

ユースケースを用いたワークショップデザイン方法論の提案

○ 栗山誠太郎 高橋真吾 (早稲田大学)

Workshop Design Methodology Using Usecases

* S. Kuriyama and S. Takahashi (University of Waseda)

概要— 本研究はファシリテーターなどのワークショップの専門家の経験と勘に依存したワークショップのシナリオ設計を意味するワークショップデザインを対象に、用いる手法の選択やワークショッププログラムの構築を専門家がない状況に支援可能な方法論を提案する。その際ワークショップでの活動・機能をユースケースとして整理し、ユースケースに対応する手法を明示し、また方法論利用者の目的を達成するための流れとして複数のユースケースを選択する手順を明示することで、ワークショップデザインの体系化を図った。

キーワード: ワークショップ, ワークショップデザイン, 方法論

1 序論

1.1 研究背景

ワークショップとは、参加者の相互作用により学びや創造を生み出す手法であり、中野による定義では「参加者が自ら参加・体験して共同で何かを学びあったり創り出したりする学びと創造のスタイル」とされている¹⁾。参加者間の対話を通じて組織、企業、まちづくりなどの現状や将来を話し合い、問題を解決したり、相互理解を深めたり、さまざまな目的で行われている。ワークショップで行われる手法にはブレインストーミング法をはじめ、さまざまな手法があり、一般的に複数の手法を組み合わせることで目的を達成する。Fig. 1にワークショップの流れの概要を示す。

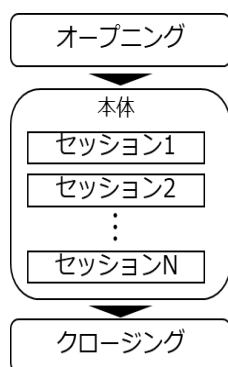


Fig. 1: ワークショップの流れ²⁾。

ワークショップデザインとは、プログラム(ワークショップをどのような流れで行うか)、参加者、場所を設計することを意味する。ワークショップを開催する全体の目的を細分化しセッションとし、セッションごとの目的と、目的を達成可能な手法が対応づけされている。

一般に参加者の目的に合わせたワークショップデザインはファシリテーターの経験や勘によって行われており、状況に応じて利用可能なワークショップデザインの一般的な方法論はない。このため、ワークショップに慣れている人やファシリテーターがいない状況で

はワークショップデザインが困難である。

ワークショップデザインで利用される個々の手法は多数存在する。ファシリテーターはこれらの手法から、各セッションに適した手法を選択することでワークショップデザインを行っているが、どのように選択するかはファシリテーターの経験に依存しているのが現状である。

1.2 先行研究

1.2.1 ワークショップの歴史的研究と現状の課題

歴史的背景として、1905年のアメリカにおける演劇の脚本・演技・演劇指導のために行われたものが最初とされており、その後教育、まちづくり、カウンセリングに利用された。日本においては、1947年の教育分野が最初とされているが、以降1970年以降演劇、まちづくり、美術系、カウンセリングなどさまざまな領域にワークショップが取り入れられた。森はこのような歴史的背景を踏まえ、領域に縛られない、領域を超えた横断的な考え方が今後重要であると述べた³⁾。また、ペクはワークショップのデザインが人的・物的資源に依存していることが課題とし、プログラムの作成方法や進行を一般的に実行可能なワークショップデザインの理論化が今後の課題だと述べた⁴⁾。

1.2.2 「話し合い」の理論的研究

話し合いのような参加者の目的が多様で、問題が所与でない場合において、有用な成果を得るようなプロセスを提供する方法論にソフトシステムアプローチがある。ソフトシステムアプローチにおける話し合いの問題解決のフェーズは以下のように進む⁵⁾。

- ①状況認知・現状把握: : どのような話し合いを進めていくかの論点を整理したのち、現状の意見を出し合い分析し記述することで対象の問題状況を参加者間で共有する。
- ②理想把握: : 状況の理想的な状態を参加者間で共有する。この理想状態の把握が話し合いの主目的となる場合もある。
- ③比較・代替案分析: : 現状と理想を比較し共有する。

