



東京文化発信プロジェクト

# PROJECT DESIGN

---

実践!プロジェクトデザイン講座

— 新しい価値を生み出すための方法 —

コーディネーター：林 千晶

## 本書の利用方法

このガイドブックは、2012年6月27日から8月1日にかけて毎週水曜日、全6回にわたって開催されたTokyo Art Research Lab「実践！プロジェクトデザイン講座」のエッセンスをまとめたものです。新しい価値を生み出したいときに、専門知識がなくても簡単に活用できる実践的な手法を集めました。

本書は、知識：大切な手法の解説、事例：講座で実践したときの様子、コラム：講師からの生のコメントやアドバイス、という三部構成になっています。まず知識として目を通し、自分のプロジェクトで実施してみたら、他の人はどうやったんだろうと比較のために事例やコラムをご覧くださいと思っています。

また内容は「実践！プロジェクトデザイン講座」の流れを踏襲していますが、気になるプロセスだけを抜き出して活用いただくのも大歓迎です。

アートやクリエイティブの領域に限らず、新しいルールや新しい価値を創ろうとしている多くの人に使ってもらいたいと願っています。

## 開催概要

### 開催日時：

平成24(2012)年  
6月27日／7月4日／7月11日／7月18日／7月25日／8月1日(全6回) 水曜 19:30～21:30

会場：loftwork Lab(東京都渋谷区道玄坂1-22-7 道玄坂ピア10F)

企画運営：株式会社ロフトワーク(Loftwork Inc.)

主催：東京都、東京文化発信プロジェクト室(公益財団法人東京都歴史文化財団)

## 目次

<b>1 チームビルディング</b> ～最適な組み合わせがイノベーションを生む～	6
<b>2 ブレインストーミング</b> ～集合知を形にする方法～	16
<b>3 プロジェクトコンパス</b> ～プロジェクトの羅針盤を作る～	26
<b>4 ラピッドプロトタイプ</b> ～仮説検証のモデルを作る～	36
<b>5 プロトタイプテスト</b> ～ユーザの体験からリーンに学習する～	44
<b>6 プレゼンテーション</b> ～アイデアの魅力を効果的に伝える～	54

# 賢い人間は人の失敗から学ぶ、 愚かな人間は自分の失敗からしか学ばない

CHIAKI HAYASHI



プロジェクトマネジメント協会 (PMI) で耳にした強烈な教えであり、プロジェクトマネジメントの真価を的確に表現しています。「プロジェクト」とは、同じことを繰り返す「定常業務」に対して、独自性があり、いつまでという期日のある仕事をさす単語です。変化の早い今の時代、同じことの反復で構成されている仕事は限られており、私たちの仕事の多くは「プロジェクト」であるといえると思います。

そしてプロジェクトの特徴である「新しいチャレンジ(独自性)」には失敗は付きもの。それでも絶対に成功させたい、させないといけない、そういう挑戦があるはず。そんな時、どうすればいいでしょう?とにかく根性で乗り切る、勘に頼る、経験を積む。日本人が採用しがちなのが、この3つのK(根性、勘、経験)と言われています。でも残念ながらどれも非科学的ですよね。

それに対し、冒頭の教えにあるように「他人のノウハウや経験をひとつの知識体系としてまとめ、失敗を可能な限り防ぐ」ためのフレームワークが、プロジェクトマネジメントです。同じ失敗を繰り返さない。他人の失敗から学ぶ。どれも簡単そうでいて、実行が難しいこと。それを世界中のプロジェクトに関わってきた人間たちが継続的に改善し、体系化しているのだから驚きです。2000年始めにプロジェクトマネジメントの存在を知ってから、この理念の虜になり、講演や書籍、実際の仕事を通じて、クリエイティブ業界におけるプロジェクトマネジメントの導入に取り組んできました。

ところが数年前から、プロジェクト環境に変化を感じ始めました。市場のスピードが速まり、計画をしすぎることがリスクになること、大きな発想の転換が必要な「イノベーション」が求められる場面が増えたことなどです。特に、迅速性(アジリティ)や協働(コラボレーション)という要素は、これからのプロジェクトに欠かせない要素になってきました。実際にアジャイル開発やリーンスタートアップといった次世代の手法や思想が生まれ、アメリカとイギリスでは2012年に政府会計監督機関は政府部門でソフトウェアシステムを構築するための最善の方法として、事前に壮大な計画をたてて数年かけて実行するスタイル(ウォーターフォール型)ではなく、日や週を単位に計画→実行→検証→計画のPDCAサイクルをスピーディに実施し、状況にあわせて小さく具現化していくスタイル(アジャイル型)の採用を推奨するようになりました。

クリエイティブにおけるプロジェクト・フレームワークも、従来のプロジェクトマネジメントの知識を活用しながらも、スピードを高め柔軟性をもたせるための手法や、多様なメンバーの間で優れた化学結合をおこすためのコミュニケーション・スキルなどを加えたものとして進化させる必要を感じました。

プロジェクトをより能動的にデザインし、変化に迅速に対応しながら小さく始めて大きく育てるためのノウハウと実践、それが今回の「プロジェクトデザイン講座」です。プロジェクト管理の基礎知識はおさえつつ、チームビルディング、ラピッド・プロトタイプング、ユーザテストなど、これから重要になる要素を各回で実践します。また、「スピード感」を体感してもらおうのも、この講座の大切な目的のひとつ。6週間にぎゅっと凝縮、たった6週間で、アイデア着想からプロトタイプ作成まで到達できることを、体感してもらいました。全ての講座を通じて、講義は最小限におさえ、参加者が自ら考え、自ら感じてもらうことも大切にしました。「教わるより、学ぶ」というプロジェクトデザインの基本姿勢です。

しかし、その目指すところはプロジェクトマネジメントと変わっていません。必ず成功させたいプロジェクトのために、人から学び、人と学びを共有する。その第一歩として、この講座で学んだ教訓(Lessons learned)を冊子という形で整理して、未来のプロジェクトに繋げたいと思います。

---

## 林 千晶 はやしちあき (米国 NPO クリエイティブ・コモنز 文化担当)

株式会社ロフトワーク代表取締役 1971年生、アラブ首長国育ち。早稲田大学商学部、ボストン大学大学院ジャーナリズム学科卒業。1994年に花王に入社。マーケティング部門に所属し、日用品・化粧品の商品開発、広告プロモーション、販売計画まで幅広く担当。1997年に退社し米国ボストン大学大学院に留学。大学院卒業後は共同通信 NY 支局に勤務、経済担当として米国 IT 企業や起業家とのネットワークを構築。2000年に帰国し、総合制作代理店「ロフトワーク」を起業。16,000人が登録する日本最大級のクリエイターコミュニティ「loftwork.com」を核として、Web 開発、コンテンツ制作、映像、広告プロモーションなど信頼性の高いクリエイティブサービスを提供。またクリエイターとのマスコラボレーションの基盤として、いち早くプロジェクトマネジメント (PMBOK) の知識体系を日本のクリエイティブ業界に導入。米国 PMI 認定 PMP。

# ① TEAM BUILDING

---

チームビルディング

～最適な組み合わせがイノベーションを生む～

# 1 TEAM BUILDING

## 目的

### なぜチームビルディングが必要か？

プロジェクトのチームメンバーは、基本的には都度、適切なメンバーを選定するものです。また、ボランティアベースのプロジェクトでは特に、動機やスキルが多様なメンバーでチームを組むことが多くなります。チームに参加する各個人の能力を最大限に発揮し、スムーズなコミュニケーションを行うためには、序盤での「チームビルディング」が重要です。

プロジェクトマネジメントの知識体系「PMBOK (ピンボック)」に記述してある「チーム育成の4つのプロセス」では、チームは最初から機能するのではなく、一旦「対立」を経て、徐々に機能していくものと説明されています。



チームビルディングのプロセスを通じて、短い時間でチームが「遂行期 / パフォーマンス」の段階に到達できれば、短いプロジェクト期間によりよいものを生み出せるでしょう。メンバーの相互理解を深め、ビジョンを共有するため、さまざまな手法やツールを利用します。

## 実施の効果

- ✓メンバーの「主体性」が生まれる  
(誰かの指示を待つのではなく、メンバーそれぞれが自発的に動くことができるようになる)
- ✓課題解決のスピードが速くなる
- ✓「挑戦の姿勢」が強くなる
- ✓チームワークが生まれる(一人ではできないことが、チームの力を合わせれば解決できる)
- ✓自分をよく知ることができる

## ツールと技法

### 自己紹介シート

初めての人が多い中で自己紹介すると、緊張してしまいがちですが、「自己紹介シート」を事前に準備し、シートを見ながら話せば、落ち着いて話せるでしょう。本講座では、「仕事について」「実現したいプロジェクト、やりたいことについて」「仕事において、大切にしていること」を記入するシートを利用しました。「週末の過ごし方」など、プライベートな質問も、場を和ませるのに効果的です。

プロジェクトデザイン講座・第一回  
自己紹介シート

氏名: \_\_\_\_\_

全6回で作業を行うチームのチーム分けの際に参考させていただきまます。また本日のワークでも使用する予定です。

1: あなたのお仕事について聞かせてください。

2: 実現したいプロジェクト、やりたいことについて教えてください。

3: あなたが仕事において、大切にしていることはなんですか？

### ハーマンモデル

アメリカ GE (ゼネラル・エレクトリック) 社のマネジメント教育の責任者であったネッド・ハーマンによって開発された「ハーマンモデル」は、その人の「脳の特性」や考え方の特徴を定量的に表すツールです。本講座では、項目を簡略化した「簡易ハーマンモデル」を用いて、チーム編成に活用しました。「論理的・冒険的・組織的・人間的」のそれぞれの項目の偏りを見ながら、極力チームメンバーが相互に「強み」を補い合うことができるようなチーム構成を目指します。

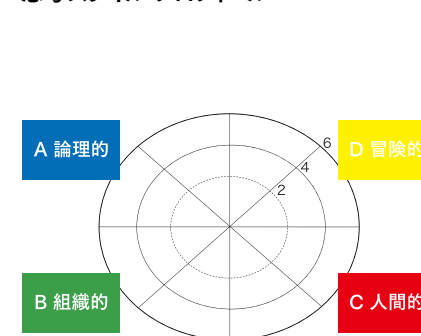
### 思考スタイルチェック

あてはまるもの12個にチェックを入れてください。

<p><b>A</b></p> <input type="checkbox"/> 分析する <input type="checkbox"/> 定量化する <input type="checkbox"/> 論理的 <input type="checkbox"/> 批判的 <input type="checkbox"/> 現実的 <input type="checkbox"/> 数字が好き <input type="checkbox"/> 金銭感覚が鋭い <input type="checkbox"/> 因果関係が分かる	<p><b>B</b></p> <input type="checkbox"/> 推論する <input type="checkbox"/> 想像する <input type="checkbox"/> 山を張る <input type="checkbox"/> リスクを取る <input type="checkbox"/> 衝動的 <input type="checkbox"/> 規則を破る <input type="checkbox"/> 驚きを好む <input type="checkbox"/> 好奇心、遊び
<p><b>C</b></p> <input type="checkbox"/> 予防措置をとる <input type="checkbox"/> 手順を定める <input type="checkbox"/> 物事をやり終える <input type="checkbox"/> 信頼できる <input type="checkbox"/> 組織する <input type="checkbox"/> きちんとしている <input type="checkbox"/> 時間を守る <input type="checkbox"/> 計画する	<p><b>D</b></p> <input type="checkbox"/> 他人の気持ち分かる <input type="checkbox"/> 教えるのが好き <input type="checkbox"/> いろいろなものに触れる <input type="checkbox"/> 人をサポートする <input type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 感情的 <input type="checkbox"/> 話好き <input type="checkbox"/> 感受性豊か

