

高橋 誠編著
朝倉 実践心理学講座 第5巻

『発想と企画の心理学』

(朝倉書店刊 2010年5月20日発行、A5版、208頁、本体価格 3,400円)

徐 方啓
近畿大学・日本創造学会

1. 本書の狙い

本書は、心理学研究書のシリーズを数多く出版している朝倉書店が出版した「朝倉・実践心理学講座」シリーズ10巻のうちの1巻である。このシリーズ講座は東京成徳大学の海保博之が監修し、本巻は日本教育大学院大学の高橋誠が監修したものである。

本書の企画意図は以下となっている。

現代は社会の多様な分野において、あらゆる人が多様な問題解決のため発想し企画にまとめあげることが求められている。特にビジネスの分野では、発想と企画は最重要なテーマと考えられ、関連書も数多く出版されている。しかし教育界や研究界では、必ずしも主要なテーマになっていない。

発想や企画などについて学ぶ「創造性教育」は、教育界でもその重要性は認識されてきているが、実際の教育には必ずしも反映されてきてはいない。しかしながら近年、フィンランドや英国を中心にヨーロッパ諸国では、創造性教育が大変盛んに行われていることが広く知られるようになった。もちろん米国では1940年代より幅広く行われている。そのため日本の教育界でも今後は創造性教育の主要なテーマとして、発想と企画の教育は関心をもたれるようになっていけると考えられる。

研究界でも発想や企画が重要なものであることは論を待たない。しかし日本では、研究で発想し企画することは、それぞれの研究者が独自な方法で行うものとされ、創造的な問題解決の考え方や手法を取り入れることにあまり熱心ではなかった。また研究は個人で行なうことが中心で、理工学分野の研究は別として、チームで行なうことが必ずしも主流ではなかった。しかしこれからはますますチームでの研究が重視され、メンバーが発想や企画の進め方を、共通の考え方や方法を活用して実施することが大切になってくると考えられる。

心理学の分野でも、発想や企画は必ずしも主要なテーマとはいえない。しかしこれからの社会ニーズにこたえるためにも、このテーマを心理学と実学の2分野からの著者達により解説することは大変に意義があると考えて、上梓されたものである。

2. 本書の概要

本書の監修者も多く、執筆者も心理学出身のものが多い。本書は2部で構成されている。第Ⅰ部は「発想のメカニズムとシステム」、第Ⅱ部は「企画のメソッドと心理学」である。第Ⅰ部の内容は、発想に絡んだ脳メカニズム、発想から企画までの手順、発想の技法などである。第Ⅱ部は企画のための集団心理学、企画技法、文章心理学や説得心理学などである。

各章ごとに個別の内容を見ると次のようになる。

まず序では発想から企画までを俯瞰し、発想手順、発想や企画の思考、発想と企画に必要な条件、それに企画を実行するまでについて取り上げている。

第Ⅰ部では「発想」を取り上げている。まず脳や心理的なメカニズムなど発想の基礎的な分野の研究の紹介がある。次に発想から企画まではどんな手順で行われるかを論じ、そして発想のための技法を各種紹介している。発想の前提となる観察技法や発想のための創造技法などである。そして発想の瞬間に関するものを、セレンディピティを中心に論じている。

第Ⅱ部では「企画」を取り上げている。現在では様々な企画は集団で実施することが多いため、まず集団心理学を取り上げ、次いで、企画をまとめるための創造技法を紹介し、企画の評価について論じている。企画が出来たら、それを企画書に纏め上げることが必要になる、そこで企画書をまとめる文章心理学が紹介されている。企画は最終的には相手に理解され、納得してもらわなければ意味がない。そこで企画を通すための説得の心理学が論じられている。そして最後に、現在のICT技術を用いて発想と企画をサポートする創造支援システムを取り上げている。目次は以下のような構成である。

(目次)

序	発想から企画までの創造心理学	高橋 誠 (日本教育大学院大学)
第Ⅰ部	発想のメカニズムとシステム	
1章	発想の脳メカニズム	渡邊正孝 (東京都神経科学総合研究所)
2章	発想メカニズムの心理学	小橋康章 (大化社・成城大学)
3章	発想から企画までの問題解決手順	弓野憲一 (静岡大学)
4章	発想を導く観察技法	岩井 洋 (手塚山大学)
5章	発想を促す創造技法	高橋 誠 (日本教育大学院大学)
6章	発想の瞬間とセレンディピティ	宗吉秀樹 (創造力教育研究所)
第Ⅱ部	企画のメソッドと心理学	
7章	発想・企画を成功させる集団心理学	片桐一郎 (ワトソンワイアット(株))
8章	企画をまとめる創造技法	高橋 誠 (日本教育大学院大学)
9章	企画を評価する考え方とシステム	山本 睦 (富士常葉大学)

10章 企画書をまとめ上げる文章心理学

齊藤 誠（㈱創造開発研究所）

11章 企画を通す説得の心理学

黒石憲洋（日本教育大学院大学）

12章 発想と企画のための創造支援システムの実践

奥 正廣（東京工科大学）

以上、筆者は主に心理学の研究者が多いが、この分野の主要な実践者としてのビジネス分野の執筆者も名を連ねている。

3. 本書の意義

本書は「発想と企画」という極めてビジネス的なテーマを心理学という俎上に載せたユニークな書物といえる。確かに発想や企画は人間の思考から誕生するものであり、その意味からいって心理学の研究テーマとなる。しかし発想と企画に関連する書物はビジネス関連が多く、心理学的に分析した書物はほとんど無かった。

しかし研究界でも、例えば研究費取得も公募が当たり前になり、研究者が自らの主張を明確にし、相手を説得することが欠かせない。そのためには、自分の主張ポイントを発想し、それを元に相手にわかるような企画を立て、相手を説得する技術を身につけなければならない。

また教育の世界でも、生徒や学生たちに発想や企画を教えることは大変重要といえる。日本の未来を担う子供たちにはぜひ発想力・企画力を身につけてほしい。

世界がグローバル化する現代、全ての日本人が自分の頭で考え、新たなことを発想し、それらを企画としてまとめ、提案することは不可欠である。そのための企画や発想の「創造性教育」は、現代社会では必須のものといえる。

本書は、この発想と企画について、この分野は専門外の学生や教育者・研究者の方々にもわかり易く書かれた、大変とっつきやすい書物といえる。

また発想と企画の心理学、こんなタイトルは、従来の心理学の類書には多分なかったと思われる。そういう意味でも本書は大変新しい試みといえる。

難を言えば価格の高さ、もう少し手ごろな価格帯にし、誰でも手に入れられるようにしてほしい。