そして問題を改善・解決するための案を出し合い評価する。

④選択と実践：問題の改善案や解決案を参加者で共有し、それが複数ある場合はどの案にすべきかを話し合い決定する。決定した案の実践をすることは話し合いの範囲を超えているが、実践のための準備をどのようにすればよいかなどを話し合う場合もある。

1.2.3 ワークショップで利用される手法の整理

高橋誠は創造的問題解決手段の中で発散的思考と収束的思考があらゆるステップで用いられるとし、手法を発散技法、収束技法、統合技法、態度技法に整理した。発散技法とは、記憶や他の情報をもとに、問題に対してさまざまなことを生み出す思考を用いた手法である。収束技法とは、情報を評価・判断・決定することでまとめていく技法である。統合技法とは発散技法と収束技法を両方取り入れた技法である。態度技法とは創造的姿勢を育むための技法である。高橋は 88 個の手法を以下のように分類した⁶⁾。

発散技法：ブレインストーミング法/ブレインライティング法/チェックリスト法/マトリックス法など

収束技法：KJ 法/こさね法/クロス法/ブロック法など

統合技法：ZK 法/ハイブリッジ法など

態度技法：禅/自律訓練法/心理劇など

1.2.4. 現在のワークショップの適用領域

現在日本では Fig.2 のようにさまざまな領域でワークショップがなされている¹⁾。

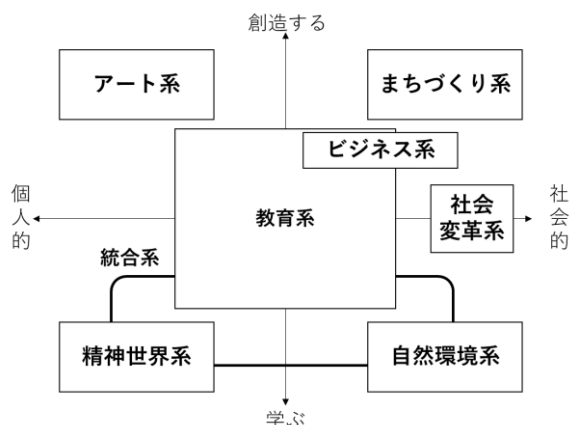


Fig. 2: ワークショップの活用領域¹⁾。

1.2.5. 実際の「話し合いの場」の利用状況

近年ではワークショップのイベント・セミナーの増加に伴い、「話し合いの場」のニーズが増加している。FORUM8⁷⁾は会議室を貸し出している企業であり、利用目的に応じたレイアウト・設備のコンサルティングサービスを実施している。FORUM8 では、話し合いの方法論をレイアウト・道具とともにユーザーに紹介することを試みている。FORUM8 の貸会議室の利用状況は以下の表 1 のようになっている。データは 2018

の一年間の各月 12 日分をランダムに抽出したものである。

Table 1: ワークショップの活用領域¹⁾。

種類	催事数	種類	催事数
ビジネス・セミナー	59 29%	試験	5 2%
ビジネス・会議	56 28%	ビジネス・説明会	4 2%
ビジネス・研修	29 14%	まちづくり	4 2%
ビジネス・会社説明	19 9%	教育	2 1%
ビジネス・市場調査	17 8%	アート	1 0%
面接	6 3%	インターン	1 0%
計		203	

本研究では、Fig.2 と Table1 から、ワークショップが中心的に利用されると考えられる Fig.2 の第一象限を対象に研究をする。

1.3 研究目的

以上より、課題は大きく分けて 3 つある。

- ①ワークショップで利用される手法は多数存在するが、状況に適した手法選択が困難である。
- ②ワークショップデザインにおける一連の手法活用を決めるプログラムの設計方法が困難である。
- ③領域に縛られない横断的なワークショップの利用方法に焦点をあてた、ワークショップデザインの一般化が必要とされている。

本研究では、経験と勘に依存したワークショップデザインを脱却し、熟練のファシリテーター以外でも話し合いの状況に応じたワークショップデザインを支援する方法論を提案することを研究目的とする。

1.3.1. 研究対象の手法

ワークショップの手法は多種多様である。本研究では高橋誠の整理した手法のうち実際に社会的領域において利用されている文献や発案者の文献が見られた 39 個と、デザイン思考の手法 10 個⁸⁾、教育の領域ではそれに加えてアクティブラーニングの手法 10 個⁹⁾を対象にする。