出展: 「ハーマンモデル」(東洋経済新報社) P29

### 思考スタイル プロフィール



### チームに名前をつける

メンバーが決まったら、ぜひ自分たちのチームにユニークな「名前」をつけましょう。名前をつけることでチームに愛着が湧き、より積極的にチームに関与しやすくなります。名前をつける時は、メンバーの共通点や活動のキーワードから連想してアイデアをいくつか出し、皆が共感できるものを選ぶといいでしょう。

### 役割分担を決める

ハーマンモデルの結果や、自己紹介を通じて明らかになった得意分野、やりたいことを考慮して、適切な役割分担を決めます。「役割」の名前にも、チーム名同様、オリジナルな名前をつけてもいいかもしれません。メンバーがお互いに補い合い、責任範囲が明確になるような役割分担が望ましいです。

### オンラインのコミュニケーションインフラを用意する

直接顔を合わせて打合せや議論をする機会は限られています。ミーリングリストをはじめ、Facebook などの SNS、サイボウズ Live などの Web サービスを活用して、日常的なコミュニケーションルールを設定しておきましょう。プロジェクト進捗やタスクの管理には専用ツールを、インフォーマルな（気軽な）やりとりには Twitter を使うなど、いくつかのツールを組み合わせることも効果的です。

### その他のアイデア

- ・ 2 人組でインタビューし、お互いを紹介する「他己紹介」を実施
- ・ 「レゴ」を使って簡単なゲームをする
- ・ 今の気分や自分の特徴などを「漢字一文字」で表現

etc...

### 参考書籍・サイト

『チームビルディング 人と人を「つなぐ」技法』  
堀公俊、加藤彰、加留部貴行 著

『強いチームをつくる技術 — 個と組織を再生する「リチーミング」の 12 テップ』  
ベン・ファーマン、タパニ・アホラ 著

『ファシリテーターの工具箱 — 組織の問題解決に使えるパワーツール 49』  
森時彦、ファシリテーターの道具研究会 著

# REPORT

ゲスト講師：遠藤 真理子 栗栖 良依



## チームビルディング

プロジェクトにとって欠かせないのは「メンバー」。全6回の講座を通して、同じ企画を手がけるチームをつくるのが第一回のテーマです。参加者は事前のアンケートによって、「志向の近い人」で「思考タイプ/技能の違う人」という基準でチームを振り分けられました。同じ課題やテーマは共有できても、アプローチや、参加動機が全く違う多様な人々。どのようにチームをつくり、コミュニケーションの場を設計し、誰がリーダーシップを発揮するのか。「プロジェクトデザイン」のはじまりです。

## Workshop

### 【お題】

チーム名、オリジナルの役割を決める

### 【ポイント】

- ・初対面のメンバーでどうやって方向性を見いだすか
- ・メンバーの個性と特技をいかに引き出し、誰がリーダーシップを取るか
- ・役割分担やネーミングをどう表現するか

\* 事前に2つのアンケートを実施

### 指向性を探る

自己紹介シート：職業、興味・関心・特技、手がけてみたいプロジェクトについて

### 思考タイプを探る

脳タイプ診断シート：「論理的」「組織的」「冒険的」「人間的」の4タイプに振り分け

## ■ 巻き込み上手のPMに聞く、チームビルディングの秘訣

第一回を飾ったゲストは、二名のパワフルな「巻き込み上手」でした。

遠藤真理子さんは、六本木ヒルズのワーカーで運営する早朝プレゼンプロジェクト「Hills Breakfast」の発起人。森ビルのブランディングを手がけていた遠藤さんは、六本木ヒルズという場とそこに集まる人々をイベントで「つなぐ」ことを思いつきました。社長直談判で決行したという企画が、今では毎回200人を集める朝の名物イベントに。

栗栖良依さんは、シャッター街化した地方の商店街を舞台に住民参加型で制作した映画「しゃったあず・4」や、障がい者施設とものづくりからスタートしたブランド「ランデヴープロジェクト SLOW LABEL」等、数々のプロジェクトの立役者。「自分はモノ・コト・ヒトを掛け合わせる、ミツバチのような存在」と、プロジェクトストーリーを紹介されました。

### \* 巻き込み型チームビルディングのポイント

- ・発案者がプロジェクトに込めた想いを常に周囲に発信していくこと
- ・人を巻き込みながら、共感してくれる人と向かい合っていくこと
- ・参加者の個性を生かしながらもリーダーが方向性を明示していくこと

## ■ チーム名と役割もプロジェクトデザインの鍵

ワークショップでは、チームごとに独自のディスカッションが進められました。プロセスも多様なら、アウトプットも個性的。ユニークな名前と役割を持つ、6チームが誕生しました。

### チーム 白船

日本に開国させた黒船に対抗して、海外に情報発信していこうというコンセプトの白船。しっかり笑いをとりながら舵をきる敏腕「船長」を中心に、「営業」、「マーケティング」、「マッチング」を役割分担。一番気になるのは「テーマソング担当」！

### チーム 熱帯低気圧

講座で唯一、男性だけのチーム。「アイドルの“嵐”ほど勢いのない熱帯低気圧」と自虐的に自己紹介しつつも、「リーダー」、「実行隊長」、「クリエイティブディレクター」、「鶴の一声係」、「自由人」と、バランスの良いユニークな担当で構成。

### チーム Mixed Candy

「様々な色や形のあるキャンディが、甘いだけではなく業界の流れをつかみミックスさせていく」というコンセプト。役割は「タイムキーパー」、「アイデア」、「コミュニケーション」、「クリエイティブディレクター」、「パイオニア」。

### チーム Real

「何かやりたい」という共通の気持ちを実現しようというコンセプト。スーツ姿の人が多かったという理由で、役割も会社組織風。「マーケティングオフィサー」、「秘書」、「エバンジェリスト」、「若手ホープ」、「チーフデザインオフィサー」、「万年平社員」で構成。

### チーム ハブン

「ハッピー」をみんなで「発奮」させていくというコンセプトで、何か起こそうという「ハブン」を実行するチーム。役割は「進める人」、「耕す人」、「繋ぐ人」、「広げる人」、「気づく人」。「〇〇する人」というネーミングにしたことが議論のブレイクポイント。

### チーム SHINEZ

全員が会社員だからシャイン！と新しいネーミングのチーム。「UX」、「DTP」、「WEBマスター」、「コミュニケーションデザイン」、「ユーザビリティ」、「アナリスト」とWebやテクノロジーに関わる職種の方が多い様子。

## 伝えるための労力を惜しまない、 コミュニケーションの品質管理

6回の講座、お疲れさまでした！

プロジェクト例としてお話した Hills Breakfast は、つながりや場を生み出すことを目指した、参画型のプロジェクトでした。人と真摯に向き合うことや、他の意見と対峙することの大切さ。そして、巻き込む覚悟とエネルギーこそがプロジェクトの核になること。そんなことが伝わっていれば嬉しいです。

第1回目の Q&A で、林さんからこんな質問がありました。「アイデアを思いついても、カタチにするところでみんなつまづくんだよ。どうしたらうまくいくと思う？」

プロジェクト遂行においては、プロジェクトチーム内でのコミュニケーションや、プロトタイプで仮説の検証を終えたあとも、プロジェクトを誰かに説明する機会が頻繁にあります。そんな時に心がけて持つておくよと思うのが、「伝えるための労力を惜しまないこと」。

成果物や納品物などの目に見えるものと違って、コミュニケーションの品質管理は、知らず知らずのうちにサボりがちなポイントです。例えば、プロジェクトの初期には、ステークホルダーにコンセンサスをとる場面がでてきます。万全にパワポ資料を準備してひと通り説明をしたところ、反応はバラバラ。結局アイデアが前に進まず、つまづいてしまった。そんなケースはよくあります。でも、「伝わる」までが「伝える」ことだと考えたら、相手によってコミュニケーションの方法は変わって当然ですよ。相手のリテラシー具合によって、資料を数パターン用意したり、説明の機会を分けてみる。あるいは、大きな発言力をもつステークホルダーを、あえてワークショップやプレストなどのプロセスに巻き込んでみる。ちょっと面倒くさいな、手間がかかるな、と思いがちなポイントで頑張れるかどうか、つまづかずかつまづかないかの分かれ目な気がします。

プロジェクトは絶対に1人ではできません。むしろ人の力をどんどん借りて、他力本願でカタチにするぐらいの気持ちでいた方がうまくいきます。ただ、他力が間違ったベクトルに進んでしまえば本末転倒。そんな時に手綱を締められるかどうかは、コミュニケーションのクオリティにかかっています。基本的なスタンスで言えば、メールで済ませず、会いに行く。足を運ぶ。ラクしない。ちゃんと対話しに行く。今は素晴らしいことに、人と金を集める仕組みさえも自分で作れる時代です。だからこそ、伝える労力を惜しまず仲間を増やしていくことさえできれば、プロジェクトの目標達成は高まるのではないのでしょうか。

プロジェクトデザインの知識体系が言語化され、ステークホルダーと共有できたら、プロジェクトの実現はグンと近くなるだろうなと感じます。だからまずは、ここで学んだことを自分だけの

MARIKO ENDO



知識にとどめず、シェアしていくことが、次のプロジェクトをカタチにする第一歩かもしれません。ワークショップを開いてみるとか、有志での勉強会をやってみるとか。「情報共有です」とリンクだけ送るのではなく、サボらずに、相手に「伝わる」まで伝えることから始めていくと、いいことが起きるかもしれませんよ！



### 遠藤 真理子 えんどう まりこ

東京生まれ。幼少の頃からオーストラリア、アメリカ、フランスで生活する。外資系広告代理店にてブランドマネジメントの経験を重ねたのち、2012年5月まで森ビルに在籍。六本木ヒルズのブランディングとコミュニケーションに携わる。デミアン・ハーストを起用した六本木ヒルズの5周年広告、上海環球金融中心(Shanghai World Financial Center)のオープニングプロモーションのほか、Hills Breakfast など新規プロジェクトの立ち上げ・運営を担当。大切にしていることは、アイデアの尊重。人生の目標は、より幅広く、より豊かで、より自由な生活領域を生きること。



