学生と共にデザイン思考を学ぶ

～第三回 CITP シンポジウム in 石巻～

福士 靖子

概要：宮城県石巻市で「デザイン思考」をテーマとする第三回CITPシンポジウムを開催した。その中で実施したワークショップの様子を紹介する。

キーワード：シビックテック，デザイン思考

1. デザイン思考とは

1.1 デザイン思考

デザイン思考とは、Wikipedia には「人間中心デザインに基いたイノベーションを起こすための、主として非デザイナーを対象とした発想法である」とあり、古くは 1960 年代より研究されている手法である。人間の潜在的なニーズを観察やインタビューを通じて掘り起こし、プロトタイピングを繰り返しながらユーザにとって本質的な価値がある製品・サービスを生み出していくプロセスである。

近年、Apple や Google、メルカリなど多くの企業や自治体で実績を挙げている。経済産業省・特許庁でも、産業競争力とデザインを考える研究会において企業や大学等において事業課題を創造的に解決できるデザイン人材の育成推進を政策提言している。

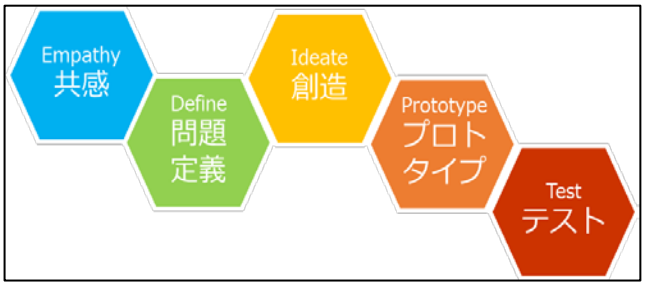

図 1：Stanford 大学の d.school が提示した、design thinking のプロセスモデルを基に筆者編集

1.2 CITP シンポジウムでデザイン思考

CITP コミュニティ内で 2016 年に発足した「社会価値創造分科会(シビックテック SIG に改編)」では、デザイン志向を用いた社会貢献活動の一環として、学生との交流、将来の IT 人材の育成を目的として 2017 年より石巻でシンポジウムを開催している。

2019 年のシンポジウムでは、これからの社会を担う学生の問題解決能力と創造力を養うため、「デザイン思考超入門」と題し、ワークショップで実際にデザイン思考のプロセスを体験してもらうこととした。

2. CITP シンポジウム

2.1 CITP シンポジウムの概要

CITP シンポジウム 2019 は 11/29(金)に石巻専修大学理工学部の教室をお借りして行われた。今回も石巻市に後援を頂き、実際にシンポジウムにも ICT 総合推進室の職員の方に参加して頂いた。

参加人数は、学生 10 名、石巻専修大学教職員 5 名、CITP(講師含め)8 名、一般社会人、オブザーバを含めて総勢 32 名で CITP 以外の参加者が過去最高となり、社会人がやや多めの構成となった。

このメンバーを学生・社会人の混成チームになるようクジ引きで 4 組にチーム分けして、ワークショップを行った。各チームの学生/社会人比率は同じくらいである。

写真 1：石巻専修大学

写真 2：CITP シンポジウム参加者

2.2 シンポジウムの流れ

はじめに JX 金属(株)正木信晴氏により、デザイン思考の基本を 20 分程度で解説、続いて、(株)ハイマックス土屋俊樹氏により、今回解決すべき課題、「スマホ依存」の問題点のインプットが行われた。今回、ワークショップに参加する人は問題を抱える側であり、問題を解決する側でもある。学生と社会人が共通して最も身近に感じられる問題として「スマホ依存」を取り上げた。

ただ、「スマホ依存」に関しては医学者や社会学者等多くのアプローチで研究しているが、未だ有効な解決策が見つかっていない問題であり、3 時間で解決可能な問題ではない。今回のワークショップでは、スマホ依存によって引き起こされるリスク(寝不足になる、授業に集中できない等)の対策をワークショップ内で検討することとした。

