

Title	企業活動における「妄想」×「アート」＝「妄想絵」の活用 (II)
Author(s)	高野, 浩二; 若林, 秀樹; 小林, 憲司
Citation	年次学術大会講演要旨集, 39: 549-554
Issue Date	2024-10-26
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/19462
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

2 A 0 2

企業活動における「妄想」×「アート」＝「妄想絵」の活用（Ⅱ）

○高野浩二（東京理科大MOT／メルコホールディングス），若林秀樹，小林憲司（東京理科大MOT）
takano-k@melcoinc.co.jp

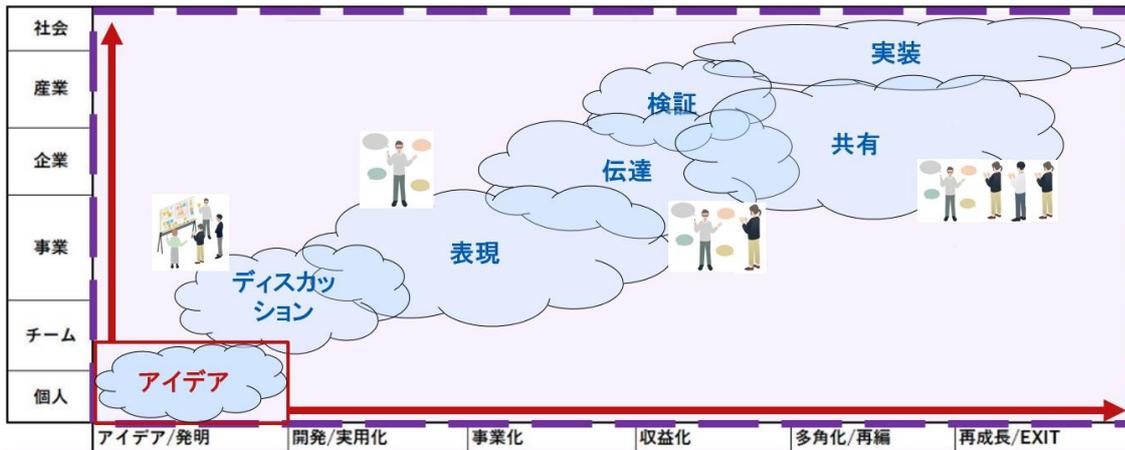
1. はじめに

高野(2023)の前報[1]においては企業が発行するアニュアルレポートと妄想絵の関係より、企業活動における妄想絵の価値について検証と考察を行った。本研究では東京理科大 MOT 学生に向けた妄想絵についてのアンケート調査の結果を踏まえ、イノベーションを実現に向けた価値創造やビジョン創出、またイノベーターにおける妄想絵の価値を提言する。

2. 妄想絵がもたらす価値とはなにか

「妄想」は従来心の疾患等で使われるワードであったが昨今、ビジネスの場でもアイデア創出等に使われるワード、手法となっており MIT でも研究が進んでいる。また過去多くのイノベーターは妄想絵を活用しイノベーションを起こしてきた事実が存在する。しかしながら妄想を絵で表現することの効果や、可能性についての先行研究は少ない。そこで本研究では妄想絵の更なる効用を発見し、生まれる価値について考察を行う。更にはイノベーターにおける妄想絵の活用方法を研究する。

図表1は問いの全体像をまとめた図である。筆者の課題感とは妄想絵の活用事例はあるものの、妄想とはほぼ同義で認識、活用されているのではないかと、という点である。妄想は確かに個人のアイデア創出に使われる手法ではあるが、妄想を絵で表現した妄想絵についてはその域を脱し、有用性の広がり、つまりは各プロセスにおいて妄想絵を活用することによる生まれる価値が存在するのではと考える。



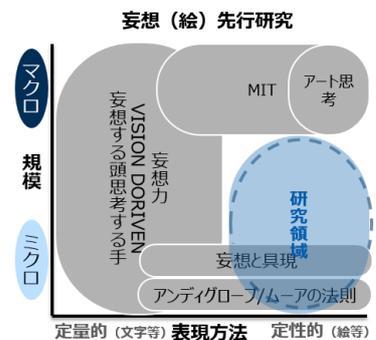
図表 1 妄想絵と事業マップ

出所) 若林秀樹教授東京理科大 MOT 講義資料イノベーションの進化図を元に筆者作成

3. 先行研究

佐宗(2019)[2]、暦本(2021)[3]、田中(2023)[4]等の妄想を主題とした文献は個別のミクロ～全体のマクロと規模は広いが表現方法(活用手段)は言葉や文字などの定量的な手法における妄想の研究となる。一方 MIT での研究や思考法としてのアート思考はマクロ的アプローチである。