## 失敗を恐れずに、 とりあえず動く事！

職業を聞かれば「ムショク」と答えたくない。特定の「職種」にこだわらない、「無色」な存在で活動しているからだ。10年くらい前、そんな答えは誰も相手にしてはくれなかったかもしれない。でも、あらゆるものがコンパクト化の傾向を辿っている今、その凝縮した個と個をつなげる存在として、「ムショク」が役に立つ場面が多々あるようだ。これまで、数々のプロジェクトをデザインしてきたと思う。



2009年には、越後妻有アートトリエンナーレで、十日町商店街を舞台とした『しゃったあず・4』という映画を製作した。このプロジェクトは単なる映画製作ではなく、厳しい自然にさらされた商店街を映像という記録に収めながら、その街に暮らす人々の中に新しい記憶をつくるという試みだ。2011年には、神山アーティスト・イン・レジデンスで、『神山農響楽団』という作品を製作した。アメリカのオフ・ブロードウェイで不動の人気をもつパフォーマンス集団 STOMP で活躍していたパフォーマーを徳島県神山町に一定期間滞在させ、彼の表現と阿波踊りを融合し、地元の人々にパフォーマーとして参加してもらおうという試みだ。今、主に取り組んでいるプロジェクトとしては、『スローレーベル』という活動がある。これは、2009年より、横浜市の象の鼻テラス（企画・運営：スパイラル／株式会社ワコールアートセンター）の事業としてはじまった、ア

YOSHIE KURISU



ーティストと障がい者や職人たちとのコラボレーションによる、ユニークなものづくりだ。ここでは、マ스プロダクトでもクラフトでもない、マスカRAFTという手仕事によるものづくりのプラットフォームづくりに取り組んでいる。つまり、市民参加型のものづくりだ。

こうして見てみると、わたしのプロジェクトの多くは「市民」、いわゆる素人さんを巻き込むことに特徴がある。それは、もっと気軽に、生活と身近なところでアートを楽しんでもらいたいという想いの結果なのかもしれない。けれども、そんな大量の素人さんを巻き込むプロジェクトは、いつも失敗の連続で、そこから学び、工夫をし、その過程はアートではなくデザインに近い。



今回、このプロジェクトデザイン講座に参加したみなさんは、何かしらのプロジェクトのアイデアがあったり、または漠然とはしているが、プロジェクトを仕掛けてみたい人々なのだろう。そんなみなさんにメッセージを送るとするならば、失敗を恐れずに、とりあえず動く事！綿密な計画を立てて、リスクを計算すればするほど、一歩を踏み出しづらくなる。それでも、一歩を踏み出さないことには、何も始まらないから。失敗しながら、工夫していくこと、それがプロジェクトをデザインすることだと思う。

### 栗栖 良依 くりす よしえ

美術・演劇・イベント・製造と横断的に各業界を渡り歩いた後、イタリアのドムスアカデミーにてビジネスデザイン修士取得。その後、東京とミラノを拠点に世界各国を旅しながら、様々な業種の専門家や企業と、対話による新しい体験価値の創造に取り組む。近年は市民参加型のソーシャルエンターテインメント作品『しゃったあず・4』（新潟県・十日町市）、『神山農響楽団』（徳島県・神山町）のプロデュースや、手づくり雑貨ブランド『スローレーベル』のディレクターを務める。

## ② BRAINSTORMING

---

ブレインストーミング

～集合知を形にする方法～

## 2 BRAINSTORMING

### 目的

#### なぜブレインストーミングが必要か？

プロジェクトの企画をしている時など、何か「アイデアを出す」ことに集中したいときは、身近な仲間を誘ってブレインストーミングをやってみましょう。一人で考えて出せるアイデアには限界がありますが、自分以外の人と一緒にアイデアを練り、多様な他者の視点を入れることで、ひとりではできない発想をすることが可能になるでしょう。日常的にブレインストーミングを行っている、仲間の力を利用してアイデアを出す「基礎体力」のようなものが身につきます。

ブレインストーミングの進め方には、さまざまなスタイルの「原則」や「ルール」がありますが、中でも本講座第2回で紹介された、「HUB TOKYO」流のルールを紹介します。

1 目的を適切に設定、参加者でシェアする

2 終了時間を決める

3 明文化する

4 アイデアを多く出す

5 アイデアからストレッチする

6 体も動かす

7 あらゆるものを使う、観察する

中でも重要なのは、出てきたアイデアを「否定・批判しない」とこと、出てきたアイデアに「触発」されることで、アイデアを「数多く出す」ことです。一度アイデアを完全に発散させ、その後アイデアを徐々に収束させるプロセスを踏むことによって、企画の幅を広げ、質を高めることができるでしょう。

### 実施の効果

- ✓ 自分一人では生み出せないような、創造的なアイデアを生み出す可能性がある
- ✓ アイデア出しのスピードが上がり、ミーティングの生産性が高まる
- ✓ ミーティングを刺激的に、楽しく進めることができる

etc...

### ツールと技法

#### わくわくする小道具を準備する

ブレインストーミングでは「道具」にこだわることも大事です。普通の黒のサインペンとA4のコピー用紙でもできますが、創造性が刺激されるようなカラフルな道具を用意すると、モチベーションも上がります。ロフトワークでは、次のアイテムを組み合わせた「プレストセット」を複数組用意し、ミーティングのたびに持ち出して使っています。

#### ロフトワークの「プレストセット」



水性ペン  
(細字ブロッカー 8色セット)



付箋紙 5色組  
(75mm 四方)



いろいろな  
かわいいシール



カラフルな  
メンディングテープ

#### KJ法

親和図法とも呼ばれるKJ法は、付箋紙に書き出したアイデアを「似たものを近くに置く」「グルーピングして見出しをつける」というシンプルなルールに基づいて整理する手法です。一通りアイデアを発散させた後でKJ法を行い、徐々にアイデアを塊にしていき、塊同士の関係性を整理しながら、鍵となるストーリーを発見していきます。

#### シール投票 (Dot Voting)

シールを使った投票は、出てきたアイデアに優先順位をつけるのに効果的な手法です。例えば1人あたり3～5枚のシールを持って、良いと思うアイデアにシールを貼っていきます。シールをより多く集めたアイデアほど、メンバーの共感性が高いアイデアということです。また、シールを何種類か用意し、「赤は5点、黄色は3点、青は1点」など、重み付けをすることで、より優先順位を鮮明にすることもできます。

### グラフィックファシリテーション

付箋紙を使う方法以外にも、大きな模造紙や壁を利用し、「グラフィック」を使って議論をまとめていく手法もあります。「グラフィックファシリテーション」と呼ばれる方法では、色とりどりのペンや記号、ピクトグラムを使いながら、ミーティングで出てきたアイデアを書き取り、議論をまとめていきます。



出典：[www.opencu.com/2012/07/iguchinaho/](http://www.opencu.com/2012/07/iguchinaho/)

### SCAMPER 法

強制的に数多くのアイデアを出す方法として、48の質問からなる「SCAMPER のリスト」があります。SCAMPERとは、Substitute（代える、代用する）、Combine（組み合わせる）、Adapt（適応させる）…などの質問カテゴリーの頭文字をとったもので、それぞれ「何かほかに、これに似たものはないか」「何を取り除くことができるか、省略することができるか」「逆にしたらどうなるか」など、思考を拡張させる質問が載っています。この質問群を使って、考えが及ばなかった範囲にも思考を巡らすことができます。

### 参考書籍・サイト

『ゲームストーミング — 会議、チーム、プロジェクトを成功へと導く87のゲーム』  
Dave Gray, Sunni Brown, James Macanujo 著

『考具 — 考えるための道具、持っていますか？』  
加藤昌治 著

『発想する会社！  
— 世界最高のデザイン・ファーム IDEO に学ぶイノベーションの技法』  
トム・ケリー、ジョナサン・リットマン 著

# REPORT

ゲスト講師：植屋 詩野 片口 美保子



## ブレインストーミング

プロジェクトメンバーのアイデアをどのように引き出し、ファシリテーションしていくべきか。集合知を形にしていくためには、心を開いて意見をぶつけ合えるチームビルディングが必要です。その上で、それぞれが自分の意見を主張しながらも、意見の“粒度”を上げ、イメージをより細かな単位で具体的な形にしていくテクニックも求められます。基本でありながら難しい、「ブレスト」に挑戦しました。

## Workshop

### 【お題】

チームで手がける「プロジェクト」の内容を決める

### 【方法】

1. チームのファシリテーターを決める
2. 前半 30 分間：それぞれ持ち寄った企画やテーマを出し合い、アイデアを広げる
3. 後半 15 分間：膨らんだアイデアを収束させながら、プロジェクトの具体的な内容まで落とし込む

### 【ポイント】

- ・ファシリテーターは各アイデアを客観的にジャッジし、ラベリングし、マッピングしていく
- ・メンバーはファシリテーターに話すようにして、意見はみんなで聞く
- ・アイデアは付箋に書いて動かしたり、矢印でつないで動かせるようにする
- ・上位概念や共通点を見つけアイデアを発散する
- ・発散の時間はどんどん言葉や線を増やしていく

## ■ 世界で唯一の、グローバル コワーキングスペースから学ぶ

ゲスト講師の植谷さん、片口さんが手がけているのは、世界中約 30 カ所に展開するコワーキングスペースネットワーク『HUB』の東京拠点設立プロジェクト。世界中のイノベーターが集まる“秘密基地”HUB 流アイデア発想法や、プレストの秘訣を伝授いただきました。

世界の HUB では、数日間かけて数十人～数百人が集まり、リレー形式でプレストを展開することも。初めての人も参加しやすく、議論の途中からでも価値ある提案ができる様々な仕掛けが実践されています。

例えば、議論の経過をまとめたホワイトボードを見れば、メンバーが変わってもテーマを引き継げる「議論をバトンしていく仕組み」。また、ファシリテーター、ソーシャルメディアでの中継 & 意見収集役、議論の面白い部分をコミック化していくカートゥニスト等「アイデアを刺激するスペシャリスト」を盛り込むのも HUB 流。アイデアを出し合い共通点を探っていく中で、どの項目にもつながられないような単語がでてきた場合、「パーキング」エリアにプールさせておく、という手法もユニークでした。

## ■ 実践！プレストでアイデアの発散・構造化・収束

アイデア出しもファシリテーションも、簡単なようで深いもの。まだ出会って日の浅いチームでのプレストはなかなか難しかったようです。一部のチームのプロセスとアウトプットを紹介します。

