

あなたの妄想がビジョンになる 事業ビジョンの 作成方法を学ぼう

MITSUI MIRAI CHALLENGERS AUDITION

ゲスト：佐宗 邦威氏（戦路デザインファームBIOTOPE 代表/戦路デザイナー）

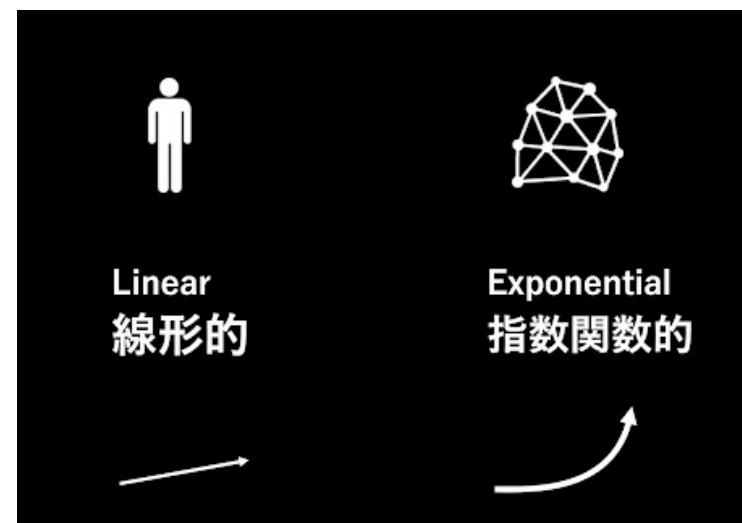
「ビジョン」という言葉から、何をイメージしますか？ 大きな企業の経営者が掲げる、大それたものを想像するかもしれません。しかし、実は自分の思いを具体化する方法さえ身につけられれば、誰でもビジョンを描くことが可能なのです。

三井みらいチャレンジャーズオーディションの事業・社会活動部門は、社会課題をビジネスや社会貢献活動で解決するアイデアを公募するオーディションです。その参加者に向け、具体的な事業ビジョンの作成方法について、株式会社BIOTOPE代表の佐宗邦威氏が講演しました。その概要をお知らせします。

急激にテクノロジーが進化する時代こそ、 “ビジョン”を語ろう

ビジョンの作り方を学ぶ前に、そもそも、なぜ「ビジョン」が必要なのか考えてみましょう。

近年、テクノロジーの進化がめざましく、あらゆるモノや人がネットワークで繋がる社会になっています。佐宗氏によると、ネットワークで繋がる社会になったことで、世の中が**指数関数的**に変化しているといいます。



例えば、数年前にAIが囲碁の棋士に勝ったことが話題になりました。そこから指数関数的にAI技術が発展し、今ではChatGPTなど、日常生活にAIが活用されることが当たり前になりつつあります。

私たちの想像よりも速くテクノロジーが進化する時代にイノベーションを起こすためには、「想像力」が重要だと佐宗氏は話します。未来のテクノロジーの進化を想像し、それを活用したビジネスやサービスをつくっていくことが、これからの事業づくりのポイントになっていくかもしれません。

「これからの時代、自分の想像力を高めていく必要があります。新しいものを生み出すためには、自分自身の想像力を鍛える必要があるのではないのでしょうか」（佐宗氏）

これからの事業づくりに欠かせない「想像力」をもとにビジョンを描く方法について、詳しく解説していきます。

ビジョンを描くことは、“才能”ではなく“技術”だ

皆さんは「ビジョン」を描けているでしょうか？ ビジョンといえば、「一流の社長や起業家を持つものであり、自分はビジョンを描く能力がない」と思う人もいるかもしれません。

