

Open KiDS

ワークショップデザイン体験

慶応義塾大学大学院
システムデザイン・マネジメント研究科

タイムテーブル

10:00～10:30	イントロダクション
10:30～11:45	ワークショップデザイン座学
11:45～12:10	チームビルディング
12:10～13:10	LUNCH
13:10～14:10	デモ・ワークショップ
14:10～14:40	ワークショップデザイン体験
14:40～17:10	ワークショップファシリテーション体験
17:10～	質疑応答

状況の想定

- ある医科大学からスピノフした化粧品開発・販売の**ベンチャー企業**。
- 他社では取り組んでいない、これまでにない、**新たな製品、サービス、またそのマーケティング**を検討したい。
- その為にまずは「**エイジング**」を改めて解釈し、**解空間を広げる**。
- 広げた解空間の中から**次のアクティビティに繋がるインサイト**を見つける。

チームビルディング

ロー人ずつ簡単に自己紹介をしてください。
ログループ全員で、**イノベータータイプな結果**
が出せそうなチーム名を決めてください。

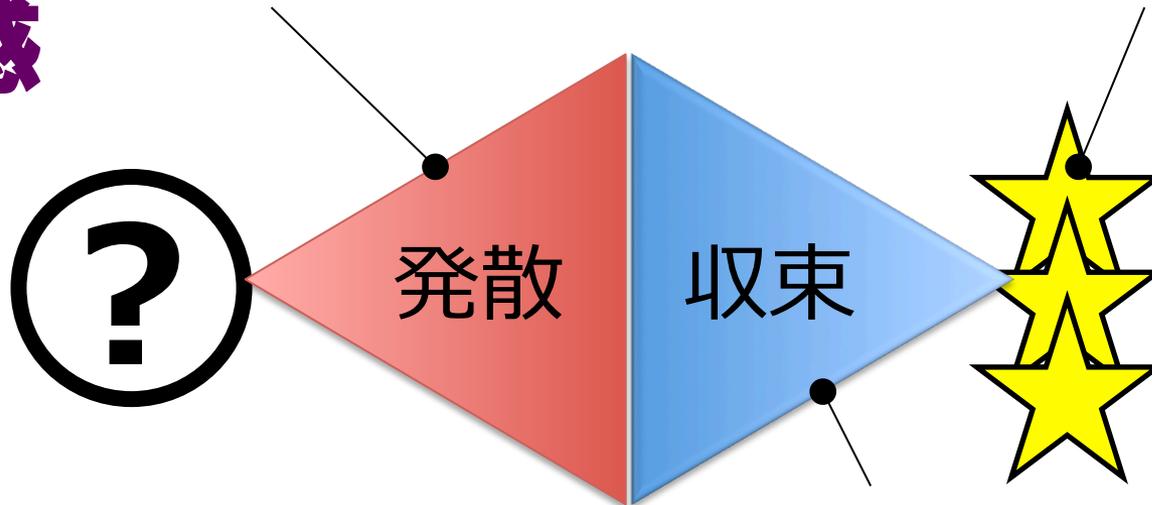
【10分間】



本日のワークショップ体験
思考の発散から解空間を拡張し
インサイトを得る

ブレインストーミング
共感

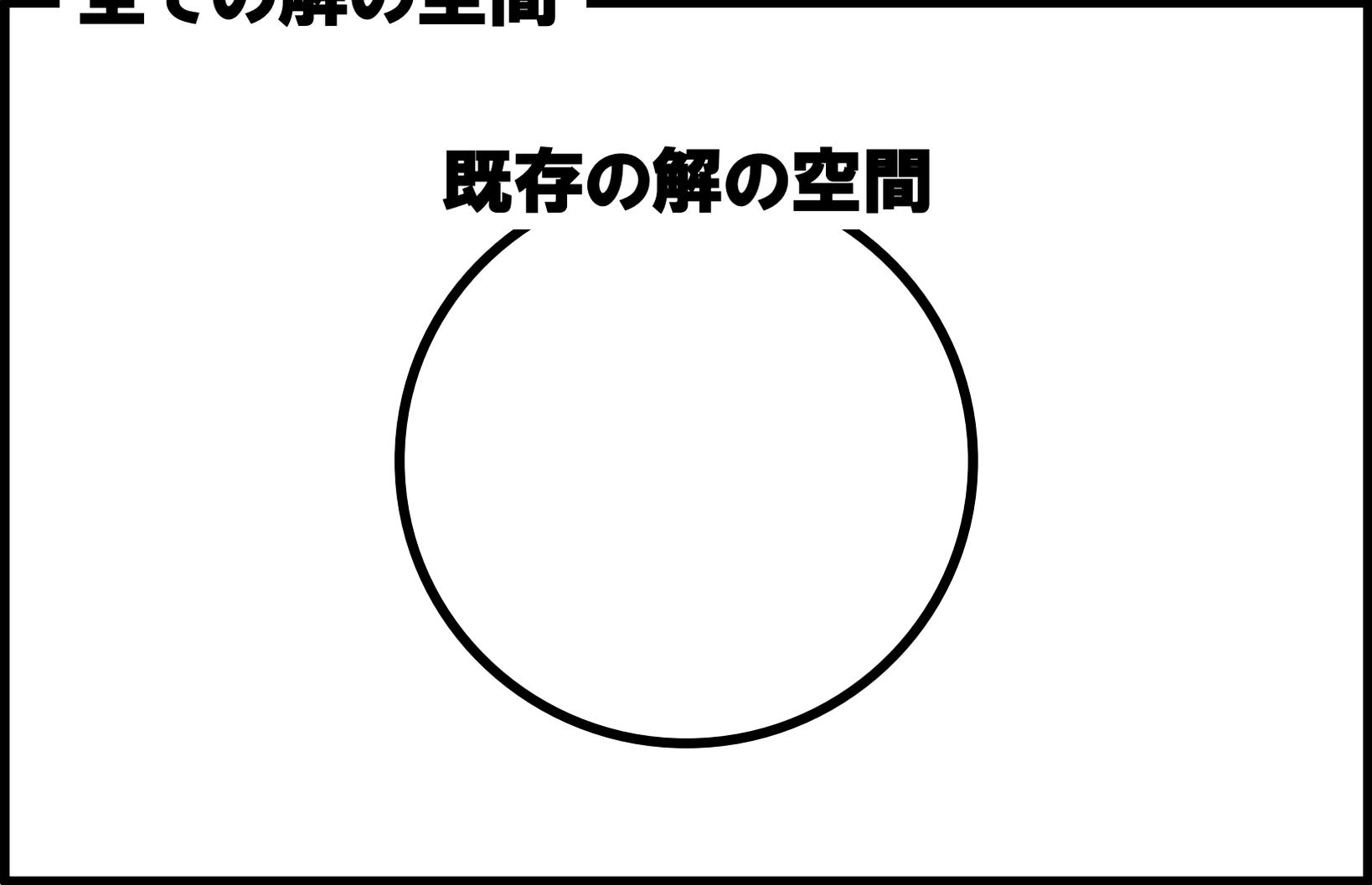
インサイト群



親和図法
相互理解

ワークショップの流れ（イメージ）

全ての解の空間



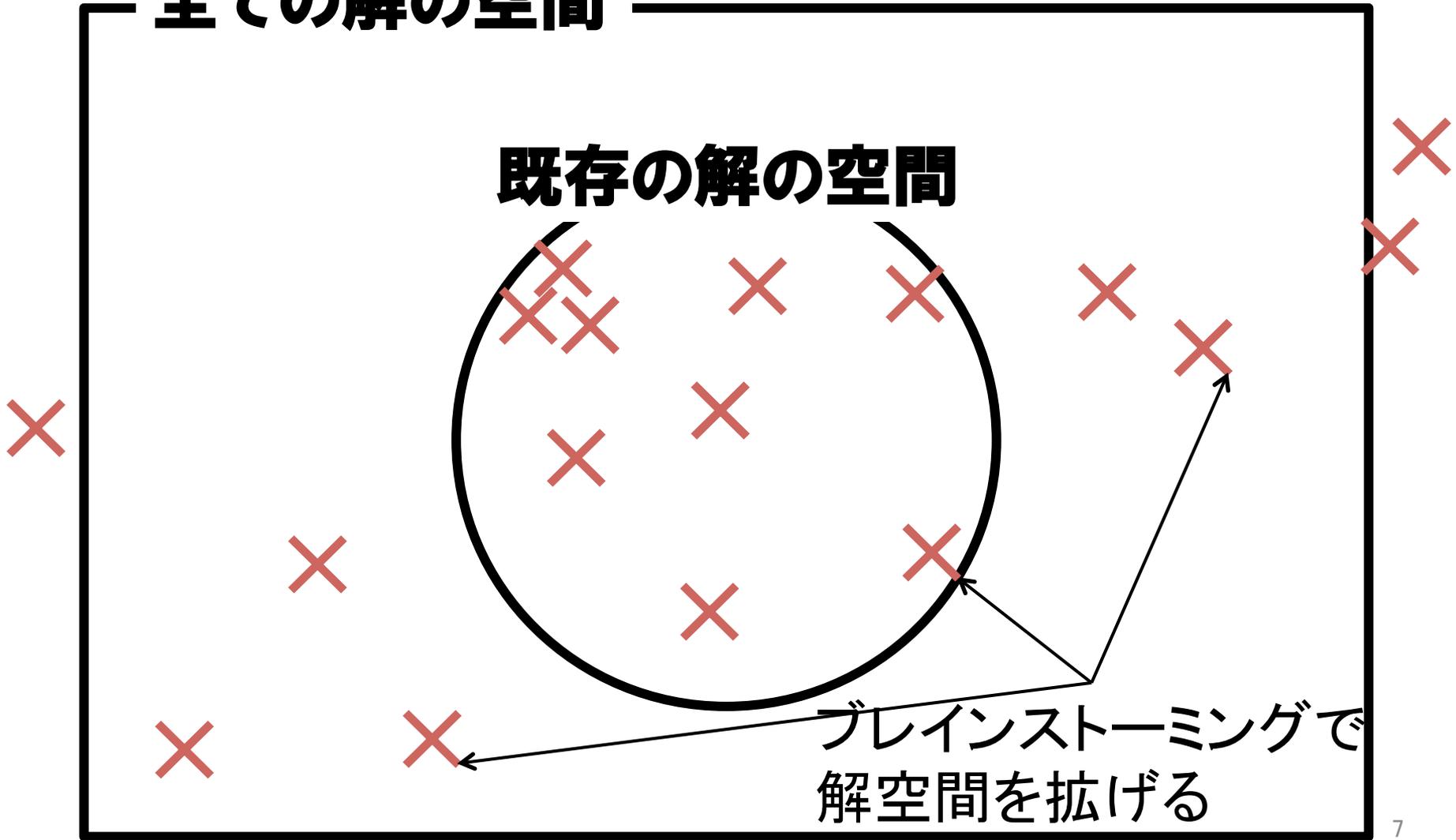
The diagram consists of a large square frame. Inside the square, centered, is a circle. The text '全ての解の空間' is positioned at the top left of the square, and '既存の解の空間' is positioned above the circle.

