

VISITS

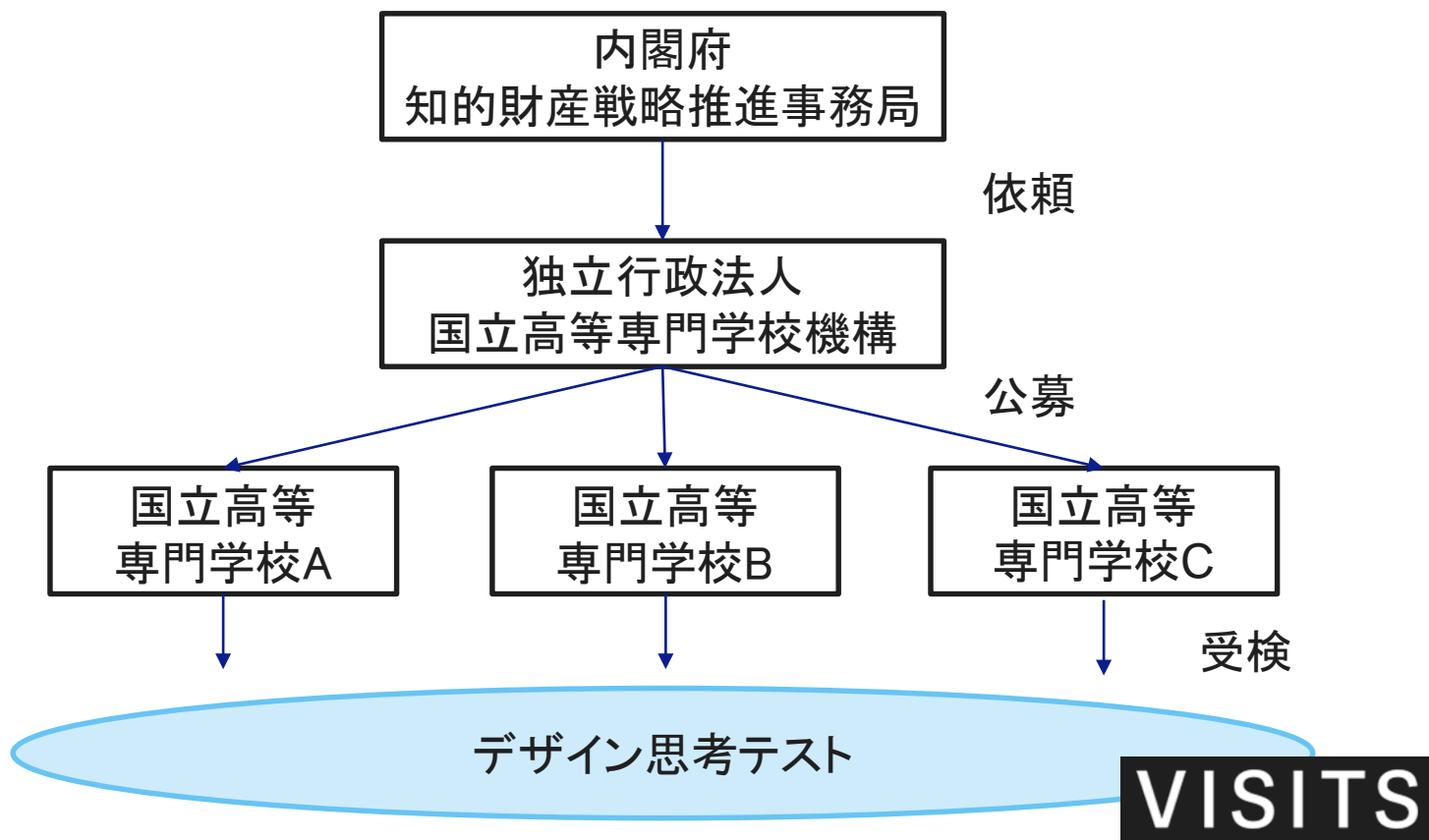
知財創造教育推進コンソーシアム
検討委員会(第7回)

