



2017年9月13日 18:30～21:30
ファイブブリッジ 1F (綴りカフェ)

【FBワークショップ】

アイデアを考え出すテクニックを学ぼう



ワーク中は、2人や4人で、発想ワークを行います。
近くの人と自己紹介したり、雑談しておいてください。
(やりやすくなります)

石井力重 Rikie Ishii
アイデアプラント 代表
早稲田大学 非常勤講師
rikie.ishii@gmail.com

進行

1. 創造性のベーシック（ブレストをゲーム感覚で体験する）
2. 自分の中の考えを大量に見つけ出す（「neko note」という専用の紙を使って）
3. 思い付き（閃いたもの）を改良する（アイデアのいいところだけを生かす方法）

1

創造性のベーシック

(プレストをゲーム感覚で体験する)

1-1

Brainstorming Card

ブレストの準備運動

Warming Up of Brainstorming

まず、発想のお題を1つ選ぼう (90秒)

1 古タイヤの新しい使い道

New uses for old tires

2 プチプチの面白い使い方

Creative use of bubble wrap

3 楽しく勉強・仕事するには、
どうすればいいか？

How to enjoy boring job / study?

4 ダイエットを始めて一定の期間で
断念してしまう。あと100日間長く
継続させるにはどうしたらしいか？

How to keep proper weight?

5 恋人・家族との会話がだんだんと
減ってきた。どうすれば、今の倍の会
話量になるだろうか？

How to increase the time with
family or partner?

6 勉強・仕事が忙しくて、交友関係
がだんだん狭まってきた。友達を増や
すにはどうすればいいか？

7 忘れ物を減らす工夫アイデア

Brainstorming Card



この4色カードはBrainstormのルールを、ゲームの「役」にしたものです。
使っているうちに、自然とブレインストーミングの心理様式を学ぶことができます。

そのカードに書いてある指示の内容（アイデアを出す、等の行為）が
実行できたら、その都度、カードを捨てていきます（シートの場合は、チェックボックスを埋めていきます）

You can learn Brainstorming rules with playing card game.

質にこだわらず
たくさんアイデアを出す

Quantity over quality:
give a big number of little ideas



MIGHTY MAXER

ブレスト中に、
アイデアをいっぺんに二個言えば、
このカードの役割達成です。

僅かしか違わないような
二個でOKです。

似た案でも、そこから連想される
ものは大きく異なります。

ブレストにおいては、
アイデアは、少し違えば別物だ、
と考えて量産するのが得策です。

例 (お題が【シルバー向け家電】だったとして)

「洗濯物を、自動で取り込む装置」 「布団を、取り込む装置！」

誰かのアイデアの
良いところをほめる

Praise what you liked
about someone else's idea



MOOD MAKER

ブレスト中に、
誰かが言ったアイデアに対し、
そのアイデアの良い点に光を当てて
コメントすれば、
このカードの役割達成です。

アイデアのいいところを
見つけ出してくれる人がいると
ブレストは盛り上がります。

例（お題が【シルバー向け家電】だったとして）
「それって、若い独身者にもかなり売れそう！」

できるかどうか分からぬ
アイデアを出す

Come up with the wildest,
most far-fetched idea



FREE THINKER

ブレスト中に、
およそ出来そうにないアイデア、
問題が起こりそうな大胆なアイデア、
を出せば、
このカードの役割達成です。

突飛なアイデアは、
そのままでは使えないものですが
それでも、いいんです。

囚われを超えて考える材料を
見つける可能性が増します。

例 (お題が【シルバー向け家電】だったとして)
「人型のバスタブとスポンジロボを作って全自動洗人機！」⁹

誰かのアイデアを
ヒントにアイデアを出す

Build on someone else's idea,
and make up a new idea



GIANT RIDER

ブレスト中に、
誰かのアイデアの一部分や本質を
転用して、別のアイデアを出せば、
このカードの役割達成です。

魅力がより際立つようにしたり、
実現的なやり方へと
派生案を出してみると、
可能性が広がります。

例（お題が【シルバー向け家電】だったとして）

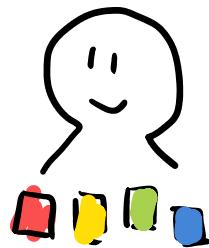
「スponジロボを超小型にして、自動歯磨きロボに！」

やり方 (グループ対抗のゲーム)

How to play (team competition)

0) 4色 (赤／黄／緑／青) のカードを各人が持つ。

Every member have 4 cards of each color.

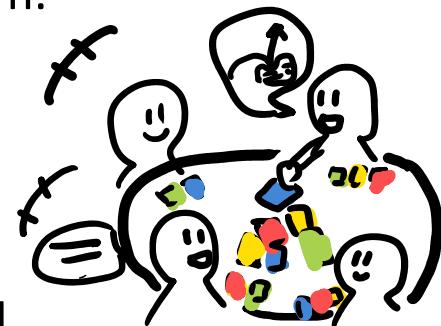


1) 選んだ「お題」に
対してブレスト開始。

After choosing brainstorming theme, start to brainstorm.

自分の手札の内容
を実行できたら、
捨てられます。

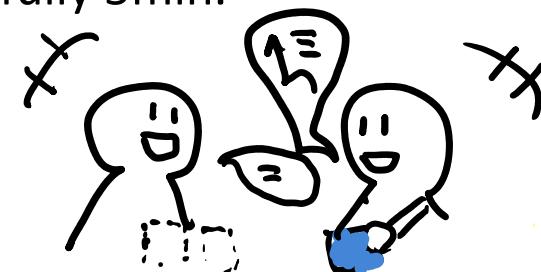
You can discard your card.
After when you complete
your role on the card.



2) 手札を早く使いきった人も、
ブレストに参加し続けてください。

面白いアイデアを次々出していくと、カードが残っている人は、流れに乗って手札を切りやすくなります。

Enjoy your brainstorming fully 5min.



3) 時間は「5分間」。最も多く場に出せたグループが優勝です。

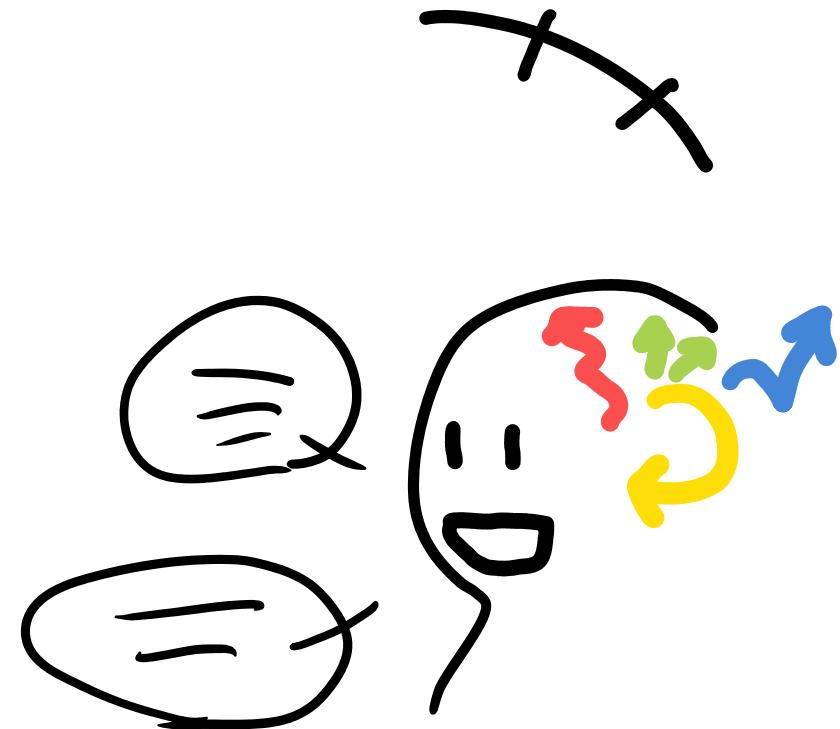
After 5min, count the number of discarded.
Largest team is winner.



日常のブレストでも、4つの心理様式を
ぜひ、意図的に実施してください。

創造的なアイデアや、
新しい選択肢を得ることが増えます。

Please remind the cards on the daily job.
So that, you can get new ideas.



本日の、以降のワークでは、
Brainstorming Cardは使いません。

今日のブレストの際に
手元に置いておいて眺めたり、
手帳に挟むなどして
自由に使ってください。

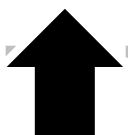
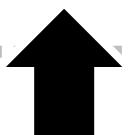
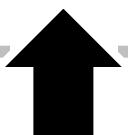
(4色のカードは、差し上げます)

Please take the cards to
your office, and use it.

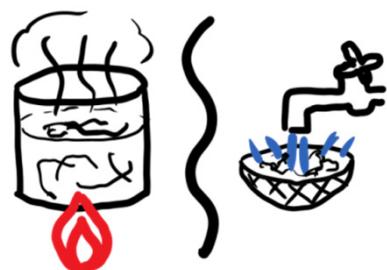
1-2

ブレインストーミングのルールの根底にある
「創造的な思考展開モデル」

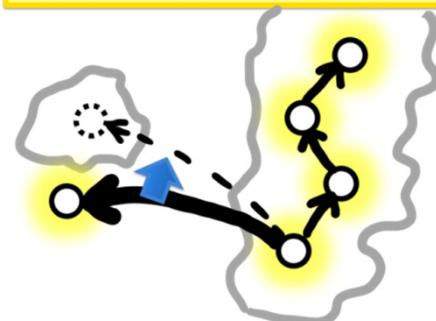
ブレストのルール (をロールカードにしたもの)



