くの素晴らしいアイデアを思いついた人物です。例えば、所有する特許の数は世界で2番目に多く、白熱電灯や映写機など数多くを発明し、今日、世界最大の総合電気メーカー、ゼネラル・エレクトリック(GE)の前身を築きました。

エジソンは優れたアイデアが自然に発生するものではないことを知っていました。それゆえ、自分にも部下たちにも「アイデア・ノルマ」を課しました。エジソン自身のノルマは、「10日ごとに小さな発明品を1つ、半年ごとに大きな発明品を1つ」だったそうです。

## 演習

自分にノルマを強いてアイデアを考えてください。問題1つに対し50通りの解決案を考えてください。その多くは、余り良いアイデアではないかもしれませんが、最初にひらめいたアイデアが必ずしも1番良いアイデアであるとは限りません。複数の問題に対し複数の解決策を考えるという訓練をしましょう。「他にもこの問題の解決方法があるだろうか」と問いかけ、新しい案が少なくとも3つ浮かぶまで考える癖をつけてください。問題の解決には、必ず複数の方法があるということを忘れないでください。

「改良するとは、変更することである。完璧になるとは、何度も変更することである」  
ウィンストン・チャーチル [WINSTON CHURCHILL] (政治家)





# スウェーデンの 大学教授

不可能に挑戦する

## 背景

ストックホルムの南にある大学教授がおりました。いつもブツブツ言いながら歩いており、大抵、不機嫌で無愛想な人でした。本当に、いつも機嫌が悪いため、多くの学生から怖がられていました。ある時、その内の1人が思い切って教授に話しかけました。

「先生は何が気に入らなくて、いつも怒ってばかりいるのですか」

「ああ、君にわかるだろうか」と教授は言いました。「私が今の君くらい若かった1960年代は、携帯電話や芝刈機やインターネットなど、今では全く普通になったものの全てに着手し始めたばかりだった。今は、何もかも実現可能な時代だというのに、私はあと1年で引退なのだよ……」

電子回路が超小型化され安価となってどこにでも組み込まれているというのに、この気の毒な教授は自分が若返ることのできないことに腹を立てていたのです。そして、何かを作ろうとする時、最初に「待った」をかけるのは、技術力ではなく人間の想像力であることに苛立っていたのです。

実現不可能とされている事象が「真実」であるかどうか問いかける癖をつけましょう。今日、めまぐるしい技術の発達により、以前は「不可能」であった多くのことが、実現可能になりました。同時に、思考が全く止まってしまうよう、新しい「不可能」を考えなくてはなりません。すなわち、昨日までの「不可能」を解決するのと同じペースで、明日、解決するための「不可能」を考え出さなければならないのです。

## 演習

あなたのビジネスで、いままで「不可能」だったが、近い将来可能になる事柄を書き出してください。その「不可能」が可能になったことでもたらされる効果についても書いてください。その変化をどう利用できると思いますか。

「他者に利益をもたらさない取引は、最終的に自分にも利益をもたらさない。お互いに満足した取引のみ後々まで繰り返される。」  
B・C・フォーブス [B. C. FORBES] (雑誌「FORBES」創刊者)

# 新識

知っているだけでは知っていることにならない

## 背景

100年前のスウェーデンには今で言うところの高校に通った人は700人(!)いました。今年は約9万人から10万人が高校を卒業します。さかのぼること、1960年に大学に入った人は3万人しかいませんでした。今は30万人います(その内3万人が大学院生です)。これは、スウェーデンだけでの話ですが、今日の世界中の大学卒業者の数と50年前とを比較すると、その数の差に目が回ります。これから50年先のことを考えると、ほとんど空恐ろしくなるほどです。

近年の爆発的な知識の増加は、新しい知識のめざましい増加をもたらしています。当然ながら新しい知識が増えれば増えるほど、古い知識はただの古いだけの知識になります。アメリカの大学ではそのため、コースによってはすぐに内容が古くなる教科書の代わりに最新の業界誌や出版物をテキストとして使用しています。

学習方法を改善しなければならないとはよく話されていることですが、肝心なのは新しい知識—新識—を取り入れる能力を磨くことです。学ぶのが難しいのではありません。学び直すのが難しいのです。

世の中には蹄鉄(ていてつ)工から新聞のグラフィックアーティストにいたるまで、知っていることをそのまま続けるばかりで新しい知識を使いこなせず、お払い箱になったプロが大勢います

## 演習

最近、何か新しいことを学んだのはいつですか。つまり、すでに「知っている」ことを新しい方法で学び直すためにコースへ通ったのは、いつですか。

「世の中にアイデアほど強力なものはない。どんな兵器をもってしても、アイデアを破壊することはできない。  
別のアイデアの力を除いては、他のどんな力をもってしてもアイデアを征服することはできない。」  
ジェームズ・ロイ・スミス [JAMES ROY SMITH]





# 「イエス」と「ノー！」

ポジティブな衝突について

## 背景

中世の王侯貴族は、常に道化師をはべらせていました。道化師の役目は、真実とされていることを問い直し、他の人が恐れ多くて聞けないことを質問することでした。王侯貴族にとって、道化師はイエス・マンに備えた保険のようなものでした。なぜ、この役割が姿を消してしまったのでしょうか。イエス・マンがもはやいなくなったからでしょうか？いいえ！今は恐らく、かつてないほど「ノー・マン」が必要とされています。なぜなら、全員が同じように考える場所では、クリエーティビティーが発揮されないからです。優秀な自動車を作る秘訣を聞かれて、トヨタの開発責任者は「たくさんの衝突」と答えました。また、最近ディスカバリー・チャンネルで、CIA長官が声高に言いました。「我々には疑い深い人間が必要だ！批判されなくなったら、懐疑論者を雇ってもいい」