ワークショップではアイデア思考の 5 ステップを実際に体験できるよう組み立てた。各ステップに沿ってワークショップの模様を紹介する。

写真 3：デザイン思考の基本を講義する正木氏

3. ワークショップ

3.1 共感フェーズ

ユーザに対する深い共感によってストーリーを見出すことを目的とするフェーズである。客観的な観察や解釈ではなく、実際に顧客の立場に立って、コミュニティに入り込み、感性を働かせ、課題や顧客の痛み、顧客自身も気づいていない、潜在的な悩みを感じ取ることが必要となる。

今回のワークショップでは、チームで質問内容を決めて、他のチームに対してインタビューを行った。なぜ？どうして？を繰り返し、相手に考えさせるよう心掛けた。

インタビューの形式も 1 対 1 でヒアリングする形でも良いし、一人が質問をして他の人がメモしたり観察したりという形式でも良く、チームで作戦を立てて実施した。

当初、スマホ利用のリスクということで、スマホ決済の危険性をテーマにインタビューをした結果、スマホ決済を使っている人がほとんどいないなど、思いがけない結果になったり、気付きがあったりと盛り上がりを見せた。

写真 4：インタビュー

3.2 問題定義(詳細化)フェーズ

共感して発見したニーズを分解、統合しユーザが抱える問題点を明確にすることを目的とするフェーズ。ユーザの様子をどんな些細なことでも詳細に具体的に書き出し、暗黙知を形式知にする。

共感フェーズのインタビューで集めた情報をホワイトボードや紙にどんどん書き出して整理し、チームとして解決すべきテーマを決めてもらった。ホワイトボードに書き足りなくなって急遽 2 枚目のホワイトボードを用意してもらうことになるチームがあったり、全て机上に付箋紙で表現するチームがあったりチームファシリテータの個性が出た。

写真 5：インタビュー結果を書き出す

3.3 創造(探索)フェーズ

数多くのアイデアを探求しプロジェクトの可能性を拡げるフェーズとなる。アイデアを出すプロセスと、アイデアを評価するプロセスを分離する。

写真 6：アイデア出し

アイデアを出すプロセスでは批判、批評は禁止で、突飛な意見もそれ自体が可能かどうかはともかく、他者への気付きを促す効果があるので歓迎する。他人のアイデアに便乗してどんどん拡げていき、質より量を求める。

短い時間で件数のノルマを課したことで、余計なことを考えずにアイデアを絞り出せる。学生ももものおじせずどんどんアイデアを出せていた。

そうやって出されたアイデアを分類、整理して、チームとして推進していくものを多数決で選定する。

写真 7：アイデアに投票する

3.4 プロトタイプフェーズ

体験を提供するプロトタイプを作り、ユーザとともに新しい物語を生み出すフェーズである。試作品などを手早く雑に作って、実際に使ってみてブラッシュアップを繰り返すフェーズである。

今回は、1 分程度のスキット(寸劇)を作って課題と解決策を表現してもらった。作ったスキットをインタビューをした相手に見せて指摘をもらい、修正するということでプロトタイプとブラッシュアップの過程を体験する。スキットは強制ではなく、模造紙に書いて発表という形式でも可としたが、ほとんどのチームがスキットを作ってアイデアを披露した。

写真 8：スキット作り

3.5 テストフェーズ

関係者へアイデアを表現し解決策の実現性を高めるフェーズである。ユーザがいる日常の中で評価を行い、展開する中で得られた知識を踏まえ、再度、発見フェーズからスタートする。　今回は全体に対してスキットを披露し、意見、評価をしてもらった。

YouTube をついダラダラ見てしまうので、見ている人が逆に見られる、どういうコンテンツを見ているか、服に表示することによって「あの人、こんな動画みているんだ」と周りに思われるから「見るのをやめよう」と思わせるというユニークなアイデアに、どうやって服に表示するのか、YouTuber が失業してしまうのでは、など質問がたくさん出た。

学生が授業に集中しないという問題に、学生が授業に集中できると教師にポイントが入り、学生が「つまらない」と思うとポイントが剥奪される、というアイデアでは、教師にだけリスクがあるのはおかしい、中身のない人気取りの授業ばかりになるのでは、など教職員の皆さんからの厳しい意見が噴出したりした。

全体的に前回のシンポジウム時のアイデア披露時に比べて、観客側からの提案や意見が次々出てきて盛り上がったように感じた。やはりスキットのような試作品があると、見ている方が実際の生活の中で使われているところを想像できるため、評価しやすかったと思料する。