### コンセプトビジュアルから“出航”、「ホットジャパン」を目指す（チーム白船）

**プロセス：**チーム名である船の絵を描くところからスタートし、付箋にアイデアを書いて共通点ごとに群を作るスタイルで展開。

**ポイント：**最初に船出発点に絵を描いたことで、チームの方向性がイメージとしてシェアしやすくなり、コンセプトもスタートからブレのない、腑に落ちるものに。テーマは、「クールジャパン」に対抗して「ホットジャパン」。日本のクリエイティブを海外に発信していくプロジェクトを目指します。



### 2人ファシリテーター体制、「自分の力で生きる」をテーマに詳細化（チーム Mixed Candy）

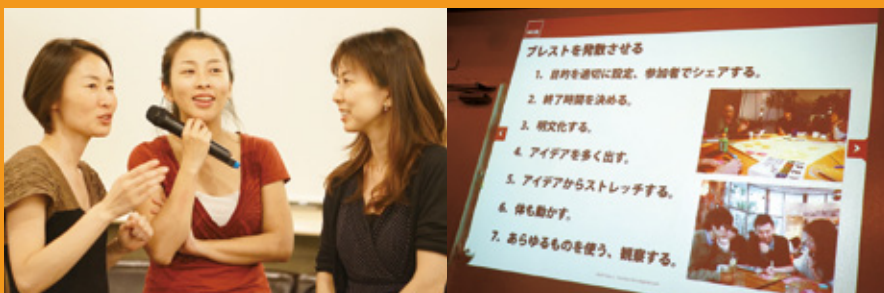
**プロセス：**メンバーそれぞれがキーワードを貼っていきま。繋がりが生まれたら、線を描き、共通点は横に直接書き出していきました。2人のファシリテーターがメンバーに問題提起するかたちで進行していきました。

**ポイント：**テーマは「自分の力で生きる」ために人の資源を繋げること。ただ、抽象的な単語が多かったため言語化できていない部分があり時間が足りなかったようです。みんなのイメージに共通する言葉でより具体的な方向性を明文化していくことが課題となりました。



## ブレインストーミングも一つのアート（道）

仕事帰りのはずなのに、プロジェクトデザイン講座受講メンバーの方のいきいきと輝いた目。第2回目の講座とは思えないほどの場の弾んだ空気感。これが loftwork Lab で講座が始まった時に感じた印象と何かが起こりそうなくわくわくする期待感です。Hub Tokyo としては、ブレインストーミング～集合知を形にする方法～プレスト、プロジェクトコンパス～プロジェクトの羅針盤を作るの回にゲスト参加させて頂きました。



講座では、ブレインストーミングの基本の「き」の文字通り、基本についてから始まりました。目的を適切に設定する、終了時間を決める、すべて明文化する、アイデアを多く出す、アイデアからストレッチする、…など、聞いてみると、とてもシンプルで当たり前のことに聞こえます。でも付箋とペンがあればできてしまうこのシンプルなもの程、結果や差が歴然とし、難しいのかもしれない。それぞれのチームに加わってみると、各論に陥って討論しているチーム、アイデアがさらにアイデアを生んでいるチーム、ターゲットが定まりきれていないチームと、様々です。



ここでわかったことは、ブレインストーミングも一つのアート（道）で、スキルのように上達できるものということ。誰がファシリテーションをするのか、あるアイデアから次の活発なアイデアが出

## MIHOKO KATAGUCHI



るのか、全体を鳥瞰して見ている人、相手のアイデアまで引き出す人など、ブレインストーミングが発展しているチームは特徴がありました。ファシリテーターを中心にしながら、万遍なく全員が発言し、シェアと発散をバランスよくしている。遠慮や上下関係、あの人が詳しいなんて考えていたら、そこでチームの成長はストップし、いいアイデア、まして結果など出てきませんね。チームとしても個人としても場数を踏み、失敗することも経験しながら、鍛えられることが出来、ブレインストーミングがイノベーションさえ生み出す最初の起爆剤になりうるのです。

チームは個人に勝ると言いますが、イノベーションは活気あるチームから生まれ、チームは情熱を持った個人から組成されています。ブレインストーミングは最良のアイデアを出す為のツールだけでなく、強く多面性を持つチームを育てるものなのです。



今まで何となくブレインストーミングをしてきた方は、今度から基本を振り返りながら情熱を込めてやってみると、チームのパフォーマンスや雰囲気まで変わってくるかもしれません。そしてその場や雰囲気を皆で創ることが大事なのは言うまでもありません。プロジェクトデザイン講座は、loftwork Lab という舞台上、受講者からロフトワークの皆様、ゲストそれぞれが全員が役を持った映画のような2時間でした。

### 片口 美保子 かたぐち みほこ (Hub Tokyo Co-Founder COO)

「Hub Tokyo」のファウンディングチームにてオペレーションを担当。株式会社 Hub Tokyo 取締役。前職では外資系金融会社にて秘書職に従事。かたわらソーシャルベンチャーパートナーズ東京に所属、社会的な課題の解決に取り組む革新的な事業家や団体の支援に携わる。社会的な事業や関わる現場の人と既存制度の乖離、企業の在り方に疑問を持ち、それらを繋ぐエコシステムやソーシャルファイナンスの育成を目指し活動中。

# ③ PROJECT COMPASS

---

プロジェクトコンパス  
～プロジェクトの羅針盤を作る～

目的

なぜプロジェクトコンパスが必要か？

ブレインストーミング等を通じてアイデアを出し合い、プロジェクトの方向性が見えてきたら、具体的な作業に入る前に、プロジェクト成功のために必要なものやらなければいけないことの全容を洗い出し、メンバー全員で共有します。

というのも、「こういうものが作りたい」という方向性が決まっただけでは不十分なのです。つまり、スケジュールやコストはおろか、何をもちってプロジェクトの成功・ゴールとするのかさえメンバー間で共通認識を持っていない状態でスタートをすれば、プロジェクト途中で矛盾が表出し、方向性の大きな変更を迫られる、というケースが生じます。結果として、プロジェクトのゴールにたどり着けない、ということにもなりかねません。

そこで、プロジェクトの立上げ時にまず、プロジェクトの全容を洗い出し、メンバー間で方向性を具体化する、という作業が必要になってくるわけです。これがプロジェクトの「コンパス（羅針盤）」であり、プロジェクト全体の航海図となります。プロジェクトの途中で何かしら選択や判断が必要になることがあるでしょう。そんなときはこのコンパスが、選択や判断の指針となり、再度、プロジェクトを前向き進めて行く助けとなります。

なお、「プロジェクトコンパス」を作成するにあたっては、プロジェクトの各要素を過不足なく、ひと通り検討する必要があります。自分の不得意な領域はついつい検討から省きがちですが、その検討もれが、プロジェクトのリスクの原因となりえます。必ず、REPORT (p.35) で後述する9つの領域について検討することが必要です。

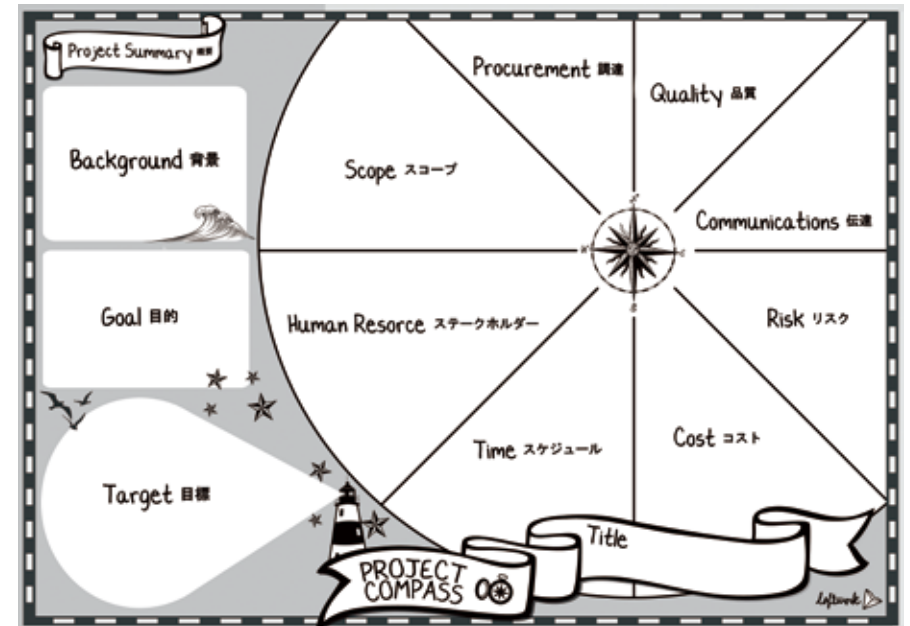
実施の効果

- ✓ プロジェクトのゴールを明確に共有することで、メンバー間での目標共有ができる
- ✓ スケジュールやコスト、品質等次に検討する要素のベースラインができる
- ✓ 必要な各要素をまんべんなく検討することで、後々発生しそうなトラブルを回避できる etc...

ツールと技法

フォーマットを利用する

世界的なプロジェクトマネジメントの知識体系「PMBOK（ピンボック）」は、「9つの知識エリア」を定義し、各エリアについて検討が必要であるとしています。この9つの知識エリアを過不足なく検討するためのフォーマットが、本講座で利用した「プロジェクトコンパスシート」です。各マスを埋めて行くことで、必要な要素をもれなく検討することが可能となります。



プロジェクトのゴールは「SMART」に考える

プロジェクト後のゴールは、定量的で客観的な指標として設定します。そのためのガイドラインとなるのが「SMART」の原則です。「Specific(具体的)」「Measurable(測定可能)」「Accurate(正確)」「Realistic and Tangible(現実性と実体性)」「Time bound(有期)」を満たしていれば、適切なゴール設定といえます。



## 過去のプロジェクトを参考にする

過去に同じような規模やターゲットのプロジェクトの経験等があれば、コンパスを埋めて行く際に参考になります。また、自身に経験がなくとも、経験者に意見を求めることは大変有益です。

## プロジェクトに名前をつける

プロジェクトに名前をつけることはチームに一体感をもたらします。チームメンバーで相談し、プロジェクトを盛り上げる名前をつけましょう。

## 参考書籍・サイト

『Web プロジェクトマネジメント標準』

林千晶・高橋宏祐 著

『失敗しない Web 制作 プロジェクト監理のタテマエと実践』

みどりかわえみこ 著

『A Guide to the Project Management Body of Knowledge:  
Official Japanese Translation』

(プロジェクトマネジメント 知識体系ガイド PMBOK ガイド)