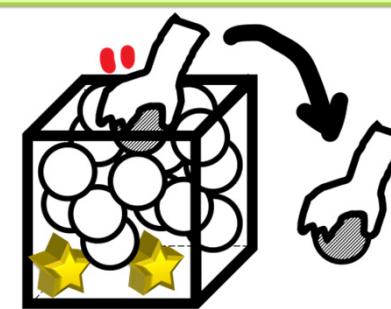
熱湯と冷水を同時につかわない



突飛な案に目を向け、周辺に目を凝らす



思いついたら、外に出す。戻さない。

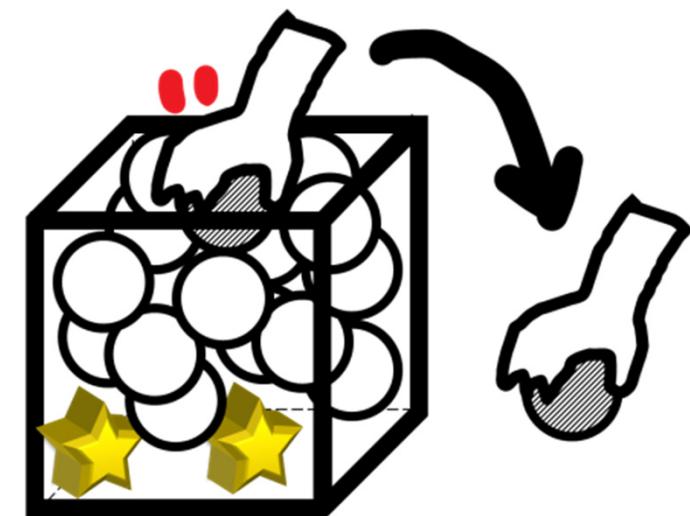


挙がっている案の面白い所を見つけ、
それに別の衣を着せ、新しい案を出す

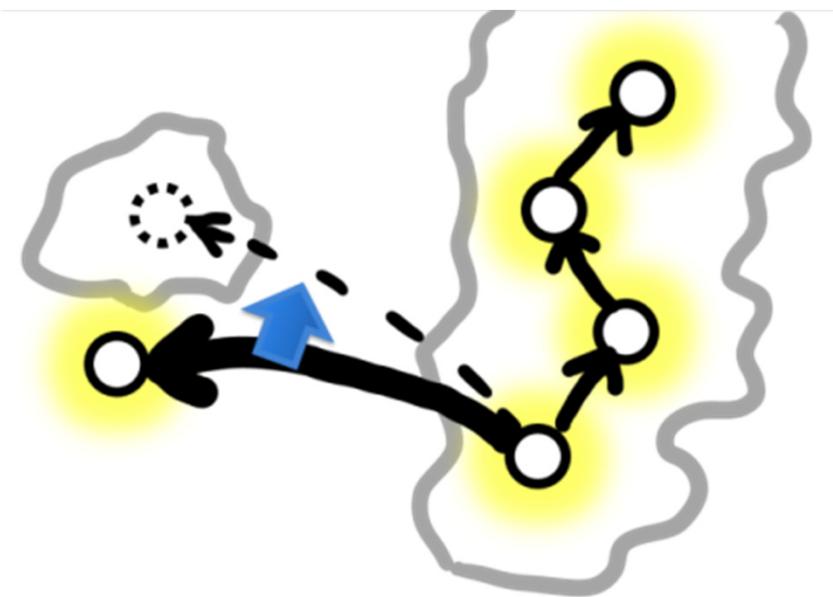


ブレストの根底にある思考展開

凡案を出し尽す



囚われの外へ

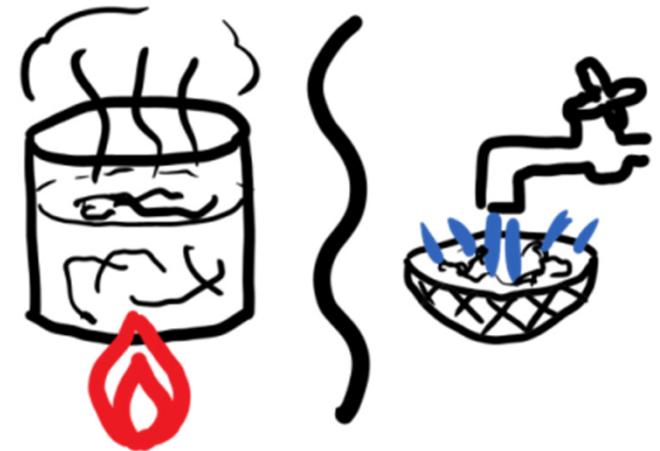


面白いとこを使う



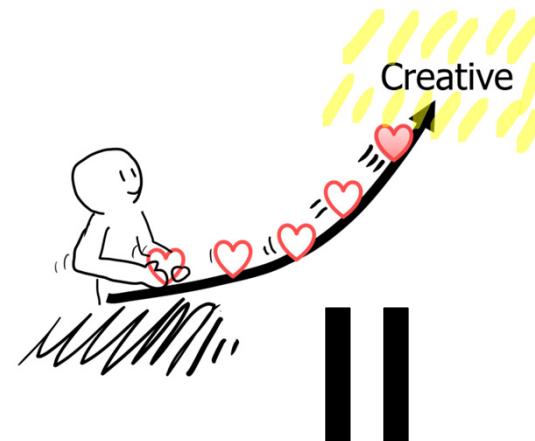
「閃き」と「判断」は
同時に使うと
ぬるくなる

（でも、打ち消しあうこの2力、両方大事で、両方必要。）

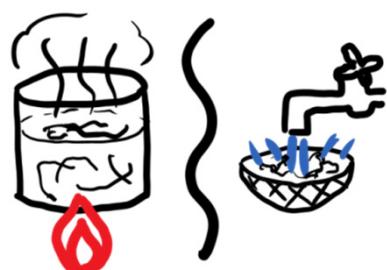


創造力のガイド

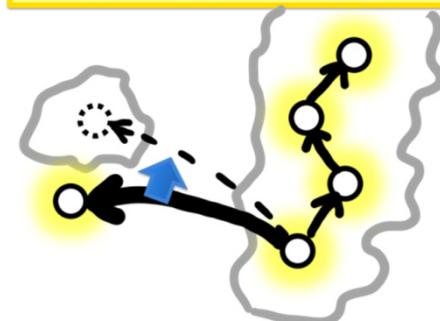
(ブレストのルールの根底にあるもの)



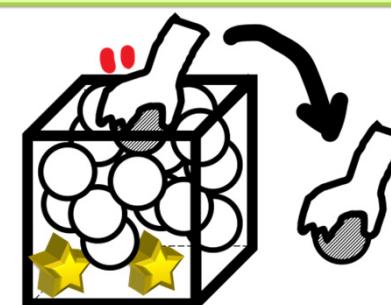
熱湯と冷水を同時につかわない



突飛な案に目を向け、周辺に目を凝らす



思いついたら、外に出す。戻さない。



挙がっている案の面白い所を見つけ、それに別の衣を着せ、新しい案を出す



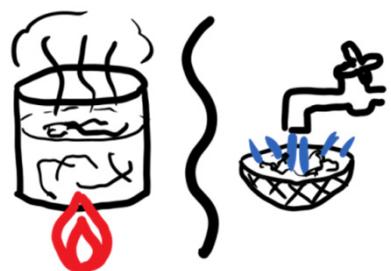
ブレストの根底にある思考展開

でも、

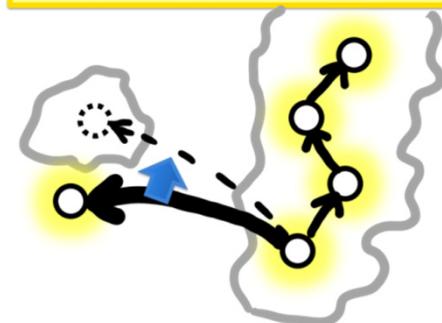
思考作業中には、複雑なことを思い返したりしていられない。

なので、手短にまとめたい。
そうすると、要はブレストのルールに。

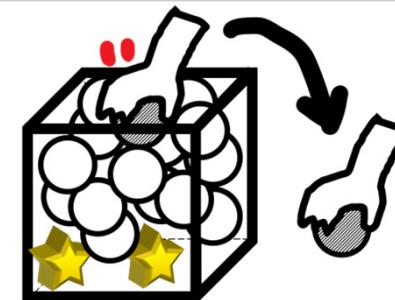
熱湯と冷水を同時につかわない



突飛な案に目を向け、周辺に目を凝らす



思いついたら、外に出す。戻さない。

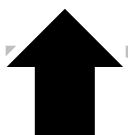
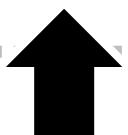
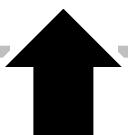


挙がっている案の面白い所を見つけ、それに別の衣を着せ、新しい案を出す

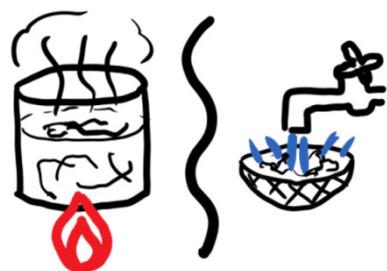


ブレストの根底にある思考展開

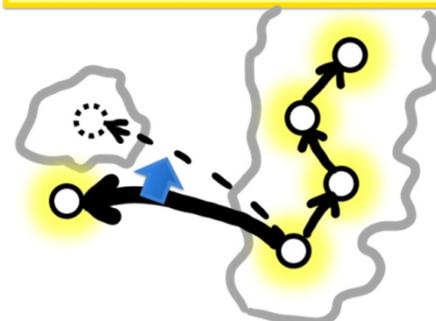
ブレストのルール (をロールカードにしたもの)



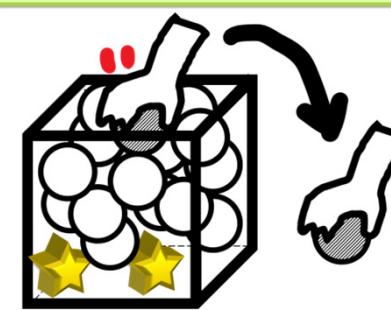
熱湯と冷水を同時につかわない



突飛な案に目を向け、周辺に目を凝らす



思いついたら、外に出す。戻さない。



挙がっている案の面白い所を見つけ、
それに別の衣を着せ、新しい案を出す



ブレストの根底にある思考展開

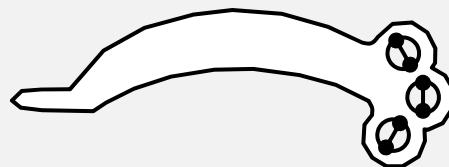
2

自分の中の考えを大量に見つけ出す

(「neko note」という専用の紙を使って)

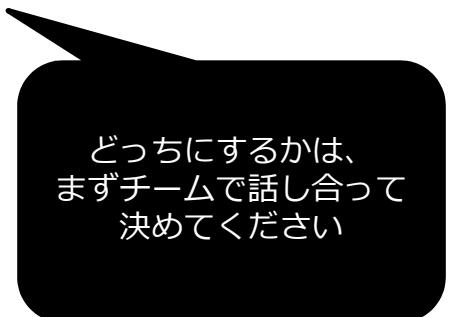
2-1

考え方の表出化と構造化の道具 「neko note」



(特殊な形状の紙を使って、発散的に思考をメモしていく)