写真 9:発表と表彰

4. ふりかえり

4.1 理解度

シンポジウム後にアンケートを実施した。回答数は 22 名である。

本ワークショップ「デザイン思考超入門」がわかりやすかったか、といった質問では、64%が「大変わかりやすい」「わかりやすい」と回答した。

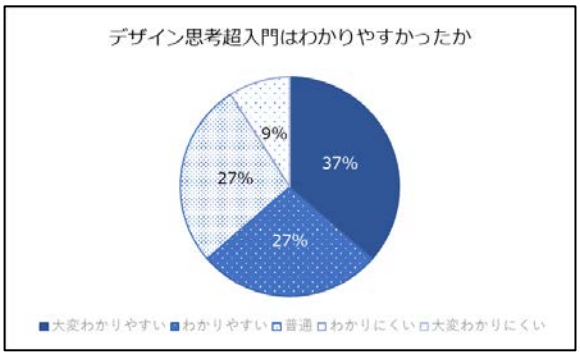

図 2：デザイン思考超入門はわかりやすかったか

「有意義だった」「面白かった」と意見のあった中で、「時間に追われた」「何がデザイン思考なのかわからなかった」「本日のゴールがわからなかった」といった意見もあり、各ステップの意義についてもっと時間を割いて説明が必要だったと感じた。また、振り返りの時間を設けて参加者に意見や感想を出しあってもらったら理解も深まったのではないか。時間の使い方を今後改善する必要があると感じた。

4.2 将来性

本ワークショップは将来役に立ちそうか、という質問については下図のような結果となり 72%が役にたちそうという結果となった

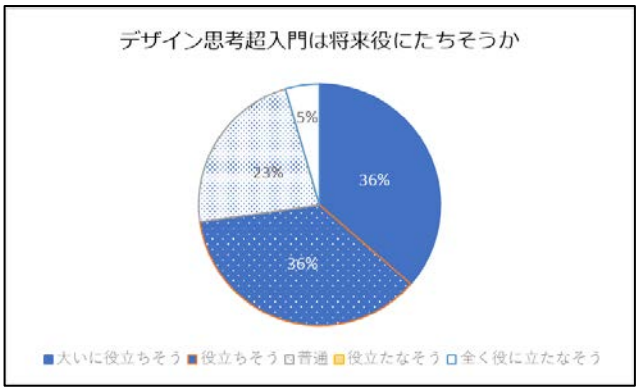

図 3：デザイン思考超入門は将来役にたちそうか

一方で「就職先の分野が違う」という意見もあり、IT 業界でなくても様々な分野で応用がきく思考方法である、ということのアピールが足りなかったと思料する。

4.3 来期に向けて

来期もシンポジウムを継続して提供していくために、他 SIG とも連携し、学生と共に楽しみながら学べる時間を提供できるよう、シンポジウムの内容のブラッシュアップあが必要であり、みんなの知恵と協力が不可欠である。
そのためにもシンポジウム推進メンバー拡大のための施策を検討する。

メンバー拡大のためには所属企業の協力をどのように仰いでいくかということは大きな課題となる。企業の社会貢献、労働時間短縮だけではない働き方改革の一環としてのアピール、などプレゼンス向上に向けた取り組みも必要だ。

謝辞

このシンポジウムに会場を提供いただき、様々なご支援をいただいた石巻専修大学、および石巻市役所の皆様に感謝する。

[1]ジャスパー・ウ,見崎大吾/
実践スタンフォード式デザイン思考　世界一クリエイティブな問題解決（できるビジネス）,株式会社インプレス(2019)
[2]経済産業省・特許庁　産業競争力とデザインを考える研究会,
デザイン経営 2018　データとネットワークがすべてを飲み込む時代の経営　研究会報告書(案)
https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/sangi/sangyo_design/pdf/011_01_00.pdf

著者紹介

福士 靖子（認定番号：15000242）
（株）ラック　金融事業部
(株)ラックにて、主に金融業の業務システム開発案件にプロジェクトマネージャーとして従事。
情報処理技術者(AE、DB、PM)