本研究に近い先行研究がアンディグロブの経営戦略における妄想絵やムーアの法則の妄想絵であるが、これは企業体や業界における先行事例の為ミクロ的であると考えられる。その点では出村(2023)[5]における妄想と具現での研究が妄想を絵で表現する定性的な内容、且つ個社事例を複数取り上げているという点でアンディグロブやムーアの法則における事例に比べマクロよりに位置づけできる内容であ



図表 2 妄想(絵) 先行研究マップ
出所) 筆者作成

る。しかし妄想と具現に関しても新規の発想や特許の内容に特出しており、本研究はイノベーションに関わる企業活動全般且つ基本的にはあらゆる企業に当てはめが可能な妄想絵の活用について調査、検証を行うという点の違いが存在する。

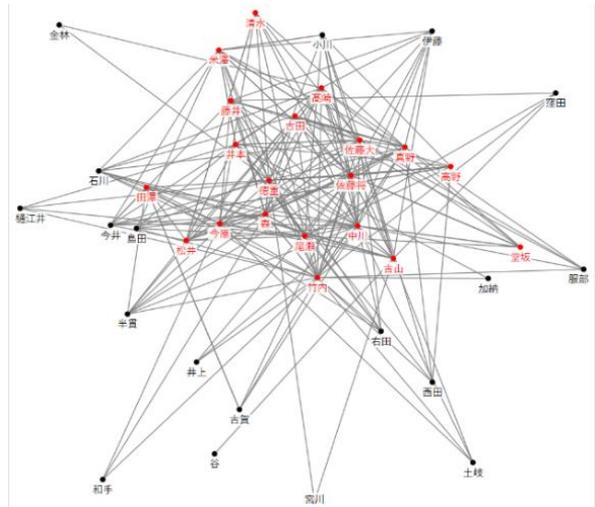
以上を纏めると、本研究領域は妄想を定性的な表現方法で捉え、且つ自社を含む個社だけでなく企業活動全般に向けた、マイクロからマクロ的まで、規模の広がりを求める形となる。

4. 仮説1 ～妄想絵とコミュニケーションの活性化

ここでは東京理科大学MOT授業のビジョナリー・アート・妄想力の最終課題で学生が描く妄想絵の議論についてのネットワーク分析結果よりコミュニケーションにおける妄想絵価値の仮説を設定する。

この講義における最終課題は全8回の講義でビジョナリーや妄想力の重要性を学んだ後、学生各自が自身の妄想を手書きの一枚絵で描き、授業内で履修者全体に向け絵に込めた志や想いを発表、その後発表を聞いた生徒より発表者に向け質疑やコメントを行うといった内容である。尚、その様子はZOOMのチャット機能を通じて学生の誰が、どの発表者に向けてコメントしたか記録される為、どの発表者が描いた妄想絵に対して多くの議論(質疑)が行われたかについて、その記録を確認することが出来る。

図表3は授業履修者をノード、各コメントの質問者と回答者をエッジで繋げた授業コメントネットワーク分析図であり、計39名の履修者数におけるエッジ数(ここではコメント数)は全体で236件となり、他の授業の授業コメント数より多い傾向がみられた。※参考として他必修授業での平均授業コメント数は30~40件程度。つまりは履修者一名一コメントがイメージとなる。



図表3 ビジョナリー・アート・妄想力最終授業コメントネットワーク分析図(出所)筆者作成

ここでのポイントとして妄想絵はオーディエンスに答えではなく問い与えられることが最大の特徴となることをあげておきたい。故に、学生各自が描いた妄想絵を基にした議論の場は、問いの答えを導く為、議論の盛り上がり繋がると思える。また良いファシリテートも議論には重要であろう。本事例から、妄想絵がディスカッションやコミュニケーションの活性化に有用性を発揮すると仮説を置く。

5. 仮説2 ～妄想絵で生み出される心理的安全性

2つ目の仮説は妄想絵と心理的安全性についての仮説である。田中(2023)[5]においても妄想と心理的安全性の関係性について、妄想力を爆発させイノベーションを起こすには心理的安全性が保たれた場が必要と述べられている。