既存の解の空間

ワークショップの流れ (イメージ)

全ての解の空間

既存の解の空間

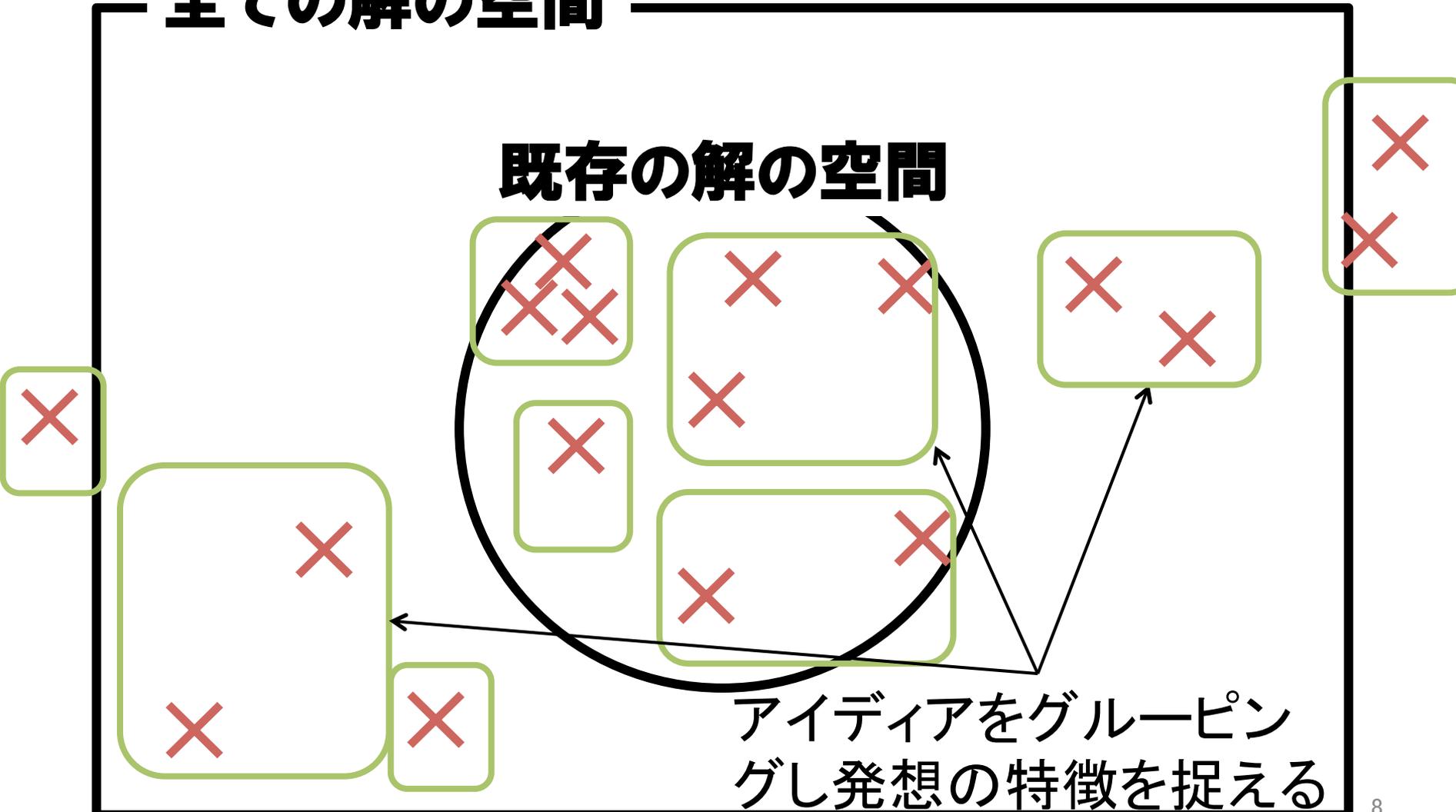


ブレインストーミングで
解空間を広げる

ワークショップの流れ（イメージ）

全ての解の空間

既存の解の空間

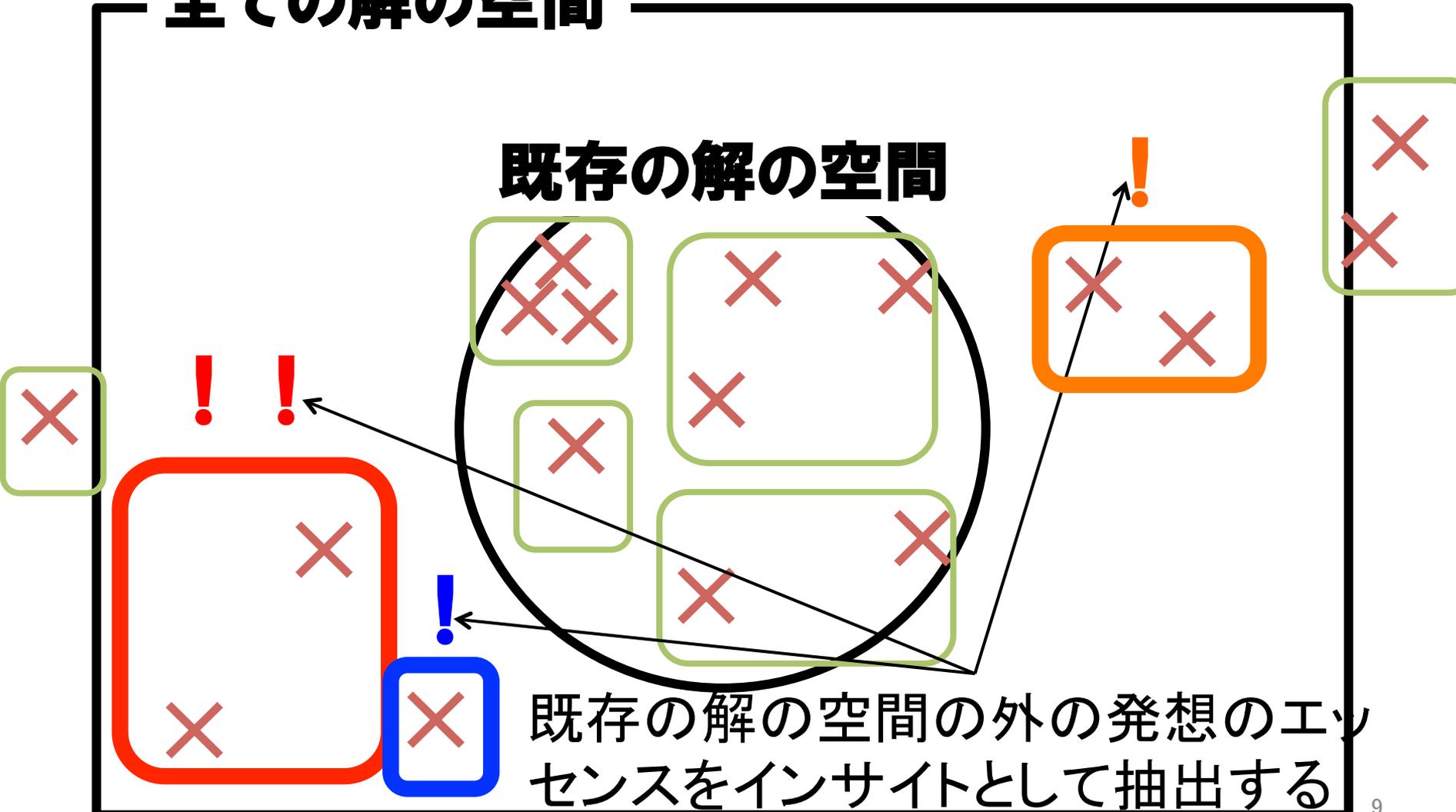


アイデアをグルーピングし発想の特徴を捉える

ワークショップの流れ（イメージ）

全ての解の空間

既存の解の空間



既存の解の空間の外の発想のエッセンスをインサイトとして抽出する

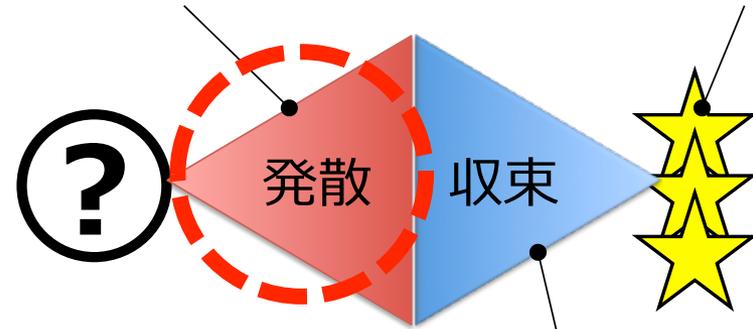
デモ・ワークショップ

状況の想定

- ある医科大学からスピノフした化粧品開発・販売のベンチャー企業。
- 他社では取り組んでいない、これまでにない、**新たな製品、サービス**、またその**マーケティング**を検討したい。
- その為にまずは「エイジング」を改めて解釈し、解空間を広げる。
- 広げた解空間の中から**次のアクティビティに繋がるインサイト**を見つける。

ブレインストーミング

インサイト群



親和図法

Brainstorming

正しいブレインストーミング

「集合知」の有効性は科学的に立証されている

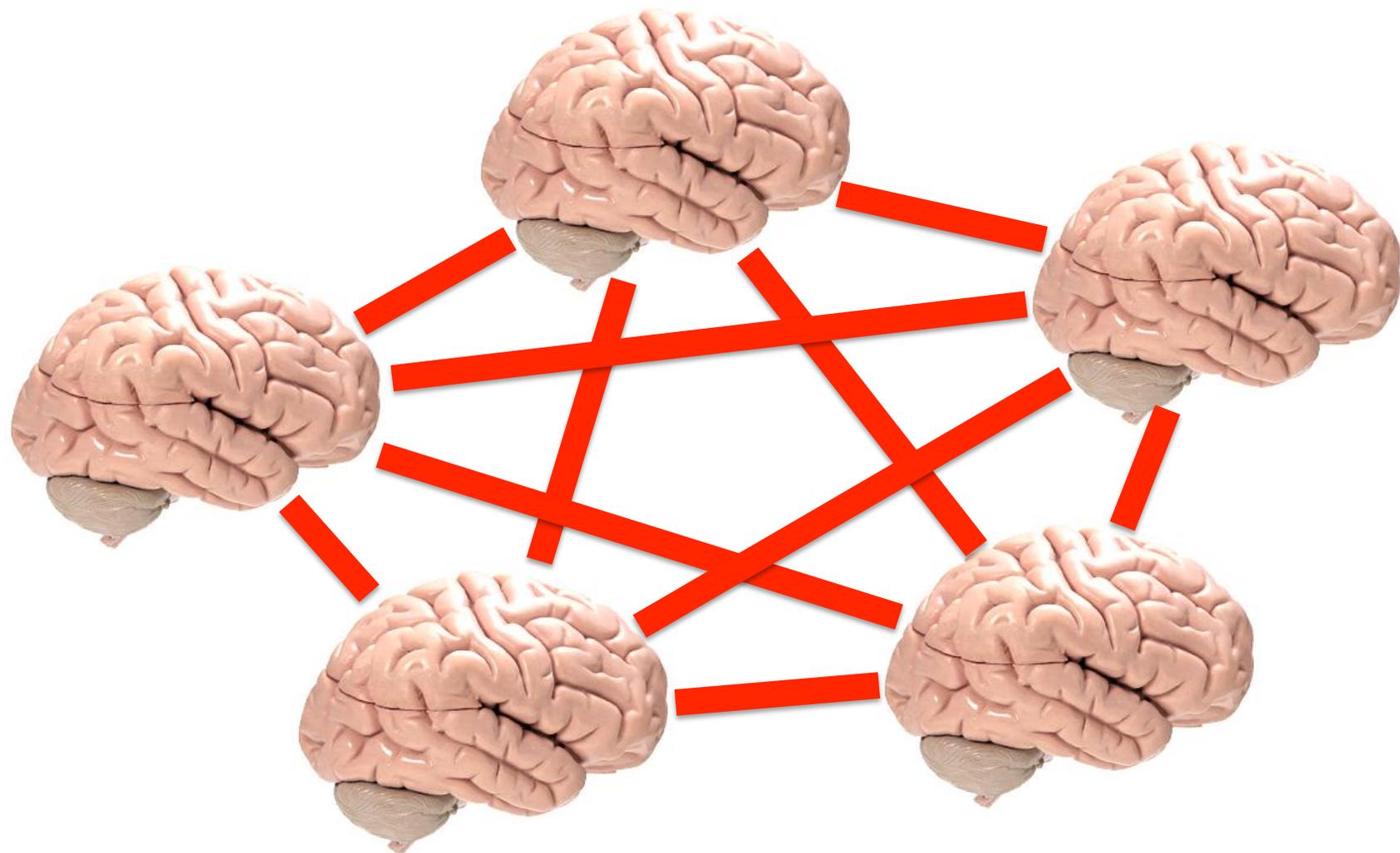
Science 2010年10月29日号所収論文 (Williams Woolley *et al.*)