Project Management Institute 著

# REPORT

ゲスト講師：植屋 詩野 片口 美保子



## プロジェクトコンパス

チームで何を実現するのか。それがプロジェクトの「コンパス（羅針盤）」です。プロジェクトデザインにおいて、重要なのは「何を、何のために、誰とやりたいのか？」ということ。そして、それをプロジェクトメンバー全員と共有すること。今回はプロジェクトコンパスシートをベースに、目的、調達すべきもの、リスク…等、プロジェクトにおけるあらゆる要素を網羅し、共有することに挑戦しました。

## Workshop

### 【お題】

プロジェクトの方向性を具体化するプロジェクトコンパスシートを作成する

### 【ポイント】

- ・小さなことから具体的に決めていくこと
- ・想定されることはすべて書き出していくこと

## ■ プロジェクトを定義する「9つの知識エリア」で全容を把握

プロジェクトデザインは、世界的なプロジェクトマネジメントの知識体系「PMBOK（ピンボック）」をベースにしています。プロジェクトコンパスシートの項目も、PMBOK で定義されている「9つの知識エリア」を網羅しており、全てを埋めることでプロジェクトの方向性からリスクまで、全容を把握できるようになっています。

### 1 プロジェクト統合マネジメント

達成したい目的と、目的到達するための目標を決める

### 2 プロジェクト・スコープ・マネジメント

～成果物や作業範囲の定義～  
前提や制約条件と共に「やらなくていいこと」も見える化する

### 3 プロジェクト・タイム・マネジメント

～スケジュールの作成・管理を定義～  
マイルストーンの設定、クリティカルパスの認識を共有する

### 4 プロジェクト・コスト・マネジメント

～関連費用を見積もる～  
見積りの方法・精度に注意し、バッファもあらかじめ想定しておく

### 5 プロジェクト品質マネジメント

～成果物の完成度、達成プロセスを計画～  
ベンチマークの設定、達成される品質レベルも定義する

### 6 プロジェクト人的資源マネジメント

～チーム体制の計画～  
プロジェクトマネージャーの人脈力、メンバーの役割と責任を可視化

### 7 プロジェクト・コミュニケーション・マネジメント

～手法を定義～  
ステークホルダー分析、コミュニケーションの手法やルートも整理

### 8 プロジェクト・リスク・マネジメント

～リスクと対処方法の計画～  
既知 / 未知のリスクを可能な限り洗い出す、リスクに優先順位をつける

### 9 プロジェクト調達マネジメント

～外部発注や契約に関わる事項を定義～

## ■ 大きなプロジェクトこそ、小さなことから考える。「MVP」を大事に

ワークショップでは、最後までシートが埋まらなかったチームもありました。林からのヒントは、「議論の大きさに変化をつけてみること」。壮大なプロジェクト全ての問題にとりかかるとは、例えば「50万円の予算で2週間後にスタートする場合、何からはじめるべきか」など、具体的で手の届く範囲から全体像を考える手法もあります。

「また、ポイントは“MVP”を意識することです。“Maximum Visual Presentation（完璧な企画書）”ではなく“Minimum Viable Product（実用最小限のモノ）”を常に求めましょう」

### \* MVP の考え方

- ・荒くてもよいのでコアを体感できる“モノ”（プロトタイプ）を作ること
- ・小さなことの積重ねの方が、常に軌道修正しやすい
- ・「ああ、まだこれ出したくない…」という状態での提出するのがベスト

プロジェクトコンパスを設計するのは、想像以上に時間も手間もかかります。しかし、プロジェクトの過程で課題にぶつかるたびに何度もコンパスと向き合い、MVP を作っていくことで、人を巻き込む力も強くなるのです。

## 怖がらずにどんどん 自由にアイデアを出す

第二回からの参加で、チームが既にホットな状態になったところから、ファシリテーションを担当させて頂きました。チームの名前が個々にユニークで、1回目の講座で既にチーム内に一体感が生まれていることを示していました。でも、まだちょっとごちない。そんな様子を感じ取って、即興で様々なプレストのフォーマットを投げかける形になりました。

事前打ち合わせでは、ロフトワークのスタッフの方々と、「チームがまだ完全に出来上がっていないだろうから、自分達のやりたいことをクリアにし、チーム内で理解しあって、シェアするための回にしよう」と話し合いました。当日、loftwork Lab を初めて拝見し、改めて、アイデア作りのために作られたという空間の設計に感動。「ここでファシリテーションができるなら、広いスペース、広いホワイトボードが使えるし…」という欲張りも出てきて、「なんだったら、アイデアをマップしていきましょう!」と勢いづきました。

自由に、限界をきめずに、どんどん思ったアイデアを書いて行く。それによって、視覚的にも、アイデアがどんどん広がって、自分達がきちんとアイデアを「建設」していていることが体感できるはず。そんな効果を狙ったファシリテーションでした。実は、これに似たことを私もインドの農村部でやったりしていたんです。誰でも出来る、とっても簡単なアイデア構築方法です。

そしたら、「ここ壁にかけのよ!」とエキサイトした林さん。ならば、と壁いっぱいみなさんにアイデアを書きなぐってもらおう!そのくらい、自分を解放してもらおう!という話になりました。最初はみなさん、「プレストしたことない」とブツブツ言いながら、「こうするんですか?」「ああするんですか?」「これでいいですか?」「これじゃだめですか?」と聞いていましたが、正直言って、プレストは自由にやればやるだけ実がなるもの。基本的なルールとして「否定しない」とか「相手の意見をよく聞く」ということをお伝えしましたが、もう、ここから先はやってもらって、アイデアがどんどん繋がって、シナジーが起こったり、理解しあったり、ヒラメキが発生する瞬間を体験してもらえない!ということで、スパルタ式でしたが、みなさんに「はいはい、とにかく何でもいいから、アイデア書いて」と尻たたきをして回りました(笑)

次第に場が暖まってくると、皆さんのチームの中での声が大きく聞こえてきます。一つ一つのチームを回ってみると、チームの中のメンバーをまだ信用しきれていないのか、アイデアを否定とも肯定とも思えない「なんとなく」な雰囲気話していたり、相手の意見をきっちり聞き取れていなくて変な方向へアイデアが発展していったり、みなさんのメンタリティがアイデア構築に顕著に現れてくるのが感じ取れました。

その後、みなさんが飲み会へ。恐らく、その1週間で色んな変化が起きたんですね。翌週のプレストは、さらに具体的に落とし込む。前の週に出していた課題は、「自分達でつけたやりたいことを実現するには、を考えて、似たビジネスモデルや、対象となるユーザー等を観察してきて、気づきをシェアしてください」というもの。みなさん、写真や図、色んなアイデアやケーススタディを持ち寄っ

SHINO TSUCHIYA



ていました。ここにも、それぞれのキャラが浮き立っていました。アーティスト的な感覚をもった方が多いチームは、絵で表現していましたし、一方で、ケーススタディやなんらかの理論などを持ってきていた人も居ました。この多様性が面白いですし、みなさんが刺激を与え合っているのが見えました。

その後の1時間はあっという間。皆さんがわいわい言いながら、自分達が目指すべきビジネスは何かを具体的に考え始めました。面白かったのは次第に意見を言う人が変わってきたこと。女性がどんどん意見が強くなっていったインシアティブをとりはじめたり(笑)、アイデアを書き出すプロセスも多種多様に变化していった、先週まで「プレストしたことない」とブツブツ言っていた人たちには見えません。(笑)

今回の2回の連続講座に参加させていただき、こちらも沢山学ぶことが多かったなあと感じたのは、チーム組成とアイデアの質や発展方法が、とても関係しているということ。一方、私たちからお伝えしたかったのは、怖がらずにどんどん自由にアイデアを出すことの楽しさ、誰も否定しないし、誰もリミットをかけない中で自分の正直な部分をさらけだしながら、他人と会話するという経験、を楽しんでもらいたかったのです。手法は後回し。

Hub はコラボレーションを生み出すピークルとして存在しようとしています。実は、その中でうごめく人達のメンタリティやチーム組成が一番大事だと考えています。できれば、チームが一番心地よい状態で、チームメンバー同士がお互いを信頼して、アイデアを話し合えること、そしてそれが時には「人生とは」とか「なんでこの仕事しているんだろう」とか、根本的なところまで落ちて行って、それがアイデアの根源になっていくこと。そんなことを感じて欲しかったと思っています。特に「日本を元気にする」「日本の誇りを回復したい」というアイデアが多かったのも、色々な意味で、こうした皆さんのメンタリティの現れだったと思います。今回のプロジェクトデザイン講座では、参加された皆さんがちょっとした実験台に(!)なって、このメンタルの変化やアイデアを出して行く方法まで、試行錯誤されていくのを観察することができ、とても面白かったです。失礼ながら、本当に勉強させて頂きました!

### 槌屋 詩野 つちやしの (Hub Tokyo Co-Founder CEO)

社会イノベーター達が集う場「Hub Tokyo」のファウンディングチームのイニシエーターとして活動。株式会社 Hub Tokyo 代表。学生時代以降、日本とグローバルな市民社会の連携の場で活動。また、コンサルタントとして日系企業のソーシャル領域での新規事業開発や組織変革プロジェクトを数多く手がける。専門は途上国の社会起業事情 (BOP ビジネス) とソーシャルな事業をビジネス化すること。執筆は「MS.BOP の新興国ソーシャルビジネス最前線」「世界を変えるデザイン〜ものづくりには夢がある〜」(英治出版、監訳) など。

# ④ PROTOTYPE TEST

---

ラピッドプロトタイプ

～仮説検証のモデルを作る～

## 4 PROTOTYPE TEST

### 目的

#### なぜラピッドプロトタイプが必要か？

プロトタイプとはデモンストレーションや検証を目的として作成する試作品のことです。プロジェクトを進めてゆく中で計画や要件定義に時間を割きすぎて、いざプロダクトが出来上がってみると直したい部分が山のように、でももう引き返せない、なんて経験をしたことがある人は多いと思います。

「神は細部に宿る」という言葉がありますが、「アイデアはプロダクトの細部に宿っていなければなりません」。でもそのアイデア自体はどうなのか？また、プロダクトに本当に宿っているのか？そんな不安はものを作っていき過程でいつも付きまといます。

天才であれば、革新的なアイデアをそのまま実現するだけで成功を収めることが出来るかも知れません。しかし、殆どの人々はそうではありません。

元々良くないアイデアに対してどれだけタイムとコストを注ぎ込んでもプロジェクトは失敗に終わります。そのような事態を避けるためには、プロトタイプでデモンストレーションやユーザビリティの検証を早期に行うことが効果的です。

プロトタイプはそのプロダクトに関係する全ての人たちと体験を軸にしたコラボレーションを可能にします。実際に使用、もしくは視聴することが出来るので誰でもその「体験」を語る事が出来るからです。そして、その体験はつくる側の「学び」を生み、それが「改善」に繋がります。このフィードバックループによって“アイデア自体”や“そのアイデアがプロダクトに体现されているかどうか”を検証し、軌道修正し続けることが出来るのです。

### 実施の効果

- ✓ プロジェクトの価値を言葉ではなく、体験として伝えることが出来る
- ✓ 誰でもプロジェクトに参加させることが出来る
- ✓ 多角的な視点の検証から学習し、作り手側の思い込みを軌道修正できる
- ✓ フィードバックをすぐに得られるので、メンバーのモチベーションを維持出来る
- ✓ ダメなアイデアに多大なコストとタイムを投下するリスクを防ぐ
- ✓ プロジェクト終盤で大きな修正が出来ない、などのケースを防ぐ
- ✓ 実践的な学習とモノ作りで子供の遊びのように作り手の創造力を最大限解放する

etc...

