

## 書 評

北川亘太・比嘉夏子・渡辺隆史著  
『地道に取り組むイノベーション  
—人類学者と制度経済学者が見た現場—』  
(ナカニシヤ出版、2020年10月20日発行)

竹 下 公 視

本書は、マーケティングの実務家（渡辺隆史）、人類学者（比嘉夏子）、そして制度経済学者（北川亘太）という異色の組み合わせの3名による共著（「協著」）である。考察の対象となるのは、著者のひとりである渡辺が所長を務める「UCI Lab.」（ユーシーアイ・ラボ、以下「ラボ」と表記）という組織における「イノベーション」に関わる実践とその背景である。ラボは明治29年創業の株式会社 YRK and（広告販促業、以下「YRK&」と表記）のなかで2012年9月にチームとして誕生し、2017年に社内カンパニー化した組織（メンバー4名）である。ラボ（UCI Lab.）の「UCI」とは「ユーザー価値を起点にしたイノベーション（User Centered Innovation）」という独自に生み出された概念の略称である。著者たち3名は、ラボとの関わりでいえば、ラボ所長の渡辺は考察対象の「当事者」、人類学者の比嘉はラボと共にいくつかのプロジェクトに取り組んでいる「協力者」、そして制度経済学者の北川はラボでフィールドワーク（職場観察と同行調査）を行った「観察者」という立場である。本書は、このように専門と立場を異にする3名の著者が対象となるラボにおける「イノベーション」の実践とその背景をそれぞれの視点から学際的に把握・考察することによって、「今日のイノベーションの現場で何がなされているのか」を立体的・中立的に描き出そうとする極めて野心的な試みである。

本書全体は序章と終章（第13章）、および本論（第1章～第12章）の全14章で構成され、序章と終章が3名による共同執筆となっているのに対して、本論は3部構成を取り、第1部（第1章～第6章）、第2部（第7章～第9章）、第3部（第10章～第12章）をそれぞれ渡辺、比嘉、北川が単独で執筆している。しかし、立場・専門の違いを越え相互に参照・批評し合って進められた本書の執筆プロセス全体が各著者に自らの専門や思想をより深く「内省」する機会を提供したことで、本書は単に「イノベーションの現場」を考察したというにとどまらず、著者たち自身の実践や専門それ自体についての深い「省察」をも含む読み応えある内容になっている。この点において、本書は一般的な意味での「共著」ではなく、3名の著

者による「対話的協働」の「成果」という意味での「協著」であり、本書のひとつの大きな特長となっている。以下では、まず各章の概要を示し、本書の内容を紹介していきたい。

序章では、本書で「イノベーションの現場」を取り上げる理由と近年イノベーションが注目されるようになってきている背景について、イノベーションの動向をデザイン（思考）のそれと関連づけながら、重要な先行研究を押さえた簡潔で体系的な整理がなされ、そのなかにはラボの実践が位置づけられている。その整理によれば、新たな段階を迎えた今日の資本主義においては、イノベーションは科学者や技術者が関与する「技術革新」から「新たな価値の創造と社会へのその実装」という全社会的に志向されるものへと大きく変質し、その担い手も科学者や企業家の範囲を越え、多様な活動がイノベーションと関連づけられるようになってきている。そのなかで、ラボのような「イノベーション・コンサルティング」業が「知識によって知識を生み出す」職業として普及し、「イノベーション業界」のひとつを形成している。こうして、今日「イノベーションの現場」は経済的・社会的要請を実践している象徴的な場となっている。他方、デザインの歴史は、1970年代から80年代にかけて「モダン・デザイン」から「ポストモダン・デザイン」へ変化するなかで、それまでのデザイン（大文字の Design）からデザイナーに限定されない幅広い主体による様々な場面・問題に応用できる可能性をもつデザイン（小文字の design）へと変容した。そこで生まれた多様な手法・プロセスが西海岸の文化的潮流や産業構造の変化と結びつき、隣接した分野の手法・プロセスを包み込むように言語化・体系化・制度化され、2000年代半ばには「デザイン思考」という名称のもとに包括されていった。その流れのなかで、「イノベーション」が「デザイン」と関連づけられ、デザインという着眼点がイノベーションに関わる活動全般に広まることになった。デザイン思考で重要なのは、「基本的な人間のニーズ」から出発し、「技術的実現可能性」および「ビジネスモデルとしての実現可能性」という2つの制約とのバランスをとることである。日本では、「デザイン思考」は2000年代に入って注目され始め、2010年代に急速に普及した。渡辺がラボを設立したのが2012年、その源流となる取り組みを始めたのが2008年ごろであったことを考えると、ラボの実践は、日本でのデザイン思考に対する関心の高まりと軌を一にしていたとすることができる。