- 699名を被験者に2~5人のグループを形成
 - パズルやブレインストーミング、集団での価値判断などの作業
 - 作業後の被験者の知的パフォーマンスをコンピュータ対戦型のチェッカーゲームの勝敗などで測定
 - 集合知による知的能力の向上: 統計上有意に観察
- 「**Cファクター**」: 人々が一緒に作業することで高まる知的能力
 - グループメンバー個人の知的能力にはさほど相関しない
 - **社会的感応度の高さに正の相関**
 - 「相手の表情を読む」すなわち「空気を読む」能力
 - グループ内の女性の多さに正の相関
 - 女性は一般的に社会的感応度が高いとされる
 - **少数のメンバーが会話を独占するグループでは負の相関**

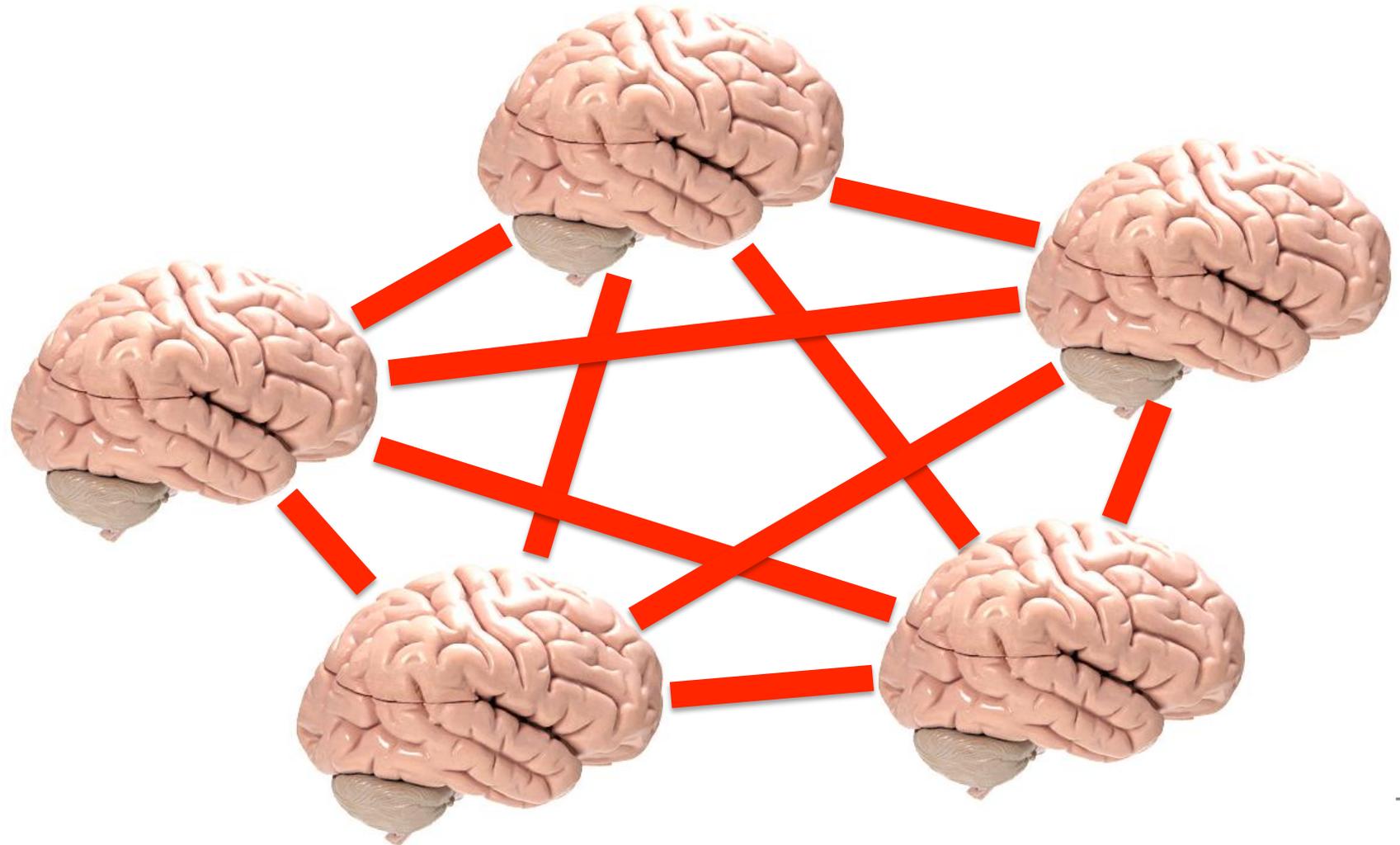
脳(無意識)を接続せよ



脳(無意識)を接続せよ



**「意識」で考えず、
他人の考えに乗っかる！**



(一般論ですが、)

悪いコメントと良いコメント

- 悪いコメント: **否定**「××がダメだね」
- 中くらいのコメント: **肯定 + 否定**「〇〇はいいね。でも、××はだめだね」
- 良いコメント: **肯定 + 助言(否定ゼロ)**
「〇〇はいいね。××を◇◇にするとさらにいいね。」

**注)ブレインストーミング中にはコメントはしない!
ひたすらアイデアを出すだけ。**

ポジティブ原則

○×△
◆□!

いい
ねえ～

ある
ね!

Wow!

そうそ
う!



ポジティブ原則

「幸福学」研究の知見:

ポジティブな気分→システムの発想

ネガティブな気分→部分的発想

ポジティブ \propto 楽観的 \propto 幸福

ネガティブ \propto 悲観的 \propto 不幸

質より量



枠にハマらない
スカイハイな発想を！
くだらないアイデアを
恐れるな！



付箋紙

はっきり、
くっきり、
わかりやすく、
大きな字で!

必ず

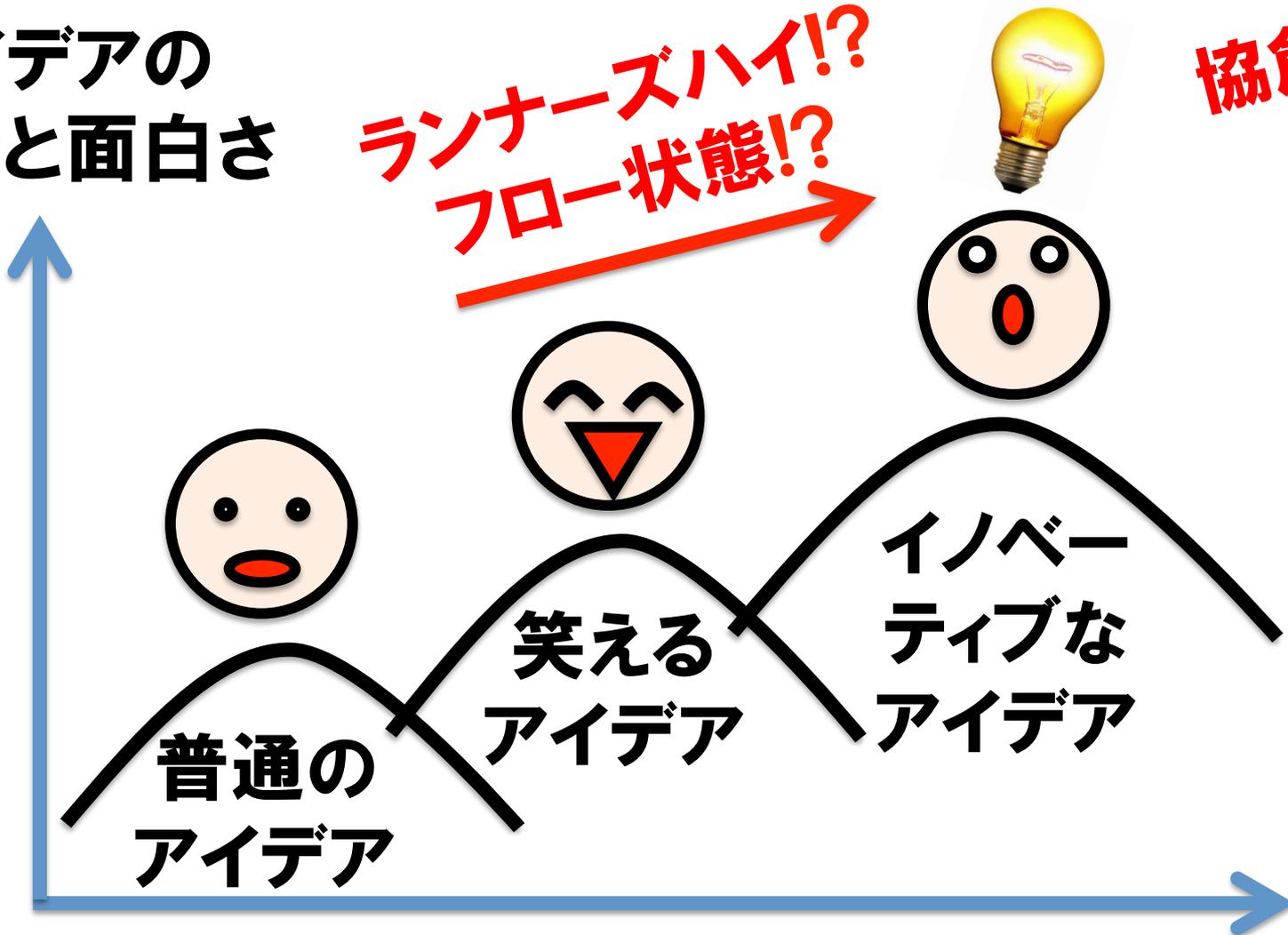
大きな声で読み上げる

よいブレインストーミングとは

アイデアの
質・量と面白さ

ランナーズハイ!?
フロー状態!?