2 アプローチ

2.1 提案する方法論の全体像

ワークショップデザインで設計する人・環境(道具や場所)・プログラム・手法と、これらを設計する際に指針とすべきワークショップの目的、目的を成し遂げるために必要なワークショップの成果を総合的に考慮する。これらを踏まえ、入出力システムモデル¹⁰⁾としてワークショップを表現すると Fig.3 のようになる。

システムモデルとは、対象をシステムとして認識し枠組みを用いて表現したものであり、問題解決や目的を実現するシステムの設計を支援するために用いる。

入出力システムモデルはシステムに対する入力から出力への変換を、目的に応じて表現したモデルである。

また、本研究では入出力システムモデルの派生形である IDEF を用いて作業プロセスを明示的に表現する。

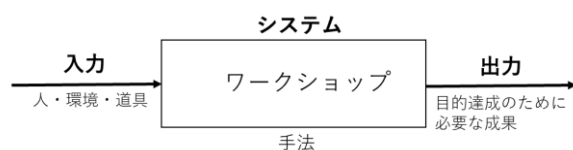


Fig. 3: 入出力システムモデルによるワークショップの表現。

研究目的である「ワークショップに慣れた人がいない状況でも利用目的に適したワークショップデザイン」を成し遂げるために、「参加者の目的」と「目的達成のために必要な成果(機能)」をユースケースとして表現し、ユースケースごとに人・道具・手法をどのように設計すればよいかを考える。参加者は自身の目的や行いたい事に対応するユースケースを選択することで、目的に適したワークショップデザインを行うことができる。

2.2 ユースケースの作成方法

ユースケースとして表現する事柄は、ワークショップの利用目的・目的達成のために必要なワークショップの機能である。ユースケースを各領域の各問題解決のフェーズごとに作成していく。以下の2つの方法で作成する。

- ① 過去の各領域の実践から、どのような目的で行われたかを抽出し、問題解決のフェーズに位置付ける
- ② 各領域の各問題解決のフェーズにおいて、どのような目的で手法が適用されるかを手法から考える。

2.3 ユースケースの作成方法

ユースケースにはワークショップの目的、目的達成のために必要なワークショップの機能が記述されている。ユースケースに対して、適した手法、必要な人・道具を対応づける。これにより、方法論利用者は自身の状況にあったユースケースを選択することで、手法の利用方法を学ぶことができる。

2.4 ユースケースによるプログラムの表現

本方法論では、ユースケース間に連続性をもたせることで、方法論利用者が目的を達成するために、どのような流れで複数の手法を選択すれば良いかの判断の支援をする。そのための手法として IDEF0¹¹⁾を用いる。IDEF0 とは、組織などのシステムのプロセスをモデリングする手法であり、アクティビティを実行するために必要な原料(入力)、資源(メカニズム)、制限やルール(コントロール)を表現し、アクティビティ間での入力、出力の関係性を表現することでプロセスを明示的に表現する手法である。IDEF0 の要素をワークショップデ

ザインに対応させると Fig.4 のようになる。

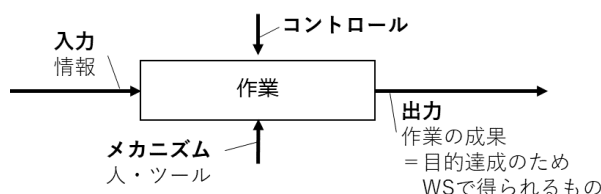


Fig. 4: IDEF0 によるワークショップの表現。

IDEF0 におけるアクティビティを本研究でのユースケースで実行する手法と考えると、IDEF0 の連続的な表現は、手法の連続的な活用を表現でき、プログラムの設計を行うことができる。

3 領域ごとのワークショップ目的の整理

3.1 まちづくり

農村地域の改善や問題を解決するために住民主体で意見・アイデアを出し合い、まちづくりを行う活動が最初とされ、以降都市部においても道路整備、公共施設の設計計画などで住民参加のワークショップが行われた。