第1部「イノベーションに隠された現場の格闘」（第1章～第6章）では、ラボの所長である渡辺が「当事者」としてイノベーションの現場での「格闘」（実践）の様子を徹底して詳細に記述し、それを基盤に考察（省察）を加えている。ラボの現場では、「新しいユーザー価値の社会的実装」という到達目標に向かってプロジェクトごとの個別の状況に向き合い、その都度の新たな局面に対して立ち止まり、粘り強く対話を続け、判断と選択（応答）を繰り返している。このように、華やかで知的な印象がつかまとう「イノベーション」の現

場の現実、実際には特定の理論や方法論に還元することのできない(「個別の現場の状況に応じた判断と応答」が繰り返される)「地味な営み」である。この「地味な営み」についての渡辺の記述と考察(内省)は周到(極めて詳細で的確)であるが、そうであればあるほど、逆に従来の広告販促業のビジネスモデルとは一線を画するラボの新たなビジネスモデルの斬新性(創造性と専門性)が明らかになる。広告主に振り回されがちになる従来のビジネスモデルに対して、ラボの「イノベーション・コンサルティング」というビジネスモデルでは、ラボはクライアント企業との「対話的協働」を通じて「ユーザーにおける価値を起点としたイノベーション(UCI)」を具現化するための「プロジェクト」を「エージェント」として実践する。そこでは、ラボが「プロジェクト」を先導する形で進めるため、従来のモデルでは対価が発生しないはずの設計や企画の工程そのものを販売することができる。ただ、そのためには創造性と専門性が大前提であり、メンバーは課業外に学習時間を確保してその創造性と専門性を高め続けることが不可欠となる。つまり、ラボのイノベーションの現場での一見「地味な営み」は、そうした高度で模倣困難な創造性と専門性を前提として初めて可能となっていることを明らかにしている。ここでは、この観点から(詳述と省察を徹底して試みる渡辺の進め方とは逆になるが)各章のプロジェクト事例において必要とされている創造性と専門性の内容を見ていきたい。

まず、第1章「UCI Lab.について」では、ラボという組織とその業務内容の概要が説明される。「UCI型プロジェクト」には、「新しい価値の創造(イノベーション)」のために「ユーザーへの共感の獲得を目指すことから始まり、仮説を創造して精度を向上させていくことで、具体的なコンセプト案に至るまでの一連の流れ(「ほどく」「共感する(わかる)」「つくる」「届ける」の4プロセス)」がある。プロジェクトにおいて「ユーザー起点の新しい価値の創造(UCI)」を実現するためには、チーム・メンバー(ラボとクライアント企業のプロジェクト・メンバー)の意識・無意識のなかに広く深く浸透している技術や企業側の論理を前提とした根深いフレーム(当たりまえ、見えない前提)を自覚し、認識が「リフレーミング」(刷新)され、「ユーザーのまなざし」を獲得することが不可欠である。そのために、「UCI型プロジェクト」では随所に「リフレーミング」の仕掛けが組み込まれている。さらに、その「リフレーミング」が起きるためには、クライアント企業や外部のパートナー、さらには調査における被験者とのやりとりにおいて「対話」的な姿勢が貫かれている必要がある。したがって、ラボのメンバーは「対話」(的姿勢)による認識の「リフレーミング」を経験しながら、プロジェクトごとの個別の状況に柔軟に対応するための技法(専門性・創造性)を磨き続ける「実践」が必要不可欠となる。この「対話」と「リフレーミング」と「実践」の3つは、ラボの大きな特徴である。第2章「プロジェクトの入り口の格闘—『総