協創!



「こんなことを言ったら、
人格が定評されるかも」

「こんなことを言うと、
人格が定評されるかも」

はずかしい...

他の人が発表している間に
自分の案を述べる。
一人で話しすぎ。
聞こえないような声。
分かれて部分ごと、全話。

「だってよくあるよ」

「それって、前に〇〇やってた」

「それはね、前にかね……。」

「それってテ……から……でない？」

「それが一番いい。も……それを

最終案にしよう！」

まず、ひとりでプレゼンを出してから みんなで見せたいのが効率的？

<実際の事例より>

自動車の
魅力
ブレスト

はじめてから6人で15分
ブレスト

123

3分間個人ブレスト
→6人で12分ブレスト

89

20年後
の車社会
ブレスト

はじめてから7人で15分
ブレスト

99

3分間個人ブレスト
→6人で12分ブレスト

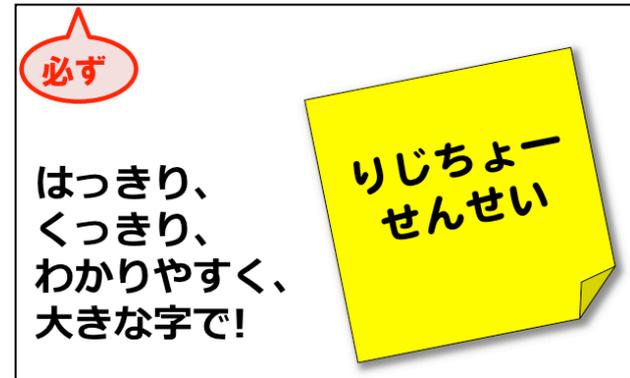
71

ブレインストーミングのやり方

質より量



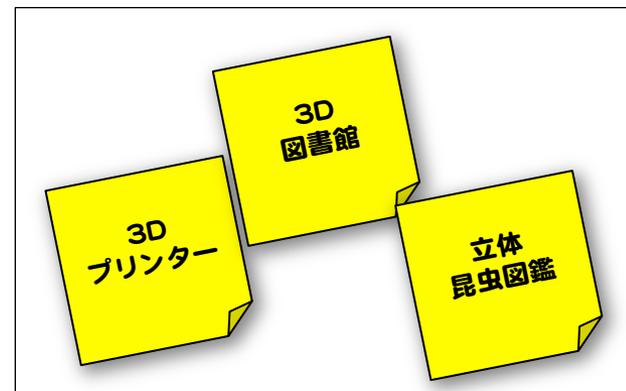
大きな声で読み上げる



自発的に盛り上げる



アイデアに乗っかる



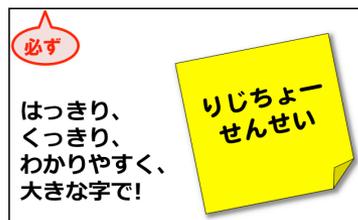
Brainstorming

家族や友人が
老けたなあ、歳を取った
なあと感じるのは？

質より量



大きな声で読み上げる

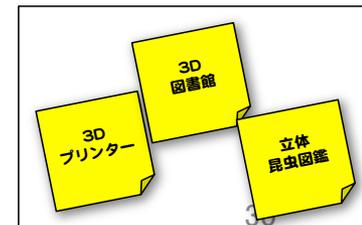


はっきり、くつきり、わかりやすく、大きな字で!

自発的に盛り上げる



アイデアに乗っかる



Example

Brainstorming

「家族や友人が老けたなあ、歳を取ったなあと感じるのは？」

白髪が目
立ったと
き

よっこい
しょ

おかわり
しなく
なった

テニスで
負けた時

■■を
◎◎の
とき

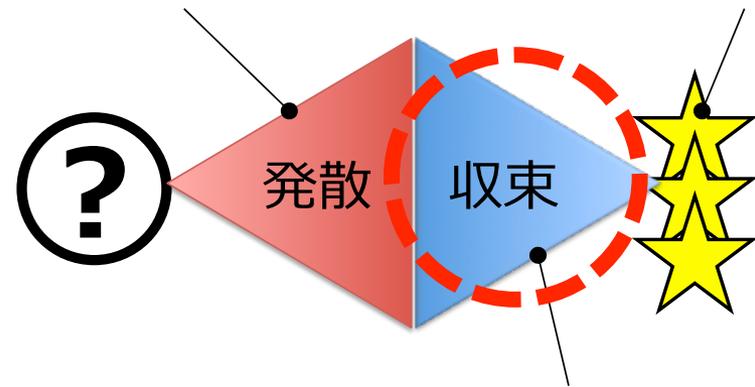
○○が
××した

【参考】ブレインストーミングの設問

- ブレインストーミングの結果から「何を得たいか」を考えて設問すると良い。
 - 1つの素晴らしい**アイデアを見つける為の設問**
 - 複数の人間の多様な視点、価値観、認識からの**発想群を可視化する為の設問**
 - 問題認識の整合
 - 解空間の認識
 - など
- **多様性を多様なまま取り出せる設問**を考える事が重要。
- 参加した人が**自由な連想をし易い設問**を考える事が重要。
- 目的や状況に合わせて**適切に設問を考える**事が必須。

ブレインストーミング

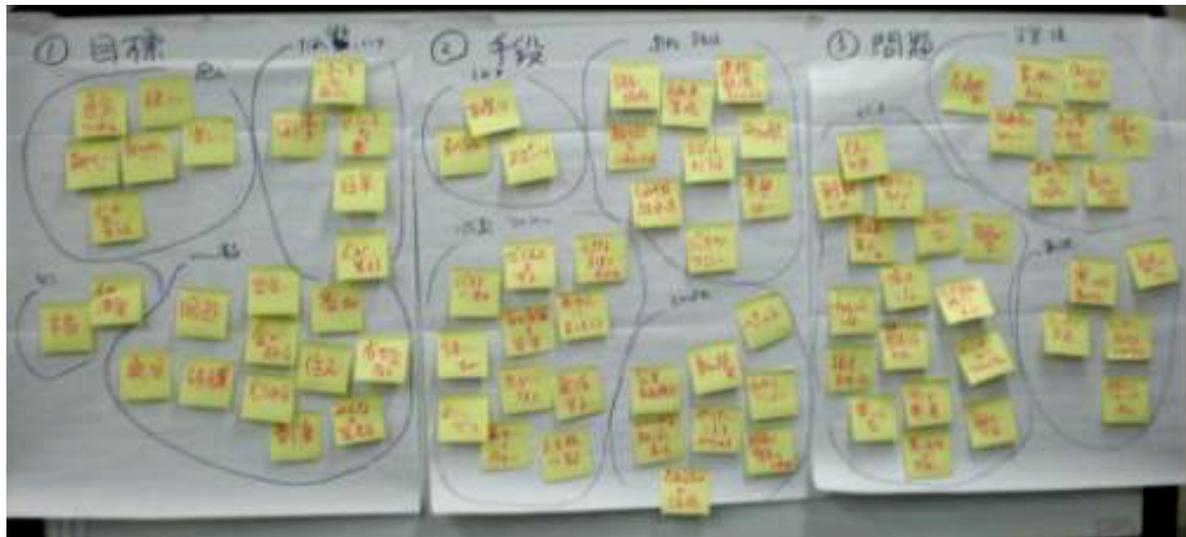
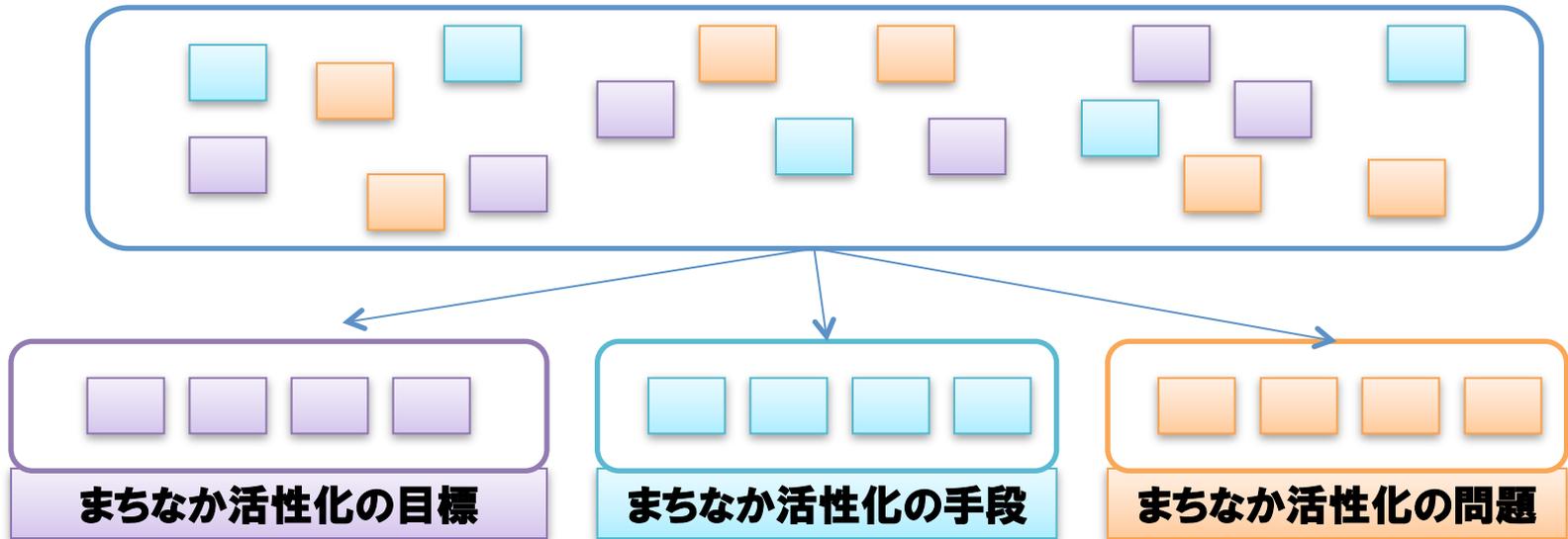
インサイト群