実際の農村部、都市部などさまざまな地域のワークショップ 10 回分¹²⁾から、ワークショップが行われた目的を問題状況のフェーズに沿って整理した(Table2)。

Table 2: まちづくりワークショップの目的。

ソフトウェア方法論の問題解決のフェーズ	事例	目的
状況認知・現状把握	世田谷区烏山緑道せせらぎ整備 りんご並木の再整備計画案の作成 橋講義 世田谷区まちづくり「ひろば」 葛飾区「まちかどネットワーク」 港区「まちづくり考」 松戸市「小金わくわく探検隊」	住民の地域に対する意見(不満・要望)を知る 地域の資源を確認する
理想把握	フィリピン島の村落開発 りんご並木の再整備計画案の作成 橋講義 松戸市立小金中学校	地域のビジョン・方向性を決定する 地域に必要な施設・サービスのコンセプトを決定する
比較・代替案分析	世田谷区烏山緑道せせらぎ整備 りんご並木の再整備計画案の作成 世田谷区まちづくり「ひろば」 港区「まちづくり考」	地域に必要な施設・サービスの代替案を発想する
選択と実践	世田谷区烏山緑道せせらぎ整備 りんご並木の再整備計画案の作成 港区「まちづくり考」	どの代替案を実行すべきか決定する

3.2 ビジネス系：組織改革

企業の会議は、組織の価値観に準拠し、権力関係のもと行われるのが一般的だが、変化の激しい昨今では以下のようなワークショップに注目が集められている¹³⁾。

①イノベーション・ワークショップ

統一的な価値観から逸脱したイノベーションの創造を目的としたワークショップ。(3.3で整理)。

②センスメイキング・ワークショップ

職場において、メンバーが目指すべき方向性や、仕事のあり方を話し合うワークショップ。

③リフレクション・ワークショップ

自己の仕事についての現状を内省(リフレクション)してもらうワークショップ。

ユースケースを作成するうえで、②センスメイキング・ワークショップ③リフレクション・ワークショップを問題解決

Table 3: 組織改革ワークショップの目的.

ソフトシステム方法論の問題解決のフェーズ	事例	目的
状況認知・現状把握	協和発酵キリン (リフレクション・ワークショップ)	現状の働き方・職場へのイメージをメンバーと考える
理想把握	協和発酵キリン (センスメイキング・ワークショップ)	組織の向かうべき方向性・ビジョンを共有し内面化する
	パナソニック・デバイス事業本部 (センスメイキング・ワークショップ)	規範となる業務について共有し内面化する

のフェーズの状況認知・現状把握・理想把握に位置付けて整理する(Table 3).

3.3 ビジネス系：商品開発

従来のユーザーからの意見を取り入れるためのマーケティングリサーチだけでなく、ユーザーへの共感から新しいイノベーションを起こすことに焦点をあてたデザイン思考が近年注目を集めている。本研究では、マーケティングリサーチの実践者向けの書籍、デザイン思考の実践から、ワークショップの目的を抽出し問題解決のフェーズに沿って整理した(Table 4).

Table 4: 商品開発ワークショップの目的.

ソフトシステム方法論の問題解決のフェーズ	事例・専門書	目的
状況認知・現状把握	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	ターゲットとなる顧客像を考える
	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	ユーザーのニーズ・既存商品への不満を把握する
	東芝 ヘルスケア商品開発	自社製品の位置づけをする
	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	現状のビジネスモデルを確認する
理想把握	ハマノパッケージ	ユーザーのニーズを満たすようなコンセプトを決定する
	ハマノパッケージ	ユーザーのニーズを満たすようなコンセプトを決定する
比較・代替案分析	東芝 ヘルスケア商品開発	代替案の意見を出す
	東芝 ヘルスケア商品開発	代替案の実現可能性を分析
	大手町イノベーション・ハブ	代替案の実現可能性を分析
	ハマノパッケージ	ユーザーからの代替案への意見を得る

3.4 教育

教育の領域では、従来の一方通行の講義形式ではなく学習者が主体的に活動するアクティブラーニングが注目を集められ、2017年に文部科学省が公表した指導要領にも記載されている。一般的な高等教育や大学の講義以外でも、実際の貸会議室で行われているビジネスセミナーも、知識伝達という意味では教育の領域だと考えられ、アクティブラーニングの要素を取り入れることができる。

全国 31 人のアクティブラーニング実践者の活動¹⁴⁾から目的を抽出する。抽出された目的の一部を Table 5 に示す。

Table 5: 教育ワークショップの目的.