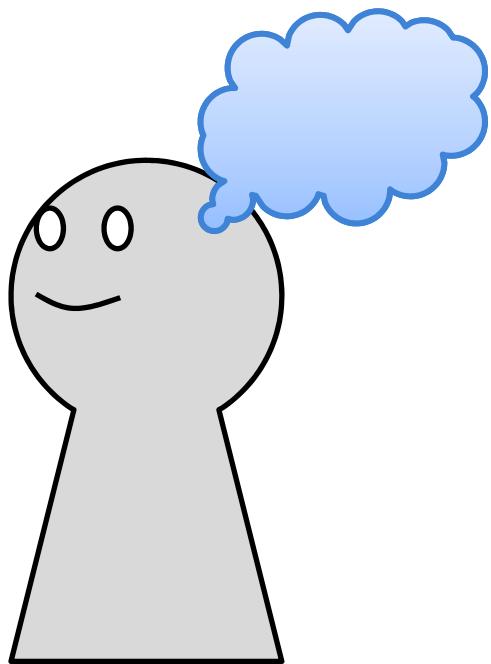
お題：「行って見たいところ」
もしくは
「やってみたいコト」



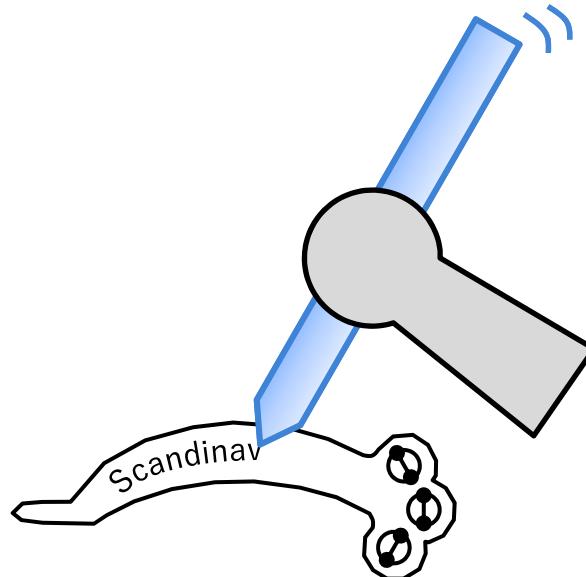
どっちにするかは、
まずチームで話し合って
決めてください

これを、頭の中から大量に掘り出します。

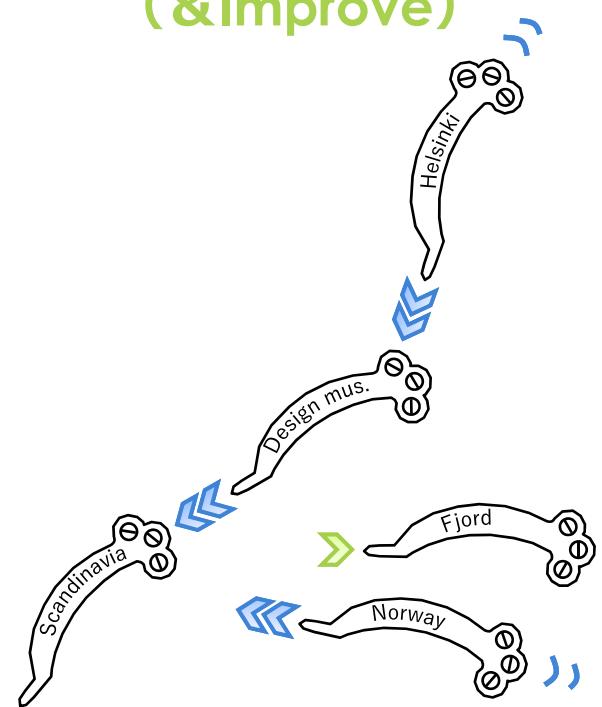
Think



Write



Connect
(&Improve)



2-2

グループで、共有と発展
(テーマ継続：20分)

Share & Mingle

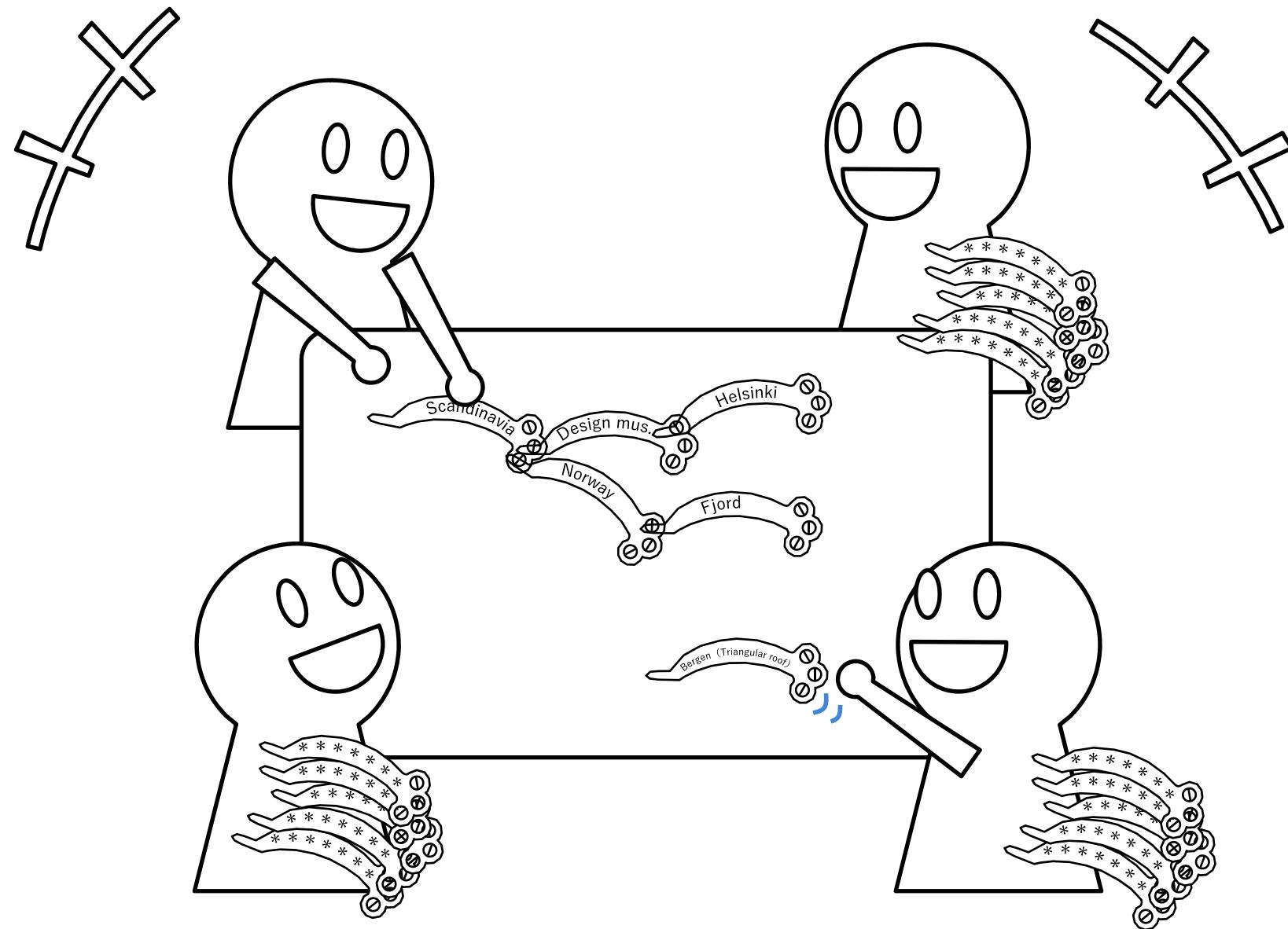
共有する & 混ぜる

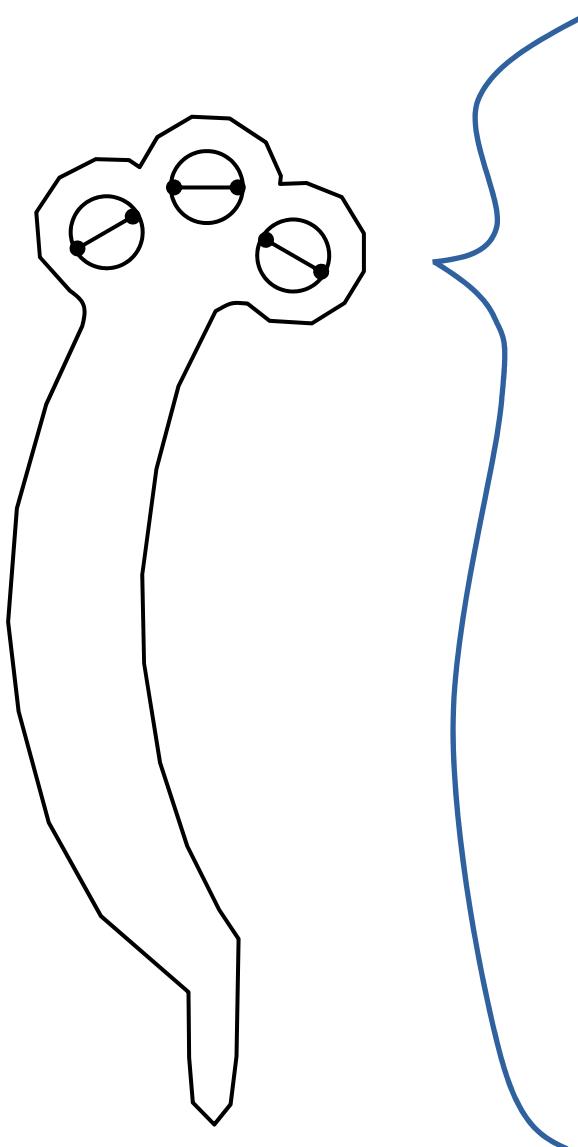
Discuss & Add

話し合う & 追加する

Integrate

統合する





ここでは、「neko note」を用い、
閃きと構造化の負荷を下げる行いました。

ここからは、専用道具なしに
紙一枚（模造紙）で、
同じように出し合います。

「マインドマップ」といいます。
(=放射状に書く、方法です。)

基本所作は、もうだいたい
neko noteで、身についています。

では、学習に進みましょう。

2-3

意見出しの技術

「マインドマップ」

発散的に考えを出していく際のメソッドとして
放射状のメモを描いていく方法をやります。

要は、猫の腕の代わりに
曲線を引いて
そこに短文で書く、を
繰り返すんです。

お題「自分がとっても好きな事・好きなもの」

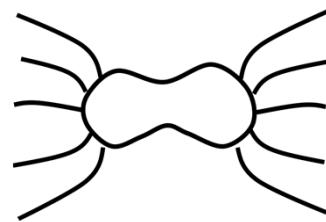
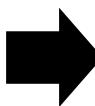
やり方は？

小難しく言うよりも、まず、前で、
サンプル例をホワイトボードで行います。
(協力者は= * * *さんです。)

(その後に、ダイジェストで、やり方を説明します、
そこからは、各グループでの実践です。)

マインドマップ (詳細版)