合的』とはどういうことか—」では、個別の相談に応じてオーダーメイドで設計するために必要なこと（専門性・創造性）として、ユーザー起点で考える視点、全体の見通しを立てられる戦略的な視点、選択できる手段の引き出しの多さ、進路変更をいとわない柔軟性、そしてそれを話し合いながら進められる対話能力が挙げられる。第3章『「わかる」ための格闘—『統合分析』で起きていること—』では、「共感する（わかる）」プロセスのなかでも特に品質の成否を握る「統合分析」のプロセスにおいて重要なこととして、「ユーザーの現場に寄り添う視点」と「ビジネスの現場の視点」とが一つのストーリーのなかで破綻なく両立するための重要なつながりを見出す着想（「分析における創造性」）が挙げられている。

第4章「アイデア創造の格闘—『身体性』を伴う具体化の意味—」では、イノベーションの核心であるアイデア創造のプロセスにおける創造性と専門性が説明される。ラボでは、調査と分析を経て生み出されるアイデアを素材として最終的なコンセプト（「アイデアに必要な文脈と実現可能性の検証が伴ったもの」）をつくりあげていく工程を「精度アップ」と呼び、ラボ内のメンバーで議論や企画や試作を繰り返すことで初期アイデアをコンセプトに近づけていく。この地道な「精度アップ」の工程こそがアイデアの是非を検証する重要なプロセスとなる。（渡辺は自身をこの検証プロセスのプロだと自己定義している。）こうした検証プロセスを経て納められる「UXストーリーとそれに伴う要求仕様（クライアントがどのようなものをどのレベルまでつくればよいのかという判断基準）」が、ラボが納める成果の核心である。そのため、ラボは、プロジェクトを始める時点ではクライアントには理解しづらいアイデアの段階から最終段階のコンセプトに至る「行程の費用と期間を設計時に組み込み、対話を通じて理解してもらうこと」ととりわけ重視している（ラボのビジネスモデルにとって妥協の許されない核心である）。ここには、ラボの極めて高度で模倣困難な「対話能力」の重要性が象徴的な形で現れている。第5章「商品化に向けた格闘—発売されるまで『一貫性』をいかに担保するか—」では、プロジェクトの最後の「届ける」プロセスに相当するケースが取り上げられている。「UCI型プロジェクト」の成否は「つくる」段階から「販売される（届ける）」ときまでの生活者起点での一貫性であり、「届ける」プロセスまで含めて企画や検討を行うことは、ラボが掲げるユーザー起点（中心主義）の実践である。第6章「健全な格闘のために必要なもの—UCI Lab. にとっての『合理的』とは—」では、ラボの背景にある「デザイン（思考）」の流れとラボとの関係性及びラボのプロジェクトの実践を支える「専門性」について考察がなされている。まず、デザイン（思考）とラボとの関係性については、ラボ設立のとき、その業務領域を「デザイン」と呼ぶことを避けイノベーション全体（UCI）としたことに端的に現れているように「デザイン（思考）」とラボの実践との間には距離が存在し、ラボが目指す専門能力は「デザイン思考」とは違うところにあ

る。ラボのいうイノベーションとは、従来の商品・サービスの延長線上にはない「ユーザー起点の新しい価値の創造 (UCI)」のことである。したがって、ラボにとっての専門性とはそうした「新しい価値の創造」を実現するために必要な能力ということになる。それは、すでにこれまで(第1章から第5章まで)ラボの実践において必要な専門性と創造性という形で説明してきたものである。ラボにとっての「合理性」とは、そうした「新しい価値の創造」に照らしての合理性であり、技術や企業側の論理の上での合理性でないことは言うまでもない。最後に、第1部の「おわりに」では、「イノベーション」とは「ただ個別の現場のなかで対話し協働することを通じてしか生み出すことのできないもの」であるというラボの基礎になる渡辺のイノベーション観が語られている。

