

デザイン思考を学ぶためのワークショップの開発

若林 祐佳

Yuka Wakabayashi

<あらまし> ワークショップは他者と共同して学ぶ営みであり、記憶に残りやすく、楽しんで学習することができる。筆者はこうしたワークショップの場がデザイン思考を学ぶのに効果的ではないかと考えた。それは、ワークショップとものづくりの過程が似ていることや周りの人を巻き込んで行うという共通点があることが挙げられる。本研究では、デザイン思考を参加者が身につけるために、デザイン思考を学ぶことを目的としたワークショップを開発し、それを実践して評価する。

<キーワード> ワークショップ デザイン思考 ヴェジヤデ

1. ワークショップとは

近年ワークショップという参加型の学習法が注目を集めている。学校などの教育現場だけでなく、新人研修や新商品の開発などを行う際にワークショップを取り入れている企業も出てきている(中野 2001)。そもそもワークショップで求められるのは、「教えられる」のではなく、自ら「学ぶ」ことである。企業や社会人には、新たな価値を創出するためにデザインされた、ちょっと大変だが、笑顔の絶えない、一風変わった会議のスタイルだと認識してほしいと中西(2006)はいう。実際に今までとは異なる考えやアイデアを出すためにワークショップを取り入れて既存商品の改善(シャープ X:ゼブラ, 電通など)やCM制作(ロッテ)を行う企業の事例もある。

ワークショップとは「講義など一方的な知識伝達のスタイルではなく、参加者自らが参加・体験して共同で何かを学び合う・創り出す、新しい学びと創造のスタイル(中野 2001)」である。その種類もアート、まちづくり、教育など様々なものがある。基本的にワークショップの中には作る(体験する)、人に見せる(聞かせる、語る)、振り返るという流れがある。その中でも最も重要なことは最後の振り返りである。自分の体験したことを、振り返りを通じて経験にするのだ。

ワークショップでは参加者の全員が主役となる。そこで、ファシリテーターと呼ばれるリーダーの役割が重要になる。中野(2003)は、ファシリテーターとはただの司会や進行役ではなく、参加者一人ひとりが自分自身で考え、学び、気づ

き、創造することを、促したり容易にすることで、その場に参加している一人ひとりの主体性や当事者意識を育むのだという。新しい学びを生むために、従来の教師や講師のようなリーダーではなく、自ら取り組ませるように促す役目をしている。

2. デザイン思考とは

デザイン思考とは、現実的な事業戦略にデザイナーの感性と手法を取り入れ、人びとのニーズにあった顧客価値と市場機会を創出することである(ティム・ブラウン)。その方法やプロセスというのは決まったものであるため、デザイナーと呼ばれる職業の人以外でもこの思考法を使用し、イノベーティブな実践を行うことができる。この方法としては、フィールドワークやプロトタイプング、ペルソナ法などを挙げることができる(棚橋 2009)が、とくに、その中でひらめきやアイデアを生み出すうえで重要になるのが、いつも見ていることや経験していることなのに、驚きを感じる意味の「ヴェジヤデ」である(ケリー 2006)。このヴェジヤデの原則を取り入れることにより、今まで見過ごしてきたことに気づき、目を向けることができる。ユーザやものをよく観察することで見過ごしてきたことを見出すことがデザイン思考につながるのである。

3. 本研究の目的

ワークショップについて調べていく中で、筆者は企業がよく行うという、広告や商品の開発などに関係したワークショップに興味を持った。

そして、そのように広告や商品開発に関係したワークショップでは、「世界を捉えるまなざしの変革・再構築」をすることが目指される（中西2006）ということを知った。そこで、ワークショップという手法を用いることで、ヴェジヤデを参加者に体験してもらい、学んでもらいたいと考えた。

4.ワークショップ調査をふまえた今後

筆者は実際にワークショップに参加したことはほとんどなかったため、まずはワークショップに参加することから始めた。

4.1.クリケットワークショップ (CAMP)

毛糸やフェルトなど身近にある素材を使って2人1組で電子おもちゃを作るワークショップ。クリケットと呼ばれる小さなコンピュータを使い、おもちゃを動かすことができる。このワークショップは細かくスケジュールが組まれており、作ることから振り返ることまでの流れがしっかりしていたため、ワークショップの雰囲気をつかむことができた。

4.2.DIALOG IN THE DARK

真っ暗な状態で杖1本と目の不自由な方によるアテンドだけで施設内を歩くワークショップである。「人の温かみ」に触れることや目の不自由な人たちが日頃どのようなことを感じているのかを実際に自分で体験をした。

4.3.旅いくワークショップ (CANVAS)

子どもたちが竹トンボなどをつくり、遊ぶことができるワークショップである。このワークショップではスタッフとして参加したのだが、大勢いる参加者皆に目を向けることが難しく、なかなか子どもの期待に上手く応えることもできず、ファシリテーターの難しさを改めて知ることができた。

5.今後の研究計画

引き続きワークショップへの参加や文献を用いての先行事例などの調査を行いながら、実際に自分でワークショップを実施してみたいと考えている。今まで見学や参加をしたワークショップのように参加者に楽しんで学んでもらいたいと考えている。そのために、ファシリテーターとしての心構えなどをもっと身につける必要があるだろう。

具体的実施するワークショップの企画としては、日常よく目にするがあまり気にしたことのないパッケージを使い、ヴェジヤデを体験し、デザイン思考の端緒を学ぶことができるようなワークショップを行いたいと考えている。

7～9月	実施するワークショップ準備 プレワークショップの実施
夏休み後	パッケージを使ったワークショップの実施
9～11月	2回目のワークショップを準備・実施
11月～	論文執筆

参考文献

- 中西紹一（2006）ワークショップ—偶然をデザインする技術。宣伝会議。東京
- 中野民夫（2001）ワークショップ—新しい学びと創造の場。岩波書店。東京
- 中野民夫（2003）ファシリテーション革命。岩波書店。東京
- 棚橋弘季（2009）ひらめきを計画的に生み出すデザイン思考の仕事術
- トム・ケリー&ジョナサン・リットマン（2006）鈴木主税訳 イノベーションの達人！。早川書房。東京