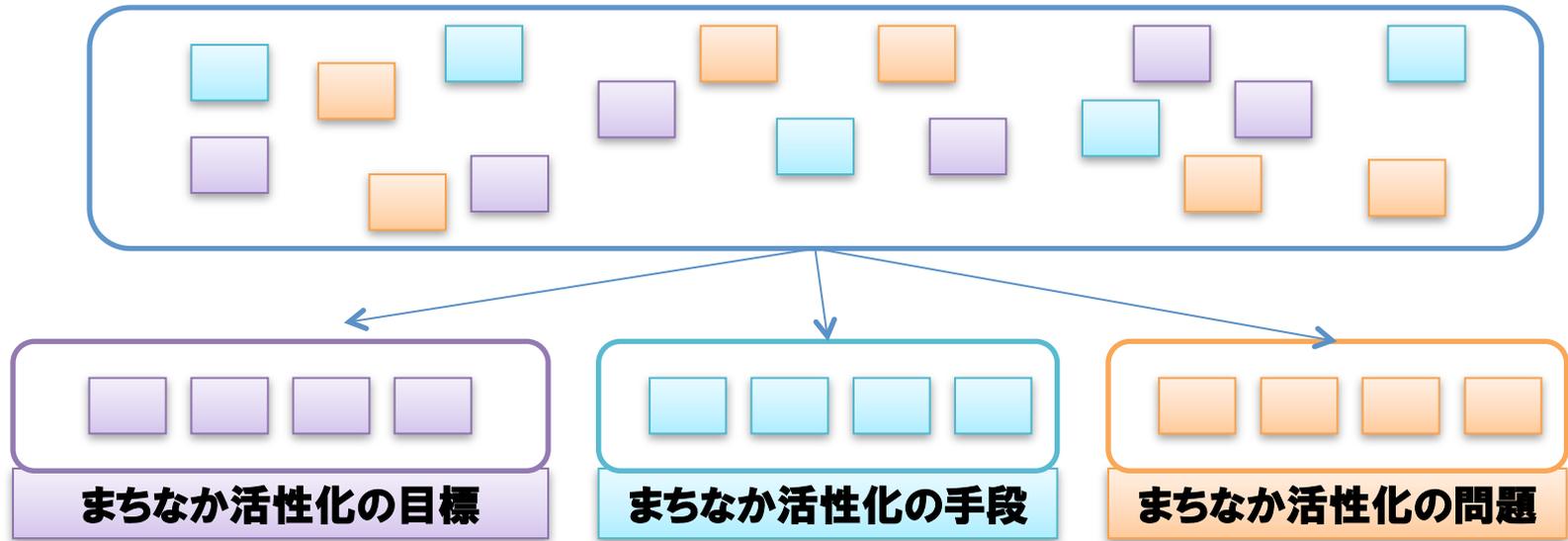
親和図法

親和図法

親和図法: アイデアをグルーピングする



親和図法: アイデアをグルーピングする



1~2枚の
少数グループもOK



グループの意味が
一目で分かる名称を付ける

親和図法

□ 親和図の作成

- ✓ ブレインストーミングの結果をグルーピングして名前を付ける。
- ✓ グルーピングを行う際の“親和性”は多様。
 - 創造的グルーピング / 論理的グルーピング
- ✓ キャッチコピーの様なフレーズでグループに名前を付ける。

グルーピングしたポストイットが共有するエッセンスを創造的に見つけ出し、グループ名に反映

Example

親和図法

イメージではもうちょっと...

ページのシワが増えた

立ち上がったとき

手に張りが無い

よっこいしょ

あら、つい
に言っ
ちゃった!

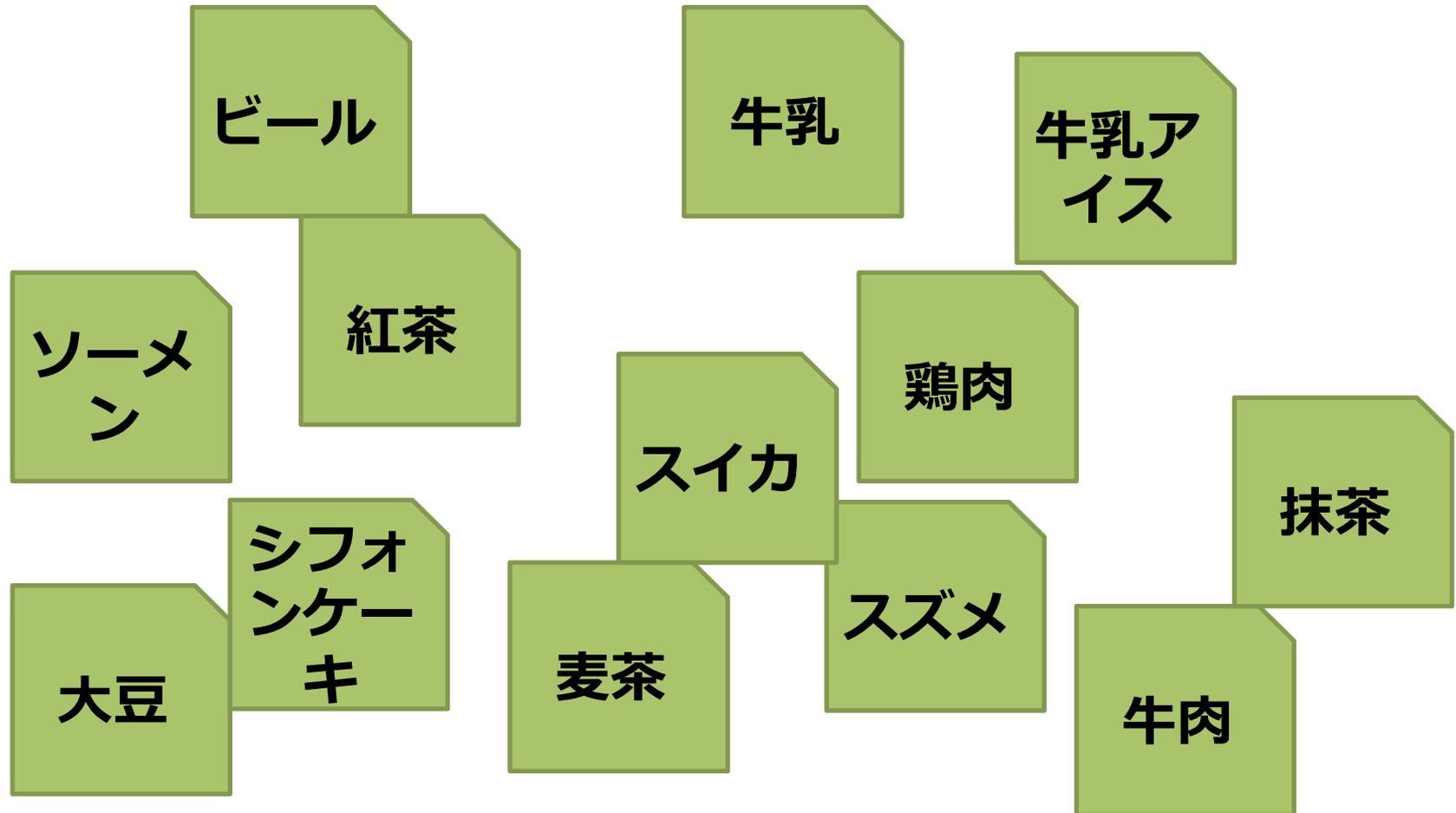
いつもは

実は、...