第2部「UCI Lab. と人類学者による対話と協働」(第7章～第9章)では、人類学者である比嘉が「協力者」の視点からラボとの協働について詳述と考察を行っている。第7章「人類学者が『イノベーションの現場』に入るとき」では、まず比嘉がラボと関わるようになった経緯が示される。ある社会調査プロジェクトへ参画した経験から「多様な人々との協働」に「人類学の新たな可能性」を感じていた比嘉は、「協働できる相手」を探していたが、そこで出会ったのがラボの渡辺である。両者の間には「対話」というプロセスを尊重するという大きな共通項が存在し、そこからその後の協働が始まっていった。次に、比嘉は人類学者としての自己の立ち位置を確認するため、人類学的なリサーチとその役割について考察を進める。欧米では、「人類学者」がイノベーション実現のために必要な人材(「観察する人」として描かれたことで、企業からみた「人類学者」の位置づけが一変し、人類学(者)とビジネスとが広範につながるようになってきている。欧米の企業や団体にはすでに多くの「企業内人類学者」が存在し、人類学者の専売であった民族誌(「エスノグラフィ」)が導入されている。また、人類学には「応用人類学」と呼ばれる領域が存在し、人類学の理論や知見が積極的に「応用」されてきた。比嘉とラボとの協働は明らかにこうした世界的な潮流のなかに位置づけられる。しかし、日本ではともに限定的で、人類学者にとっての主要な関心の所在は、比嘉が関心を示す「調査者側におけるチーム内での協働」というよりも「調査対象者との協働」が志向される傾向にある。

第8章「協働における試行錯誤と柔軟性」では、比嘉が関わったプロジェクト事例を紹介しながら、ラボとの協働が実際にどのように進行したのかについて詳述と考察がなされる。比嘉が関わった4つのプロジェクト事例において、比嘉とラボは個々のプロジェクトの精度を上げるだけでなく、複数のプロジェクトを積み重ねながら対話的協働それ自体の精度を上げ、専門性・創造性のレベルを向上させてきた。こうした実践は人類学的なフィールドワークとの親和性が高く、人類学的な視点の導入によってラボのプロジェクトの進行に何らかの

変化をもたらされ、それが調査データの性質や分析内容の変化に結びつき、プロジェクトをユーザー側の視点へ引き戻す契機として重要な役割を果たすと比嘉は総括している。これに対して、渡辺は「人類学者と協働することの重層的な価値」と題した「コメント⑥」において、比嘉との協働の意義は、そのプロジェクトに人類学者の視点が入ったことによる直接的な成果だけでなく、ラボの残りのプロジェクトも間接的に変化させ、その影響があらゆるところに波及していく「重層的な価値」にあると応答し、比嘉の見方を裏づけている。第9章「協働的なリサーチとは何か」では、前章の具体的事例に基づき、ラボでの「マニュアル化されえない実践」が人類学やエスノグラフィ全般の「反-方法論的な性質」と呼応することが指摘される。加えて、プロジェクトの進め方とその成果とは不可分であり、常に他者との「対話的協働」を進める柔軟な姿勢が「問いのリフレーミング」を可能とし、イノベーションに結びつくことも指摘されている。さらに、人類学という学問において、「研究対象者の社会実践」と「研究者自身の社会実践」が直接的に交わらないことに強い違和感を覚え居心地の悪さを感じてしまう比嘉は、ラボとの協働を通じて、人間の生の手触りから乖離しないために「実践について語る」側から「実践しつつ語る」側へ自らを少しずつシフトさせようと試みてきたことが語られている。

第3部「制度としてのUCI Lab.」（第10章～第12章）では、分析のレベルが「個々人の間の協働」の次元から「制度（集団的な慣行・規範）」の次元に引き上げられ、YRK&（会社）とラボ（社内企業）との「制度間の」関係性の変化と、ラボという「制度内の」関係性の変化に焦点を当て、ラボの協働の実践について制度経済学者である北川が「観察者」の視点から詳述と考察を行っている。「制度経済学」は、現代の資本主義が20世紀後半の「産業資本主義」（フォーディズム）から1990年代以降の「認知資本主義」へ変容し、支配的な価値も「産業的効率性」から「ネットワーク／プロジェクト」「インスピレーション」の規範へと移行しつつあると捉える。北川の意図は、現代の「認知資本主義」というマクロ的な仮説概念をラボの実践というミクロ的な事例において検証することである。第10章「制度としてのラボ」では、ラボが制度的観点から捉えられている。職場観察・同行調査（5日間）に基づき、コミュニケーション・ロジック、規範、ビジネスモデルを共有する集団としてのラボを「制度としてのラボ」と捉えることで、北川にはつぎのようなことがみえてきた。まず、同じオフィスに会社とラボという規範の異なる2つの制度が併存し、その2つの制度間には摩擦の可能性が存在すること、次にラボはラボ以外のクライアントや協力者と「拡大ラボ」（外部ネットワーク）を構成し、新しい価値を創造する集団的な力となっている可能性があること、最後にラボが挑戦的な試みを続けてこられたのは、彼らの実績（業績）に依拠する「自律性」（「裁量権」）によるものであることである。