ソフトシステム方法論の問題解決のフェーズ	事例・専門書	目的
状況認知・現状把握	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	ターゲットとなる顧客像を考える
	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	ユーザーのニーズ・既存商品への不満を把握する
	東芝 ヘルスケア商品開発	自社製品の位置づけをする
	「マーケティングリサーチの手順と使い方」	現状のビジネスモデルを確認する
理想把握	ハマノパッケージ	ユーザーのニーズを満たすようなコンセプトを決定する
	ハマノパッケージ	ユーザーのニーズを満たすようなコンセプトを決定する
比較・代替案分析	東芝 ヘルスケア商品開発	代替案の意見を出す
	東芝 ヘルスケア商品開発	代替案の実現可能性を分析
	大手町イノベーション・ハブ	代替案の実現可能性を分析
	ハマノパッケージ	ユーザーからの代替案への意見を得る

4 目的を達成するために必要な機能

ユースケースとして目的とその目的を達成するために必要な機能を記述する。本章では、前章で整理した目的を達成するために必要な機能は何かを考える。その際には、実際にどの手法を用いて目的を達成したか、また他にどのような手法の機能を利用すれば目的を達成しうるかの2つの側面から考える。たとえば、まちづくりにおける状況認知・現状把握のフェーズの「住民の地域に対する意見(不満・要望)を知る」という目的は以下の Table 6 のようになった。

Table6. 目的と必要な機能

目的	目的を成し遂げるための機能
住民の地域に対する意見(不満・要望)を知る	価値観・経験が反映された意見を発散
	住民の行動から課題を抽出
	価値観・経験が反映された意見を収束
	根底となる様々な原因を探る
	注目する問題を決定
	問題の発生する原因を探る

「価値観・経験が反映された意見を発散・収束」は実際に行われたワークショップを参考にしたものであり、その他の機能は手法から考えたものである。

このようにユースケースを作成することで、方法論利用者は、自身の状況や行いたいことからユースケースを選択することができる。作成されたユースケースの一覧を Table7, 8 に示す。

Table7: ユースケース一覧(まちづくり・商品開発)

領域	フェーズ	ユースケース	
まちづくり	現状把握	地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 住民のもつ地域への意見を発散する	
		地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 住民のもつ地域への意見を収束する	
		地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 地域の関与者、要素、その関係性を表現する	
		地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 住民の行動を表現する	
		地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 地域の問題を深堀し構造化することで根底となる問題を探る	
		地域住民が地域でどのような不満・要望を抱えているかを知るために 地域の様々な問題から注目する問題を決定する 地域の主要な問題を分析し、どのようなことが原因で その問題が発生しているかを見極める	
	理想把握	地域の問題解決や住民のニーズに対応する施設などのコンセプト・要件を把握する	
	改善案を考察	地域の問題解決や住民のニーズに対応する施設などの解決案の意見を発散する	
	改善案を実行	地域の問題解決や住民のニーズに対応する施設などの解決案から どの解決案にすべきか選択する	
		地域の問題解決や住民のニーズに対応する施設などの解決案の実行計画を考える 市場の現状把握のため関与者や関与者間の関係性を表現する	
	現状把握	現状把握のために、ユーザーの日常・既存商品の意見を発散する	
		現状把握のために、ユーザーの日常・市場・既存商品への意見を収束する	
		ユーザーが日常でどのような不満・要望を抱えているかを知るために ユーザーの行動を表現する	
		問題状況を把握するために、ビジネスモデルを表現する	
		他社と自社、他社製品と自社製品を比較し、自社の位置づけを行う	
		ユーザーの問題を深堀し構造化することで根底となる様々な要因を探る ユーザーの抱える様々な問題から注目する問題を決定する ユーザーの主要な問題を分析し、どのようなことが原因で その問題が発生しているかを見極める	
	商品開発	理想把握	商品・サービスを利用すると考えられる顧客像を考える ユーザーの欲しい商品・サービスの要件・コンセプトを把握する
		改善案を考察	商品・サービスの代替案を発想する 商品、サービスの解決案が、市場・ユーザーなどに どのような影響を与えるかを分析する
商品の代替案を現実の世界に落とし込んだプロトタイプを作成する			
ワークショップで作成された代替案のプロトタイプに対する ユーザーからの意見を発散する			
ワークショップで作成された代替案のプロトタイプに対する ユーザーからの意見を収束する			
改善案を実行	複数ある代替案の意見の違いを表現する		
	複数ある開発すべき商品・サービスの案のうち、実際に開発するものを決定する 商品・サービスの開発計画を立てる		