2020.2.19

デザイン思考テストを用いた創造力育成授業の効果検証

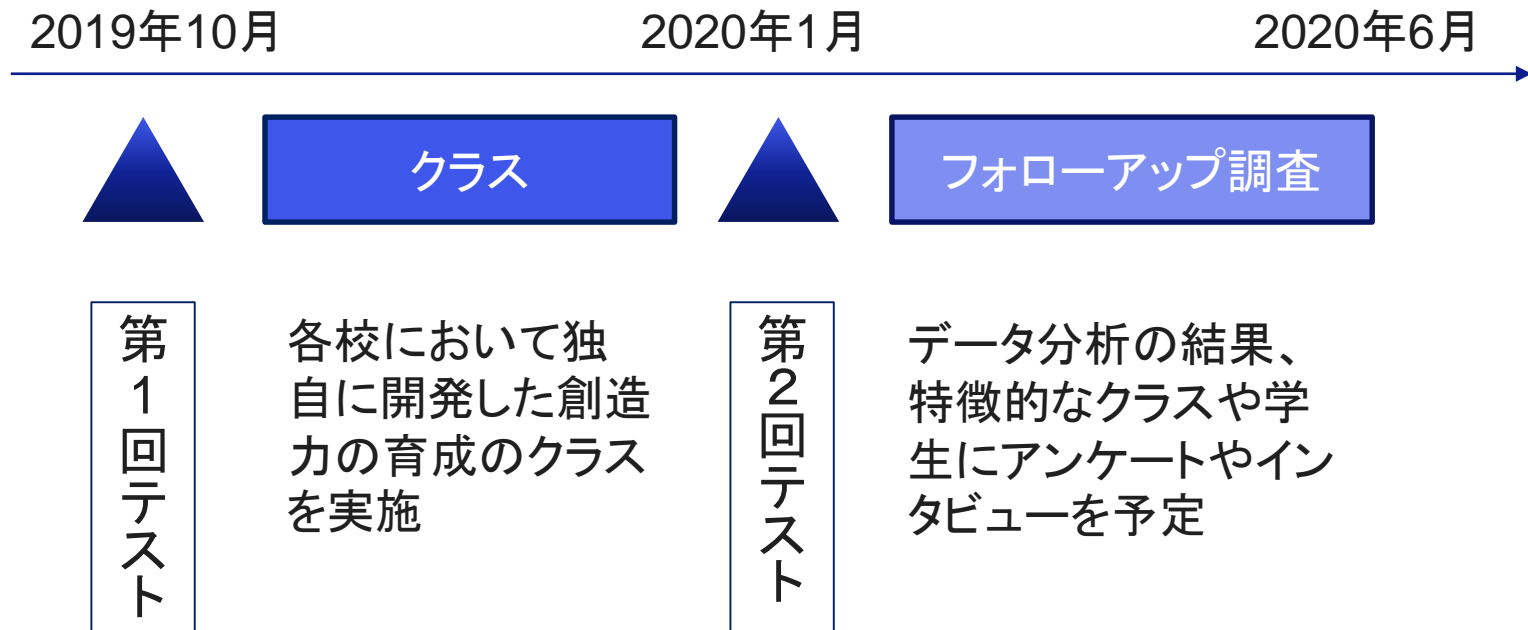
- 国立高等専門学校では独自に創造力を育成するための授業を開発、提供。
- 受講した学生の創造力の伸び率をデザイン思考テスト(※)を用いて検証。

※デザイン思考テストとは、VISITS Technologies株式会社が提供する創造力を点数化するオンラインテスト



効果検証の流れ

- 授業の前後で受講する学生がデザイン思考テストを受検。
- テストのスコア及び変化率やインタビューなどのフォローアップ調査から育成効果の高い授業や伸び率の高い学生の特徴の抽出などを行う。



(参考)デザイン思考テストの概要

VISITSが開発した検定試験「デザイン思考テスト」は、60分のオンラインセッションで受検者のデザイン思考力(創造力)を可視化できる

Design Thinking Test ~60分で個人のデザイン思考力を見える化する~

受検者のデザイン思考力
(=ニーズ発見力+ソリューション構築力)をスコア化

2つのオンラインセッションを受検するだけ

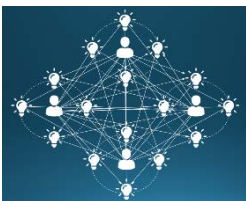
アイデア創造
セッション(30分)