もっと衝突するようにと勧めるのは、間違っているかもしれません。しかし、余り衝突しないようにと言うのも間違いではないでしょうか。余りにも多くの人々がアイデアを批判しないようにと教えられてきました。全くの誤りです。良いアイデアは批判に堪えられるものであり、悪いアイデアの欠点を指摘する人がいなければ、良くなりようがありません。全員が同じ知識、同じ背景、同じ見解を持つ同属集団では、変化が生じた時、柔軟に対応できないことを誰もが知っています。それにも関わらず、小規模なプロジェクト・グループから大企業の上層部に至るまで、余りにも多くの集団が、今だ同属化する傾向にあります。もちろん、皆が同じように考えるのは、大変、結構なことですか……

## 演習

否定的なコメントを探してください。次回、良いアイデアを思いついた時、そのアイデアを気に入らないという人を探してください。あなたのアイデアを痛烈に批評してもらいその内容をメモしましょう。その後、家に帰ってから、そのメモを見直し、アイデアの弱点が何なのか考えてください。確かに不愉快な作業です。しかし、ためになることです。

「アイデアに門を閉ざしても無駄だ。門を閉ざしたところで、隙間からアイデアがはみ出てくるのだから」  
クレメンス・フォン・メッテルニヒ [KLEMENS VON METTERNICH] (政治家、オーストリア首相)





# 飛行機と コンピューター

思った通りにはいかないもの

## 背景

アップルがノートブック型パソコンを初めて導入した時、ターゲット・ユーザーを飛行機での移動中に使用するビジネスマン「だけ」に絞った販売戦略を立てました。特に、飛行機の電気系統とコンピューターが問題なく作動するように相当の時間を費やしました。発売後、アップルでは緊急対策会議(!)が招集されました。蓋をあけてみると、ノートブック型パソコンは、飛行機の中「以外」の至る所で使用されていたからです。

未来が、私たちの思う通りになることは滅多にありません。「将来のシナリオ」全体に疑問を持って、皆が正しいと考えるよりも、皆が間違っていると決めてかかるべきでしょう。そうすれば、あなたが正しい可能性が高くなります…

## 演習

次回、「将来のシナリオ」を書いてもらった時、それに対して疑問を持ってください。作成者に代案があるかどうか尋ねてください。大多数が将来像を1つしかもっていないことに気がつきます。10年後、この本をもう一度取り出して見る時、他の人の予想が全部はずれていたことに気がつくことでしょう。

「アイデアは文明を向上させる要因であり、革命を引き起こします。アイデアには、どんな爆弾よりも大量のダイナマイトが入っています」  
ビショップ・ヴィンセント [BISHOP VINCENT]





# あきらめないでください

## あきらめないためのインスピレーション

### 背景

「アイデアを思いついたよ」と、ついに(熊の)プーは言いました。「でも、多分、あまりいいアイデアじゃないかもしれない」

「多分ね」と、(ロバの)イーヨーは言いました。

最後に、あえて違う考え方をすることの勧めで締めくくりたいと思います。現状に疑問を持ち、新しいアイデアを探求し続け、あるがままで全てを良しとするのを拒否する人たちは、多々、困難に遭遇します。他人のアイデアを批判する方が余程、簡単です。自分のアイデアのため、特に、それが物議をかもし出すような変わったアイデアであったり、挑戦的なアイデアである場合、そのために戦おうとするのは、並大抵の困難ではありません。

しかし、あきらめないでください。新しいアイデアを思いつき、それが実現するのを見る喜びは、苦勞する甲斐があるというものです。励ましが必要な時、あるいは、新しい発想が欲しい時、アップルのThink Differentキャンペーンの文章を読みましょう。

クレージーな人たちに乾杯

社会に対応できない者、反逆者、トラブル・メーカー

四角い穴の丸い栓

物事を違って見る人たち

彼らは、規則を好まず、現状を良しとしない

彼らの言葉を引用してもいいし、彼らと意見が食い違ってもいい

賞賛してもいいし、中傷してもいい

でも、ただひとつだけ、してはならないこと、それは、彼らを見捨てること

なぜなら、彼らは物事を変える人たちだから

彼らは、人類を前へ進ませる人たちだから

そして、ある人たちの目には、クレージーな人たちと映って見えても、私たちには天才が見える

なぜなら、世界を変えることができる信じられるほどクレージーな人たちは

実際に世界を変える人たちだから

Think Different

### 演習

十分、課題は出たので、今回は何もありません。ここで終わりにしましょう。

「偉大なアイデアには、翼と着陸装置が必要だ」  
C・D・ジャクソン [C. D. JACKSON]

# あとがき

貴重な時間を割いて本書を読んで頂いたことに感謝します。本書が新しいアイデアを思いつくための手助けとなり、何らかのお役に立てれば幸いです。時々、古いノートやアイデアを読み返して見ることをお勧めします。アイデアも少しねかせて熟成させると良くなっていることがあるからです。