### ツールと技法

#### ストーリーボード

プロトタイプは必ずしも実際のプロダクトやサービスの試作品である必要はありません。アイデア自体の価値が仮説通りに受け入れられるかどうかを検証するためのプロトタイプとして、実際の利用シーンやユーザーにとってのメリットなどを紙芝居や映像などの形式で端的に紹介するストーリーボード形式も効果的です。映像は表現力が高いため3～6分で説得力を持ってストーリーを伝えることが出来、かつ SNS などで拡散が可能のためオススメです。



出典：Common Craft Twitter in Plain English

#### ハイテク工作マシン

元ワイアード誌の US 版編集長クリス・アンダーソンは書籍『MAKERS』の中で 3D プリンターは“何でも生み出す魔法の杖になる”と語っています。たしかに、3D プリンターをはじめとしたハイテク工作マシンはデータさえあれば、それをすぐにリアルなオブジェクトに変換することができる魔法のツールです。本講座では、ゲスト講師の渡辺ゆうかさんが FabLab 渋谷から借りたデジタルマシンや、FabCafe のレーザーカッターでデザインデータを基に刺繍を起こしたり、木のパズルを作ったり様々なプロトタイプをその場で作りました。



fabcafe のレーザーカッター

### その他のプロトタイピングの例

- 作りたいものがリリースされた時を想定し「プレスリリース」を書いてみる
- 作りたいものを告知する「ポスター」をデザインしてみる
- 「ペーパープロトタイピング」で紙に Web ページやアプリなどのインターフェースを書き込んでみる

etc...

### 参考書籍・サイト

『MIT メディアラボ 魔法のイノベーション・パワー』  
フランク モス 著

『MAKERS — 21 世紀の産業革命が始まる』  
クリス・アンダーソン 著

『リーン・スタートアップ — ムダのない起業プロセスでイノベーションを生み出す』  
エリック・リース著

# REPORT

ゲスト講師：渡辺 ゆうか (FabLabKamakura, LLC)



## ラピッドプロトタイプ

プロジェクトをどのように進め、実現させ、成功させるか。思い描いたコンパス通りに進めていくには、早い段階での効果検証が必要です。いきなり壮大なプロジェクト全ての問題にとりかかるとは、完璧でなくてもいいから、早く動き出すことで、常に軌道修正できる小さな積み重ねを作っていきます。具体的で手の届く範囲から全体像を固めて行くために、プロジェクトのコアを体感できるような「プロトタイプ」作りに挑戦しました。

## Workshop

### 【お題】

プロジェクトの価値を伝える「プロトタイプ」を何で表現するか決め、形に落とす

### 【方法】

1. それぞれ持ち寄った表現方法のアイデアを出し合い、ディスカッションを行う
2. テーマをもとにプロトタイプを作成する

### 【ポイント】

- ・特定の課題にフォーカスすることで、ミニマムな単位の課題を設定する
- ・先端動向に敏感で、情報収集を自ら行い、他の消費者人たちに影響力のある「アーリーアダプター」を具体的なターゲットとして意識してみる
- ・プロジェクトのコアを伝えられる素材を選ぶ
- ・材料の選択、表現手法は自由なので、既存の表現に縛られない
- ・プロトタイプに触れるユーザーを中心に考える

## ■ 次世代のものづくり現場から「プロトタイプ」作りを学ぶ

ゲスト講師は『FabLab Kamakura』の渡辺ゆうかさん。FabLab は 3次元プリンタやカッティングマシンなどの最先端技術の機械を備える実験工房。日々プロトタイプを作り続けている現場での、アイデアの化学反応の仕組みを紹介いただきました。

『FabLab』は失敗できる場所を提供することで、完成形をつくることそのものではなく、アイデアを形にすることを実践しています。同じデータでも素材を変えるだけで見え方が全く違ってきたり、素材の特性で新しい発見があったりと日々新しい学びが生まれています。

自分の手で自分のほしいものをつくる『パーソナルファブリケーション』という考え方のもとに、次世代のものづくりの「インフラ」として機能しています。ものづくりをソーシャルにしていこうと、問題が解決されたり、様々な化学反応が起こる仕組みになっています。

## ■ 実践！やりたいことの価値を最小限の形で最大限伝える

ワークの前半では、どのチームも A4 サイズのフライヤーやパンフレットなどのフォーマットをプロトタイプとして考えていたようです。でも、それで本当に、その企画のコアは検証できるのでしょうか？

プロトタイプに「エッチ」を加えるために、講師陣がヒントとして提供したのは、既存の形に縛られずユーザー中心に考えること。例えば、FabLab 渡辺さんが挙げたアイデアは、以下のようなもの。

- ・人の繋がりや輪を表現するなら、A4 ペラのフライヤーではなく、ジャバラ式や巻物にしてみる
- ・「座る」といっても色々な座り方があるから、座っている人のシルエットをたくさん描いてみる
- ・ユーザーテストする時に、みんなで揃いの T シャツを着てみる

渡辺さんのアドバイスをきっかけに、それぞれのチームから、独特のアイデアが出てくるようになりました。MVP はプロジェクトのユニークネスを体現するモノでもあります。このアイデアがとても重要です。

### チーム 熱帯低気圧

自分のニーズと、余っているニーズの部分を凹凸で表した“パズル”をテーマに、レーザーカッターを使用してプロトタイプ作りに挑戦しました。イメージが形になっていく瞬間はメンバー全員が熱中。モノがあるから見つかった発見もたくさんありました。



### チーム Mixed Candy

講座以外の時間にも集まり、サービスのロゴデザインを作ってみたり、モックサイトを立ち上げたりと精力的にプロトタイプを作っていました。



# ⑤ RAPID PROTOTYPING

---

プロトタイプテスト

～ユーザーの体験からリーンに学習する～



### 目的

#### なぜプロトタイプテストが必要か？

プロトタイプが出来上がったでも作ったままでは何の意味もありません。プロトタイプはユーザーテストにかけて改善に繋げることで初めて生きてきます。

テスト手法は大きく分けると定量的手法と定性的手法に大別できます。

定量調査は統計データ(数字)を出すことが目的で、統計的に信頼性のある数字を出す必要が有るため被験者は少なくとも20人以上が好ましいと言われています。

定性調査は質的データ(言葉)を出すことが目的で、定量調査と比較して定性調査は問題点の発見と改善を重視します。また、“質的”なので被験者の数も定量調査よりもずっと少なく(3~5人)済ませることが出来るため、ユーザーインターフェイスの改善などには定性調査が採用されるケースが多いと言われています。

プロトタイプテストはなんだか大変そうです。大概のプロジェクトは十分な時間や予算がないため、行ったほうが良いことは分かるがなかなか…な状況の中で営まれます。しかし、上記の定性テストであれば比較的簡易に行うことができます。また、ユーザビリティ界の有名人であるスティーブ・クルーグやヤコブ・ニールセンは定性調査を勧めており「ユーザーテストはやらないうよりもやったほうが100%マシだし、実稼働2人日で出来る」と言っています。

実際に人間が使う(体験する)プロダクトは実際に人間が使ってみないと本当のところどうなのか誰にも分かりません。そして、それは想像するよりもずっと簡単に実施できるのです。

### 実施の効果

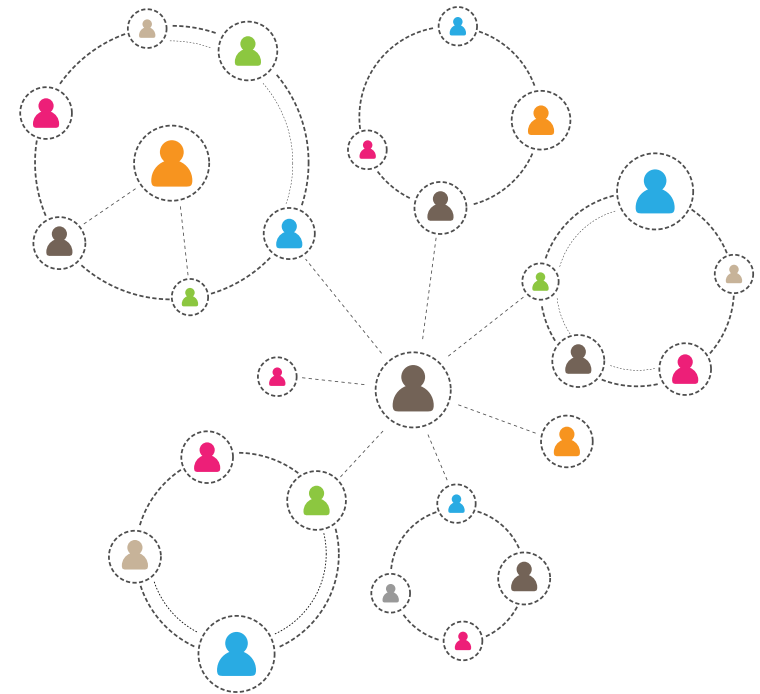
- ✓ 作り手側の根拠のない感覚的な衝突を解消できる
- ✓ 5人の被験者でテストすればユーザビリティ上の問題の約85%が明らかになる
- ✓ プロジェクトの終盤に発覚する大きな失敗を未然に防げる

etc...