アイデア評価
セッション(30分)

独自技術での
分析



VISITS独自のCI(Consensus Intelligence)技術を活用



アイデアの相互評価結果から各受検者の創造力・評価力を合意形成する独自技術
(当技術を用いた各種セッションの受検者は既に2万人を突破)



創造セッション(30分)

Design Thinking Test テスト名前

残り 44:55 終了する

No.03 Who誰が / Whereどこで / Whenいつ
話し好きな父親 近所のスポーツジム 急いで走っているとき

Why 叶えたい願望
人間ドックを控えたメタボ気味の中年男性は、家族や職場の悩みを共有できるジム仲間が欲しい

上記「Why」を解決するためのモノ（What）を選択してください。

What 何を
履歴を共有する技術

Whatをどのように使ってWhyを実現するか、具体的な解決案（How）を記入してください。

How 願望を解決するアイデア
新規性があり（既存の技術では容易に代用が効かない）、実現可能性が高いと思えるアイデア

同じジムの利用者と目標を共有するパートナーを設定する。走った距離やトレーニング時間、消費カロリーなどを交互に確認、励ましあえるチャット機能もつけることで、自分一人だと怠けてしまうトレーニングを継続的に続けることができる。

[全回答を見る](#)

Who誰が	Whereどこで	Whenいつ
話し好きな	近所の	急いで
1. 会社員	1. スポーツジム	1. 通勤時
2. 父親	2. 駅	2. 昼
3. 高齢者	3. オフィス	3. 帰宅時
4. 大学生	4. 飛行機	4. 走っている時
5. 専業主婦	5. 図書館	5. 海外

What以下の機能を実装するモノ		
1. 履歴	1. 共有する技術	
2. 履歴を	2. 空回り早くするモノ	
3. 会社名	3. 拡大するモノ	

Design Thinking Test テスト名前

[全回答を見る](#)

02 / 5

完了する

以下の状況におけるニーズ（Why）を評価してください。

Who誰が 話し好きな父親 **Whereどこで** 近所のスポーツジム **Whenいつ** 急いで走っているとき

Why 叶えたい願望
人間ドックを控えたメタボ気味の中年男性は、家族や職場の悩みを共有できるジム仲間が欲しい

What 何を
履歴を共有する技術

How 願望を解決するアイデア
同じジムの利用者と目標を共有するパートナーを設定する。走った距離やトレーニング時間、消費カロリーなどを交互に確認、励ましあえるチャット機能もつけることで、自分一人だと怠けてしまうトレーニングを継続的に続けることができる。

1. Whoの立場になった時に共感できる内容か？

全くそう思わない そう思わない そう思う 非常にそう思う

評価の観点
ニーズの...
1. 共感度
2. 未解決度
ソリューションの...
3. 新規性
4. 実現性

(相互)評価セッション(30分)



実際のワークショップの様子

Case Study

ideagram企業導入事例

住友商事株式会社

デザイン選考で新卒採用手法に新風
— ideagram の活用したデザイン選考で
創造性の高い人材を6名採用

2019年6月より約2ヶ月、新たな採用アプローチとして応募者1,200名を対象に創造性を可視化するIdeagramを実施し、高スコアの学生を対象に創造性を観察・評価できるワーク型選考を開催。過去前例のない選考方式を通じてどういった成果があったのか、プロジェクトをリードした住友商事株式会社 人事部採用チーム(当時の重久様)にお答えいただきました。

Summary

プロジェクト概略

Outline

実施内容 創造性高い学生の採用を志向したideagram導入及びデザイン思考ワークショップ実施

実施期間 2019年6月～7月

導入背景

Background

会社としての変革が求められる中、従来の面接を中心とする選考では見極めが難しい創造性が高い人材の発掘・採用を目指し、人の創造性を可視化できるideagramならびにデザイン思考ワークショップを導入