クリエイティビティーにまつわる話で、個人的に気に入っているエピソードをお持ちの方、あるいは、最近、正反対のことを試みた面白い企業の話など、ご存知であれば、是非、お知らせください。寄稿して頂いた中で、著者が初耳だった話は全て、次の『アイデア・ブック2』で採用させていただきます。また、薄謝として1000クローネと新作本を1冊、進呈させていただきます。

連絡は、著者 [fredrik.haren@jp.interesting.org](mailto:fredrik.haren@jp.interesting.org)まで。もちろん日本語で結構です。

# ideabook@jp.interesting.org

もっと知りたい方は、日本語対応のメールアドレス、ideabook@jp.interesting.orgまでEメールにてお知らせください。interesting.orgの新しいクリエイティビティー商品をご優待させていただきます。







# インスピレーション

下記は、本書を執筆するにあたり、著者が個人的にインスピレーションを受けた図書の数々と個人のリストです。

図書リスト：

*The Art of Innovation*, Tom Kelley

*Creativity & Beyond*, Robert Paul Weiner, 2000

*Den kreativa människan*, SVD Pocket, 1983

*Du är kreativ*, Michael LeBoeuf, Liber, 1980

*Funky Business*, Jonas Ridderstrale, Kjell Nordstrom, Financial Times  
Prentice Hall, 2000

*Kodboken*, Simon Singh, Norstedts förlag 1999

*Pippi Långstrump I Söderhavet*, Astrid Lindgren, Rabén & Sjögren, 1948

*Flow*, Michály Csíkszentmihályi, NOK, 1996

*Salvatore Grimaldi*, Salvatore Grimaldi, Ekelids Förlag 2000

*Uppfinnaren*, Alf Mork, Atlantis, 1981

*100 råd om innovation*, Bengt-Arne Vedin, Ljusåret, 1998

*Skapandets psykologi*, Frak Barron, Alma, 1971

*Fantasins Grammatik*, Gianni Rodari, Korpen, 1973

*A Whack on the side of the head*, Roer von Oech, Warner Books, 1998

*Kreativitet – en outnyttjad resurs*, Dag Romell, Liber Läromdelel, 1974

*Edison A life of Invention*, Paul Israel, John Wiley & Sons, 1998

*Brain boosters for business advantage*, Arthur B VanGundy. Joesey-Bass/  
Pfeiffer, 1995

*Notebooks of the mind*, Vera John-Steiner, Oxford University Press, 1997

*Influence Science & Practice*, Robert B Cialdini, Harper Collins, 1993

*Tankekraft*, Bodil Jönsson, Brombergs, 2001

*Deals of lightning*, Michael A Hiltzik, Harper Business, 2000

*75 Cage-Rattling Questions to change the way you work*, Dick Whitney  
Melissa Giovagnoli, McGraw Hill, 1997

*The Mechanism of mind*, Edward de Bono, Penguin Books, 1969

*Selling the invisible*, Harry Beckwith, Warner Books, 1997

*Fursten*, Niccoló Machiavelli, NoK, 1513

*Yates Guide to successful inventing*, Raymond Yates, Funk & Wagnalls, 1967

*Citat för alla tillfällen*, Brombergs, 2001

*The art of creation*, Arthur Koestler, Picador, 1969

*Unleashing the ideavirus*, Seth Godin, Do you Zoom?, 2000

*Svar:*, Anna Thurffjell, Carlssons, 2000

*Att bryta vanans makt*, Vernet Denvall, Studentlitteratur, 2000

*The book of truly stupid business quotes*, Jeff Parretti, HarperPerennial, 1997

*Upptäckter som förändrade världen*, David Elito Brody & Arnold Brody,  
MånPocket, 1997

*Nätokraterna*, Alexander Bard & Jan Söderqvist, K-world, 2000

*The inmates are running the asylum*, Alan Cooper, Sams, 1999

*Cracking Creativity*, Michael Michalko, Ten speed Press, 1998

*Uncommon Genius*, Denise Shekerjian, Penguin, 1990

*Collaborative Creativity*, Jack Ricchiuto, Oakhill Press, 1997

*Träffad av en snilleblix*, Roger von Oech, Odulate Förlag, 1987

*Creativ thinking and brainstorming*, J Geoffrey Rawlinson, Management  
Skills Library, 1981

*Verklig kreativitet*, Edward de Bono, Brainbooks, 1992

*Creativity*, George Gamez, Peak Publications, 1996

*Idéer, så får du dem så utvecklar du dem*, Jack Foster, Richters, 1999

*Handbook of creativity*, Robert J Sternberg, Cambridge, 1999

*Ett svenskt geni*, David Lagercratz, DN förlag, 2000

*Speaker's sourcebook 2*, Glenn Van Ekeren, Prentice Hall, 1994

*Din upphovsrätt och andras*, Kerstin Ahlberg, Tiden, 1995

*Christofer Columbus, var han riktigt klok*, Herman Lindqvist, Fischer & co, 1992

*2000 percent solution*, Donald Mitchell mfl, Amacom, 1999

*Patafysisk Antologi*, Claes Hylinger, Bo Cavefors Förlag, 1973

*Copy*, Hal Stebbins, Spektra, 1974

*Människor, miljöer och kreativitet Nobelpriset 100 år*, Red, Ulf Larsson, Atlantis, 2001

