

特産品開発のアイデア発想用
「着眼カードの作り方」

(株)環境教育ソフト

1 「着眼ワード」作り方の原則

原則的に、アイデア発想の決め手となる「着眼ワード」は、事例情報から作成します。新聞や経済誌の新商品や企業事例記事に注目し、目に留まった事例の記事内容を記録します。記録した事例の記事を圧縮して、着眼キーワードを作成していきます。ただ、アイデアの種類がことなり、多面的視点か類推的視点から想像するかによって着眼カードの作り方が若干ことなってきます。

(1) 事例情報の収集

日本経済新聞と最新ビジネスの紹介記事が多い『日経ビジネス』を中心に、毎日・毎週かならず企業事例の記事をチェックします。

- * 情報収集として数多くの新聞・雑誌に目を通さなくても、限定した媒体を必ず読むことのほうが重要です。

(2) 収集情報の記録化（パソコン入力）

収集した記事をパソコンに入力します。

- * 記事を自分でパソコン入力することで、自分の知識として定着します。
- * 情報を日付順に入力しておく、企画書作成のときも利用できます。

(3) 各情報の圧縮化

各記事を 50 文字程度に圧縮します。

- * 圧縮する作業によって、脳の編集作業に利用しやすい情報として定着します。

(4) 情報のカード化

全文と 50 文字をもとに、そのコンセプトを 10 文字以内にまとめます。

- * 10 文字にされた言葉を着眼点として「着眼カード」化します。
- * 10 文字化は 1 つにこだわらず、2・3 つと考えてください。
- * 10 文字化に難しさを感じても、強引に作成してみます。