妄想絵は作者の妄想、つまりは自身の志や想いを絵で表現する手段である。故に妄想絵を描くことは自身の本音を表現することであり、表現された志や想いは見る側に伝達され共感に繋がる。人間は自身の本音をさらけ出すには心理的安全性が保たれた場や関係が不可欠であり、妄想絵を描き共有することが心理的安全性の高い場をつくり出す一つのきっかけとなる。

図表4は2名の学生がビジョナリー・アート・妄想力講義の最終課題で描いた妄想絵である。このどちらの妄想絵にも作者が目指すべきビジョンと共に志や想いが込められており、発表会でこの絵を見た時、作者二人の想いについて共感、尊重が生まれ、その後自身と作者お互いの心理的安全性が高まるきっかけとなったことを覚えている。



図表4 ビジョナリー・アート・妄想力講義最終課題妄想絵(上:和手久直氏 下:佐藤将路氏 作) 出所) ビジョナリー・アート・妄想力講義最終課題より

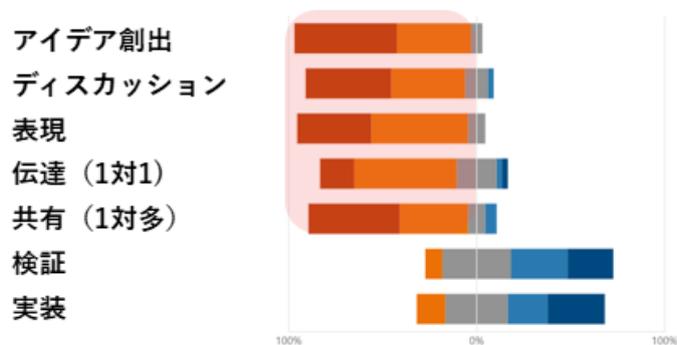
6. 検証 ～妄想絵に関するアンケート調査について～

アンケート調査は妄想絵に関する質問を東京理科大 MOT 学生に向けてアンケート方式で行った。

【アンケート項目】妄想絵は何に有用性があると思いますか ※5段階評価より選択

図表5に示すようにアイデア創出～共有のプロセスにおいて回答者の7割以上が妄想絵の有用性を感じるという回答結果になった。

■ 非常に有用である ■ 有用である ■ どちらともいえない ■ あまり有用でない ■ 有用ではない



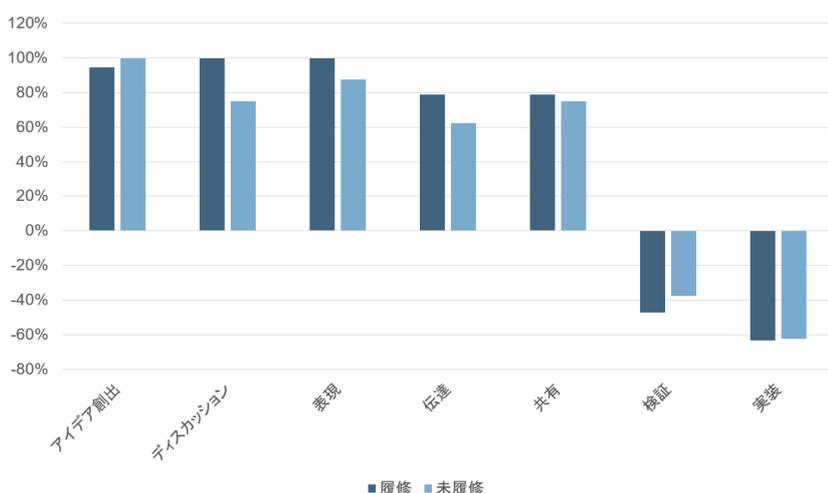
図表 5 質問項目「妄想絵は何に有用性があると思いますか」アンケート結果図(出所) 筆者作成

【アンケート項目】企業ビジョンと妄想絵について

- ・企業ビジョンが（妄想）絵で表現された際ビジョンの浸透度合いは向上すると思いますか
 - ・妄想絵による浸透度合いの向上が企業イノベーション創出に寄与すると思いますか。
- ※（非常に向上する/向上する のどちらか回答者の一部のみ回答）

ここではビジョンの浸透度合いは非常に向上する/向上するとした回答者が8割以上、更には企業イノベーションに非常に寄与する/寄与するとした回答者が6割以上という結果となった。

ビジョナリー・アート・妄想絵講義履修/未履修状況別での回答傾向を検証する。アイデア創出プロセスでは履修/未履修関係なく妄想絵の有用性について肯定的な回答結果が得られた。しかし、仮説でいただいたディスカッション～共有プロセスにおいては妄想絵をより理解した履修者の方が有用性の肯定度合いが高い結果となった。