*Den vite mannen*, Papalagi, Korpen, 1920

*The art of looking sideways*, Alan Fletcher, Phaidon, 2001

*Alice i Underlandet*, Lewis Caroll, nyöversättning, Bokorama, 1982

*Awaken your birdbrain*, Bill Costello

*Guldägg och beska droppar*, Sören Blanking, Fischer & Co, 1996

*A designer's art*, Paul Rand, Yale University Press, 1985

*Where the Suckers Moon: The Life and Death of an Advertising Campaign*, Randall Rothenberg, 1995

*Think out of the box*, Mike Vance & Diane Deacon, Career Press, 1995

*Don't Panic*, Troed Troedson & Lotta Alsén, Troedson Konsult, 2002

*The Creative Problem Solver's Toolbox*, Richard Fobes, Solutions Through Innovation, 1993

*Rules for revolutionaries*, Guy Kawasaki, Harper Business, 1999

*Creative Thinking*, Mike Vance, kassettbok

**個人リスト:**

Teo Härén

Marie Thorsbrink

Albert

Berit Härén

Hasse Härén

Torbjörn Härén

André Wognum

Maria Ehn-Notrica

Mårten Norman

Andreas Pardeike

Jocke Berggren

Fredrik Ahlman

Erik Reimhult

Bengt-Arne Vedin

Bengt Renander

Yngve Bergqvist

Leif Pagrotsky

Marie Hallander Larsson

Mats Ohlsson

Maria Blom

Fabian Månson

Kerstin Karlsson

Therese Foleby

Alexander Bard

Gustav Bard

Anders Carlberg

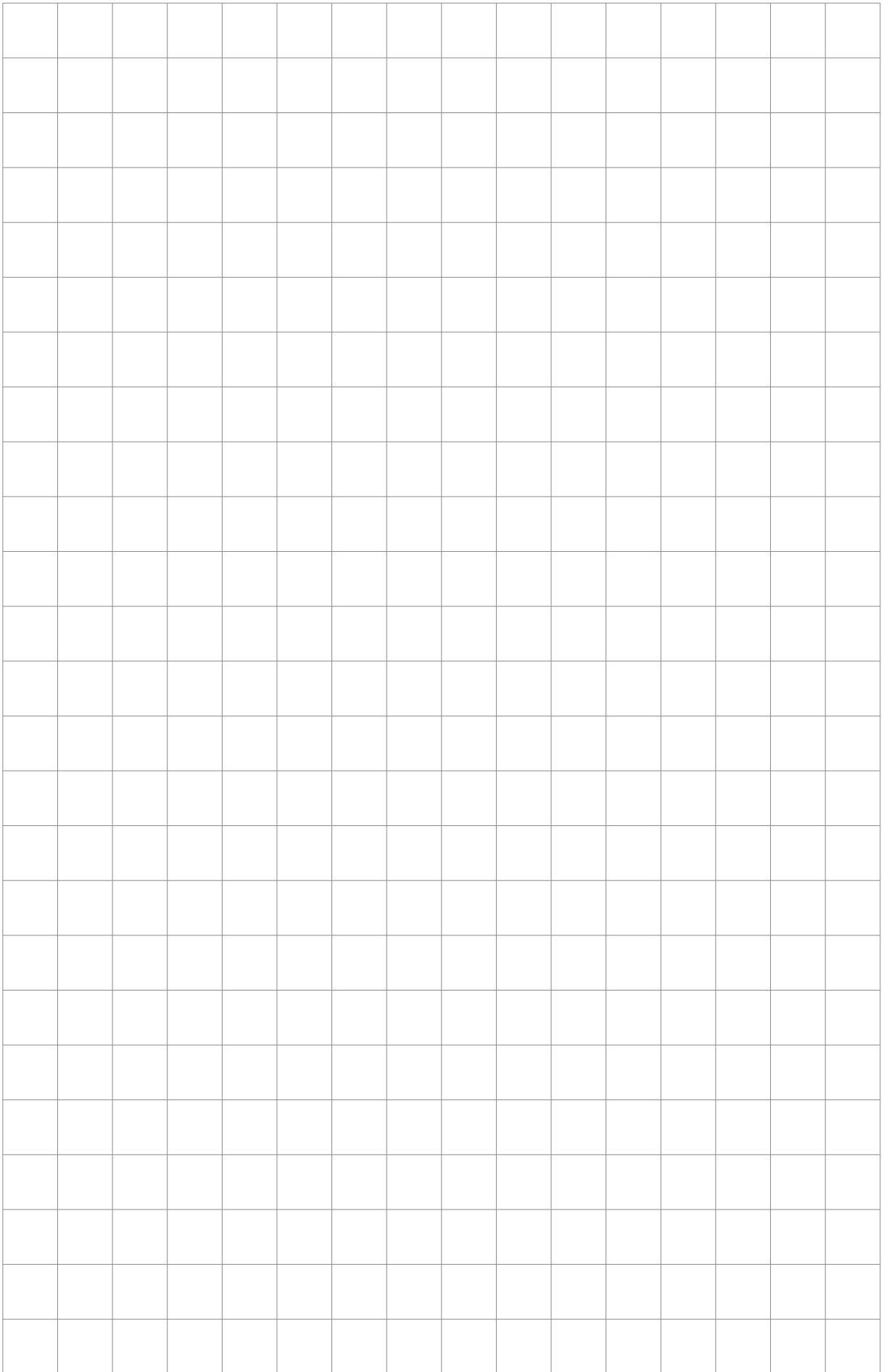
Amelia Adamo

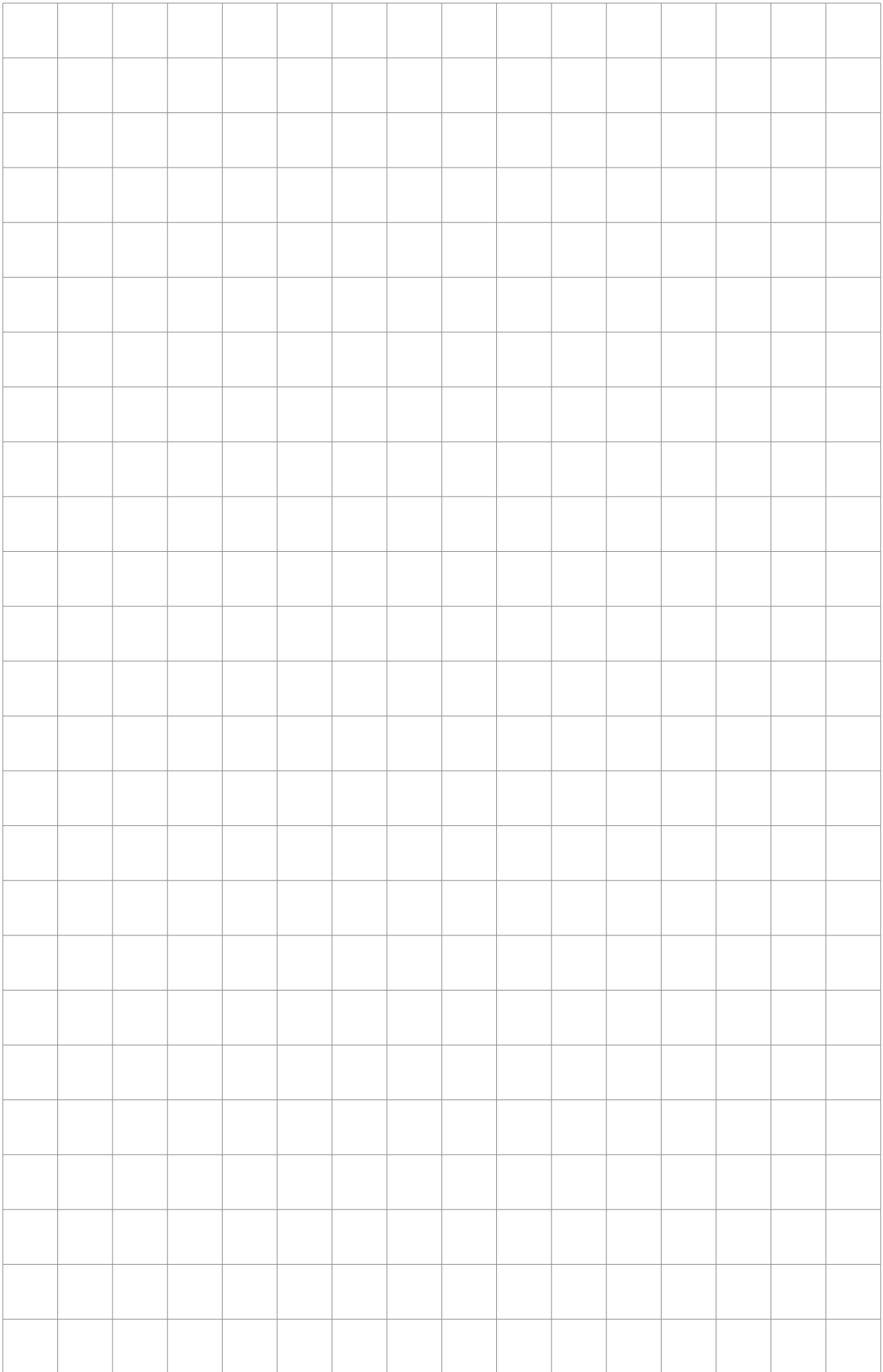
Soki Choi  
Philip Cohen  
Monica Lindstedt  
Bengt Möller  
Marita Bohlin  
Tommy Karman  
Thomas Magnusson  
Lars Fallberg  
Petra Pardeike  
Lars Larsson  
Christer Skoglund  
Jack Hansen  
Jan Segerfeldt  
Anette Gustafsson  
Jan Linnaeus  
Ann Westfelt  
Ewa Kumlin  
Mattias Bergman  
Seema Dueland  
Minako Nakatsuma Olofzon  
Kazumi Nabeno  
Nagato Ito  
Kazuhiro Miyatsu  
Noriyasu Sato

