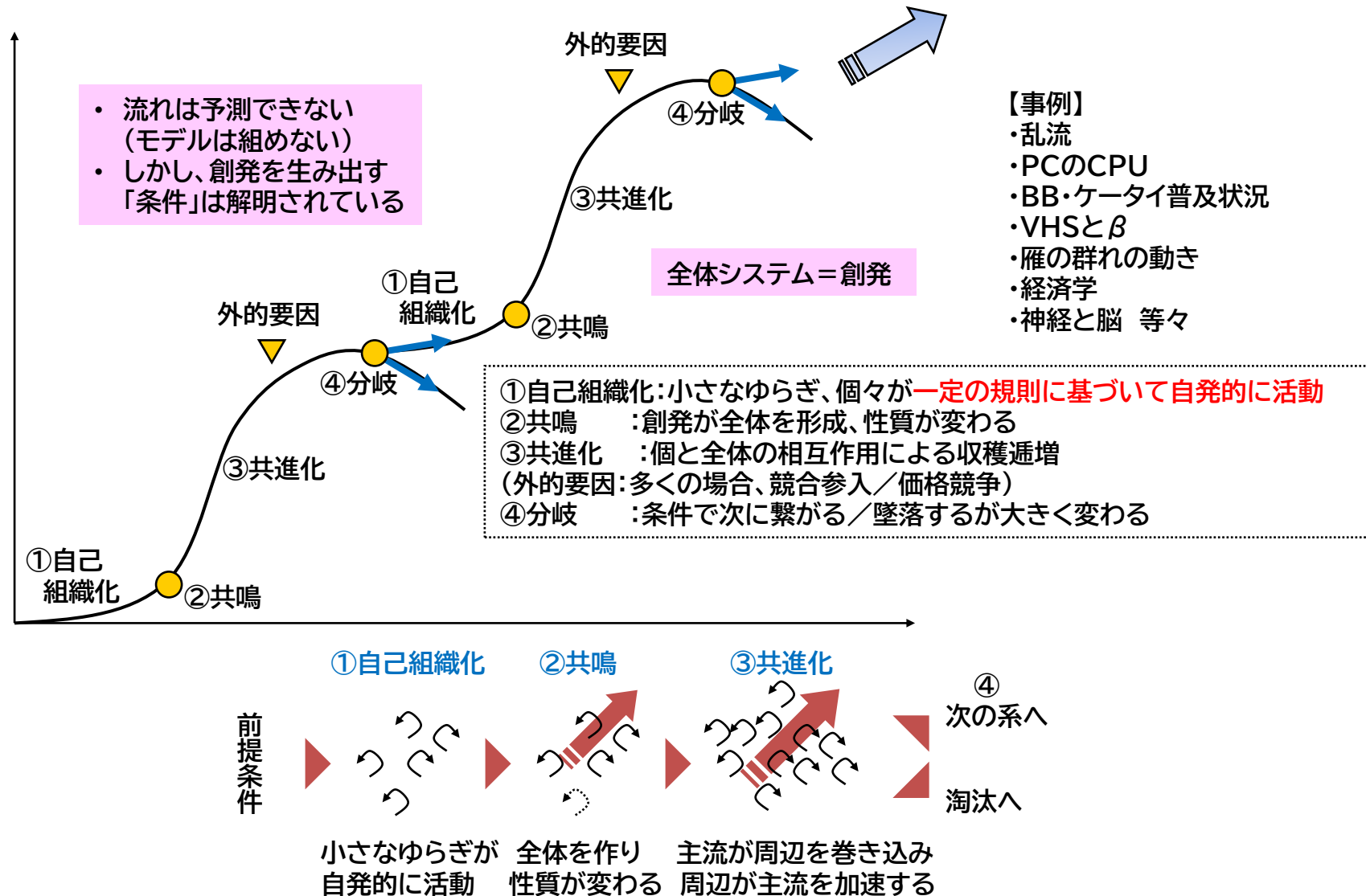


②-2. 事業シナリオ

前提(1/3):「成長」の仕組み ～複雑系:創発システム～



【ご参考】「①自己組織化」状態にするための条件

【「創発」を確実に起こす方法とプロセス】

1. 徹底した議論 …… 頭脳をつなげ、**流入**してくる情報・事象を**受け止める**
(※上長がニュートラルに話を聞かない・受け止めない→正しい情報が流入しないことが殆ど)
2. 試行錯誤 …… 1の議論で生まれたアイデアを**必ず試してみる**
3. 自省作用 …… **失敗を通して**時代の流れと場の状況を**理解しようとする**