図表 6 妄想絵講義履修/未履修の違いによるプロセス別有用性肯定度合いの違い(出所) 筆者作成

妄想絵を描くことの価値についてアンケート結果より仮説で述べたコミュニケーションの活性化や心理的安全性に創出に繋がるという回答が多く存在した。加えて目標、ビジョンを妄想絵で具現化（表現）することにより挑戦が促されるという新しい発見に繋がる回答も存在した。

質問内容	回答抜粋
どのような想いで最終課題の妄想絵を描きましたか（動機）	・自身が目指すべき形を考えて書いた ・ 自分の悩みを具体化 ・業界の課題を風刺的に ・完成した自身の妄想絵を見ることでアイデアを再度俯瞰的に見ることができその結果 具体的な道しるべに つながっていくように感じた ・ 見た人に楽しんでもらいたいと考えながら書きました
授業課題の妄想絵を描きながら感じたこと、考えたこと、新しい気づきにつながったことを教えてください(書いている最中)	・自分の内面がぐっと表現されているものを良いと評価した ・言葉だけの説明よりも、話者の思いや考えが圧倒的に伝わる
妄想絵の発表会で良いと感じた絵について、良いと評価した理由を教えてください。（周りの絵を見て）	・ 自身の根底にあるものを表現できたと思います。進みたい方向が明確になりました。 ・ 他人に自分が本当にやりたいことを伝える恥ずかしさや遠慮というものがなくなってきたと感じる これは一回 自分の根底にあるものを妄想図により晒したことによる効果 ではないかと思う ・妄想するとこの大きさ、 新しいことへの挑戦に繋がるように感じた
ビジョナリーアート・妄想力の授業を受ける前と受けた後で考えや行動に変化があれば教えてください（履修後変化）	・ 新しい組織の長になったら、全員に妄想図を書かせることで、チームに一体感が生まれるのではないかと思います。 ・出資先やコラボレーション先企業へのビジョンの共有 ・ お客様とのコミュニケーション 、情報伝達 ・イメージ共有や言語化しにくい内容の展開、方向性統一に向けた補足情報として、 チーム構築時に活用したい
今後業務で妄想絵を活用したい場や環境があれば教えてください（行動変容）	

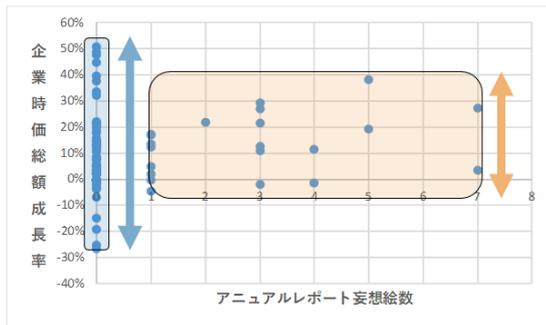
図表 7 妄想絵を描いた経験に基づくアンケート内容と結果 出所) 筆者作成

※赤字・・・コミュニケーション/心理的安全性について
青字・・・目標/ビジョンの具現化による挑戦について

更にはビジョナリー・アート・妄想力講義履修者の方が妄想絵による心理的安全性の高まりについても、未履修者と比較して有用性を肯定する回答が増すという傾向が見られた。

7. 分析 ～アニュアルレポート妄想絵の効果～

前報ではアニュアルレポートと妄想絵数の相関分析について報告した。今回は時価総額成長率とアニュアルレポートの妄想絵数についてランダム化実験を実施した。図表 8 に示すのが縦軸に企業時価総額成長率、横軸にアニュアルレポート妄想絵数をとった散布図で対象 76 社を纏めた図である。時価総額成長率とは相関性は無かった一方で、企業時価総額成長率において妄想絵数が 0（なし）の母集団と 1～7（有り）の母集団では妄想絵ありの母集団における分散差が小さい結果が見て取れる。



図表 8 企業時価総額成長率と妄想絵の有無（2020 年～2024 年） 出所) 筆者作成

次に同母集団における F 検定の結果を図表 9 に示す。

	妄想絵なし企業	妄想絵有り企業
平均	0.106	0.149
分散	0.028	0.012
観測数	56	20
自由度	55	19
観測された分散比	2.406	
P(F<=f) 片側	0.019	
F 境界値 片側	1.988	