しかし、佐宗氏は「**ビジョンを描くことは、限られた人だけができるのではなく、誰もが潜在的にもっているスキルのひとつである**」と話します。

一般的にビジョナリーである人の特徴として、佐宗氏は以下の項目を挙げました。

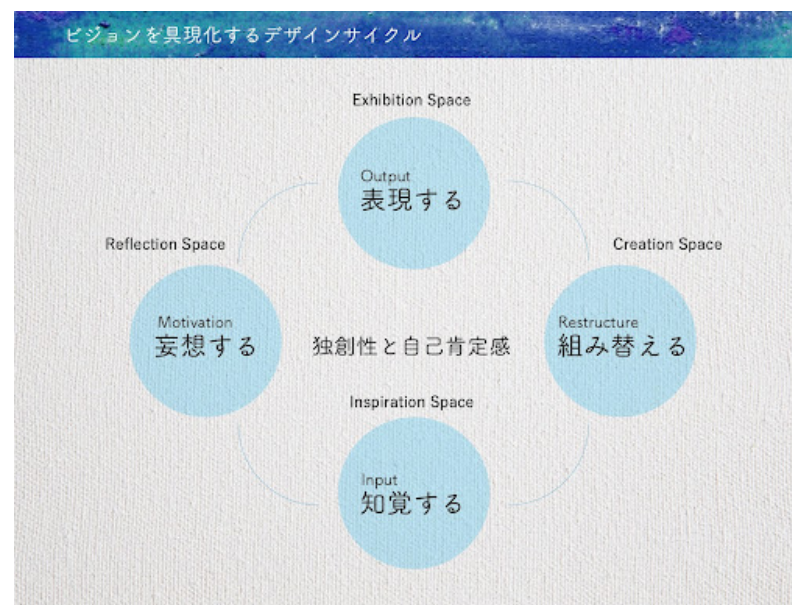
- ・まだ目に見えない未来の像を見ながら、現実を並行して見られる
- ・自分の内から湧き出る動機で、現在存在しない獣道を作っている
- ・実現するかわからない未来を自己予言的に語り、実現させる

佐宗氏は、これらの特徴は「認知の技術」を身につけることで誰もが身につけられるといいます。佐宗氏によると、「認知の技術」とは今目に見えていないものをイメージし、言語化する技術を指します。

「認知の技術」を身につける方法として佐宗氏は、ビジョンを具現化する4段階の「デザインサイクル」を提唱しています。

デザインサイクル

- ①妄想
自分自身を振り返る
- ②知覚
インスピレーションやヒントを得て、妄想したことを解像度高くイメージする
- ③組替
イメージしたものを実際につくり、自分の常識を組み替える
- ④表現
つくったものを誰かに見せる



「こうしたサイクルを回すことで、独創性と自己肯定感を養うことができます。そして、その結果皆さんのビジョンを具体化することに役立つでしょう」（佐宗氏）

あなたの“妄想”を具体化する方法

ここからは、ビジョンを具体化する「デザインサイクル」を回す方法について学びます。

まず、デザインサイクルを回すための**スペース（時間・空間）**を作りましょう。

「アーティストは、いきなり作品をつくり始めるではありません。まずは自分の作品の展示スペースを決めることから始まります。それと同じように、まずはビジョンを描くためのキャンパス、余白をつくることから始めましょう」（佐宗氏）

佐宗氏は、SNSや世間の情報から切り離された時間や空間の余白をあえてつくることで、自分が持っているビジョンを現実左右されずに描くことができるようになるといいます。デザインサイクルを回すために必要な余白として、佐宗氏は以下の4つを挙げました。

1.Reflection Space

内省し、自らのモチベーションに気付く（日記、瞑想）

2.Inspiration Space

自分が興味を持っているものを可視化する（写真を保存する、コルクボードに貼る）

3.Creation Space

新しい何かを実際につくってみる、やってみる（ワークショップ参加、副業）

4.Exhibition Space

やりたいことを発信する（ブログでの発信、展示会、クラウドファンディング）



余白をつくることができたなら、実際にデザインサイクルを回し、ビジョンをより具体化していきましょう。デザインサイクルの4つのステップを、それぞれ解説します。

① 妄想する

「もしも〇〇だったら」と自分自身に問いかけ、妄想を膨らませていきます。実際、妄想から多くの新しい事業が生まれています。例えばイーロン・マスクは、「もしも火星に人類が移住できたら」と考え、スペースXを創業しました。