<資料:唐沢 昌敬「創発型組織モデルの構築」(2002.5), 慶應義塾大学出版会より(株)インサイト加工>

【ご参考】会議のグラウンド・ルール

● 創発を生み出す条件を、会議のルールに落とし込み

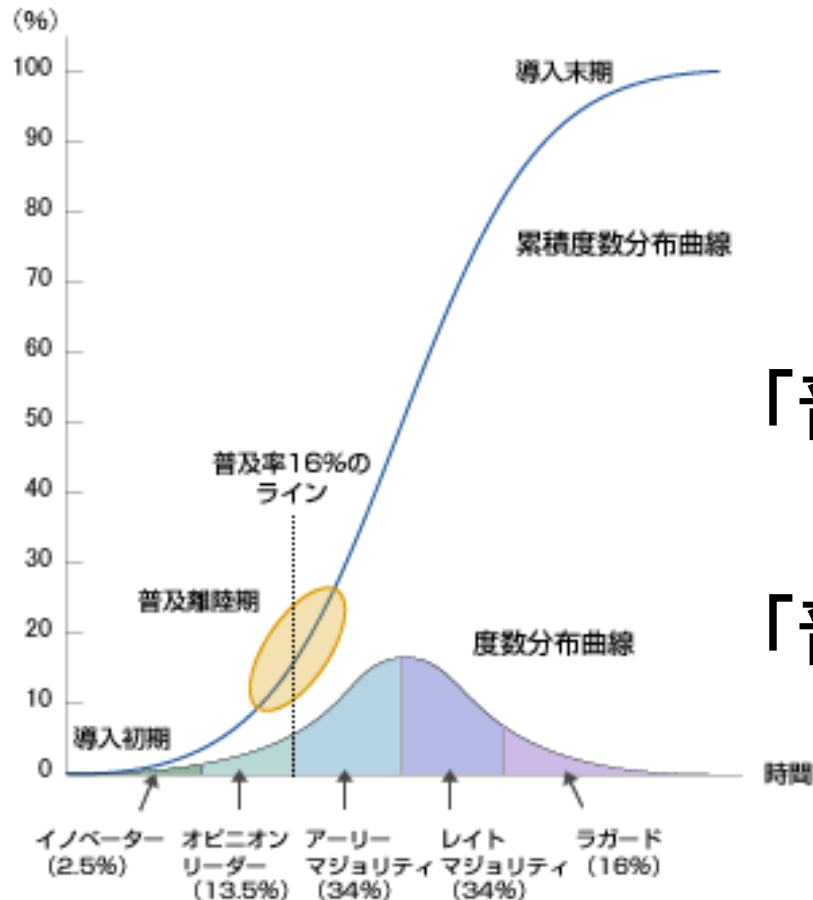
<会議のグラウンド・ルール>

- 絶対に意見を否定しない
- 上乘せ、発展、何でもあり！
- 腕を組まない
- 全員が心地よく、思ったことを話できるように
→ファシリテーターも最大限配慮するようにします
- 一人で長く話過ぎない様に
→自分もみんなも大事な時間
- 会議の仕切りは、ファシリテーターが権限を持ちます
- 小さい声、弱い声、遠い声こそが本質的な良い情報
→大切にしましょう
→正しい情報が出てくる「場」をみんなで作しましょう！



前提(2/3):普及の法則 ～イノベーター理論と購買意欲～

- 1962年、スタンフォード大学のエベレット・M・ロジャース教授が提唱した、イノベーションの普及に関する理論



「普及率**16%**の論理」

「普及率**2.5%**の論理」

【ご参考】iPhoneで例えると…

●イノベーター(Innovators:革新者):

- ・ 冒険心にあふれ、新しいものを進んで採用する人。
- ・ 市場全体の2.5%。

●アーリーアダプター(Early Adopters:初期採用者):

- ・ 流行に敏感で、情報収集を自ら行い、判断する人。
- ・ 他の消費層への影響力が大きく、オピニオンリーダーとも呼ばれる。
- ・ 市場全体の13.5%。

●アーリーマジョリティ(Early Majority:前期追随者):