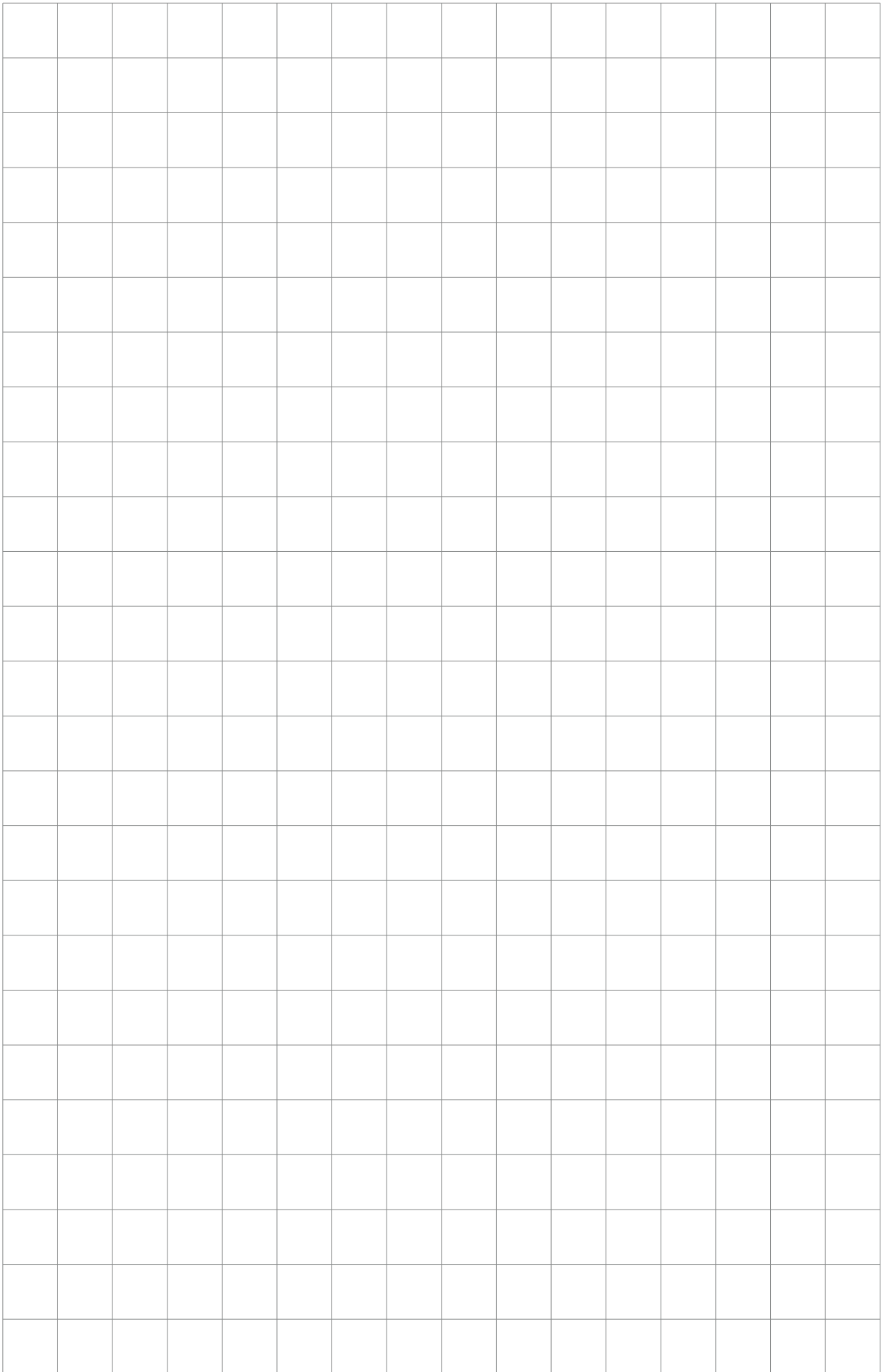
+ 本書執筆にあたり、あらゆる方法で手助けしてくれた方々!

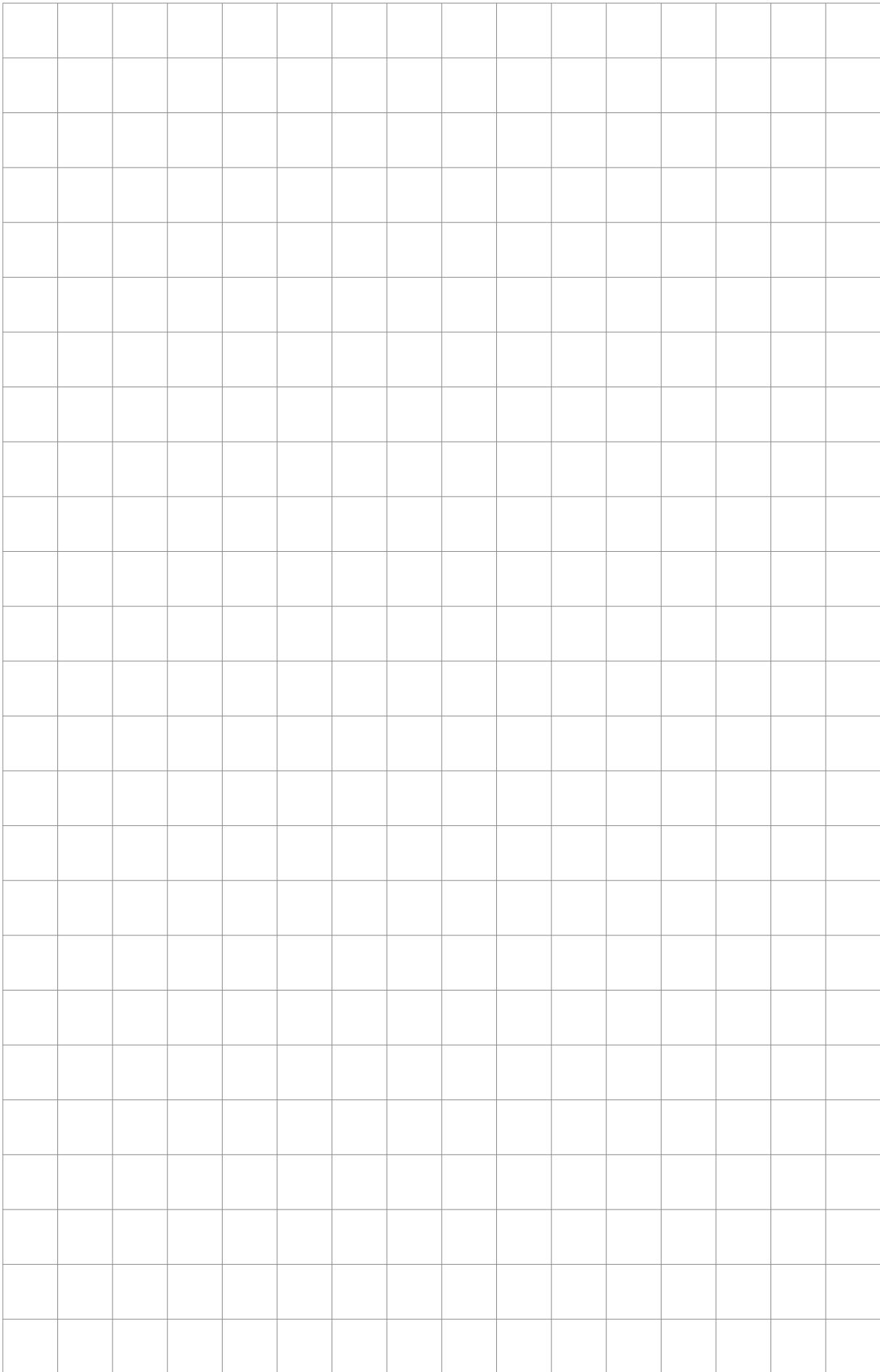
interesting.orgの会員の皆様と皆様の素晴らしいアイデアに感謝します。