第11章「制度としてのラボの形成」では、会社とラボという2つの「制度間の」関係性の変化が扱われる。ラボの「自律性」(「裁量性」)は会社(別の制度)との関係性のなかで規定されるため、その関係性が変化すればラボの「自律性」の程度(「裁量性」の範囲)も変化する。設立後3年目の第3期に、ラボは営業戦術の失敗により数値目標を大きく下回ったことから会社(母屋)の干渉を受けるようになったが、次の第4期には営業戦術を転換することで翌年には新規の受注を停止しなくてはならないほどの好成績をあげた。このとき、ラボは会社のなかで「裁量権」(「自律性」)を維持するために、数値目標(達成レベル)を合理的な水準に維持し続けることの重要性を学習し、それをラボの活動方針に組み込んだ(=制度の水準での「リフレーミング」)。その後、ラボは既存の広告販促業のモデルとは一線を画した独自のビジネスモデルと働き方を会社(母屋)に示すようになり、会社と対話的につながること(=制度の水準での「相互的リフレーミング」)によって、自律性を回復し発展させている。第12章「対話の制度化」では、ラボという「制度内の」関係性の変化をみていく。ラボは、チーム全体としての能力を高めるために外部の専門家に依頼したコーチングをきっかけにメンバー同士の関係性が問い直され、チームの「目指す姿」が宣言された。ここでは、チームは「イノベーション・エージェント」であり、「対話」のプロチームであると自己定義され、メンバーは対話の実現に貢献する技能を基礎的な技能として身につけ、ユーザーに「共感する(わかる)」、アイデアを「まとめる」、あるいは「絵で話す」のいずれかの役割を担うことが定められた。この宣言に基づき、「目指す姿」に向けてラボのメンバーおよび外部ネットワーク(クライアント企業と協力者)の再編が進められた結果、対話の「頻度」が高まり、リフレーミングの「深度」が深まり、リフレーミングの「発生源」が「特定の個人」から参加者たちの「インタラクションそのもの」へ移ることによって、ラボ全体のコミュニケーションが「対話として制度化」され、ラボの「集団としての能力」が高められた。最後に、「第3部：おわりに—制度経済学からみた地道な取り組み—」において、北川は、「プラグマティズム」という制度経済学の根底にある「哲学」に照らして、「研究者のように」目標に接近することを手続き上の理念とするラボの「地道な実践」を「プラグマティックな」営みとして評価している。

第13章の終章は3名による共同執筆で、本書が描いてきた領域、その実践的意味、および「地道」という概念についてまとめられている。まず、本書が描いてきた領域は、主流的な言説が描く分かり易い理論やマニュアルを「図」として見立てたときの「地」の領域の一部であるラボの実践である。「新しい価値の創造(UCI)」は、広大な「地」の領域における「多様な他者との具体的な実践による関わり」と「無数の選択可能性を想定した関わり」においてしか起こりえないものである。それゆえ、ラボは「地」の領域における多様な人々と

の「対話的な関係性」を通して個人や組織の「個別的な文脈」を「社会的な文脈」へ結びつける役割を果たしている。そう考えると、ラボは「イノベーション・エージェント」である前に「対話的な関係性のエージェント」である。「地道」というのは、「地」の領域におけるラボのそうしたイノベーション（新しい価値の創造）のプロセスのことであり、進め方のことである。