### ツールと技法

#### DIY リクルーティング

ユーザーテストで面倒なのがリクルーティングです。UCDコンサルタント/アジャイルUXコーチの樽本氏は書籍『アジャイル・ユーザビリティ』でテスト被験者を外部委託して集めるのではなく、人脈を活かし自分でリクルートするという方法を紹介しています。誰に来てもらいたいのかを1行程度の文章にまとめメール、SNSなどを使って“対話”を通じてリクルーティングするわけです。被験者5人であれば外部委託してもそこまでコストや時間はかからないかもしれませんが、この方法だとさらにリクルーティングのハードルを下げる事が出来ます。



#### パイロットテスト

テストの準備が終わり、いよいよテストを実施するだけになったら、まずはリハーサルの「パイロットテスト」をしてみましょう。ユーザーテストの初めから終わりまでの一連の流れを自分を使って、もしくは会社の同僚で試してみることをオススメします。もしそれを行わない場合は、実際の被験者の一人目のテストがパイロットテストになってしまうことを覚悟して下さい。

### 思考発話法

ユーザーのタスクを実行してゆく中での認知のプロセスをより可視化するための手法として思考発話法があります。ただ単にユーザーが思ったことを口に出しながらタスクを実行してもらうだけで構いません。とはいえ、ユーザーとしては慣れない作業なのでつつい思考発話法を忘れてしまい、黙々と作業を進めがちです。その際には気になる動作があったら質問を投げかけて、思考を聞き出すと良いでしょう。

### 効果／効率／満足度

テスト中にユーザーの動作を観察する際に効果／効率／満足度の視点をもつと問題の原因が見つけやすくなります。効果とはタスクが実行できたか出来なかったか。もし出来ないのであれば100%改善しなければなりません。効率は操作に戸惑うケースなどです。効率が悪かった場合も原因を究明し、効率を高める改善が可能です。最後に満足度という質的な声も聞きましよう。

### 参考書籍・サイト

『U-Site ニールセン博士の Alertbox』  
[www.usability.gr.jp/alertbox/](http://www.usability.gr.jp/alertbox/) (2013年3月)

『ユーザビリティエンジニアリング原論』  
ヤコブ・ニールセン 著

『アジャイル・ユーザビリティ  
— ユーザエクスペリエンスのための DIY テスティング —』  
樽本 徹也 著

『ウェブユーザビリティの法則』  
スティーブ クルーク 著

『ユーザビリティテスト — ユーザ中心のものづくりに向けて』  
黒須 正明 著

# REPORT

ゲスト講師: 渡辺 ゆうか (FabLabKamakura, LLC)



## プロトタイプテスト

どんな才能豊かな人でも、一発で成功することはありません。評価と改善を繰り返すことで、プロジェクトの品質は大きく向上します。アイデアをブラッシュアップし、製品やサービスの精度を高めるためには、ユーザーを巻き込みながら軌道修正していく必要があります。企画者の頭の中で「本質的な価値は何だろう」とひたすら考えるより、他者に企画を説明し、テストすることで思わぬ解決の糸口がみつかるもの。講座で作成したプロトタイプをもとに、課題発見を行う「プロトタイプテスト」に挑戦しました。

## Workshop

### 【お題】

- ・作成したプロトタイプを元に、外部の人にインタビューをする
- ・なるべくターゲットイメージに近いユーザー候補を5人以上探す
- ・同じビルで出会う人、街で出会う人など、積極的に「外で」聞く
- ・ユーザーの「意見を聞く」のではなく、「反応を観察」する
- ・インタビュー担当、記録担当、観察担当を明確にする

### 【ポイント】

- ・メンバーのズレを確認する（メンバー間でもそれぞれ説明の仕方が違う）
- ・何を伝えないと理解されないのかを確認する（自分たちはわかりすぎてわからないこともある）
- ・自分たちが聞きたいことを聞くだけではダメ（ユーザーにつらつらと語ってもらう）
- ・ユーザー自身が価値を再現できるかチェック（どうしたらワクワク・満足するか、考えてもらう）

## ■ どうしてプロトタイプが必要なのか。 プロジェクトデザインの視点で考える。

画期的なプロジェクトであっても、価格以上の体験がなければ、ユーザーはその「価値」を体感できません。MVP (Minimum Viable Product) の考え方を元にしたプロトタイプは、ミニマムな単位で課題を設定することにより、早い段階で軌道修正が可能です。細かい単位や序盤で仮説を検証できれば、本質を見失わないというメリットもあります。フィードバックループの回転数を上げて、数をこなしていくためには、自分たちで行う Do-It-Yourself (DIY) 方式の簡単なテストを使用します。

### DIY テスティングの3つの軸

#### 1. ライトなリクルーティング

完全にターゲットに合わなくても、ソーシャルメディアや知人・友人・家族・同僚に協力してもらう

#### 2. インタビューの内容を設計

テスト内容を絞り込み、コアになるタスクを決める。シナリオを用意し、スタートとゴールを定義する

#### 3. インタビューのガイドライン

個人属性とタスクの関連性を確認し、ポイントをおさえてインタビューすることにより、ユーザーの認知プロセスが明らかになり、操作の失敗や不満の原因を論理的に分析

\*参考: 樽本徹也『アジャイル・ユーザビリティ - ユーザエクスペリエンスのための DIY テスティング -』

## ■ 実践! ユーザーテストで街へ出よ!

決められた時間内でできるだけ多くのユーザーテストをしようと、各チーム必死で駆け回りました。外国人に英語でインタビューするチーム、講座参加者に事前にアンケートを配布したチーム、街頭で30人以上に声をかけてインタビューしたチームも。一部のチームのプロトタイプとテストのプロセスをご紹介します

### 経営判断をシステム化するサービスを提案 (チーム Real)

テスト: ストーリーボードのビデオを街頭で見せて回る

質問内容: ビデオだけでプロジェクトが伝わるか

結果: コンセプトは伝わったがその先「何をするか」の説明が不足していた。簡易なサービスと思われぬ金額設定が課題。



### アーティストの海外進出支援するプロデューサー (チーム白船)

テスト: iPhone 型カードを使って説明

質問内容: アーティストとして利用したいか、投資家として出資したいか

結果: アプローチが逆方向だったことに気づく。  
お金ではなく提供できる技術や道具から攻めることが課題。



## いつもの「当たり前」から 離れてみる

限られた時間の中でプロジェクトの核を見極め、早い段階でカタチに落とし込んでいくラピッドプロトタイプのお手伝いをさせて頂きました。ぼんやりとしたアイデアを物質化することで、プロジェクト自体にドライブをかけていく。同時に、企画自体の強みも弱さも否応なしに検証することができます。私が関わっているファブラボと呼ばれる、21世紀型のちょっと変わった実験工房は、こうしたトライアルをもっと身近に感じてもらえるよう日々活動しています。

ラピッドプロトタイプが急速に広がっている大きな要因として、三次元プリンタやレーザーカッターなどデジタル制御された工作機械によって可能になる、「印刷」感覚の新しい作り方があげられます。それまでコストや時間をかけて行っていた事を、プリントアウトするようになることができます。アイデアをデータからつくれ、物質まで落とし込めるということは、それまで紙やデスクトップ上だけだった創造の範囲を大きく広げてくれます。私たちは、知らない間に普段何気なく触れている既存のアイデアに囚われ、自分で自らの創造力を抑制してしまう傾向があります。本当はもっと、もっと自由になっていいはずなのですが、流通システム、価格、効率性の観点から「当たり前」のカタチで凝り固まってしまっているのです。なので、ちょっとだけ、いつもの「あたり前」から離れてみる、そんなきっかけづくりになれたのなら本望です。



私が関わりはじめた第4回の段階では、チームビルディング、ブレインストーミング、プロジェクトコンパスと回を重ねているだけあって、各チームの特色や方向性が決まっていました。絞り込まれたアイデアや価値をどうブラッシュアップさせていくかを、実際にカタチで検証していくことがテーマでした。いきなり完成形を目指すのではなく、アイデアの核となる部分の「感触」を探りながら明確にしていく MVP (Minimum Viable Product) という手法を用いながら真に迫っていきます。ここでの素材の役割は、アイデアが飛躍するためのツールです。あえて異質な素材の組み合わせを行なうのも、実はアイデアが化学反応を起こすための方法の一つなのです。いつもとは違うアイデアの「感触」を丁寧に紡いでいくと、不思議とプロジェクトの「質感」が浮き上がってきます。その片鱗をつかむことが鍵なのです。第5回では、デジタルミンを持ち込み、講座前に林さんと渋谷の洋裁店にくり出し、「実践!プロジェクトデザイン」講座のオリジナルTシャツを突如制作しました。実践しながら伝え

YUKA WATANABE



たかったのは、騒然と街を彩るファストファッションも、みかたを変えると素材屋に置き換えることができるということ。自分なりの MVP をいろいろな角度で捉えてみるとても良い機会になりました。講座に参加されたみなさんもそれぞれの MVP を見だし始めているようでした。



### 目撃者になりたくて

4回と5回だけの出席だったのですが、どうしても各グループの落としどころを見届けたいと、最終回にお邪魔させて頂きました。人が変わる、アイデアが飛躍するのは、提出前の最後の一週間。まさにそう感じるひとときでした。アイデアを丁寧に積み上げたプレゼンテーションからは、企画の「質感」を伴った空間が立ち上がっていました。たくさん小さくトライアルを重ねながら、カメラの焦点を合わせるようにプロジェクトの焦点を合わせていく。もしかしたら、見えてくるのはサービスかもしれないし、プロダクトかもしれない、いやはやもっと違うものかもしれない。みなさんのプレゼンを聞きながら、その定義さえも見直すくらい自由になっていいのだとあらためて感じました。私が立ち会ったのは、まさにこれからをつくる方々のスタートライン。今後、どう皆さんが変化していくのか楽しみでなりません。

追伸：

技術の進化などが今後進むことで、「現小学生の65%は、今はまだない職業につく」と言われています。そう考えると、私たちはもっともっと自由になっていいと思いませんか? 素敵なひとときをありがとうございました!!

### 渡辺 ゆうか わたなべ ゆうか (FabLabKamakura, LLC、慶応義塾大学 SFC 訪問研究員)

1978年神奈川県生まれ。カリフォルニア州立ビュートカレッジ卒業後、多摩美術大学環境デザイン学科入学。在学中、越後妻有アートトリエンナーレ2003に拡張版東京藝術大学曾我部ゼミメンバーとして参加以降、建築、ヒト、モノ、コトをひとつの単位として捉えるようになる。卒業後、都市計画事務所、デザイン事務所を経て交通事故に遭遇し、2年間のリハビリを通じて「つくる」ことの意味を再認識する。2010年、FabLabの活動と出逢い、FabLabKamakura 立ち上げメンバーとして参加。現在、鎌倉に移築再生された120年前の酒蔵を舞台に、FabLabをインフラとした「クリエイターの新たな働き方」、「伝統技術と先端技術を融合させた21世紀型のものづくり」、「デザインと素材の新たな生態系」、そしてそれらが緩やかにつながる共同体ビジネスモデル「まちぐるみ」の「ものづくり」=FabTown 実現をめざして日々奮闘中

# ⑥ PRESENTATION

---

プレゼンテーション  
～アイデアの魅力を効果的に伝える～

## 6 PRESENTATION

### 目的

#### プロジェクトの価値を伝えるプレゼンテーション

プロジェクトメンバーが練りに練ったアイデアを人に伝える機会が、プレゼンテーションです。プレゼンテーションの目的は、聴き手に何らかの「行動」を起こしてもらうこと。それは作品や Web サイトを見てもらふことだったり、何かに参加してもらふことだったり、プロジェクトへの金銭的・日金銭的な援助をしてもらふことだったりします。