(5) 全体のチェック

10 文字のキーワードをチェックして、同じような言葉は変更・修正します。

(6) カードの作成

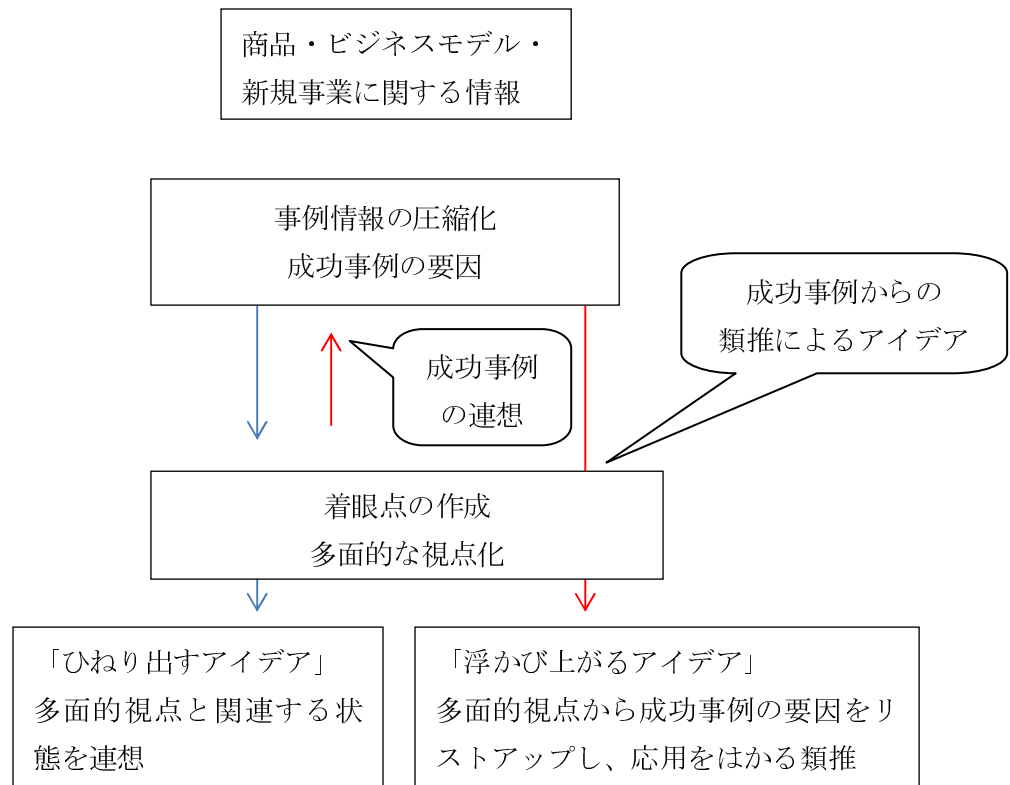
名詞カードの表面に 10 文字、裏面に 50 文字をパソコンで入力します。

- * 市販の名詞カードを家庭用のプリンターで手差し印刷します。

2 「着眼ワード作成」によるアイデア発想効果

(1) 成功事例の応用によるアイデア発想

着眼ワードは事例情報を圧縮して、成功事例の要因を端的に表現する作業を通作成されます。その結果、着眼ワードから成功事例をいくつ引き出すことができ、類推の材料を多く集められた分、類推力が活発に働きアイデアを浮かび上がらせる可能性が高くなります。



(2) 「アウトプット=書くこと」で発想力の強化

考えるとは、書くことです。逆にいえば、文章を書こうとすれば、いやでも「起承転結」の論理を前提に、「複雑な多岐な情報」を関係性でとらえる（因果性・相関性・対比性など）必要があります。書き込めば書き込むほど、論理や関係性が短銃で明確になってきます。書くということは、思っている以上に脳の編集機能をフル回転させることです。考えるということになります。

書くことは考えることだけに、書き込んでいけばいくほど考えることが繰り返され、必ず新しい何かを気づき、なにかが浮かびあがってきます。なんど考えても答えがないというのは、考えているふりをしていて、書き出すことをしないとこのような状態に陥りがちです。

3 観光・特産品アイデアの「着眼ワード」作成

(1) 新商品の情報収集

「観光関連の開発事例」を数多く集めます。

(2) 情報の圧縮化

開発に関する情報を分析し、そのコンセプトやアイデアのポイントを短く表現します。

(3) 情報のカード化

「アイデアのポイント」にもとづき、10文字程度のキーワードに凝縮します。

1	世界遺産のビール
---	----------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
アサヒビールは、太田市の石見銀山遺跡が世界遺産に登録されたのを記念して中ビン「石見銀山」発売する。商品ラベルに石見銀から鑄造した銀貨「御取納丁銀（おとりおさめちょうぎん）」を描いている。地元酒販店と旅館で販売し、販売期間は年末までで7000ケース（1ケース20本）の販売を見込む。

2	魚肉ソーセージ
---	---------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
食品製造業の西南開発（八幡浜市）は、同社が1949年に国内で初めて試作し、のちに発売した魚肉ソーセージを当時の味のままに復刻、販売する。今年に入って当時の開発担当者が所有する製造方法を記したノートが発見され、これを機にパッケージデザインや商品名などを一新して発売する。同社は国内初の魚肉ソーセージ「スモークミート」を51年に開発したとされる。5アジが主原料で、現代の商品とは、味も食感もまったく違うもので、「戦後の味を忠実に再現したい」としている。八幡浜や愛媛をアピールする新商品として県内のお土産店で販売。

3	コメ農家へ秋田体験旅行
---	-------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
買ったコメを育てた農家で農村生活を体験。秋田県の「あきたこまち」の販売と、秋田の農村の暮らしを体験する行を企画する新会社（社名「こめたび」）が発足した。注文すると無料で会員になり、コメを栽培した契約農家の田んぼを見学して食事をしたり、酒蔵で職人と話をしたりする。原則年間契約とし、ネットなどで注文を受ける。初年度に 600 人の納入者の登録と 4000 万円の売上を計画。

4	香川の桃 100%ジャム
---	--------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
食品、酒類卸大手の旭食品（高知市）は香川県産の桃を原料にしたジャム「桃ジャム」を売り出した。同社は春、高知県産のユズ、愛媛県のいよかんをそれぞれ原料にしたマーマレード 2 商品と、徳島産のサツマイモ「鳴門金時」を使ったジャムを発売。「桃ジャム」投入で、四国 4 県の地場の農産物を使ったジャムがそろった。