グルーピングしたポストイットが共有するエッセンスを創造的に見つけ出し、グループ名に反映

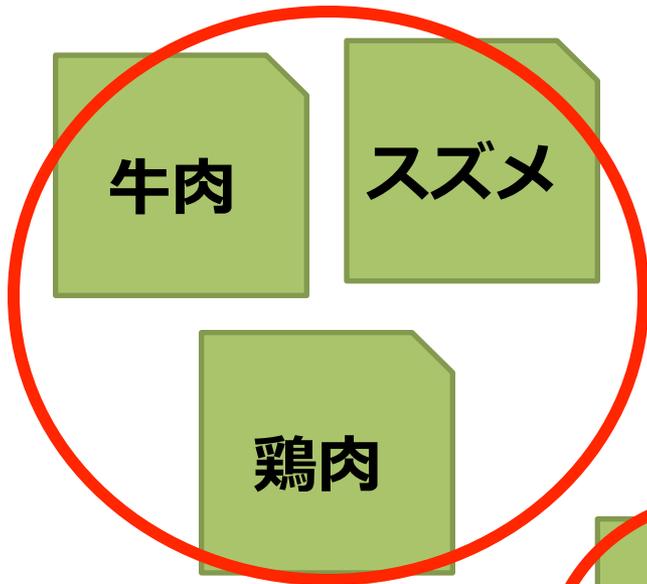
はつた

「好きな食べ物」から親和図を作成

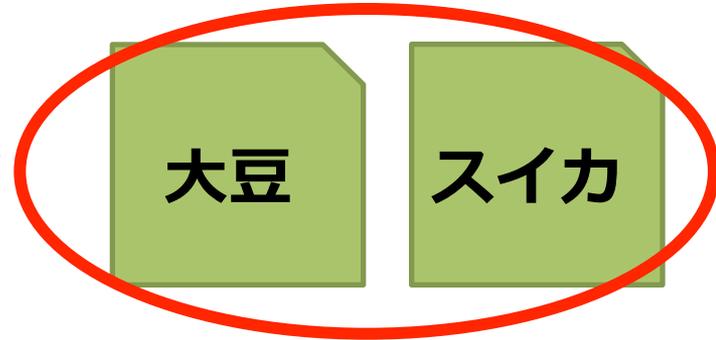


「好きな食べ物」から親和図を作成

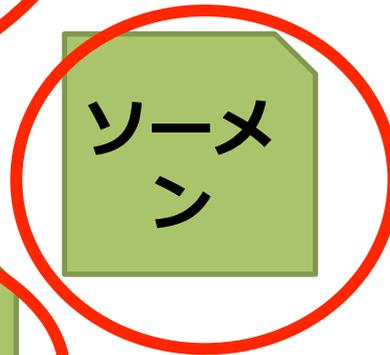
肉系



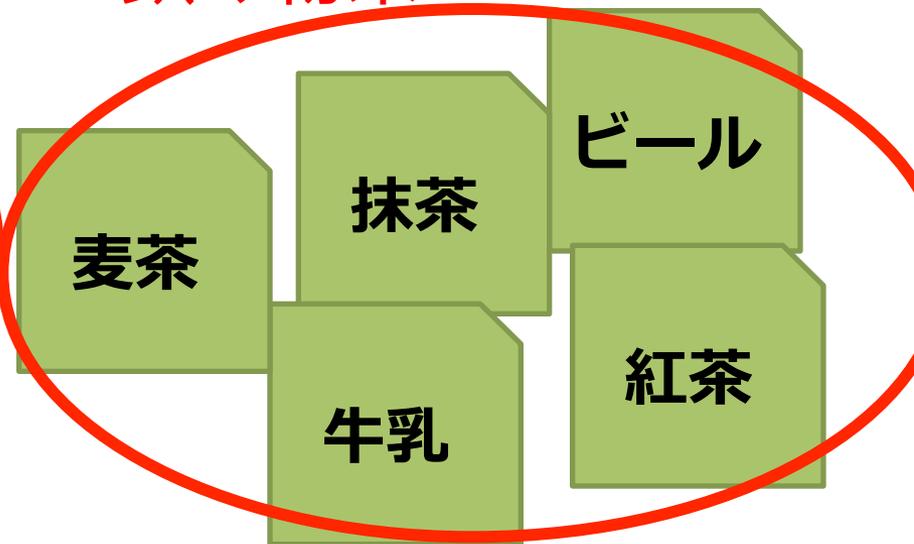
野菜系



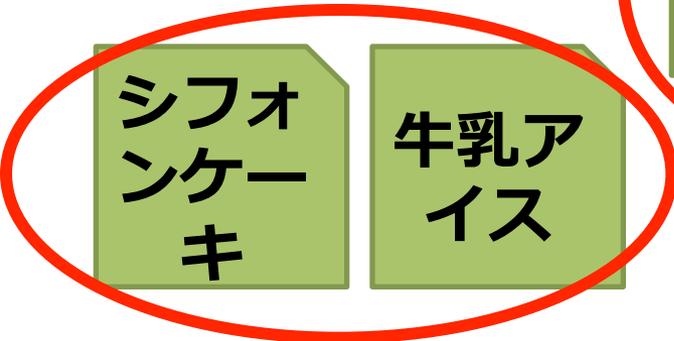
麺系



飲み物系



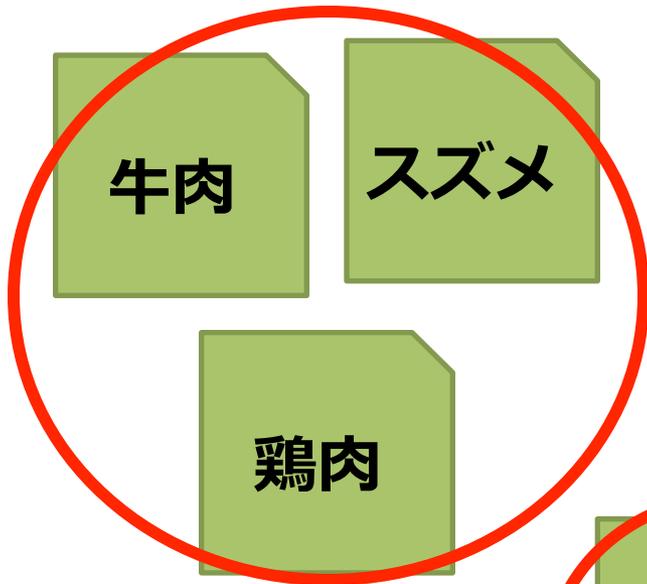
おやつ系



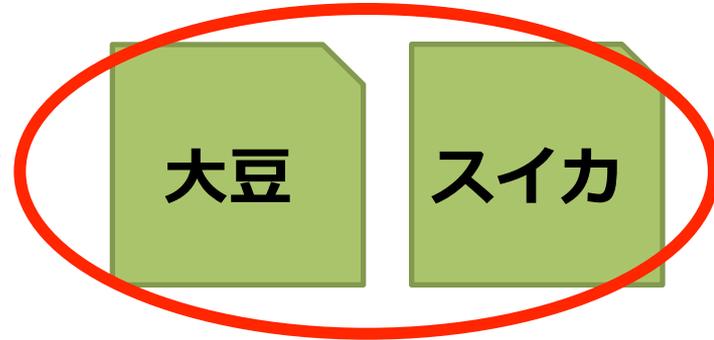
※一般的分類で親和図を作成

「好きな食べ物」から親和図を作成

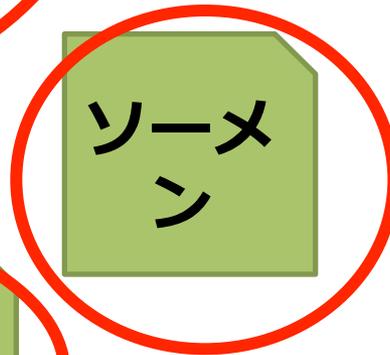
肉系



野菜系



麺系



飲み物系



おやつ系



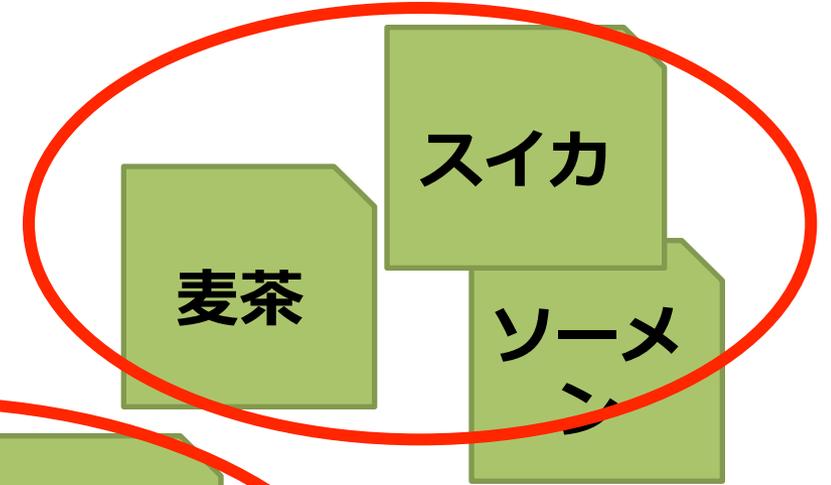
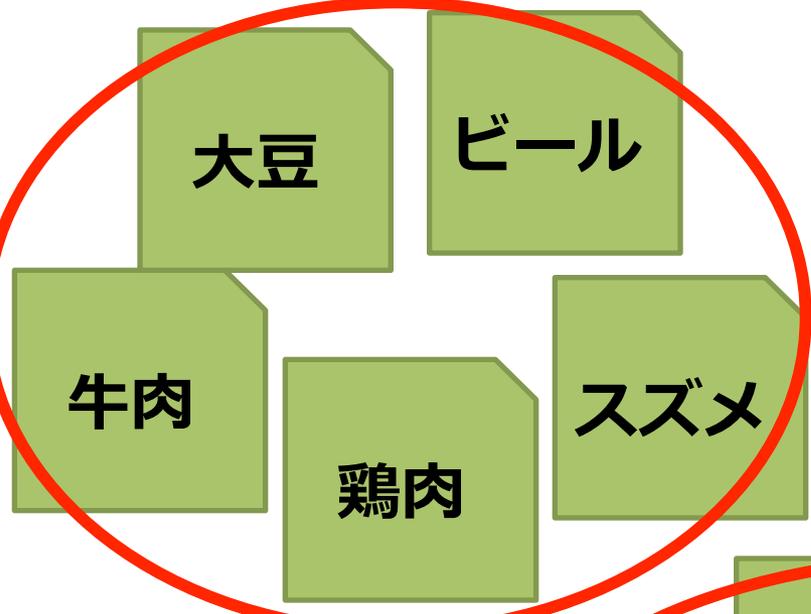
インサイト：粉ものが好きな人がいないという事は、ひょっとして関西出身者がいないのでは？

「好きな食べ物」から親和図を作成



「好きな食べ物」から親和図を作成

おばあちゃんのうちで食べられそう



地元の居酒屋で食べられそう



近所のカフェで食べられそう

※食べられる場所の親和性で親和図を作成

「好きな食べ物」から親和図を作成

おばあちゃんのうちで食べられそう

大豆

ビール

牛肉

鶏肉

スズメ

スイカ

麦茶

ソーメン

地元の居酒屋で食べられそう

牛乳

抹茶

紅茶

シフォンケーキ

牛乳アイスクリーム

近所のカフェで食べられそう

インサイト：おしゃれなレストランに行くより、身近なスポットで好きな物を食べるタイプの方がチームに多い様だ。

「好きな食べ物」から親和図を作成

おばあちゃんのうちで食べられそう

大豆

ビール

牛肉

鶏肉

スズメ

スイカ

麦茶

ソーメン

地元の居酒屋で食べられそう

牛乳

抹茶

紅茶

シフォンケーキ

牛乳アイスクリーム

近所のカフェで食べられそう

更なるブレストのきっかけ：今出ていない「身近」に感じる食事をする場所は他にどこがあるだろう？⁴⁴

親和図法

□ 親和図の作成

- ✓ ブレインストーミングの結果をグルーピングして名前を付ける。
- ✓ グルーピングを行う際の“親和性”は多様。
 - 創造的グルーピング / 論理的グルーピング
- ✓ キャッチコピーの様なフレーズでグループに名前を付ける。

グルーピングしたポストイットが共有するエッセンスを創造的に見つけ出し、グループ名に反映

Exersice

親和図法

イメージではもうちょっと...

ページのシワが増えた

立ち上がったとき

手に張りが無い

よっこいしょ

あら、つい
に言っ
ちゃった!

おかわり テニスで

いつもは
○○だっ

実は、...

やっぱり...

グルーピングしたポストイットが共有するエッセンスを創造的に見つけ出し、グループ名に反映

親和図完成！ ..Now What?

■ 親和図を作る過程から何が得られたか？

– 参加者間の合意形成

- ✓ アイデアの抽象度を上げて合意
- ✓ それぞれの認知の擦り合わせ

過程からアコモデーション

■ ブレスト結果の親和図から何が見えて来たか？

– 出て来たアイデア全体の俯瞰

- ✓ 発想・連想の広がり
- ✓ 発想・連想のトレンド・偏り

結果からインサイトを得的

アコモデーションの事例



事例：将来なりたい自分とはブレインストーミングの結果の親和図
2012.09.25 女性の生き方×システム思考×デザイン思考ワークショップより

インサイトの事例

しがらみと 水に流す機能

- 派閥を
超える機能
- 派閥が一時
にして分らない
機能
- 別派閥の
人たちに
尊敬される
機能
- 権威の
孤獨に
所属する
機能

まちに 活気や賑わい機能

- 人が
集まる町に
なる機能
- お金が
集まる町
になる機能
- 街中で
住んでたの
うらみ
集まる機能
- 人を集める
機能
- 多岐が
生まれやすい
機能
- つながり
を
つなぐ
機能

言いたいことを 発せられる機能

- A行いや
表出する
機能
- 若者がA行いや
を表出する
機能

受け入れたくないものを 受け入れる機能

- 頑張りや
あきらめる
機能
- 若者が
出てくる
機能
- 素直に
いふこと
できる
機能
- 良いこと
悪いこと
両方できる
機能
- よいものが
出てくる
機能
- ヤツ
が活躍できる
機能

良いものを 伝える機能

- ベストな
共有する
機能
- 外の情報を
学習する
機能
- 外の良さを
伝える
機能

つながりたくない人同士を つながらせる機能

- 若者と
ベテランが
つながる
機能
- 知らない人同士
でも気軽に
会話が出来る
機能
- 異業種や
出会える
機能
- 嫌いな人
会話が出来る
機能
- 知らない人同士
でも気軽に
会話が出来る
機能
- 熱いヤツと
サマヤツ
の交流する
機能

事例：石巻の復興に多くの地元の人が積極的に参加出来るようになる為の機能のアイデアブレインストーミング結果の親和図
2012.02.09-02.10 石巻2.0 MACHIZUKURIワークショップより

インサイトの事例

しがりやと
水に流す機能

派閥を
超える機能

派閥を一時
にして分らない
機能

別派閥の
人たちに
尊敬される
機能

権威の
孤獨に
所属する
機能

まさに
活気のある機能

人外
集まる場に
なる機能

お金が
集まる場に
なる機能

街中で
住むための
集まる機能

人集まる
い
とあえず
ノットする
機能

言いかたを
見合わせる機能

アパレルと
若者がアパレル
をまとめる
機能

「割り切った関係を作る」
ことを支援することが必要
だというインサイト

受け入れたくないものを
受け入れる機能

頑張りやが
あくわゆる
機能

アパレルが
受け入れる
機能

あんなに
アパレルを
受け入れる
機能

よそ者が
高圧できる
機能

素直に
いふ人受け
入れる
機能

良いものを
受け入れる
機能

ヤツ
を醒らせる
機能

バス
共有する
機能

外の情報を
学習する
機能

外の良さを
学ぶための
機能

若者と
ベテランが
つながる
機能

まちとほま
交流する
機能

異業種や
出会う
機能

嫌いな人
と仲良く
機能

知らない人
と気軽に
会話が出来る
機能

熱いヤツと
仲良く
機能

インサイトの抽出

□ 親和図の結果から

- ✓ どんな**インサイト**が得られるか？
 - 意外な発見
 - 思ってもいなかった事
 - おもしろい！と思うポイント
 - . . .