図表 9 妄想絵有無による企業時価総額成長率分散差について 出所) 筆者作成

妄想絵有り企業と妄想絵なし企業における時価総額成長率の分散差について有意差ありの結果となった。この結果が妄想絵の存在が考察で説明する妄想絵の効用がボラティリティに作用する要素の一つとなる可能性がある。

8. 考察 ～妄想絵とイノベーションの因果推論ダイアグラム～

ここでは妄想絵とイノベーションの因果関係について述べる。まず初めに妄想絵の効用についてアンケートの結果を整理すると以下の 2 点が言える。第 1 には妄想絵はアイデア、コミュニケーション、心理的安全性の創出に効果があり、第 2 にはアイデア、コミュニケーション、心理的安全性は個々で成り

立つのではなく、相互の関係性も存在する。この2点がアンケート調査で検証、分析した結果から導き出される妄想絵の効用である。

また以下に妄想絵とイノベーションの因果推論を述べるが、その前提としてイノベーションは数値化が困難な為、ここでは投資家等が企業価値評価においてしばしば重要指標とされるシャープレシオ¹を、イノベーションアウトカムの数値指標として表現する。シャープレシオが高い、つまりは企業価値評価が高い企業においては多くのイノベーションが存在するであろうという前提を置く。

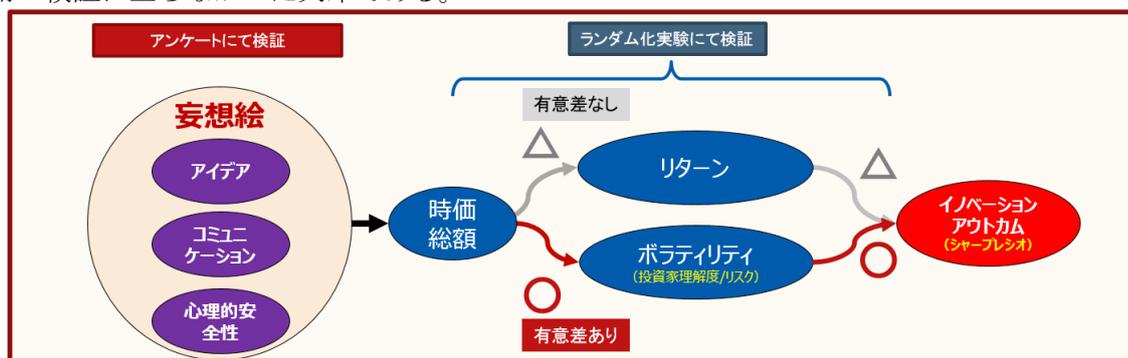
時価総額を基にしたシャープレシオの構成要素としてはリターンとボラティリティ²の二つが存在する。妄想絵の効用をアニュアルレポートにおける時価総額成長率と妄想絵の有無の散布図からはリターン（妄想絵と企業時価総額成長）には相関性はないが、ボラティリティ（企業時価総額の分散差）に関しては妄想絵あり企業の方が小さいという有意差が確認された。つまり妄想絵は企業に対する（投資家）理解度の向上に作用し、故にボラティリティの低減に繋がると考えた。

妄想絵で正しく企業ビジョンを伝達することは投資家等ステークホルダーによる企業評価において過大評価や過少評価という評価変動を抑える効果に繋がると考える。ファンドで考えるとボラティリティが小さい企業は評価が高く、シャープレシオの向上に繋がる。

纏めると、妄想絵有り企業はなし企業と比較して時価総額成長のボラティリティが小さい、つまり妄想絵が企業に対する理解度の向上に有益であると考えられる。安定的な時価総額評価はイノベーション創出を助長するという因果関係が考えられる。

アンケート調査結果検証した妄想絵効果はボラティリティの低減、すなわち企業に対する理解度の浸透と関係があるのではないかと考えられる。これは重要な示唆ではないだろうか。

ここまで述べた内容を、ジューディア・パール³の手法を参考に因果推論ダイアグラムの形でまとめたものが図表 10 である。赤線で示した矢印は効用が存在すると考える矢印として表現し、灰色は今回効用の検証に至らなかった矢印である。



図表 10 妄想絵とイノベーションの因果推論ダイアグラム 出所) 筆者作成

9. 提言と課題

妄想絵がもたらす価値について纏めると第1は妄想絵で表現するものは（企業）ビジョンも存在し更には文字や言葉ではなく妄想絵でビジョンを表現することでビジョンの浸透やイノベーション創出へ良い影響を与える点、第2には妄想絵はディスカッションに有用性がある為、（組織）コミュニケーションの活性化に繋がる点、第3には妄想絵は自身の志や想いを表現し、妄想絵描き、議論することでお互いの心理的安全性の創出、高まりのきっかけとなる点の3点が存在すると言えるであろう。またこの3つの結論は筆者が考えた仮説を概ね肯定する結論となった。