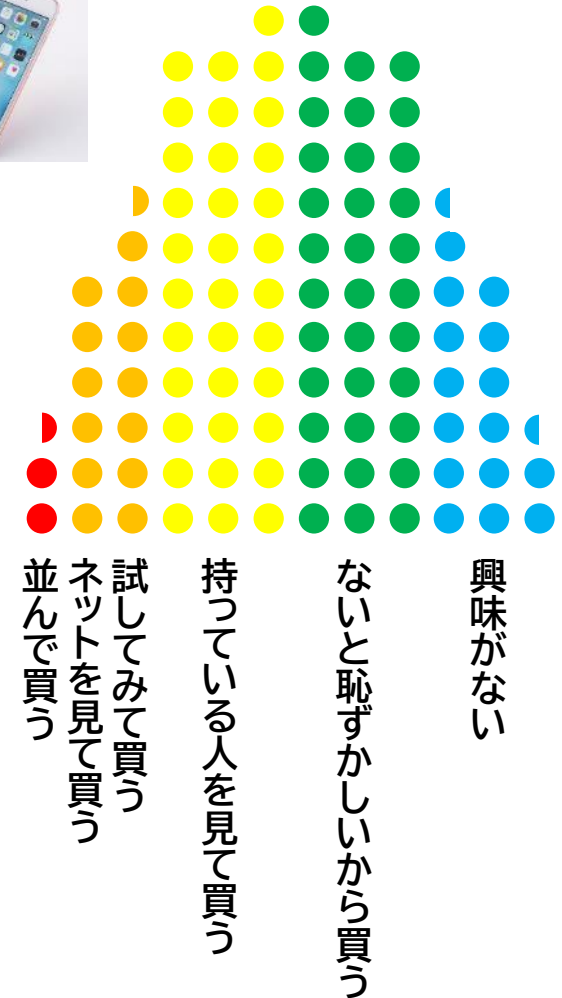
- ・ 比較的慎重派な人。
- ・ 平均より早くに新しいものを取り入れる。ブリッジピープルとも呼ばれる。
- ・ 市場全体の34.0%。

●レイトマジョリティ(Late Majority:後期追随者):

- ・ 比較的懐疑的な人。
- ・ 周囲の大多数が試している場面を見てから同じ選択をする。フォロワーズとも呼ばれる。
- ・ 市場全体の34.0%。

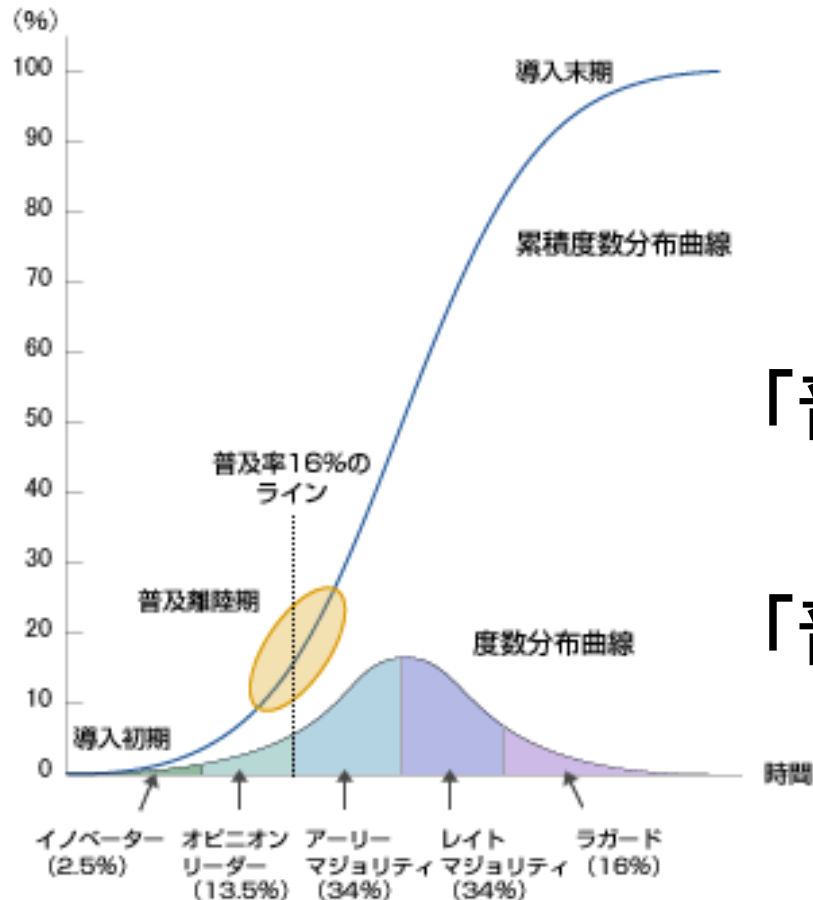
●ラガード(Laggards:遅滞者):