導入効果

Action

面接では採用できないタイプの学生(6名)を採用することに成功

結果(速報)①

- 創造力を育成するための授業受講前後における、創造力スコアの変化は以下の通り。
- 創造力スコアは平均34.2%伸びていることから、総じて授業による効果が見られると考えられる。

受検者:7校 441名

	第1回テスト	第2回テスト
創造力スコア平均点	73.6	98.8 (+34.2%)
スコアの上がった学生数	366名 (全体の83.0%)	
スコアの下がった学生数	75名	

結果(速報)②

- 各校の創造力スコア平均は図1の通り。
 - ✓ 1回目のテストでスコア平均が80ポイント以下であった5校(A校～E校)は2回目のテストで大幅にスコアを向上させた。これに対して、1回目のテストでスコアが80ポイント以上となった2校(F校・G校)は、スコアの上昇しているが前5校ほどではない。
- 各校の創造力向上の変化及びその傾向は図2の通り。
 - ✓ 創造力スコアは6～69%の伸びを見せており、アイデア数も2倍以上に伸びている学校もある。

図1) 各校の創造力スコア平均

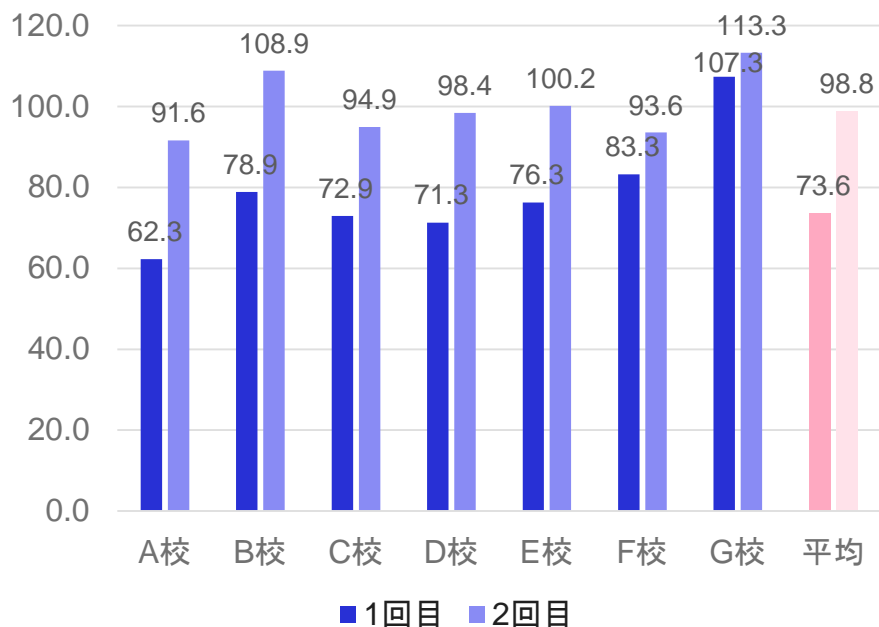
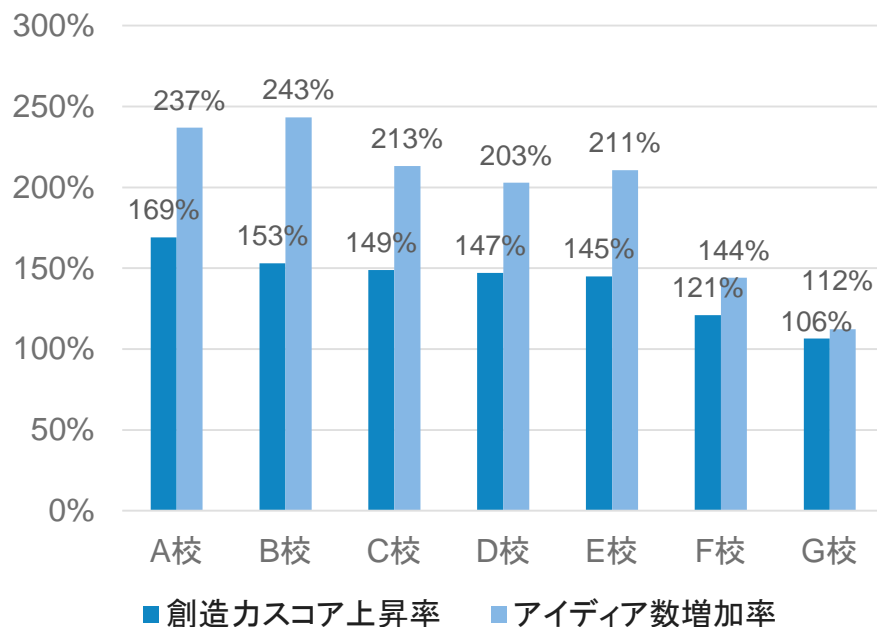