「ビジョンを考える際に大事なのは、イシュードリブン（課題を起点にする）のではなく、ビジョンドリブン（妄想を起点にする）で考えることです。もしも……と妄想を膨らませることが、ビジョンを描く第一歩になります」（佐宗氏）

【実践例：妄想インタビュー】

妄想を膨らませるトレーニングとして佐宗氏が勧めるのは、「妄想インタビュー」です。内省の材

料となるような質問に答えていくことで、自分が何をやりたいか、どんな将来を思い描いているか具体化していく助けになるといいます。

妄想インタビュー

ペアになって以下の質問を相互にして、目の前の方の妄想を引き出してください。

- あなたの子供時代の夢はなんですか？
- あなたが青春時代に憧れていたものはなんですか？
- あなたが過去最高に輝いていたのはいつ、どんなときでしたか？
- あなたが、もし3年間の自由な時間と100億円のお金をもらえるとしたら何をしたいですか？
- それはなぜですか？

63

© biotope inc.

② 知覚する

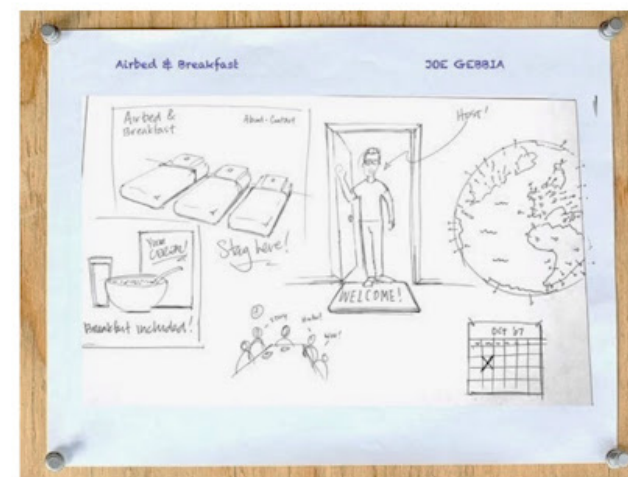
先ほどの妄想に、具体的なイメージを与える段階です。ビジョンは言葉で表現されることが多いですが、絵で描かれたビジョンからイノベーションが起きているケースは多いと思います。

- トーマス・エジソンの蓄音機
- アラン・ケイのDynabook (→50年後にスティーブ・ジョブズが実現)
- ジョー・ゲビアのAirbnb など

【実践例：ビジョンスケッチ】

これは、Airbnbの創業者が描いたスケッチです。使っていない部屋や家を貸し出したい人と、宿泊したい人をマッチングするサービスのイメージが描かれたものですが、それだけではありません。

ビジョンスケッチ：Airbnbの創業者Joeが描いた初期ビジョン



© biotope inc.

絵の中心に描かれているのは、旅行する人を出迎えるホストの姿です。佐宗氏は、ここにAirbnbが大事にしたい「ホスピタリティ」が表れていると分析します。妄想を絵として表現することで、自分が大切にしたい価値観や哲学が無意識に表れるといえます。

③ 組み替える

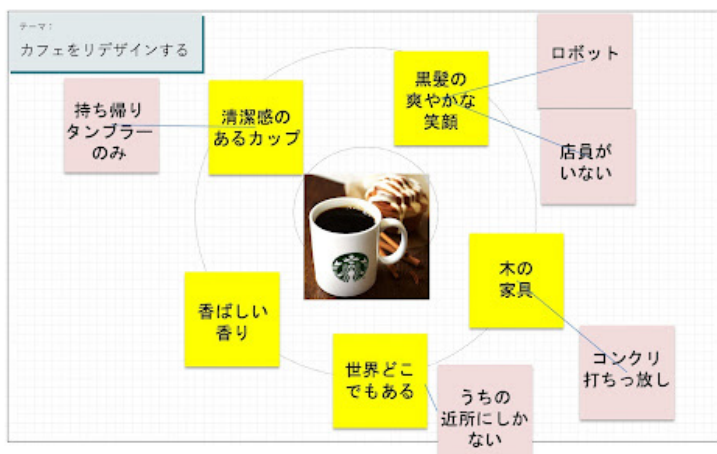
イメージによって妄想の輪郭が見えてきたら、独自のコンセプトを作ってみましょう。ビジョンが生まれる背景には、「こうなったら便利なのに」「こういうものがあればいいのに」といった、何かしらの「不満」があるケースがほとんどです。そこで、まず**当たり前とされてきた物事を分解し、こうなったらいいなという妄想を差し込みながら、未来を描いていきます。**