- ・ 最も保守的な人。
- ・ 流行や世の中の動きに関心が薄い。イノベーションが伝統になるまで採用しない。伝統主義者とも訳される。
- ・ 市場全体の16.0%。



前提(2/3): 普及の法則 ～イノベーター理論と購買意欲～

- 1962年、スタンフォード大学のエベレット・M・ロジャース教授が提唱した、イノベーションの普及に関する理論



「普及率**16%**の論理」

「普及率**2.5%**の論理」

前提(3/3):映像コンテンツ製作のシナリオ・ライティング

● 3幕設定→13フェイズ設定

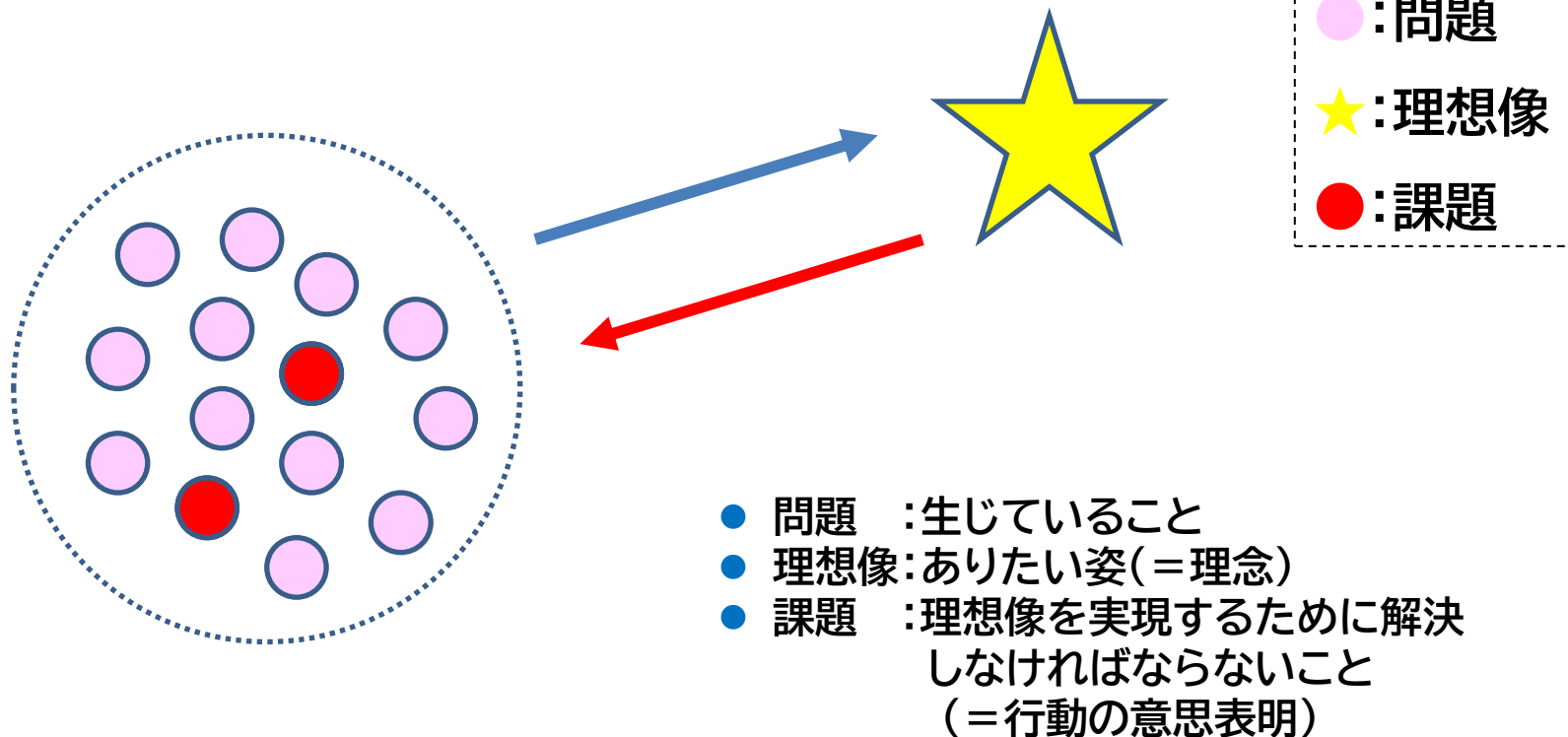


資料:金子満「映像コンテンツ制作のクリエイティブ・テクノロジー」(CG-arts協会、2013)