解空間を拡げて、既存の思考の外側へ向かうきっかけは掴めたか？

インサイトの抽出について

- インサイトとは、イノベーション創出に向けて自分たちの**思考や行動の起点**となったり、**思考や行動を推進させる**ような新しい“気づき”や“洞察”。
- イノベーション創出を目指す過程の中で得られるインサイトは感覚的には以下のような特徴を持つことがある。

insight can be
unusual but **interesting**
unfamiliar but **convincing**

- このような気づきや洞察をきっかけにイノベーティブなソリューションへ向かう。
- イノベーション創出におけるインサイトの明確な定義はないが、次項以降にいくつかの例を挙げる。

METHOD: EXTRACT KEY INSIGHTS

Uncovering insights is about bringing visibility and clarity to previously hidden meaning.

WHAT IS AN INSIGHT?

- » Insights are revelations – the unexpected things that make you sit up and pay attention.
- » Insights extrapolate individual stories into overarching truths.
- » Insights allow us to see our design challenge in a new light.

For example, a combination of an observation and quote from an interview yielded the following sample insight:

Observation: Farmers rely on farming information from their friends and neighbors, though they know this knowledge is limited.

Quote: “If the Privatized Extension Agent lived outside my area, I would want to visit his farm so I could see his production.”

Insight: Trust-building and knowledge sharing happens through ‘seeing is believing.’

インサイトの定義と事例： Human Centered Design

IDEO. "Toolkit, Human Centered Design." (2009).

Quoted from IDENTIFY PATTERNS (page 96)

◎インサイトは意外だなと思うような発見であり、それによって思考の焦点を絞ることができたり、普遍的な概念へのヒントを得たりする。

インサイトによって取り組んでいる課題を新たな視座や視点でみることができるという記述

インサイトの定義:

An Introduction to Design Thinking PROCESS GUIDE

d.school, Stanford University. “PROCESS GUIDE,
An Introduction to Design Thinking” (2010).

Quoted from DEFINE mode (page 4)

The Define mode is also an endeavor to synthesize your scattered findings into powerful insights. It is this synthesis of your empathy work that gives you the advantage that no one else has: discoveries that you can leverage to tackle the design challenge; that is, INSIGHT.

◎インサイトとは他の人では見つけられないような発見であり、それはデザインプロセスを大きく推進するという記述

HYBRID INSIGHTS: EMPATHY IN A WORLD OF BIG DATA

Does empathy research conflict with the trend toward “big data”? It’s true that there has historically been a split between quantitative market research and qualitative researchers or ethnographers. But is it necessary to disconnect the human stories from the data? Design researchers have recently begun bridging the gulf with what we call “hybrid insights.” It’s an approach that integrates quantitative research into human-centered design. Hybrid insights allow us to embed stories in the data, bringing the data to life. It brings the “why” and the “what” together. Hybrid insights can include designing a survey in a human-centered way (for example, by being more thoughtful about how we ask questions and keep people engaged). Or it can mean more rigorous concept evaluation where we test prototypes with a large number of users to see if a certain direction merits more exploration.

Coupling insights based on empathy with analytic confidence within relevant target markets may be a way to take the best of both research approaches. So while we’re sure the big data trend will continue to grow, decision makers should be careful not to forget about the underlying human element.

インサイトの事例： Hybrid Insight

Kelley, Tom and Kelley, David. *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential within Us all* Crown Business, 2013.

◎デザイン思考で重視する人間への共感とビッグデータで見えてくる傾向や特徴を関連付けることで得られるインサイトもあるという記述

インサイトの抽出についてのTIPS

- イノベーション創出アクティビティの過程と結果を踏まえて、改めてイノベーション創出に向かうためのインサイトを抽出する。
- 得られるインサイトはイノベーション創出アクティビティの実際のアウプットよりも、少し抽象度が高い場合が多い。
- インサイトは主観的である場合が多い。他人や他のグループと共有することが難しい場合があることに留意。

Example

親和図からインサイトを抽出する

【「エイジング」を改めて解釈し、解空間を広げる】
為のインサイトを探す。

自己認識との“ズレ”がポイントでは？

そもそも「イメージ」が間違ってる場合もあるかも？

イメージではもうちょっと…

立ち上がったとき

ページのシワが増えた

手に張りがない

よっこいしょ

あら、つい
に言っちゃった！

自分の「何気ない変化」に気がつく仕組みがあるとどうなる？

もっとたくさんの種類の「いつも」を知っていると、早く老いに気がつく？

おかわりしなくなった

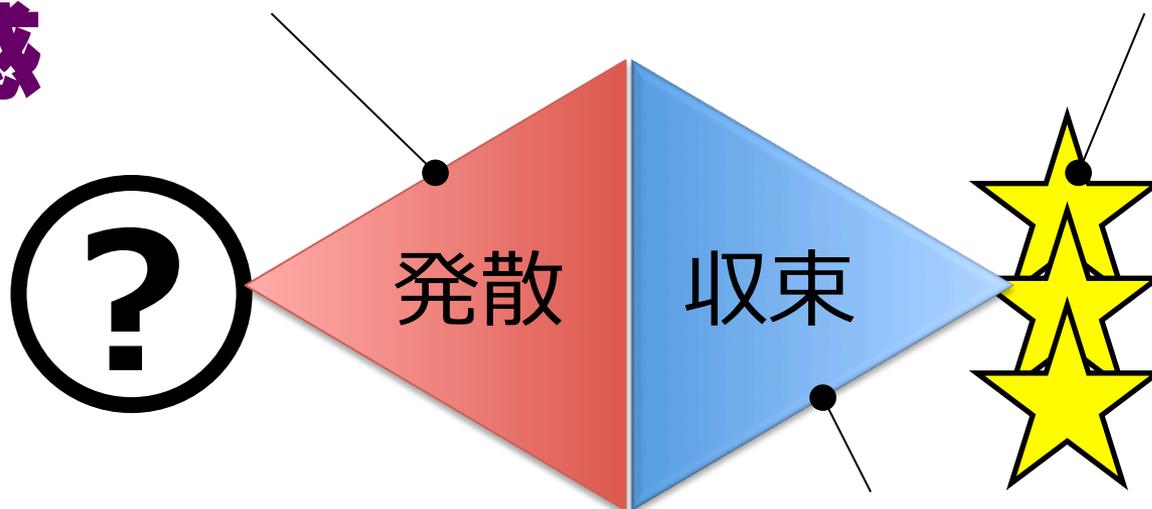
テニスで負けた時

いつもは○○だったのに

本日のワークショップ体験 思考の発散から解空間を拡張し インサイトを得る

ブレインストーミング
共感

インサイト群

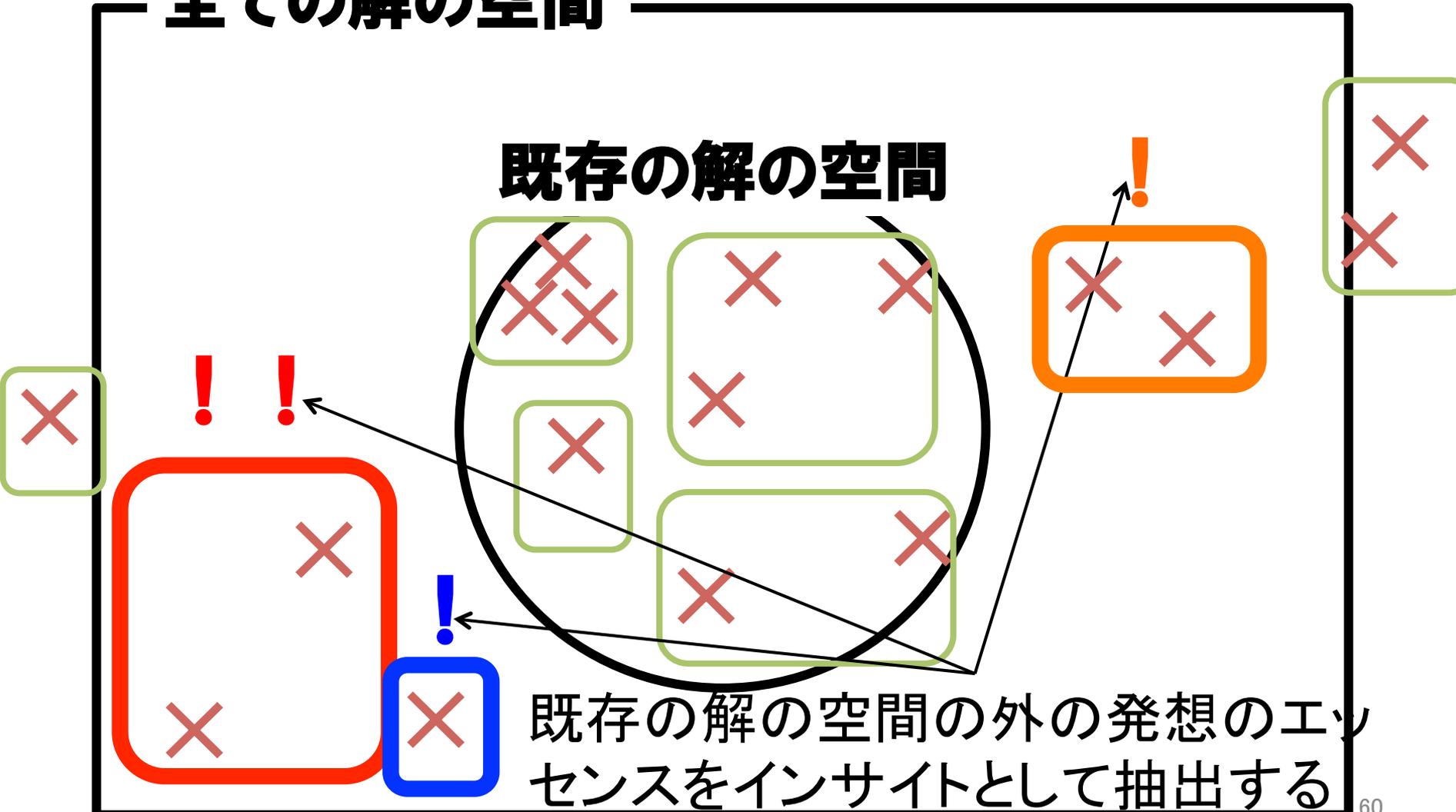


親和図法
相互理解

ワークショップの流れ（イメージ）

全ての解の空間

既存の解の空間



既存の解の空間の外の発想のエッセンスをインサイトとして抽出する

Your Turn!