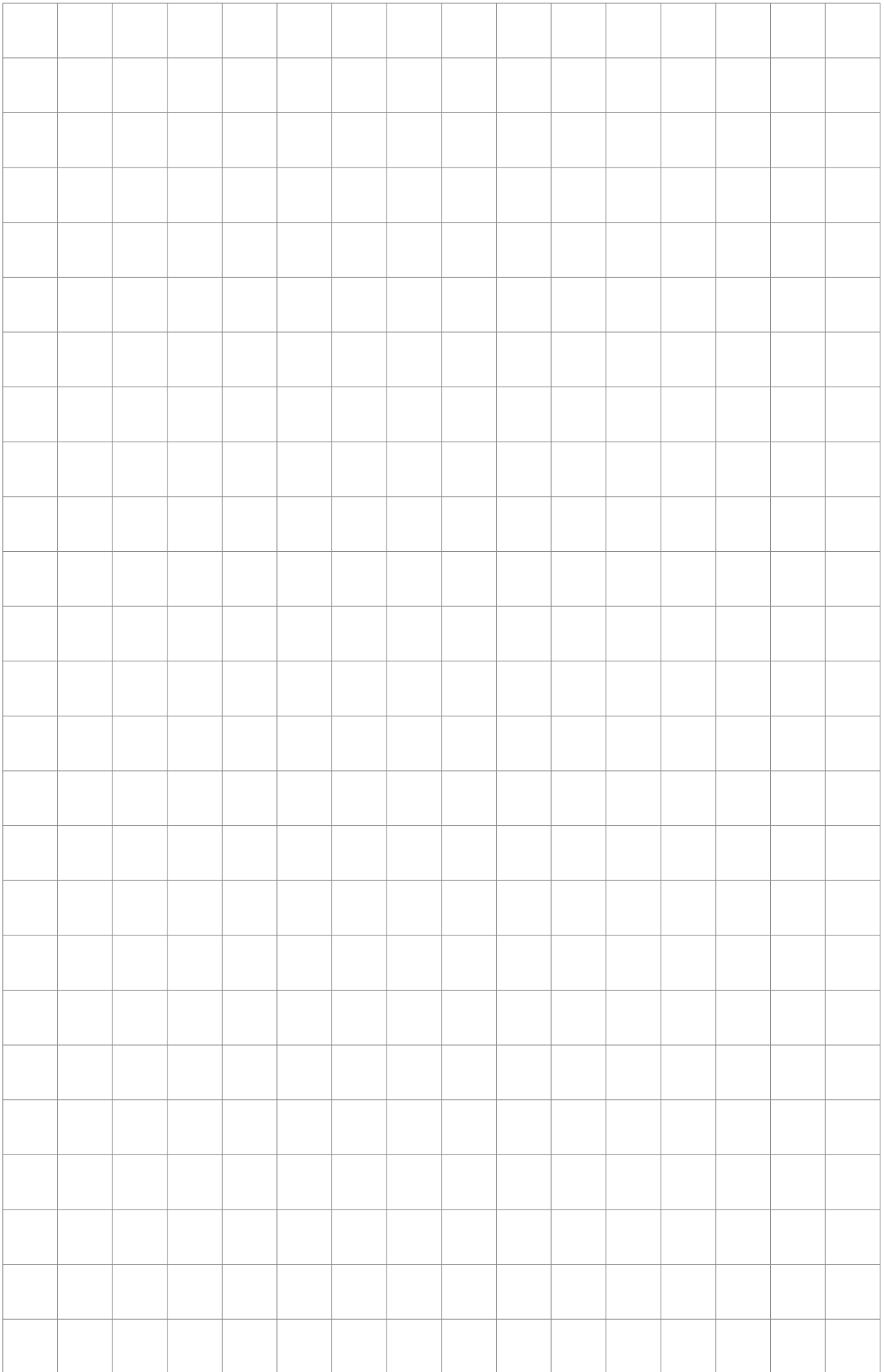
最後に、アンナ・ブライトホルツ - 貴女に貰ったインスピレーションは、私が思っていた以上に貴女が知っている以上にたくさんあります。