前提(3/3):「問題」と「課題」の違いは？

- 「問題」をモグラ叩きするのではなく「課題」を解決する
- 「課題」を設定するには「理想像」(参照するもの)が必要

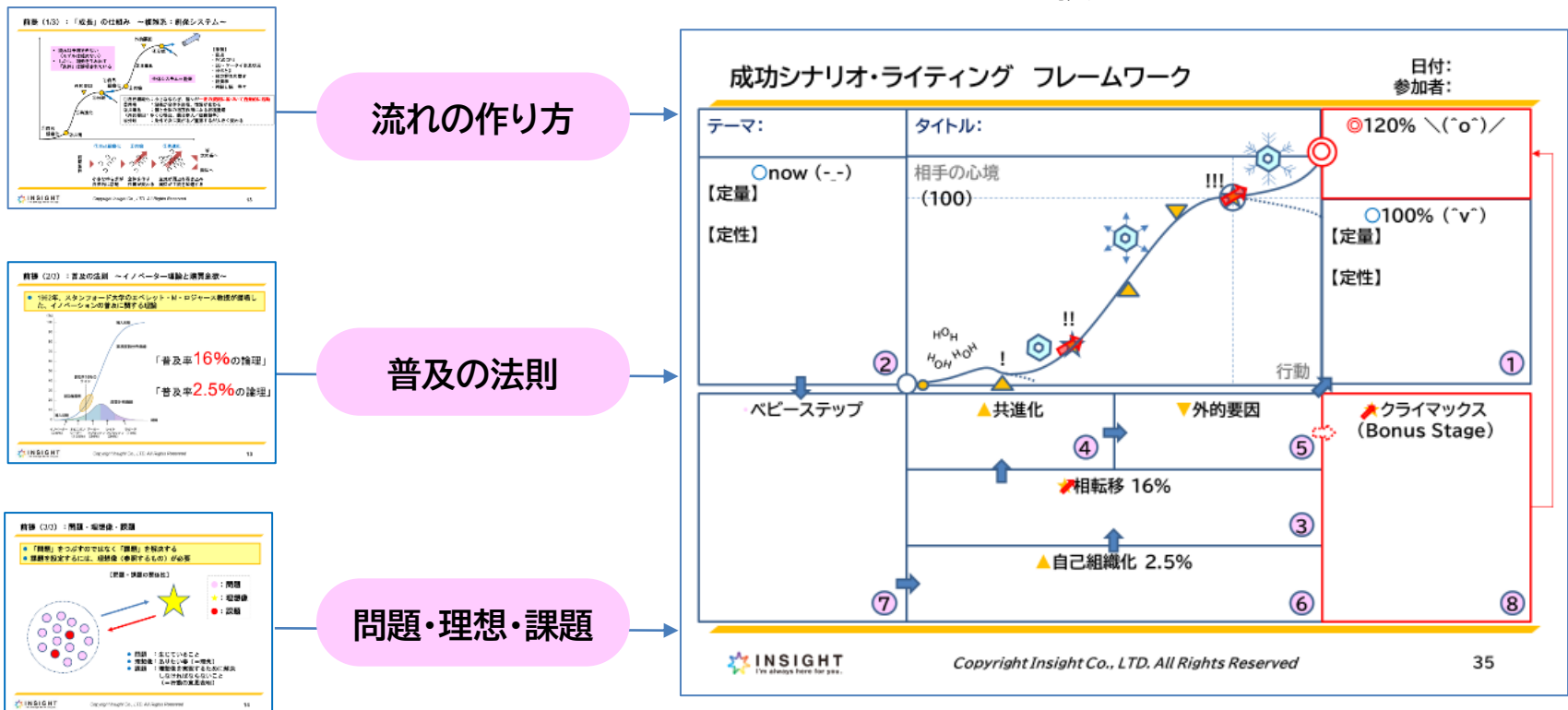
【問題・課題の関係性】



ということで…成功シナリオの作り方