Table8: ユースケース一覧(組織改革・教育)

組織改革	現状把握	組織の現状把握のために、参加者の持つ組織への意見を発散する
		組織の現状把握のために、参加者の持つ組織への意見を収束する
		組織の現状把握のために、組織のステークホルダーや要素の関係性を表現
	理想把握	組織の現状・理想把握のために、参加者の持つ組織へのイメージを可視化させる
		組織の向かうべき方向性・ビジョンや、問題解決案のコンセプトを決定する
	改善案を考察	組織の問題の解決案を考える
教育	現状把握	組織のメンバーからでた解決案を比較検討する
		複数の解決策から実際に実行すべきものを決定する
		組織の問題解決案の実行計画を考える
		テーマに関する意見を発散し理解度の確認、他者理解、自身の考えの明確化を行うために自発的な発言を促す
		テーマに関する意見を発散し理解度の確認、他者理解、自身の考えの明確化を行うためにある概念の意味や現実への適用を書かせる
		テーマに関する意見を発散し理解度の確認、他者理解、自身の考えの明確化を行うために、ディベートを行う
	理想把握	テーマに関する意見を発散し理解度の確認、他者理解、自身の考えの明確化を行うためにグループで意見を出し合う
		テーマに関する意見を発散し理解度の確認、他者理解、自身の考えの明確化を行うために概念間の関係性を表現させる
		成果物の方向性を決定するために、成果物の評価基準をメンバーで考える
		教えあうことでテーマに関する理解を深める、ある問題に対してグループで考える
改善案を考察	改善案を考察	学んだテーマを整理し発表し理解を深めるためにポスターや動画などの形式で考えを整理・発表する

5 ユースケースと手法の対応

3, 4章で作成したユースケースの各々に手法や手法の活用方法を対応させる。手法の機能の横断的な評価はなく、個々の評価実験は少ない。本研究では、ギルフォードの知性モデルを用いることで、手法がどのように機能するかを評価する。またユースケースに対しても知性モデルを利用し、どのような機能を必要としているかを明確にする。ユースケースで必要とする知的活動と同じ領域の活動を機能としてもつ手法を選ぶことで、ユースケースに適した手法を対応させることができる。このことにより、利用者は自身の行いたい事、達成した事に適した手法を選択し活用することができる。

ギルフォードの知性モデルとは、話し合いを含めたすべての知的活動を「知能のはたらき(Contents)」「扱う情報の内容(Operations)」「所産(Products)」の枠組みで表現するものである(Fig.5)。所産とは知的活動によって創造される成果を意味する。本来ギルフォードの知的活動は個人のものを対象にしているが、本研究ではワークショップの知的活動を把握するための用いているため、扱う情報が暗黙的であるかどうかや、所産がどのような内容であるかも考慮してモデルを適応した。

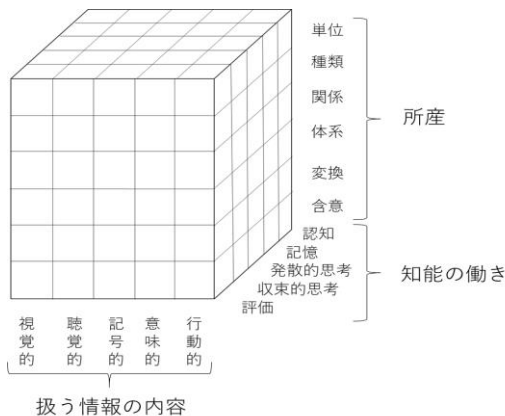


Fig. 5: ギルフォードの知性モデル⁶⁾。
まちづくり系ワークショップのユースケース 2つを

例に、手法を対応させると Table 9 のようになった(一部)。

「住民の地域に対する意見を知るために、価値観・経験が反映された意見を発散する」というユースケースに対しては、参加者の暗黙知を表出させる手法を複数対応させた。これらの複数の手法の違いは、必要な参加者、参加者間の関係性、必要な時間であることを明示しておくことで、方法論利用者は自身の状況に適した手法選択を行うことができる。