# interesting.org

## について

フレドリック・ヘレーンとテオ・ヘレーンは、アイデア仲介業を営むinteresting.org(インタレスティング・オーガナイゼーション)を創立しました。interesting.orgのビジネス概念は、アイデアによるビジネスです。全てのアイデアが評価され、多くのアイデアが世に出されることをビジョンとしています。

interesting.orgでは、企業が新しいアイデアを得る手助けを行い、製品及びサービスを改善するためのアイデアを提供します。企業を改善する素晴らしいアイデアは企業の外にあるという創業信念を貫いています。

interesting.orgは、スウェーデンに拠点を置き、10000名以上の個人会員と法人会員の仲介役をつとめます。会員は、いずれもクリエイティブに問題を解決しようとする人々であり、良いアイデアは企業の庇護から離れた外側でも成功することを理解している人々です。過去4年間、interesting.orgは、クリエイティブなアイデアの提供者に100万クローネ以上の謝礼を進呈しました。主な顧客としては、スウェーデン郵政機関、テリア、ストックホルム市、リクルート・センターSOS-Barnbyar、スウェーデン商工会議所があります。

interesting.orgの詳細は [www.jp.interesting.org](http://www.jp.interesting.org) (日本語)



# 講演の予約

ビジネス・クリエイティビティーをテーマに、社員あるいは顧客を招待してインスピレーションに富んだセミナーを開催しませんか。

新しいアイデアを得ることの重要性と価値について講演します。生き生きとしたトークで創造性と新しい思考を奨励します。フレドリック・ヘレーンの講演は、ユーモアあふれるエピソードを多数盛り込み、聴衆とのやり取りを交えた講演です。講演のねらいは、新しい方法で考えることの重要性と実行することの難しさを理解することにあります。

フレドリック・ヘレーンは、これまで、ヨーロッパの各国以外に、中国、インド、韓国、スリランカなどでも海外講演を行いました。

詳細は [www.jp.interesting.org](http://www.jp.interesting.org) (日本語サイト)

講演の予約申込みは日本語対応の[fredrik.haren@jp.interesting.org](mailto:fredrik.haren@jp.interesting.org)まで(講演は英語で行います)。



# 著者について

本書の著者フレドリック・ヘレーンは、スウェーデンで大人気のセミナー講師です。2003年だけでも、クリエイティビティー、アイデア生成、アントレプレナーシップに関するセミナー及びワークショップを150回以上こなしています。フレドリックは、複数の会社の創業者でもあり、最新のinteresting.orgは、アイデア・ビジネスを仲介する会社です。本書は、3作目の著書になります。

# リサーチ

リサーチには、テオ・ヘレーン( [teo.haren@interesting.org](mailto:teo.haren@interesting.org))も貢献しています。テオは、interesting.orgの創業者で、(普段は)代表取締役です。過去2年間、3万以上のビジネス・アイデアに目を通し、分類、審査、採点を行ないました。アイデアの善し悪しを見分けることにかけての第一人者です。

# 装丁

装丁を担当したのは、アンドレ・ヴォグナム([www.wognum.se](http://www.wognum.se))です。アンドレは、幅広い才能の持ち主、待望のマルチ・クリエイターです。ヴァーチャル世界とインターネット・サービスから、印刷関連、グラフィック・ページに至るまであらゆる装丁をこなしてきました。アンドレの最新プロジェクトの1つ、UNIQUS®-Assorted Sensations for Your Brainでは、脳を動かすゲームをギフト・ボックスに収めて提供しています。詳細は、まで。本書266ページでUNIQUS®メンタル・キャンディーの試食ができます。

# 日本語版翻訳・監修

日本語版の翻訳は鍋野和美(oaz662a@tninet.se)、監修は中妻美奈子(minako@minapr.se)が担当しました。MI-NA PR ([www.minapr.se](http://www.minapr.se)) は日本とスウェーデンの架け橋となるべくコミュニケーションに関するあらゆるサービスを提供しています。

## アイデア・ブックの紹介

アイデアは、広めるためにあります!良いアイデアは報われます。友人、知人にメールを出し、是非、アイデア・ブックを紹介してください。日本語のURLアドレス[www.jp.interesting.org](http://www.jp.interesting.org)も忘れずに。

## 会社一括購入の場合

本書は、あらゆる組織でクリエイティブな考え方がもっと奨励されていかなければならないという信念に根ざしています。社員・従業員などへ配布する目的で、本書の大量注文をご希望の場合はEメールでお知らせください([info@jp.interesting.org](mailto:info@jp.interesting.org))。もちろん日本語で結構です。折り返し詳細と価格をお知らせします。

[www.jp.interesting.org](http://www.jp.interesting.org)

本書(日本語版)のホームページ

アイデアについて150ページ。  
あなたのアイデアのメモ用に150ページ。  
アイデアブック。