- 流れの作り方 + 普及の法則 + 理想像共有・創造
- 「シナリオライターはどの順番で考えるのか？」を体系化

【成功シナリオ検討のフレームワーク】



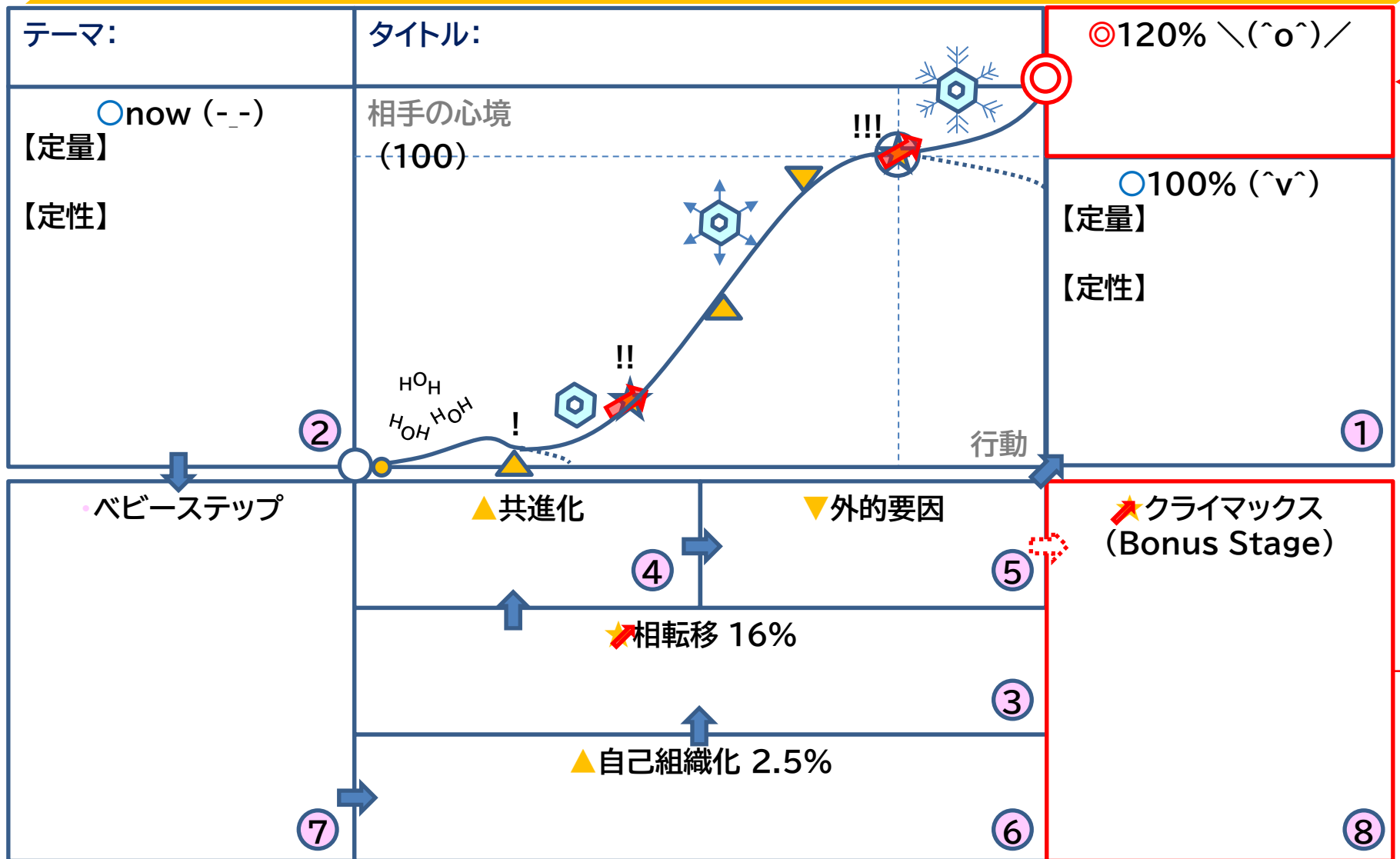
INSIGHT

Copyright Insight Co., LTD. All Rights Reserved