Work1

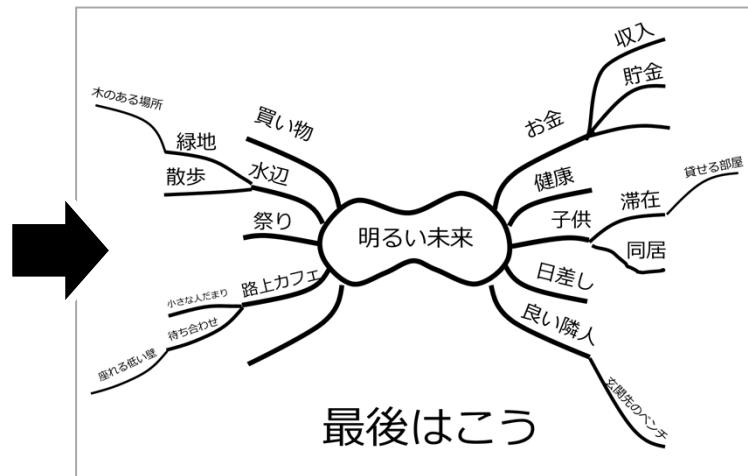
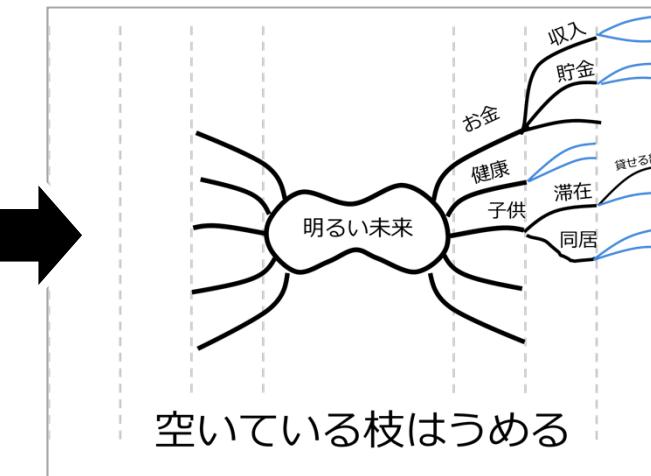
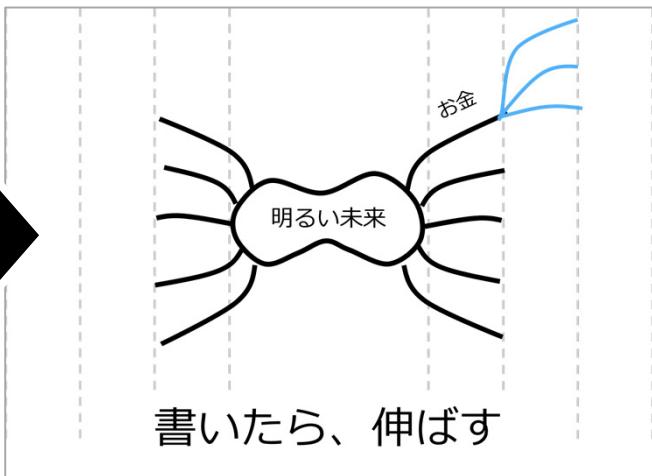


中心に丸を描く



明るい未来

中心に発想のテーマ



Work2

線で関連付け

- 似ている／原因と結果／包含／逆や対立

Work3

中でも注目したいものに丸つけ
(目安は3つぐらい)

3

思い付き(閃いたもの)を改良する

(アイデアのいいところだけを生かす方法)

3

「**閃き**と改良」所作の習得あそび
「**FlashPivot**」

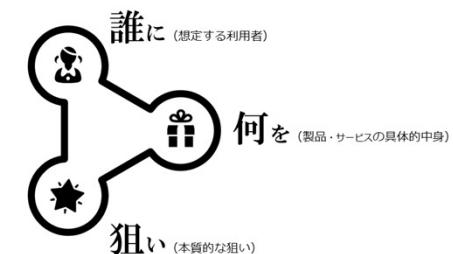
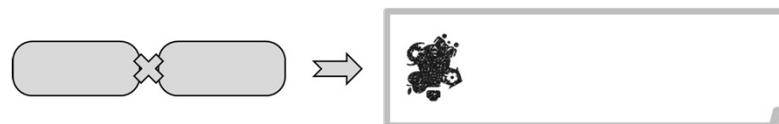
ものすごく、速いです。

(20秒刻みとか、1分で、とか。)

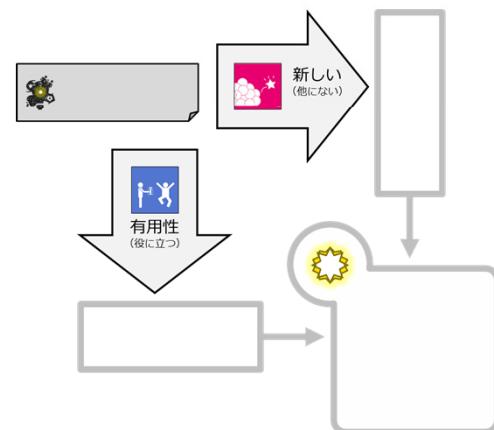
①素材 (1分)



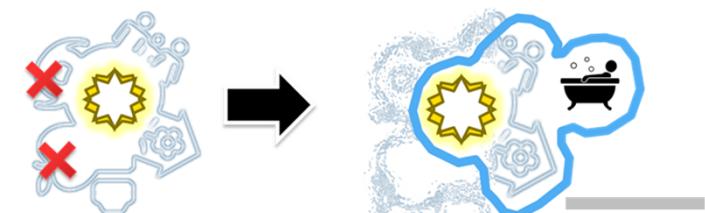
②閃き (2分)



③企画 (1分)



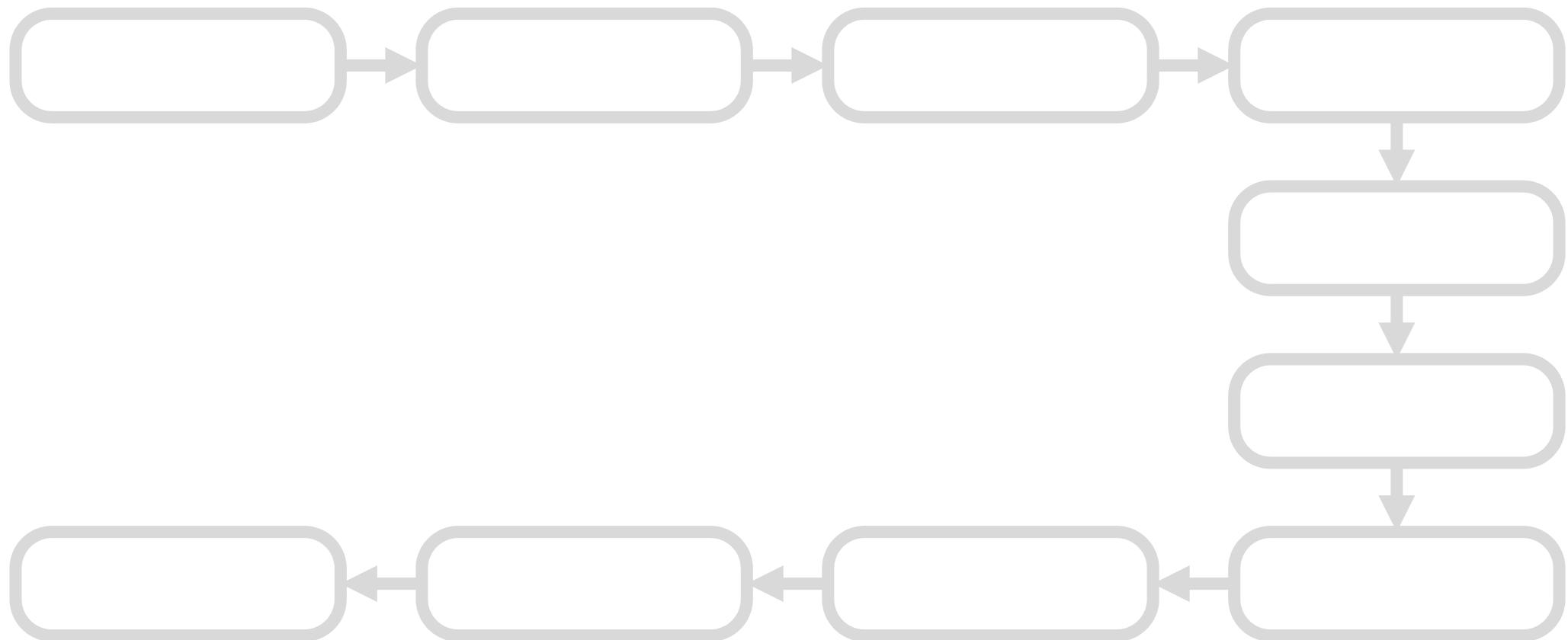
④改良 (2分)



とっさに思考する鍛錬だと思って
速度重視で取り組んでみてください。

① 言葉を10個列举する

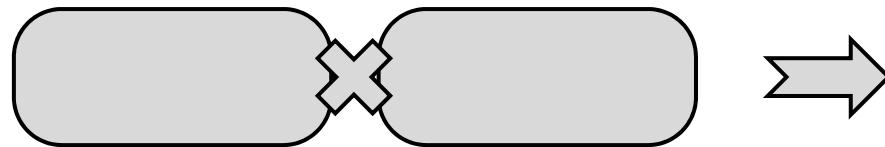
「 」から、しりとりを10個してください。
(書き留めてください) (60秒)



① 新商品を考案する

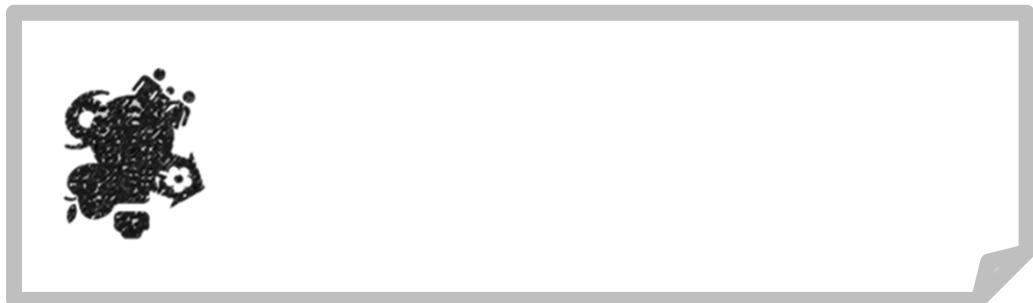
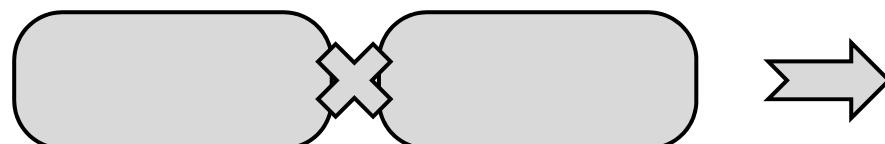
(前提: 皆さんはコンビニの商品企画プロジェクトに招かれたメンバーです)

しりとり、で書き出した「言葉」を2個組み合わせ、
コンビニの新製品を考案します。 (30秒) (書き留めてください)