【実践例：天邪鬼キャンパス】

これは、カフェで当たり前とされてきたことを分解している図です。黄色い付せんが「当たり前とされてきたこと」、ピンクの付せんが「当たり前ではないこと」を示しています。業界で当たり前とされてきたことの逆をあえて考えてみることで、自分が何に違和感を持っているのか理解できる

ようになります。

天邪鬼キャンパス



© biotope inc.

そして、その違和感が解消されたらどのような世界が広がるのか、どのようなサービスが生まれるのか考えてみましょう。

④ 表現する

最後は自分のビジョンを表現し、誰かに見せるステップです。佐宗氏は、思い描いたビジョンをポスターにして知人や友人に見せてみるのが有効だといいます。

【実践例：ビジョンポスター】

これは、とある学生のビジョンを描いたポスターです。外の音を遮断するイヤホンではなく、あえて雑音を残すことでカフェのような落ち着く時間を過ごすことができるというコンセプトを表しています。

ビジョンポスター

あなたのビジョンを1枚で伝えていくポスターを作っていく



© biotope inc.

ネーミング：
ビジョンが持っている本質をもっともシンプルに伝える名前

コピー：
ビジョンの魅力が伝わる短いフレーズ

キービジュアル：
ビジョンのメタファーを含んだ視覚要素

絵やキャッチコピーを含んだポスターをつくることで、自分の妄想が具体化され、現実味を帯びたものになるでしょう。

ここまで、ビジョンを具体化する方法を説明しました。最後に、こうしたビジョンを思い描く取り組みを習慣化する「ジャーナリング」を紹介します。

ジャーナリングとは、自分の感情や考えていることを思いつくままにノートに書くことです。例えば、以下のような内容を日常的にメモしておくといいでしょう。

振り返り 何かに取り組んだあと、気付いたことを書く

モーニングメモ 朝起きてすぐ、もしくは通勤中に、自分が感じていることを書く

アイデア 思いついた妄想を文章や絵で記録する

これにより、自分自身の感情ややりたいことが明確になってきます。日常の一コマから、自分自身のビジョンを発掘していきましょう。

オーディションに参加して、自分のビジョンを叶えよう

三井みらいチャレンジャーズオーディションでは、ビジョンを持ってそれを追い求める人を応援しています。応募方法は以下の通りです。

対象

- 日本に在住する2024年3月31日時点で16歳以上31歳未満の人。
- 性別・学歴・職歴・国籍は問いません。

特典

- 活動に対する支援金として一律500万円の提供（初年度）
- 活動状況や資金ニーズに応じた追加の支援金の提供（2年目からの最長3年間）
- 三井グループによるバックアップサポート

締切

2023.10.31 (tue) 23:59

詳しくは[応募要項](#)をご覧ください。

応募はこちらから



佐宗 邦威

戦略デザインファーム BIOTOPE 代表 / 戦略デザイナー

東京大学法学部卒。イリノイ工科大学デザイン学科（Master of Design Methods）修士課程修了。P&Gにて、ファブリーズ、レノアなどのヒット商品のマーケティングを手がけたのち、ジレットのブランドマネージャーを務めた。ヒューマンバリュー社を経て、ソニークリエイティブセンター全社の新規事業創出プログラム（Sony Seed Acceleration Program）の立ち上げなどに携わったのち、独立。B to C消費財のブランドデザインや、ハイテクR&Dのコンセプトデザインやサービスデザインプロジェクトを得意としている。