35

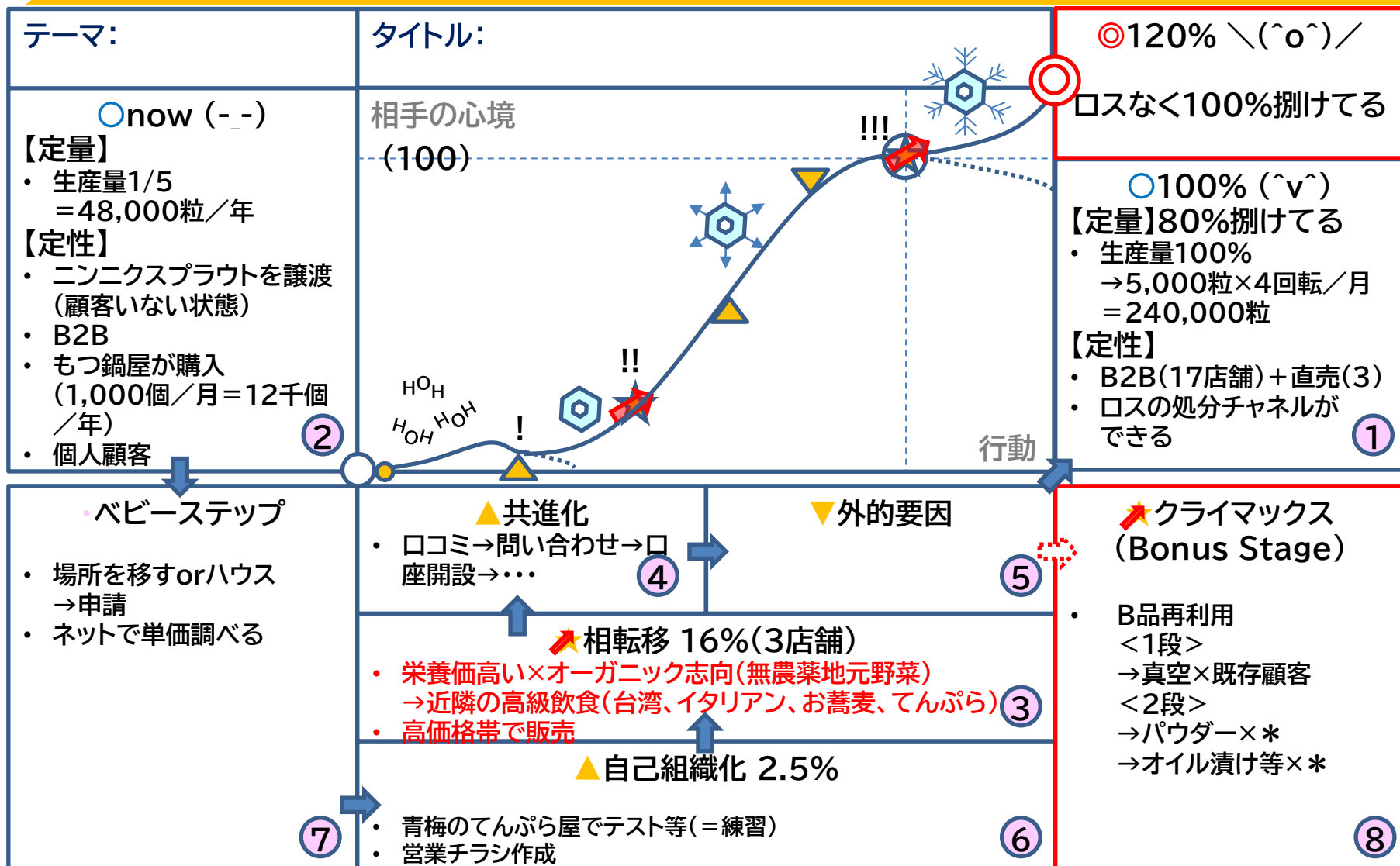
成功シナリオ・ライティング フレームワーク

日付:
参加者:



成功シナリオ・ライティング フレームワーク

日付:
参加者:



【WS】振り返り

- 一番印象に残っていることは？

- 今から何に取り組めますか？