使ったものを消し込みます。

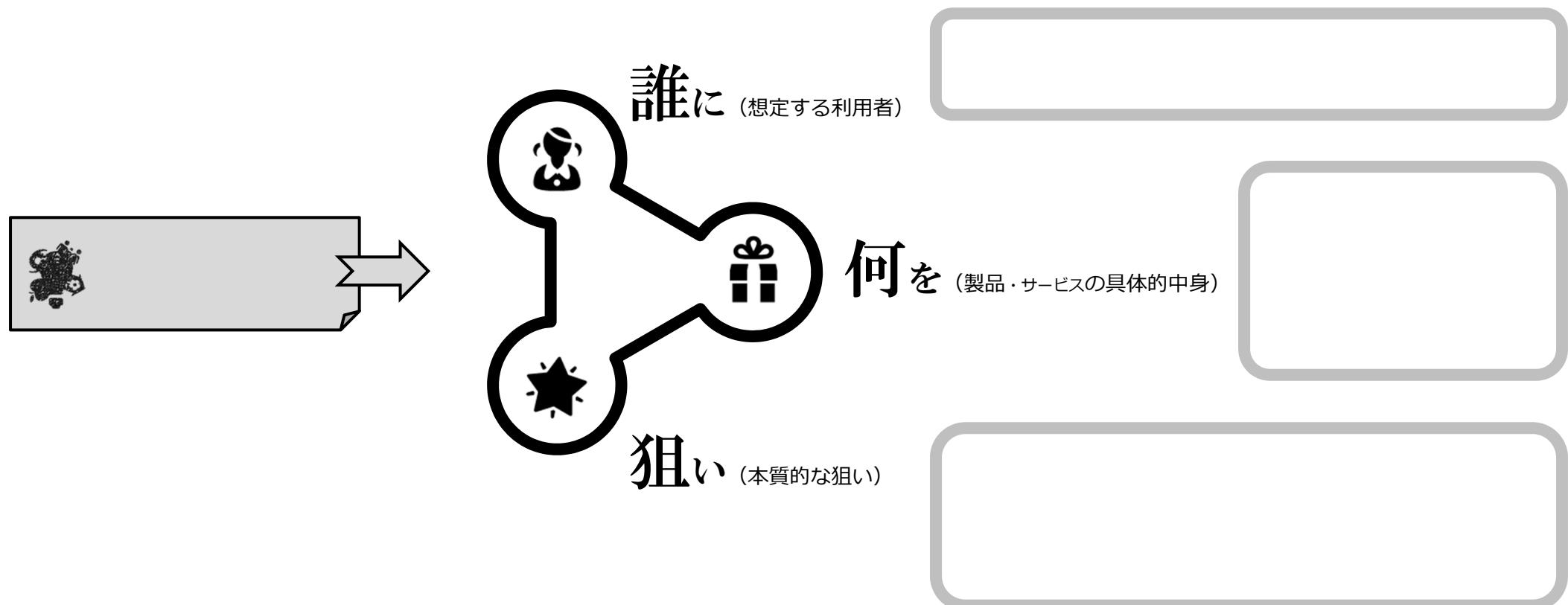
残った「言葉」から、2つ選び、組み合せて
もう一つ、新商品を発想します。 (30秒) (書き留めてください)



2案のうち、好きな方を選んでください。

② 企画3要素を述べる

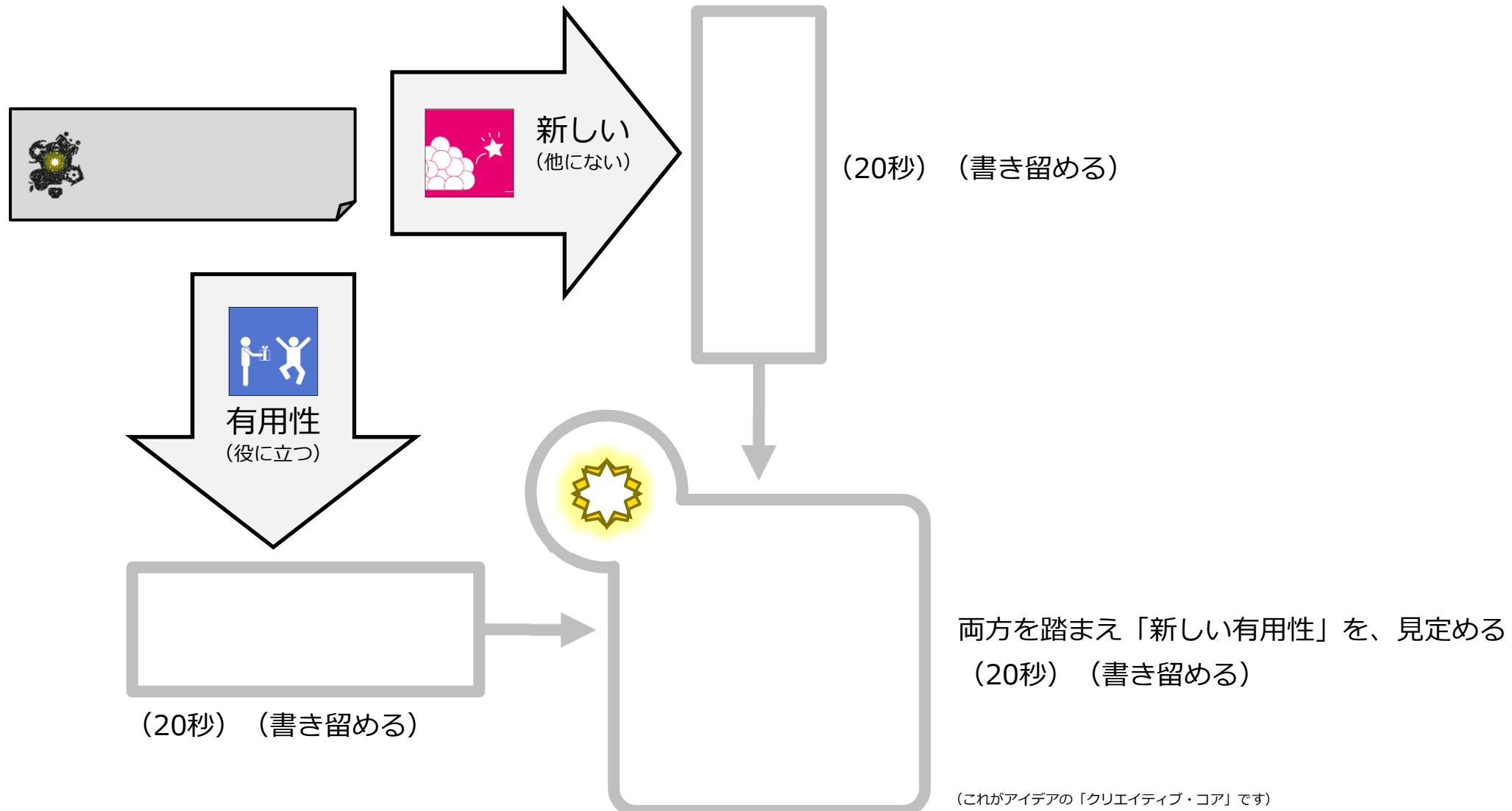
(60秒) (書き留める)



③ 「新しい有用性」を見定める

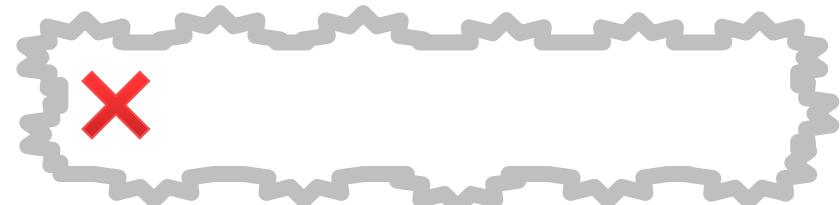
「新しい」は、言い換えれば「他の製品にはないところ」

「有用性」は、言い換えれば「役に立つところ」あるいは「お客様が喜ぶところ」

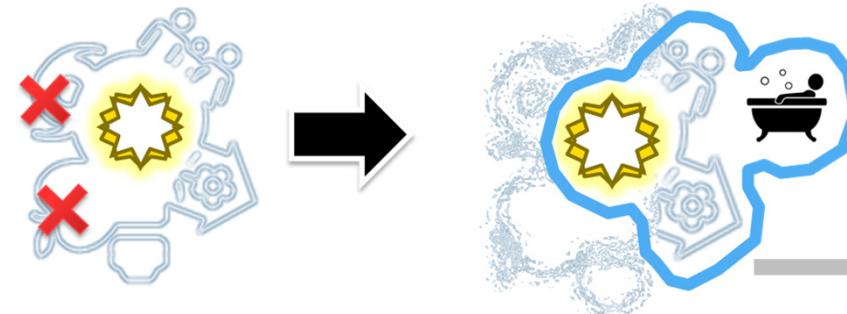


④ 難点を見つけ改良する (=PIVOTする)

このアイデアの懸念点を1つ上げるなら何だろう?
(20秒)



その懸念点を回避するように
アイデアを変えると
どういうアイデアになる? (70秒)



改良後のアイデアは、
当初のアイデアとは**全く違う商品になつても結構です。**

じゃあ、何でも変えていいの? 否。
ただ1つだけ、絶対に維持しなければならないものがあります。

それは「**新しい有用性**
(クリエイティブ・コア ) です。

それ以外は
全部「**変えていいもの**」です。具象レベルは全部はぎ取っても構いません。

アイデアPIVOTのイメージ

元の案はフローズン・ミントガム。

↓
"クリエイティブ・コア"が「一瞬で汗がさっぱり」

↓
コアを維持した改良案「超でっかい厚手のウエットティッシュ。上半身を覆うほど」など。

所作のコツ：

具象を大胆に剥ぎ取る。「核」以外は全部変えていい。

懸念点を回避しようにも、うまくずらせない時は、
Creative Coreにまだ具象レベルを含んでいる。

具体レベルのものは剥ぎ取り、
アイデアの魂だけ残すこと。

それがうまくなると、囚われを超えて発展するようになる。

なお・・・

③において、Creative Coreがうまく削ぎだせない、そんな時はどうするか？

それはアイデアに削るほどのボディー（具体性）がない状態。

企画の最小骨格（誰・何・狙い）をしつかり描き出そう。削るのだが、その前に【一旦の具体化】が要る。

補足：

これは「アイデアPIVOT」という思考ステップを、
アイスブレイク的なminiワークしたものです。

本格にPIVOTする時には、
強力なブラッシュアップの枠組みもあります。 (懸念点を出すフェーズで。)

なお、

「閃きと改良」という創造的な頭の働きは、ここに凝縮されています。
日々のワークでも、思考の回転数を上げたい時に、やってみてください。

3'

フェルミ推定

わずかな情報から、市場規模を推定する

フェルミ推定

正確な値を得ることや実際に調査することが**困難な数量を、わずかな情報や値を元に論理的な推論を進め、短時間で定量的な概算をすること。**

名称は、この類の概算を得意とした物理学者エンリコ＝フェルミに由来する。

フェルミ自身がシカゴ大学の学生に対して出題した「シカゴに何人のピアノ調律師がいるか」がよく知られる。

床屋さんの月商を推定できる

日本中の電柱の数を推定できる

順番の来る時間推定できる

創造する市場の規模を推定できる

これも、ものすごく、速いです。

⑤推定 (3分)

直感で商機をかぎ分ける鍛錬だと思って
速度重視で取り組んでみてください。

⑤ 市場規模を推定する (3分)

フェルミ推定の部品

売価は？

ターゲット層や商品用途によって、設定可能な金額が異なる。

ターゲット層の人は一日、何人くる？

曜日変動があるものは、平日・休日の場合分けをして計算。

概算する時、念頭におく店舗は、平均的と思われる店舗規模の所を。

何割が買う？

見積もあるには、肌感覚や日々の記憶を総動員。

何店舗？

コンビニにより、店舗数が異なる。上位5社のどれかを舞台として選定。企画する商品の特性を鑑みて、展開の場として最適なコンビニを。

他 (の補正)