Table 9: ユースケースと手法の対応(一部)

ユースケース	手法
住民の地域に対する意見を知るために 価値観・経験が反映された意見を発散する	ブレインストーミング法
	MBS法
	希望点(欠点)列挙
	ブレインライティング法
	クイック思考法
	グループインタビュー
住民の地域に対する意見を知るために 住民の行動から課題を抽出する	深層面接法
	アイデアビット法
住民の地域に対する意見を知るために 住民の行動から課題を抽出する	ジャーニーマップ

6 ユースケースを用いたプログラム作成方法

6.1 ユースケース間の関係性

ワークショップを行う上で作成するプログラムでは、一つの手法を用いて行うセッションを複数もちいて大きな目的を達成する。このセッション間には有機的なつながりが必要とされる。本研究では手法が対応されているユースケース間に関係性を持たすことでセッション間のつながりを示す。本研究ではセッション間の情報の流れに着目する。セッションで必要な情報、セッションを行うことで得られる情報をユースケースの入力、出力に対応させ、ユースケース間でどのような情報が流れているかを IDEF 図を用いて表現することで、プログラム設計のためのユースケース一覧を表現する。

まちづくりワークショップを例に、ユースケースの流れを表現すると Fig.6 のようになる。

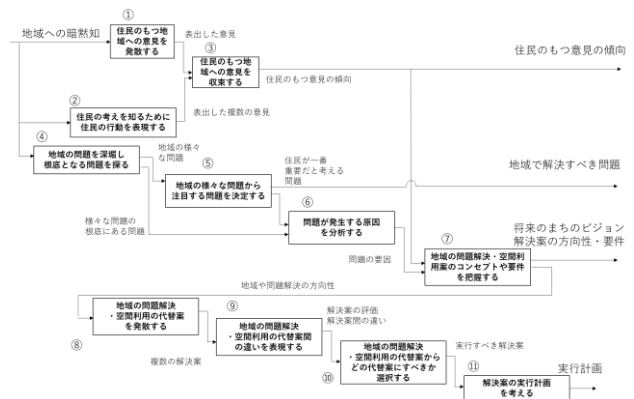


Fig.6 まちづくりワークショップの流れ
乱雑さを回避するために IDEF0 におけるメカニズム

の表現(ボックスへの下からの矢印)は省略した。

7 ユースケースを用いた手法の類型化

従来の手法の類型化では、「発散技法」「収束技法」のように、ワークショップの経験が少ない人にとって、手法選択が難しい。ユースケースを基準に手法を類型化することで、利用目的を考慮した手法のクラスが作成できるため、利用者の目的に対応した手法の選択を支援することが可能である。ward法を用いて手法をクラスタリングすると以下のようになった(クラス数 14)。ユースケースと手法の対応の表を作成し手法をサンプル、各手法が適用可能なユースケースを属性とし、対応する・しないをバイナリで表現し距離を求めクラスタリングした。