図2) 各校の創造力向上の変化及びその傾向



フォローアップ調査の調査項目（要検討）

※今後行う調査項目についてご意見を頂きたい。
ただし、実施する項目については高専機構と協議し決定する。

1. クラス

- ① 伸び率高い国立高等専門学校のカリキュラムの内容
- ② 平均スコアの高い学校へのインタビュー

2. 学生

- ① スコアの高い学生へのインタビュー
- ② 伸び率の高い学生へのインタビュー

VISITS Technologiesの会社概要

会社概要



2001年 東京大学大学院工学系研究科修了
2001年 ゴールドマン・サックス入社
金利オプショントレーディング責任者
2010年 アルゴリズムファンド設立 (2014年M&A)
2014年 VISITS Technologies設立

Masaru Matsumoto
Co-Founder/CEO

設立 : 2014年6月
資本金 : 30億3097万(資本準備金等含む)
事業内容 :

- 共創によるイノベーション創発拠点となる、会員制コミュニティスペース「HELLO, VISITS」の運営
- 特許技術「CI(Consensus Intelligence)技術」を活用した社会課題解決事業を展開

ミッション

創造性を科学し、
世界中の誰もが社会価値創造に貢献できる
エコシステムを構築する

News

日本政府からユニコーン候補に選出



未上場スタートアップでありながら、
将来性を期待されて経団連に入会



各業界のリーディングカンパニー約60社とイ
ノベーションテックコンソーシアム設立



CI*(特許技術)によるアイデアの適正評価

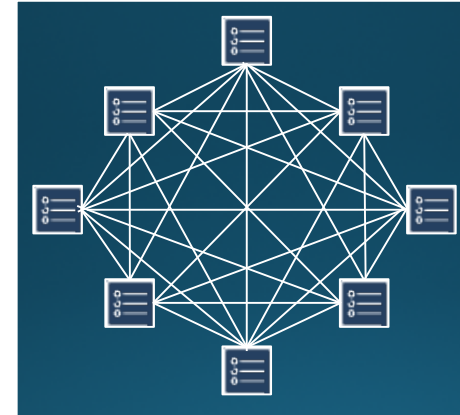
CI = 定性的な価値を定量評価することで、納得性を高め、意思決定を効率化・適正化

CIのアルゴリズムの特徴



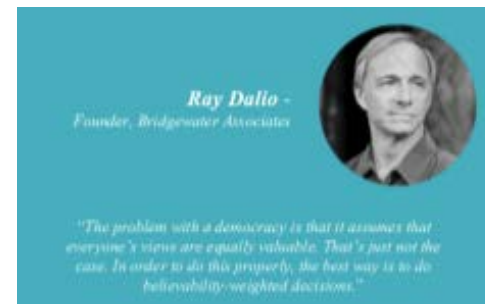
目利き力を踏まえて**1票の重みにウェイトをかける**ことで定性的な価値（アイデア等）の定量評価を最適化**

[参考] Googleのページランク



WEBページ間の評価関係（リンク=評価）から「ページの質」を定量化

[参考] ヘッジファンドの意思決定



世界有数のヘッジファンドも、**目利きの信頼性にウェイトをかけて意思決定**を行っていると発言

* Consensus Intelligence : コンセンサス・インテリジェンス。多数決によらない評価・意思決定を実現

** Googleのページランクにアルゴリズムは似ている。Instagramの世界観に置き換えると、インフルエンサーの「1 いいね」をプライシングするもの