年間売り上げは「日の売上×365」ではない。

売れなくなる季節変動のある商品は、年間売り上げを算出するには補正を。

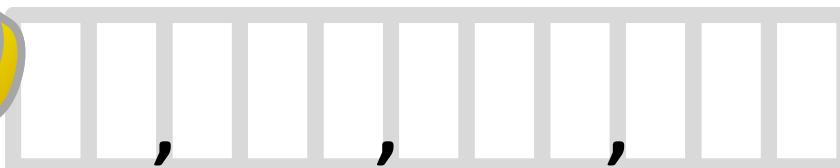
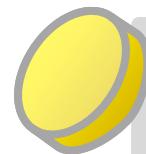
短寿命のものは数週間で店頭から消える。

逆に、もっと売れるよう工夫したらテコ入れできる商品か？それで何割UP？

**S = 18,700軒
F = 18,200軒
L = 12,400軒
M = 2,200軒
D = 1,500軒**
(2016年国内店舗総数)

【商品の一年間の国内売上】

看板商品「Kくん」
売上320億円／年



円

推定のコツ：

オーダー(桁)が合えばOKと割り切る。

例えば、正解が1億なら、

0.5億～2億の範囲($=1/2\sim 2$ 倍)なら、良い精度。

0.2億～5億の範囲($=1/5\sim 5$ 倍)は、許容範疇。

経営判断のベースは

「それ、事業として、いくらになるの？」である。

事業の可能性を粗くはじくには

「価格（ひいては、利益）」×「数」、を。

（利益の算出に踏み込むには、すこしステップ数が増えるため、ここでは割愛。

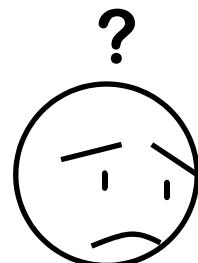
開発コスト+製造コスト+販売コスト+リスク備えコスト、を算定し、
総売上から引くと、総利益。）

3'

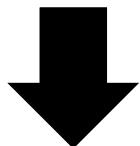
アイデアの発展「Creative Core & IDEA Pivot」

アイデアは、何度も脱皮～軌道修正（PIVOT）をしなくてはいけない。

そこで、良くおこるのが、
知らず知らずのうちに、
大事なところ（**アイデアの核**）も、
そぎ落としてしまうこと。

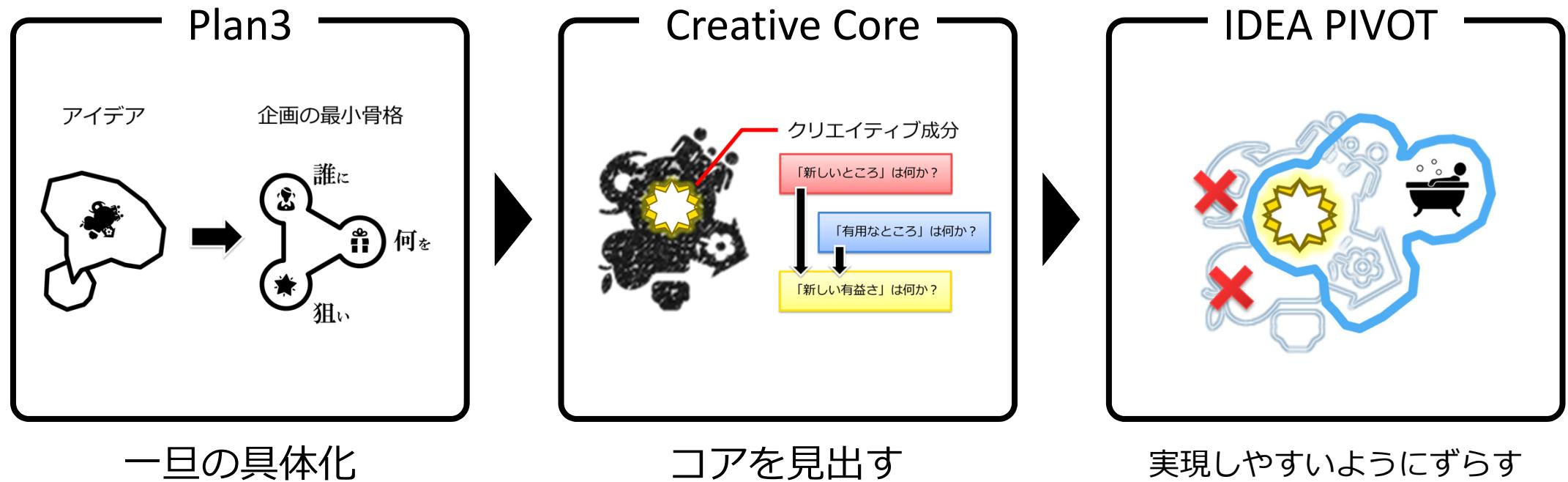


完成してみて、
「・・・ありや？ 凡庸な感じになっちゃったなあ」と。



核を温存してアイデアPIVOTを！

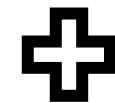
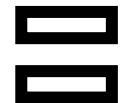
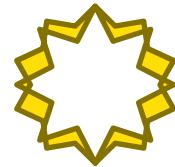
アイデアの発展 「Creative Core & IDEA Pivot」



(補足)

創造技法の一体系 CPSにおける“Creative”的定義

『Creative とは 新しい有用性 である』



Creative
(創造的)

新しい
(他にない)

有用性
(役に立つ)

コツ：

アイデアの難点を回避するところがうまくいかない。・・・これ、良くあります。

これは、

「クリエイティブ・コア」に具象性が残り過ぎて いるため
回転するときにひっかかっちゃって、うまく原案の囚われを超えない。
という状態。

じつは、最初の頃はやって失敗して、手順を逆戻りするものなんです。

IDEA PIVOT ができない・・・。変える余地がない・・・。



Creative Coreに、具象が残り過ぎだ。もっと削いで本質化しよう。



抽象度の上がった「核」。

これのみを「ずらしてはいけないモノ」と捉えたなら、

アイデアの具象はほとんど変えて良いのだ、とわかり、大胆な軌道修正ができる。

(なお、Plan3も同じです。

最初のアイデアがふんわり曖昧だと、

Creative Coreを削りだすにしても、削るだけの実（み）がない。

クリエイティブ分析で手が止まったら、一度Plan3をやりに戻ろう。)



閑話

畠山さん（FBの理事長）は、“？？？”マネジメント

なんだか、よくわからない。

そう、言われ続けるリーダーを擁するこのFive Bridge。

でも、気づけば、もう、10年。

地道に、堅実に、大きく。

この際だから、

この“？？？”マネジメントに、名前を付けてみよう。

(例)

畠山さんの展開というのは、どうも・・・

Chaos (カオス =混沌)

Home (ホーム =家、くつろいだ)

Good fellows (グッド・フェローズ =良い仲間)

(例)

畠山さんの展開というのは、どうも・・・

Chaos (カオス =混沌)

Home (ホーム =家、くつろいだ)

Good fellows (グッド・フェローズ =良い仲間)

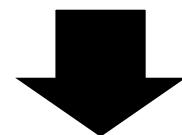
(例)

畠山さんの展開というのは、どうも・・・

Chaos (カオス =混沌)

Home (ホーム =家、くつろいだ)

Good fellows (グッド・フェローズ =良い仲間)



カホグ・マネージメント

(例)

畠山さんの展開というのは、どうも・・・

Chaos (カオス =混沌)

Home (ホーム =家、くつろいだ)

Good fellows (グッド・フェローズ =良い仲間)



カホグ・マネージメント

常に多様で
あり続け

家のように
くつろげて

来た人みんな
良い仲間

10年ずっと
変わらない
(畠山イズム)

絞って、方向性を定めるばかりが、マネージメントではない

絞って、方向性を定めるばかりが、マネージメントではない

(とはいえ、補佐する皆さんは大変だと思いますが、よろしくお願いします)

閑談休題

(もとの話にもどしましょう)

4

まとめ

参考文献

1 『アイデア・スイッチ ~次々と発想する装置~』 (拙著)
(創造的思考のためのガイドや、多様な発想の方法など)

2 『創造的問題解決 — なぜ問題が解決できないのか?』
(CPS - Creative Problem Solving - の教科書的書籍。
創造力について示唆深いが、本質を理解に至るには実践が必要)

3 『創造力を生かす—アイディアを得る38の方法』
(A.オズボーンの著書。創造的イマジネーションについて示唆深い。)

→ 4 『スウェーデン式アイデアブック』
(60分で読める、創造的思考についてのヒントの本。)

→ 5 『発想法の使い方』
(加藤昌治著。「死者の書」や「属性分析」など、分析的と直感的の発想法をカバー)

6 『アイデア・バイブル』 (マイケル・マハリコ)
(論理的、感性的、の多様な発想技法など)

7 『発想法 — 創造性開発のために』
(KJ法の川喜田二郎氏の著書)



発想道具一覧



IDEAPLANT 『ブレインストーミング・カード』
<http://www.ideaplant.jp/products/bc/>



IDEAPLANT 『アイデアトランプ』
<http://www.ideaplant.jp/products/ideatrump/>

IDEAPLANT 『ブレスター』
ブレインストーミング学習ツール

IDEAPLANT 『智慧カード』
<http://www.ideaplant.jp/products/chiecard3/>
(スマホアプリ : KAYAC 『ideaPod』)

IDEAPLANT 『ブレインライティングシート2』
<http://www.ideaplant.jp/products/bws2/>

IDEAPLANT 『IDEAVote』
アイデアを創造的に絞り込む方法を学ぶツール

IDEAPLANT 『ASOPICA (連想の4法則カード)』
<http://www.ideaplant.jp/products/asopica/>



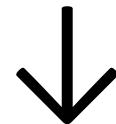
IDEAPLANT 『 neko note (ねこのーと) 』
<http://ideaplant.jp/products/nekonote/>
アイデア出し専用メモ用紙

IDEAPLANT 『 Yomo (よも) 』
<http://ideaplant.jp/products/nekonote/>
ポストイット作業を改善するメモ台紙

IDEAPLANT 『Roku+Core (ろくたすこあ)』
<http://ideaplant.jp/products/rokucore/>
アイデアの中核を抽出し次のアイデアへ展開させる