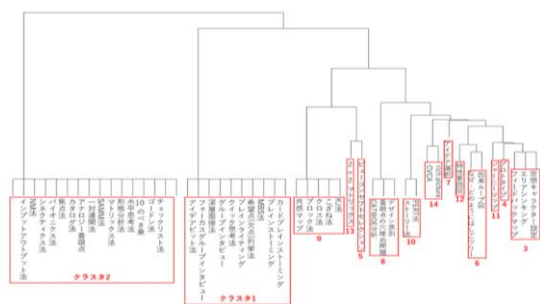


Fig.7: ユースケースを用いた手法のクラスタリング

Table10: クラスごとの手法の適用可能な状況

	各手法群の適用可能な状況
クラス1	参加者の暗黙知に基づいた様々な意見を発散させたい状況
クラス2	新しいアイデアを発散させたい状況
クラス3	新製品開発の固有の状況 (顧客像の把握・新製品の開発案発想・プロトタイプへの意見を収束)
クラス4	プロトタイプを用いてイメージを具現化・可視化させたい状況
クラス5	情報を評価し比較検討したい状況
クラス6	状況の問題を深堀し根底にある問題を知りたい状況
クラス7	複数の意見・アイデアから合意のとれた1つを選択したい状況
クラス8	組織などの方向性や、解決案や商品の要件・コンセプトを決定したい状況
クラス9	多数の情報を整理し体系づけ情報の傾向を知りたい状況
クラス10	解決案の実行計画を立てたい状況
クラス11	人の行動からその人が何を考えているか知りたい状況
クラス12	1つの問題に対してその問題が発生する要因の傾向を知りたい状況
クラス13	情報間の関係性を表現したい状況
クラス14	問題状況の関与者や要素間にどのような関係性があるかを知りたい状況

8 方法論の利用方法と新規性

ワークショップを行う人は、何らかの形の成果物を得たいと思い、それにより充足感を得たいと考えている。本方法論の利用方法では、まず得たい成果物を設定してもらい、その成果物を得るためにどのような流れでユースケースを選択するかを設計できるようにしている(プログラムの設計)。また各ユースケースには適用可能な手法が対応しているため、選択したユースケースの流れにそって対応する手法を用いることで、どのような流れでどの手法を活用すればよいかを把握することができる。具体的にまちづくりワークショップに本方法論を適用した場合を考える Fig.6 を用いて、

例えば方法論利用者が「住民のもつ意見の傾向」が成果物としてほしい場合、Fig.6 より、用いるユースケースは「住民のもつ地域への意見を発散する」「住民のもつ地域への意見を収束する」の流れか、もしくは「住民の考えを知るために住民の行動を表現する」「住民のもつ地域への意見を収束する」である。どちらかを選択し、各ユースケースに対応する手法を用いることで成果物を得ることができる。

合意形成・アイデア創造・ビジネス創造のパッケージを提供する「視覚会議¹⁵⁾」と比較すると、幅広い手法を対象に、利用者が行いたい事から様々なユースケースを選択し、そのうえで適した手法を利用できる点や、プログラムの流れを俯瞰で把握できそこからワークショップのデザインを行えるという点で新規性があると言える。

9 まとめ

ワークショップデザインが専門家の経験と勘に依存しており、不慣れな人ではデザインが困難だという問題意識から、ワークショップの状況をユースケースとして表現し、ユースケースに適した手法を対応させることで、ワークショップ初心者でも手法を適切に組み合わせることでプログラムを作成し、利用できるワークショップデザインの方法論を構築した。またユースケースを基準に数ある手法をクラスタリングすることで、手法活用の状況を明確にした利用者が使いやすい類型化が行えた。

10 参考文献

- 1) 中野民夫：ワークショップ，岩波文庫(2001)
- 2) 堀公俊：ワークショップデザイン 知をつむぐ対話の場づくり，日本経済新聞出版社(2016)
- 3) 森玲奈：日本におけるワークショップの展開とその特質に関する歴史的考察，日本教育方法学会，第 39 巻，49/58 (2014)
- 4) ペク・ソンス：知的活動の「場」をデザインする，科学研究費補助金基盤研究，222/227(2005)
- 5) マイケル・C・ジャクソン：ホリスティック・クリエイティブ・マネジメント，丸善(2007)
- 6) 高橋誠：創造力辞典，日科技連(2002)
- 7) <https://www.forum-8.co.jp/>
- 8) 前野隆司：システム×デザイン思考で世界を変える，日経 BP 社(2014)
- 9) 山地弘起：アクティブ・ラーニングの実質化に向けて，JUICE Journal，No.1，1/7(2014)
- 10) 高橋真吾：システム学の基礎，培風館(2007)
- 11) <http://www.idenf.com/>
- 12) 木下勇：ワークショップ-住民全体のまちづくりへの方法論，学芸出版社(2007)
- 13) 荻宿俊文：場づくりとしてのまなび，東京大学出版会(2012)
- 14) 小林昭文：アクティブラーニング実践，産業能率大学出版部(2015)
- 15) <https://shikaku-kaigi.jp/>