以上、各章をいくぶん強引に要約し、本書の内容を紹介してきた。以下では、紙幅の許す限り、評者の視点から本書についてのコメントを述べてみることにしたい。

現実の社会経済は常に全体として変動し続けているため、絶えず変動するリアルな現実を全体として捉えるためには、それにふさわしい鋭敏な感受性（時代感覚）と真に柔軟なフレーム（リフレーミング）、そしてその結果を素直に受けとめる誠実な姿勢が不可欠である。ここで、最初に言及したいのは、「対話的協働」の成果（「協著」という類い稀な本書（とその大きな特長）を生み出す本当の原点となっているのは、3名の著者の「鋭敏な時代感覚（感受性）」と「柔軟で広い視点」、そしてそれを実践や研究のなかに取り込み、活用しようとする「真摯な姿勢」である、ということである。著者たちの実践や問題意識と本書における「対話的協働」は、そうした「鋭敏な時代感覚（感受性）」・「柔軟で広い視点」・「真摯な姿勢」の結果として生まれたものである。渡辺の場合には、パートナー企業との関わりで先進の業務やトレーニングを経験し、多くの学術書やビジネス書を読みあさり専門職大学院に通うなかで、ラボ設立以前から広告販促業のビジネスモデルの問題点を的確に把握しており、そのことがラボの設立による新しいモデルの構築とその後の実践（「研究者」のように目標に接近する実践）につながっている。人類学者の比嘉は、博士論文を自著として出版した後、その後の研究方向を模索するなかで「人類学の新たな可能性」を鋭く感じ取り「協働する相手」を求めて渡辺に出会い、ラボとの協働に参加している。研究対象と研究者自身を峻別し対象（現実）に関わろうとしない研究者の姿勢に根源的な違和感（わが国の人類学、延いては人文・社会科学全般に対する根源的な疑問につながる違和感）を覚える比嘉は、こうして「実践しつつ語る」側に移ろうとしている。そして、制度経済学者である北川は、制度経済学の古典（大著）の邦訳を完成させた後、現代の「認知資本主義」というマクロ的な仮説を検証するためのミクロ的な事例を求めて、ラボのイノベーションの現場に辿り着き、ラボにおける職場観察・同行調査とインタビュー調査を重ね、その結果を画期的なワーキングペーパーにまとめ上げたが、これは経済学者が経営の現場をフィールドワークし、仮説の検証を試みた希有な例である。

本書は、このように異なる経歴と背景をもつ著者たち3名がラボで出会い、現代の経済的・社会的要請を実践している象徴的な場となっているイノベーションの現場とその背景に



ついて考察したものであるが、実は本書の執筆プロセスそれ自体が「対話的協働」によって「ユーザー（読者）起点の新しい価値の創造（UCI）」を具現化するためのひとつの「プロジェクト」であった。こうして、本書は、ラボにおける実践を考察の対象としながら幾重にも「対話」と「リフレーミング」が繰り返され、深められた「省察」によって周到につくり込まれている。内容的に言えば、序章と本論の第1部、第2部、第3部の実質4部から構成され、そのいずれもが学術的にも高く評価できる貴重な独立の4つの論考となっている。加えて、多様な読者を想定して編まれており、その点でも本書は読者によって様々な読み方、受け止め方が可能であろう。

実を言えば、評者の場合、本書を読んで最初に思い浮かんだのは、H.G. ガダマーの『真理と方法』（1960）とM. ブーバーの『我と汝』（1913）であった。評者の主たる関心は経済や社会の全体としての動態—経済や社会全体がどういう状態から現在に至り、そしてどういう方向に向かおうとしているのか—にある。その観点から言えば、本書で描かれている「地道に取り組むイノベーション」が時代の流れのなかでどのように位置づけられるのかに大きな関心がある。ガダマーは主著『真理と方法』を出版した際に、本を出すのが遅すぎたのではないかという趣旨の発言をしているが、それは、要するに時代はすでに「真理」や「我と汝（対話）」が尊重されるような「社会に埋め込まれた経済」の段階ではなく、「方法」が優位する「社会から離床した経済」の段階に完全に移行してしまったということを意味している。そうだとすれば、『真理と方法』が出版されてからでも半世紀以上が経過した今日において、ラボが試みている「新しいユーザー価値の社会的実装」のための「対話的協働」という「地道な実践」は、その観点から果たしてどのように捉えることができるのか。そして、「地に足が着いている」ことを大切にしているラボの実践は、「社会に埋め込まれた経済」を志向し、「全体性（=健全性）」を回復する線上に位置すると考えることができるのか。仮にできるとしても、そのときの「社会」はガダマーやブーバーが想定していた「社会」と同じなのか、それとも別の「社会」なのか。さらに、この流れのなかで、制度経済学の根底にある「プラグマティズム」は、どの点でどのように関わってくるのか。問い（興味）は尽きないが、それも本書の内容に刺激されて浮かんでくる問い（興味）の一例にすぎない。本書は、これまで述べてきたように、実に多様な側面に関係する様々な事項を包摂するため、新たな時代に相応しい「リフレーミング」を引き起こすために必要なアイデアやヒント、発想が限りなく浮かんでくること必定である。本書の一読をお勧めする所以である。