メッセージ

Creative Cognition 実験



未踏の間を行く信念

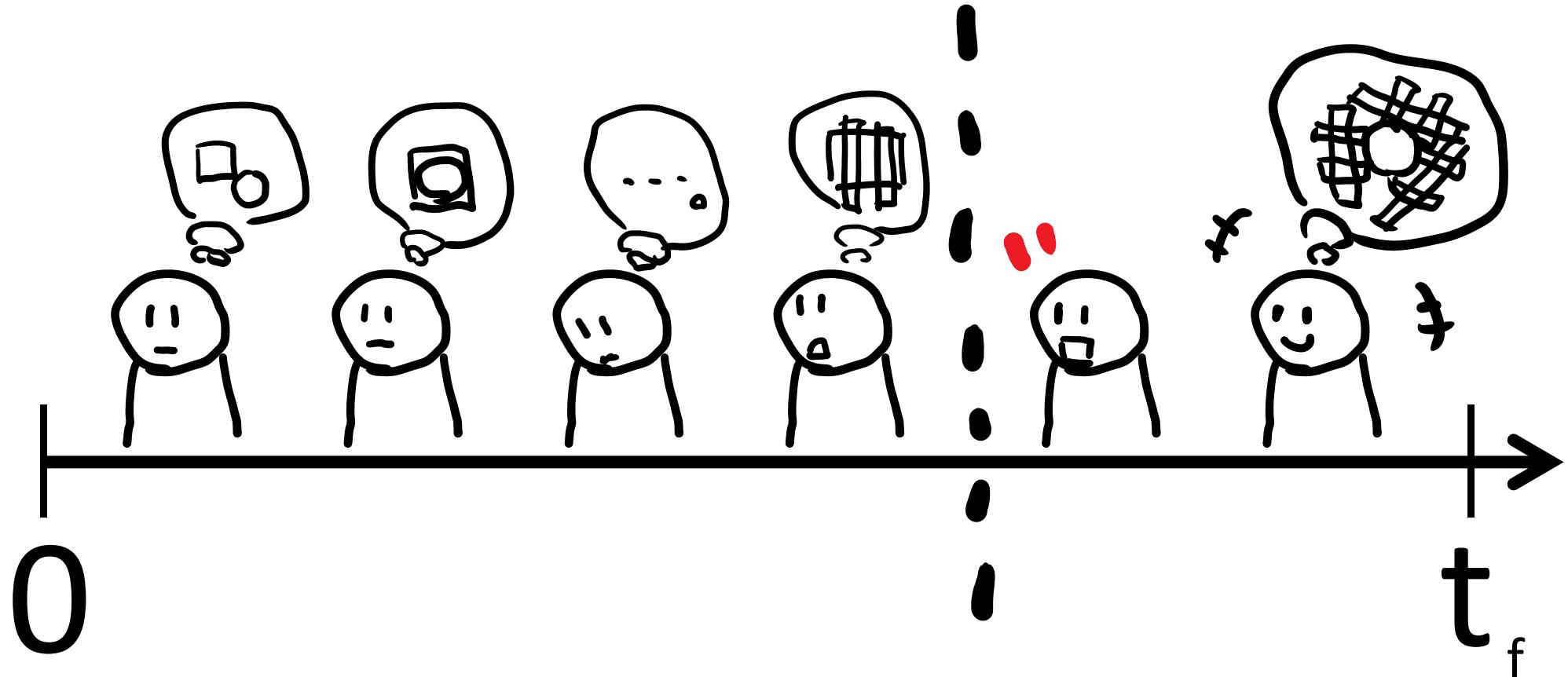
創造的認知

いくつかの実験

いくつかの「記号」を与える



組み合わせでデザインを考案する



やっていくうちに、閃いていく。

人の認知には、そういうところがある。

最後のメッセージ：

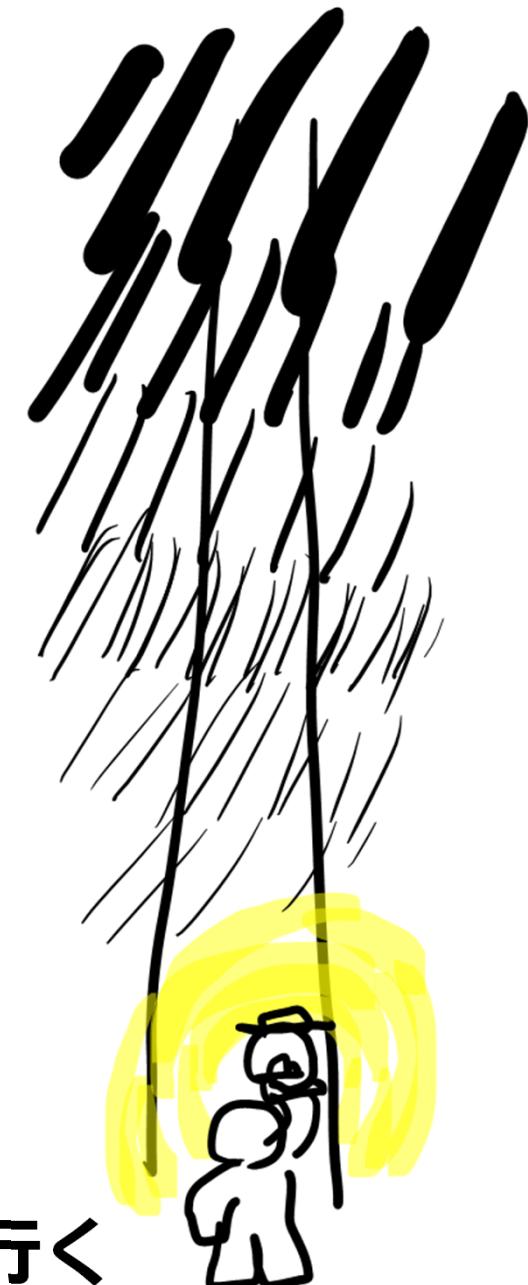
未踏の闇に対して、
人の認知の力という“光”は、それほど強くない。
せいぜい、二歩先を照らせる程度である。

「そんなのやっても無駄だよ」というのは
「二歩先の中には見えない」だけのこと。

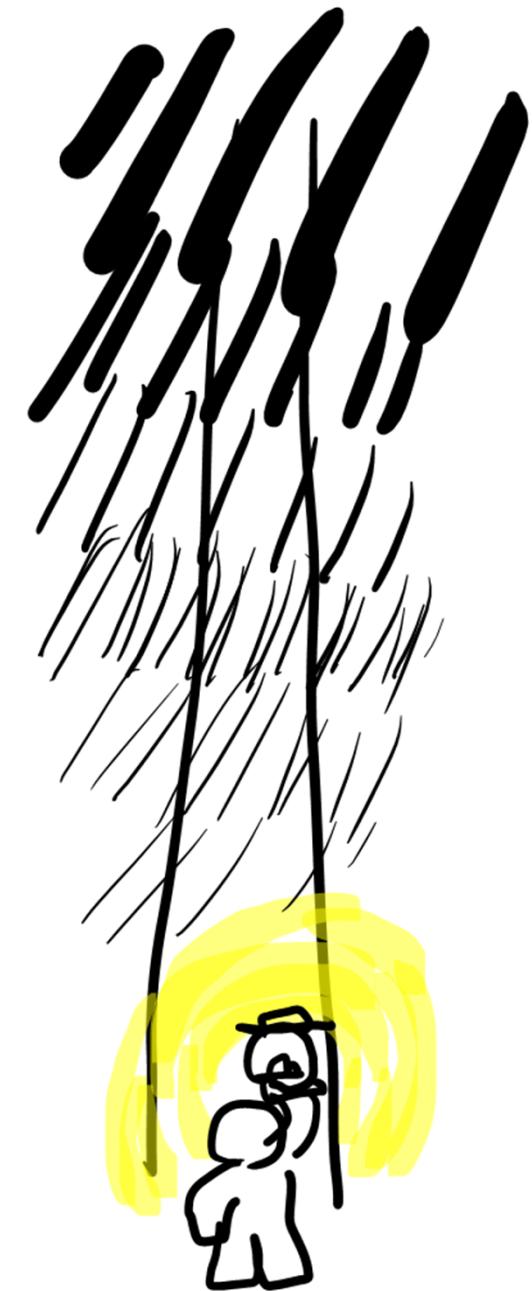
『自分でもよく分かんないけど、
可能性は、なんか、感じる・・・』

なら、それをハッキリ認識するには、
奥まで、闇の中を歩いてみるしかない。

可能性を感じるなら、まずは、目の前の二歩に行く

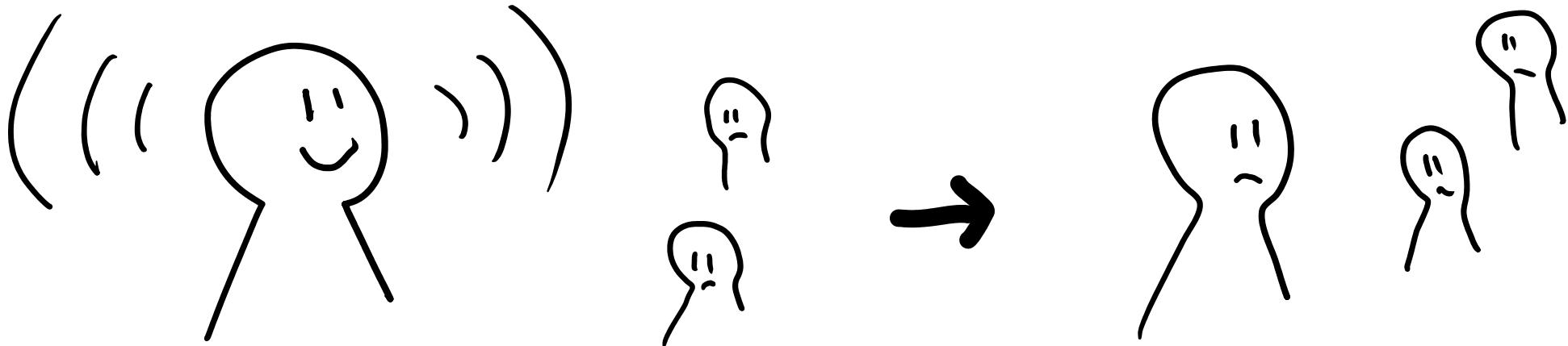


未踏の闇を行く信念

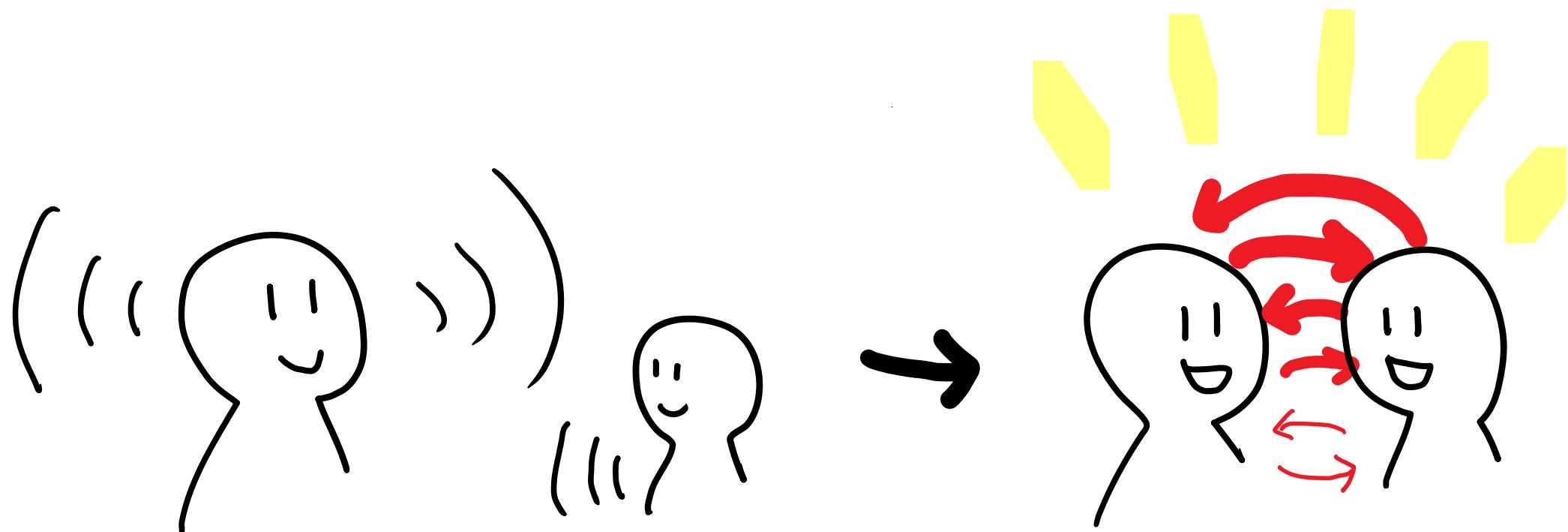


(・・・とはいえ、つらいもんはつらい、ですよね)