5	眼鏡愛好家のコンテスト
---	-------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
福井県眼鏡協会（鯖江市）は全国の眼鏡愛好家のナンバワンを決める「めがねっ娘・眼鏡男子コンテスト」を鯖江市で開く。国内生産シェア 9 割を占める福井産フレームの普及に役立てたい考え。昨年、地元の仁愛大学などの学生が中心となって始めたコンテストが好評だったため、産地をあげて眼鏡ファン作りに取り組むことにした。総合的に「めがねへの愛」を判断し、グランプリを選出する。

6	肌に優しい海藻石鹸
---	-----------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
建設業の能登組（江差町）の能登専務が考案した手作りせっけんが北海道内で人気を集めている。保湿性に優れるオリーブオイルに、函館周辺にだけ生育する粘りの強い大型の海藻「カゴメコンブ」のエキスを加えたのが特徴。もともとアトピーで悩んでいた長男のために作ったのがきっかけという。評判が口コミで広がり、販売部門として「北風家ねっと」を置き、本格販売しはじめた。

7	線香発祥地の業者が競作
---	-------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
堺線香工業協同組合（堺市）は日本の線香製造の発祥地といわれる堺のPRを兼ねた商品を始めて共同開発し、発売した。組合員6社がそれぞれ1種類ずつ作り、地元の画家野村亜紀子さんが堺市の名所を水彩画に描いた箱に詰めた。観光案内所など作堺市内だけで販売しているが、5月の発売からすでに約4000箱が売れた。第2弾として同組合の統一ブランド商品の全国販売も検討中だ。

8	温泉水で作る「山塩」復活
---	--------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
会津山塩企業組合（北塩原村）は全国でも珍しい、温泉水を煮詰めて作る「山塩」を半世紀ぶりに復活させ、塩ようかんとともに発売した。約1200年の歴史がある地元の大塩温泉は塩分を多く含み、弘法大使が製塩方法を教えたという伝説も残る。江戸時代から戦時中まで盛んに作られたが、安い塩の普及で戦後まもなく姿を消した。村商工会が特産品として復活を呼びかけ、商品化に成功。「会津山塩」は50グラムいりが700円。「山塩ようかん(185グラム)」は700円。山塩を使った料理コンテストも実施。

9	すすきの開店を後おし
---	------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
札幌商工会議所は店舗の減少が続く札幌市の歓楽街・すすきの地区の活性化を目指し「すすきの飲食店体験型開業プロジェクト」を実施する。参加者が店舗オーナーのもとで接客や料理の仕込などを学び、独立開業の手助けとする。募集するのは10人で、実施時期は8月上旬の1週間を予定。札幌駅周辺などに店舗を構える大手飲食チェーンも増加しており、すすきの地区の地盤沈下に歯止めをかけたい狙いがある。

10	1斤5000円の高級パン
----	--------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
豊橋市内のパン店あ相次いで1斤4000円～5000円の高級パンを考案し、ネット商店街「三遠パンマイスターズクラブ」で販売している。IT（情報技術）ベンチャーの都デザインが、市内の10軒のパン店がネット店舗を開設した。知名度を上げるため、同社が超高級パンの販売を提案したところ、6社が試行錯誤を繰り返して商品化。

11	電力王の足跡をたどる旅
----	-------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

開発のポイント
北恵那交通（中津川市）は9月27日にバス旅行ツアー「電力王 福沢桃介のゆかりの地と大正ロマンを訪ねて」を実施する。桃介が建設したダムや発電所など大正時代の岐の産業発展の軌跡を探る。桃介は、北恵那交通の前身となる鉄道会社の設立にかかわり、全国に木曾地域の木材が輸送される契機をつくった。現在の桃介記念館は、大正時代の貴重な西洋風別荘建築を堪能できる。1人6,500円