図表 11, 12 は妄想絵による価値創造とビジョン創出について東京理科大 MOT ビジョンナリー・アート・

1 シャープレシオ ノーベル経済学賞受賞のウィリアムシャープが考案

2 資産価格の変動の激しさを表わすパラメーター

3 1936年生まれ、イスラエル系アメリカ人の計算機科学者で哲学者。人工知能への確率的アプローチとベイジアンネットワークを発展させたことで知られている。(Wikipedia)

妄想力講義を履修した 86 名が講義内で最終課題として描いた妄想絵を主体者軸と時間軸の 2 軸 6 象限で纏めた表である。

この表よりの示唆は、妄想絵は全てのパターンで 6 象限のどれかに当てはめが可能である点である。故にそこから妄想絵の本質が見えてくる。その本質を 3 つに纏めると第 1 には妄想絵自体に強み/弱みの発見（俯瞰）や目指す姿に向けたロードマップ（ビフォーアフター）に繋がる絵となる本質が存在すること、第 2 には妄想絵が「問い」を与える性質が故、本質に繋がる（妄想絵は問いを自社の価値やビジョンで解決する構図が表現される）こと、第 3 には妄想絵を描くこと自体が価値創造や、企業ビジョンの創出につながる事が挙げられるであろう。

本研究の主題であるイノベーターにおける妄想絵の価値を以下に提言として纏める。第 1 には妄想絵を描くこと自体に価値が存在し、まずは自身のアイデアやビジョンの妄想を絵で描いてみる事が重要である点、またそれにより自身の志や想いを表現できると共に仲間に共有、伝達できる点、第 2 には描いた妄想絵を基に仲間と議論をすることでコミュニケーションが活発化し、更には共感に繋がる点、第 3 には妄想絵を描き、共有することは心理的安全性が高い場創出のきっかけになり、心理的安全性の高い場は以降の活動においてもイノベーションが生まれやすい環境になりうる点を提言とした。

ビジョナリーアート妄想力 履修者妄想絵分類		
カテゴリ	人数計	比率
業界俯瞰	35	41%
自社俯瞰	16	19%
自身俯瞰	14	16%
業界ビフォーアフター	6	7%
自社ビフォーアフター	5	6%
自身ビフォーアフター	10	12%
合計	86	100%

業界	時間軸なし		時間軸あり	
	俯瞰	ビフォーアフター	俯瞰	ビフォーアフター
業界俯瞰	竹内 (41%)		西村 (7%)	
自社俯瞰	アンディクローラ (19%)	佐藤将	和手 (6%)	
自身俯瞰	右田 (16%)	井本	高野	堂坂 (12%)
縦軸: 主体者 横軸: 時間	時間軸なし		時間軸あり	
	時間軸なし≒俯瞰してみる ⇒他社(者)との立ち位置整理⇒強み(弱み)の発見 ⇒価値の再認識⇒新たな 価値創造 へ		時間軸あり≒ビフォーアフター(ストーリー) ⇒目指す姿に向けたロードマップ ⇒ (企業)ビジョン	

図表 11, 12 ビジョナリー・アート・妄想力講義履修者最終課題妄想絵分類
出所) 筆者作成

課題としては、特に本稿ではイノベーターによる活用という観点から企業活動に適用できる妄想絵の定義として考え、政府資料等でよく活用されるポンチ絵からの発展形をその定義としたが、妄想絵の定義づけに関しては様々な考え方が存在しうる可能性があり、また活用の場も企業活動（企業人）だけに留まらないと考えられる点が挙げられるであろう。

最後に、本稿を作成するにあたりアンケート調査に協力頂いた皆様に感謝の意を表します。

参考文献

- [1] 高野浩二ら, 2023, 「企業活動における「妄想」×「アート」＝「妄想絵」の活用」, 2023 年度研究イノベーション学会年次大会
- [2] 佐宗邦威, 2019, 「VISION DORIVEN 直感と論理をつなぐ思考法」, ダイヤモンド社
- [3] 暦本純一, 2021, 「妄想する頭思考する手」, 祥伝社
- [4] 田中安人, 2023, 「妄想力」, 日経 BP
- [5] 出村光世, 2023, 「妄想と具現」, 日経 BP