どんなに頑張る人でも、だれも輻射熱をかえしてくれなければ、いつか冷える。



創造の人は、発露を反射してくれる人がいると、回転数を挙げられる

あなたの発するものに、共振し、
それを反射してくれる人が
この場には、
たぶん、たくさんいます。

ぜひ、いろんな人と、
創造的な話しあうムードを
持続、発展させてください。

社内・社外にブレストできる友人が
いることって、
結構、大きいんです。



創造的な活動をする人や組織が 次々と生まれてくる社会を創りたい

アイデアプラントは、「アイデア創出の支援」をする組織です。

アイデア創出のための製品開発や講演・ワークショップを主な業務としています。

詳細はこちちら >

www.ideaplant.jp

石井力重

アイデアプラント代表

<http://ishiirikie.jpn.org/>

準備物リスト

ご準備いただきたいもの

- プロジェクター (HDMIの刺さるもの) 可能ならば2台 (1台がメイン、他方がタイマー表示用)
- ホワイトボード 1台
- マイク 1つ
- iPhoneからの音楽を流せる装置 (要は、ミニプラグから音を拾えるスピーカー)
- A4白紙 (一人当たり10枚ぐらいの分量) それを、講師席にどさっと。
- 印刷物
- ペン (基本的に各自持参の筆記用具でいいのですが、全く持ってきてない人がいれば、貸してあげてください)

石井が持参するもの (ドタサンも考慮して、MAX36人分まで用意)

- ノートPC (HDMI出力、2系統)
- ホワイトボードマーカー (講師用の極太)
- タイマー、ポインター、クリッカー
- ワークショップ消耗品 (Brainstorming Cards、nekonote) 36人分

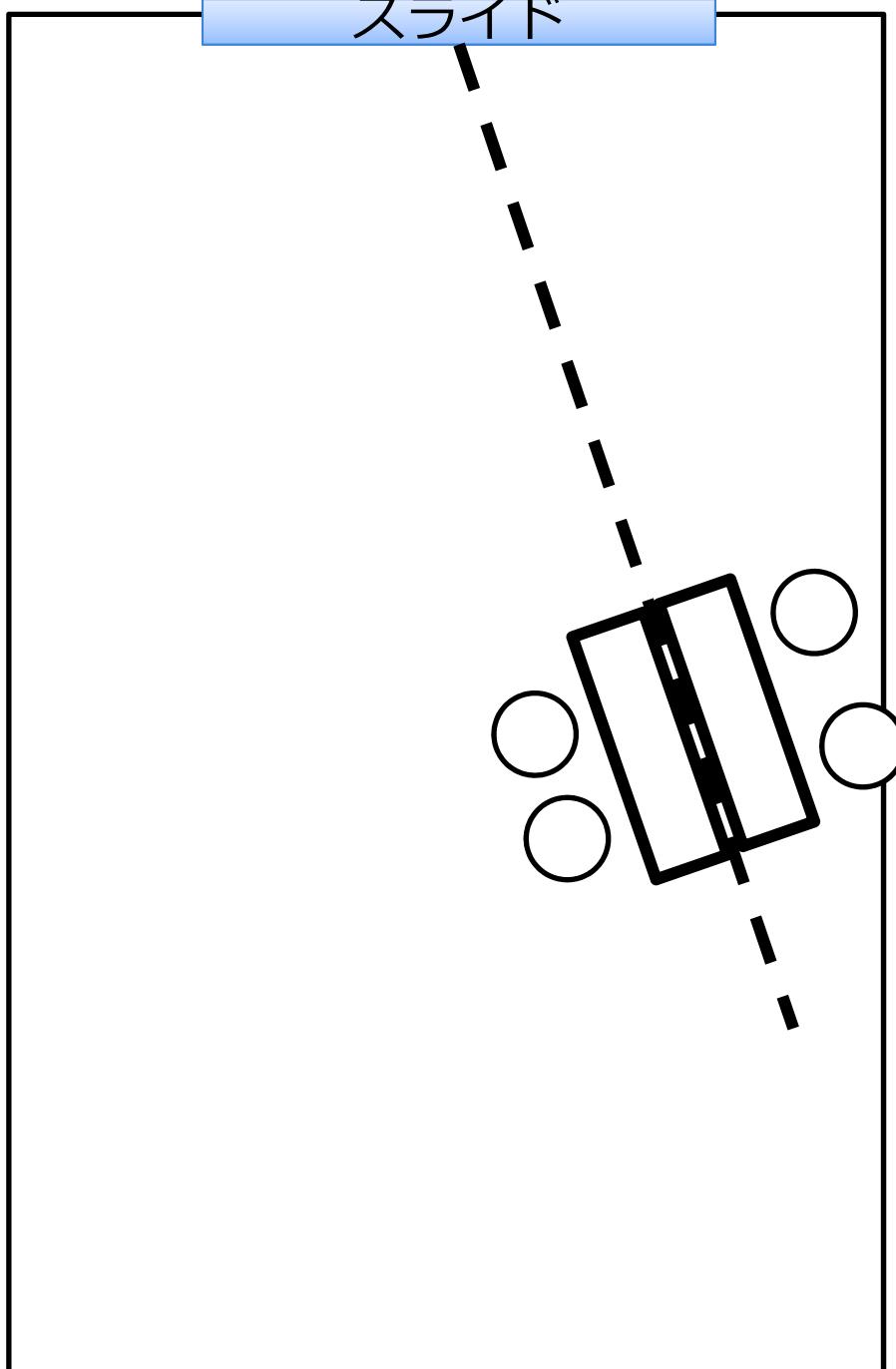
西口席

配席は、通常のスクール形式で十分です。

ですが、ゼロから並べるので、どのような配席でも手間は同じ、という場合は、次のページに示すような、「向き」と「配置」をご検討ください。

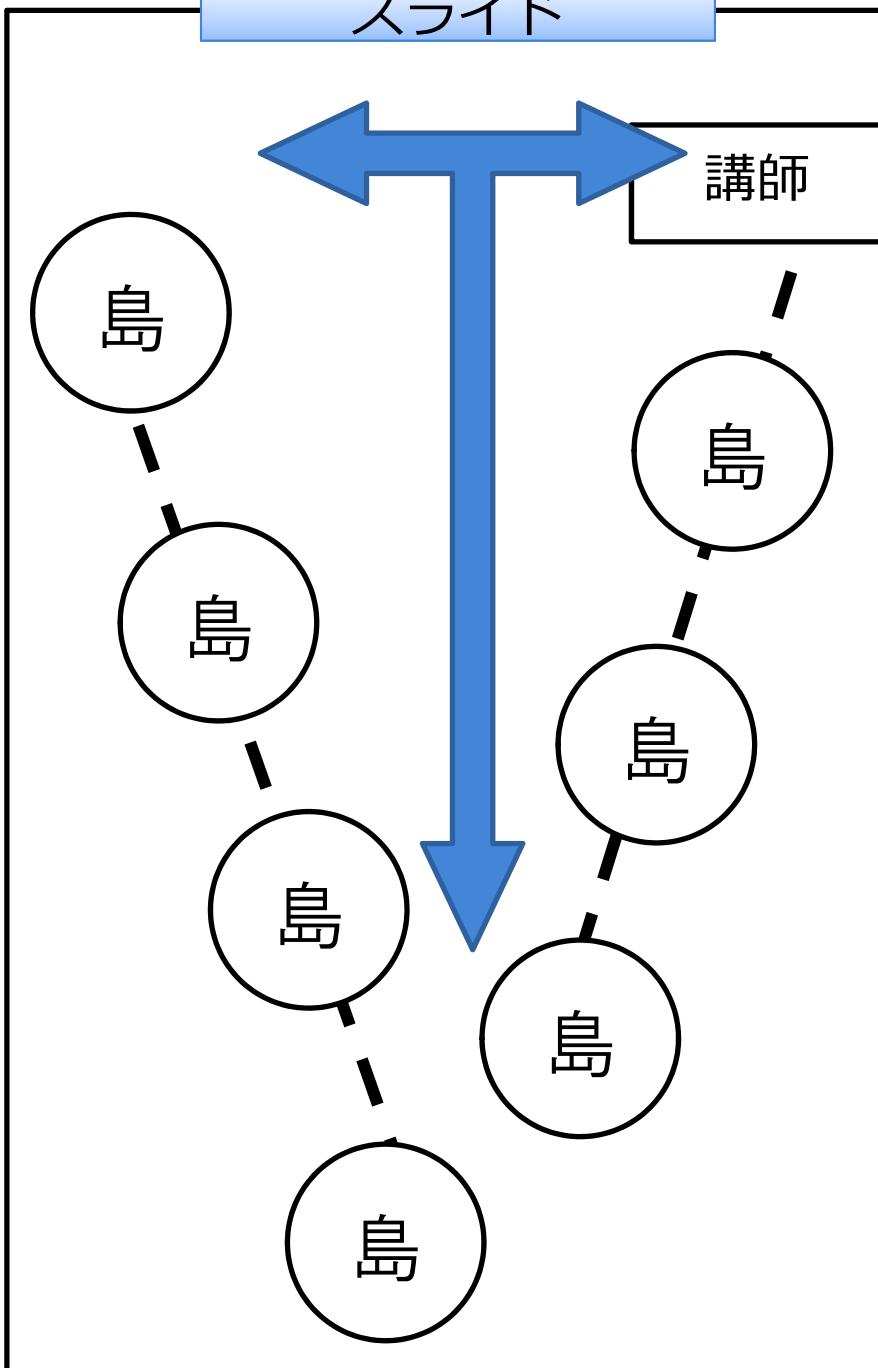
（ですが、これは、面倒な方法ですし、空間も広く必要になりますので、あくまでも、ベストはこうです、という情報です。
向きだけでも方式をとっていただければ、十分です。）

教室



机の向きは、
スクリーンの中央から、
テーブルの中央までを結んだ線に
並行にならべると、後ろ向きの座席が
なくなり、全員が見やすいです。

スライド



島の配置は、
スライドに近いほど開く「v」型に。

前方班が、後方の方の視界の邪魔になります。

講師が奥まで入っていくことも、
しやすくなります。

距離が近い島は、
幾分互い違いにするだけでも、
だいぶ、距離感が変わります。