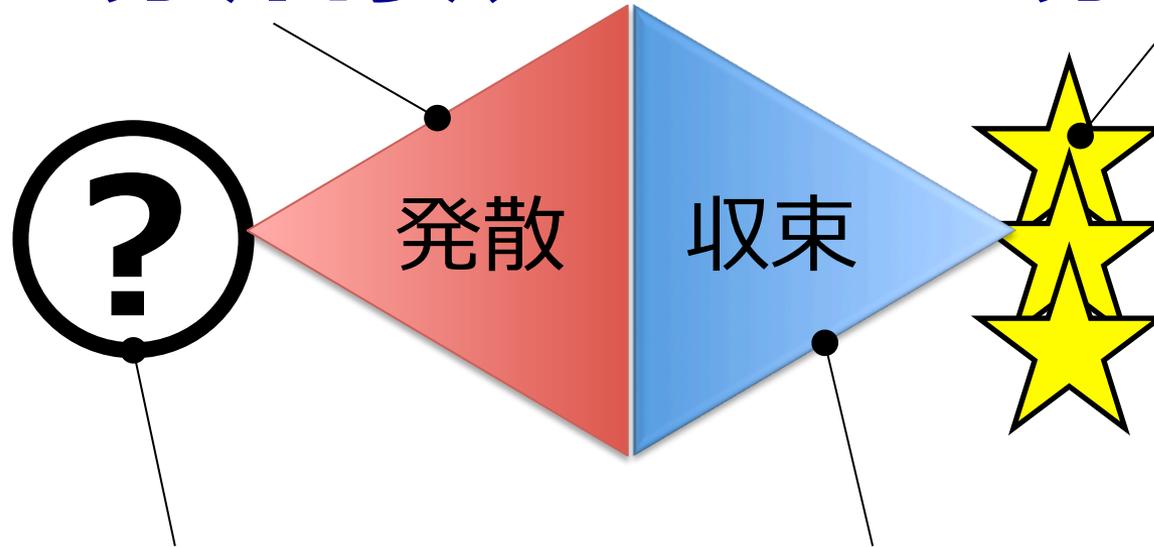
ワークショップをデザインする

以下から一つ状況を選択して下さい。

- 「新しい家庭用ロボット開発」
- 「企業誘致による地域活性化の施策検討」
- 「樹脂材料メーカーの事業拡大戦略の検討」

ブレインストーミング
7分(目安)

インサイトの抽出
10分(目安)



目的の説明
3分(目安)

親和図法
10分(目安)

30分

ワークショップデザイン

- 選んだお題を想定に、ワークショップをデザインして下さい。
- **状況、参加者の立場などを設定する。**
- **ワークショップの目的を設定する。**
- **ブレインストーミングの設問を設定する。**
- **親和図作成の為にインストラクション(具体的な指示内容)を設定する。**
- **ワークショップの過程や結果をシミュレーションする。**
- **ワークショップの過程や結果からどんなインサイトが得られそうか想像する。**
- **ワークショップ実施時の工夫(イントロ、説明の仕方、例示、など)を考える。**
- **全体を見渡しながら何度も反復的に修正をする**

ワークショップファシリテーション

- 3グループ1組となり、互いにワークショップを実施します。
- **1グループ持ち時間30分。**
- **イントロダクションからインサイトを共有する**ところまでです。
- 手法の紹介等は最小限でOKです。
- 自己紹介やチームビルディングは省きます。
- **別途10分間**で、3グループで互いにフィードバックし合います。(もちろん、ポジティブ原則！)

イノベーション対話ツール: 1. **イノベーション対話ガイドブック** **ワークショップの3階層構造**

P114図 8.10ワークショップの3階層構造とワークショップの意図的な実施と系統的な振り返り

ワークショップ デザインの流れ

目的レイヤー

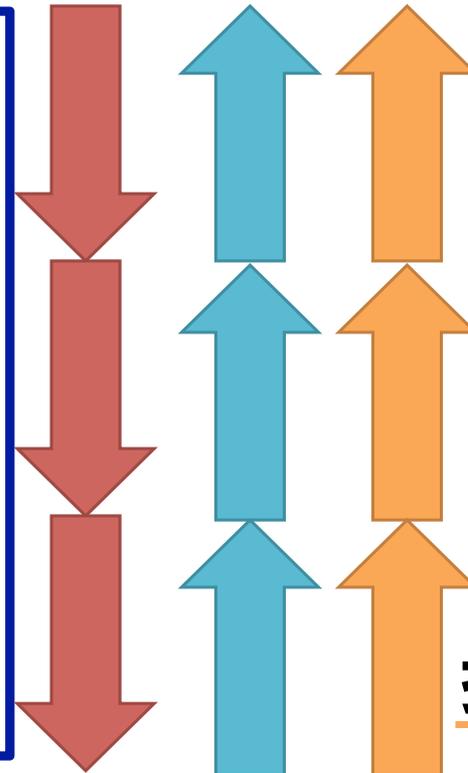
明確な目的定義

方法論レイヤー

参加者による思考の発散
参加者による思考の収束
参加者の共感の醸成
参加者の相互理解の醸成
の組立て

手法レイヤー

手法の組立て



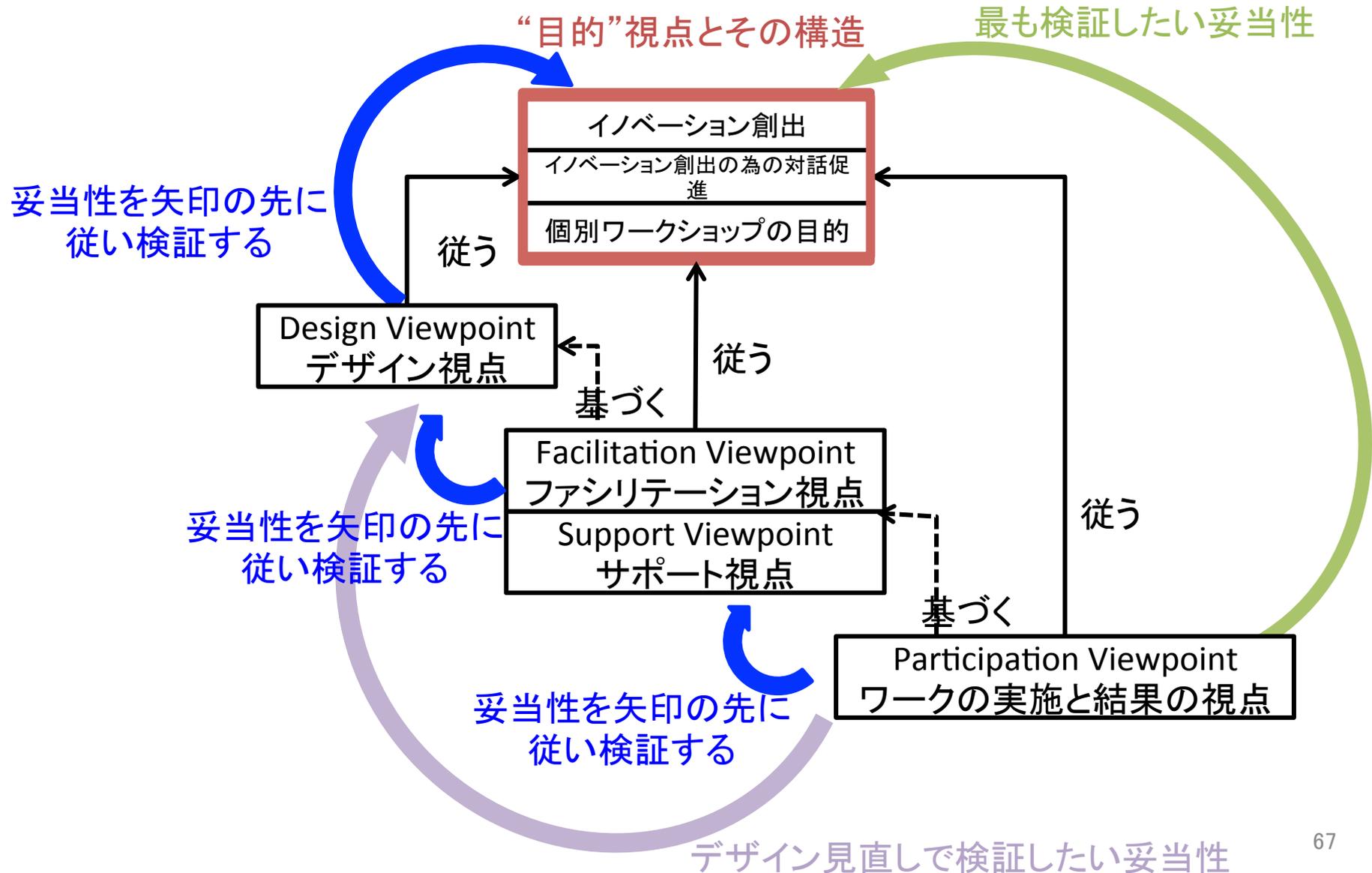
ファシリテーション
の意識

振り返りの流れ

イノベーション対話ツール: 1.イノベーション対話ガイドブック

ワークショップデザインにおける視点間の関係

P90図 7.30ワークショップの自己評価の際の目的と4つの視点の関係



イノベーション対話ツール: 1.イノベーション対話ガイドブック ワークショップの自己評価

P91図 7.31ワークショップの自己評価のための20の評価観点



ワークショップデザイン

- 同じ「目的」「お題」から多様なワークショップのデザインがあります。
- 目的（「イノベーション創出の為の対話」）に向かうワークショップは、目的に向かうデザインがあります。
- 多様性を最大限に活かすデザインがあります。

「ワークショップ」を「デザイン」する。

イノベーション創出に向けたワークショップ

- 参加者の**多様性を活かし、**
- **既存の枠に囚われない思考で、**
- これまでにない**イノベータータイプなインサイト**(気づき、洞察)を得て、
- **次のイノベーション創出アクティビティへとつなげる。**

イノベーション対話ツール: 1. イノベーション対話ガイドブック ワークショップのアーキテクチャ

P53図 7.8ワークショップのアーキテクチャ(基本構造)

目的
レイヤー

イノベーション創出のための対話促進の目的

(イノベーション創出の為の)ワークショップの明確な目的

方法論
レイヤー

新しいインサイト

参加者による
思考の発散

参加者による
思考の収束

参加者の
共感の醸成

参加者の
相互理解の
醸成

手法
レイヤー

シナ

顧客価値連

レビュー

物語連鎖

親和図法

ブレインス
トーミング

...

お願い：

Facebookページ

慶應イノベーターティブデザインスクール

<http://www.facebook.com/keioinnovativedesign>

**に今日の結果をUPして頂けるとうれしいです。
活動の記録と、コミュニケーション継続のために。**



Facebookページ

慶應イノベーターティブデザインスクール

<http://www.facebook.com/keioinnovativedesign>

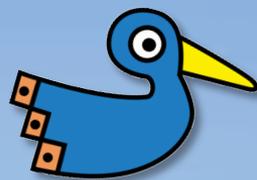
ご自由にご意見・感想をご記入ください！

（できればポジティブな書き方で。）

他のスカイハイな利用也大歓迎！



講義資料の再利用は自由ですが、
使用する際には、
慶應義塾大学SDM研究科主催
「慶應イノベーターデザインスクール」
での資料であることを明記してください。



ご参加ありがとうございました！

SDM System
Design
And
Management