ここで大事なのは、「自分のプロジェクトの良さやアピールポイントを伝えること」ではなくて、聞き手が抱える「悩みや課題を解決すること」に集中することです。つい、プロジェクトに対する思い入れや、工夫ポイントなどを話してしまいがちですが、「なぜそのプロジェクトに価値があるのか」を論理的に整理することで、ストーリーが伝わりやすくなり、ビジュアルの力を最大限活かすことにつながります。プレゼンテーションに使える時間は限られているものですが、さまざまな表現を駆使して、相手の「心を動かす」ことを目指しましょう。

### 実施の効果

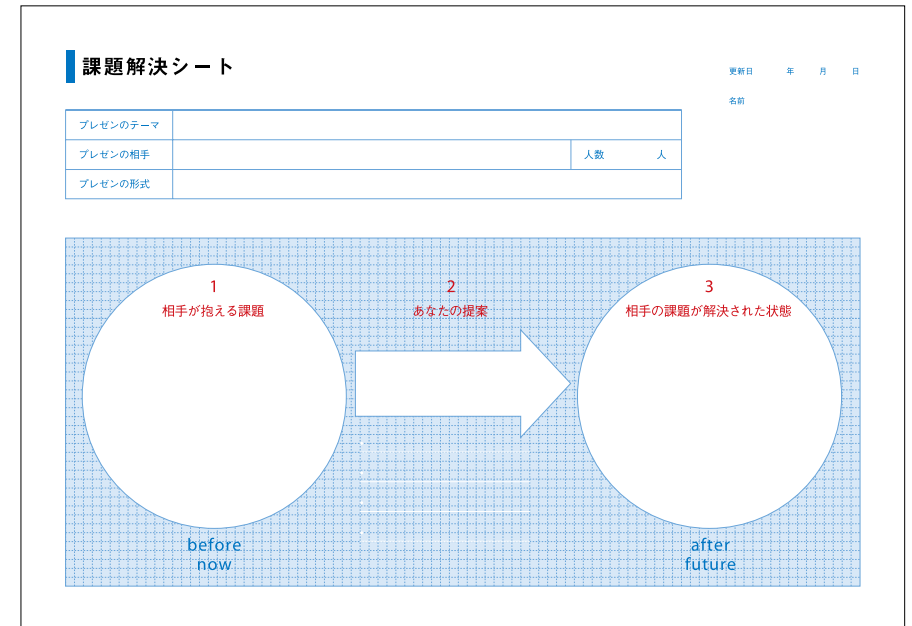
- ✓ 聞き手の心を動かし、行動を促すことができる
- ✓ プロジェクトの価値や魅力を伝えることで、プロジェクトが目指したいゴールに近づくことができる
- ✓ 聞き手に自分のことを印象付け、記憶に残りやすくなる

etc...

### ツールと技法

#### 課題解決シートを使ってメッセージを整理する

書籍『小室淑恵の超実践プレゼン講座』で紹介されている、プレゼンテーションの構成を考える手法です。「相手が抱えている課題」「相手の課題が解決された状態」「あなたの提案」の3つを整理して考えることで、主張をコンパクトにまとめることができます。



[出典] <http://www.nikkeibp.co.jp/article/nba/20080416/153281/>

#### 起承転結構成

プレゼンテーション全体を起承転結の流れで構成する手法です。プロジェクトの背景やアプローチする課題を「起」「承」の部分に、提案するプロジェクトの内容やアイデアを「転」に、プロジェクトによって実現する未来を「結」に置く方法で、ぶれないストーリーを作る上で有効です。必ずしも全て起承転結に当てはまるわけではありませんが、構成を作るときに参考にするとよいでしょう。

## プレゼンのワイヤーフレームを作る

設計図なしでは家が建たないように、プレゼンテーションもこの設計図なしでは始まりません。いきなり PowerPoint を開いてスライドを作り始めるのではなく、まずは紙にラフな構成とページレイアウトを描いて、内容をまとめましょう。「1 ページ = 1 メッセージ」を原則として、ページごとのメッセージを決めていきます。



[出典] [http://www.loftwork.jp/ja-JP/column/2011/20110510\\_presentation\\_vol2.aspx](http://www.loftwork.jp/ja-JP/column/2011/20110510_presentation_vol2.aspx)

## 小さい文字を使わない

プレゼンテーション用スライドには、ついつい多くの文字を詰め込んでしまいたくなりますが、小さい字では遠くで観ている人が読めず、メッセージが伝わりません。フォントサイズは最低「30ポイント」と言われることもあります。極力文字数を減らし、ビジュアルと話す言葉で説明することを心がけます。

## 図解やグラフを用いる

文字の代わりに、図やグラフを利用することで、概念やデータを分かりやすく伝えることができます。「図解」といっても難しく考える必要はありません。「四角」と「矢印」を使った図式化だけでも十分です。スライドをすっきりまとめ、大事なポイントにフォーカスできるようにします。

## 優れたプレゼンテーションを多く観る

上手なプレゼンテーションをするには、「お手本」を繰り返し観て、成功のイメージを明確にすることが効果的です。例えば、米国のカンファレンス「TED」の Web サイトでは、世界の第一線で活躍する著名人たちが数多くのプレゼンテーションを行った動画が掲載されています。こういったサイトで優れたプレゼンテーションを観て、話し方や間の取り方を真似してみることも、プレゼンテーション上達への近道になるでしょう。

[参考：TED 公式サイト] <http://www.ted.com/translate/languages/ja>

## 参考書籍・サイト

『小室淑恵の超実践プレゼン講座』

小室淑恵 著

『プレゼンがうまい人の「図解思考」の技術』

永田豊志 著

『プレゼンテーション ZEN』

ガー・レイノルズ 著

# REPORT

ゲスト講師：今田 素子



## プレゼンテーション

世の中にプレゼンテーションのメソッドはたくさんあります。素晴らしいテクニックを真似すれば必ずしも成功するとは限りません。プレゼンテーションで一番重要なことは、「いかに相手の心を動かすか」。そのためであれば映像でも寸劇でもプロトタイプの実演でも表現方法に制限はありません。今回は初めて会ったメンバー同士でのブレインストーミングから始まり、プロジェクトデザインを行ってきました。ラピッドプロトタイピングで作り上げた MVP をもとに、集大成である「プレゼンテーション」を実践しました。

## Workshop

### 【お題】

- ・ 10 分以内でプロジェクトの価値を伝える

### 【プレゼン方法】

- ・ 表現方法は自由
- ・ 1 チーム持ち時間 10 分以内

### 【審査のポイント】

- ・ 聞き手の心が動かされたか
- ・ アイデアの魅力を効果的に表現できているか
- ・ プロジェクトの価値が伝わったか

### 【審査方法】

- ・ 講師は 5 ポイント、受講生は 1 ポイントのシールを投票

## ■時代の先を読むパイオニアから、改めてプロジェクトデザインの本質を学ぶ

次々と人気メディアを立ち上げ成功させている現場では、どのような“MVP”が意識されているのでしょうか？今田さんからはいままでの経験を元に、プロジェクトを立ち上げるときに重要な「5つの軸」をご紹介いただきました。

### 1 何をやるのか？

ユーザーと繋げられるクライアントがいないとビジネスは成り立ちません。「やりたい」だけではだめ。ビジネスモデルの像を最初にしっかり描くことが重要。

### 2 誰とやるのか、誰とならやれるのか

メンバー同士が心から共感できてコンセプトを共有できる最小限のチームをつくるためには、余計なスキルを増やすのではなく、「足りないスキル」を明確に把握しておくことが重要。

### 3 コストは？そしていつ？

誰がどんなバランスでコミットするのが、大きなポイント。

### 4 ビジネスとして成り立つのか

マーケットを調査する中で、たとえ似通ったサービスがあったとしても、自分がプロジェクトの根幹を信じていれば、差別化を計ることも可能。

### 5 何のためにやるのか

社会的意義や、誰かが喜んでくれたりすることが、どんなに苦しくても続けていけるポイント。「ワクワクするような目的」を設定することが重要。





## ■ 実践! 6週間で作り上げたプロジェクトを効果的に伝える!

プレゼンテーションの表現方法は様々。チームごとの特色が色濃く出ていました。各チームのプレゼンテーションをご紹介します。

### フリーランスの独立支援 (チーム Mixed Candy)

フリーランスの生活状況をわかりやすくするための「フリーランスエコノミー」。フリーランスになりたいけれど、実際やってみるかわからないという不安を持つ人たちに、実体験できるようなサービスやイベントを作りたいというメッセージを伝えました。

プレゼンテーションの前半は、これまでのチームでの苦悩の様子を紹介しました。プロトタイプの実行具合はとても早かったものの、土台がしっかりしていないままどんどん進んでしまったことに疑問を感じ、ぶつかり合ったこと。講座以外の日に集合して何度も打ち合わせを行ったこと。「これがプレゼン?」と思った人もいたかもしれませんが、Mixed Candyはこのチームビルディングの過程こそが本当の MVP となっていました。



### 空き地のような縁側をつくる (チーム ハブン)

「空き地のような縁側に皆様をご招待します。バッグに知恵や経験を詰め込んでピクニックに行きましょう!!」軽快な音楽とともにアトラクションに参加したかのようなナレーション。画面に吹き出しが映されると、メンバーがその前に移動しマジックで直接コメントを書き込み発表。エンターテインメント性の高さがオーディエンスを惹き付けました。

自分の“好き”や“得意”を共有することで新しいコミュニケーションのあり方を提案。縁側のような空き地という“場”をインビテーションの形で MVP に落とし込むことで、プロトタイプのバッグとうまくつながっていました。プライスレスな心のやり取りを流通させたいという想いがメンバー間で共有され、それがオーディエンスにも伝わり共感を呼んでいました。



### 新しい交流のきっかけとしたマッチングサービス「ご近所大学」を提案 (チーム SHINEZ)

趣味や遊びなどハードルの低いきっかけを「先生」「生徒」という形で繋ぎ、子供からおじいちゃん・おばあちゃんまで参加できるサービスにしたいと語りました。

質疑応答で、金銭のやり取りはせずボランティアだけで賄っていく点に「マネタイズが弱い」という講師からの指摘がありましたが、会場からは「地域密着型のケーブルテレビなら協賛してくれそう」「政治家だって地域活性化に興味があるはず」と意見が飛び交い、コンセプトに共感を持つオーディエンスがとても多い印象でした。



### コラボレーションの支援ツール「Non-Sol」 (チーム 熱帯低気圧)

企業のM&Aやコラボレーションによって新しい価値が生まれている現代で、自発的にコラボレーションできている人たちは意外と少数派。自分に足りない部分と、誰かのために活かせる部分をマッチングすることで、コラボレーションしやすくすることを目指しています。プロトタイプとしては「Non-Sol (ノンソル)」と名付けたパズルを提案しました。自己分析や自己紹介、ワークショップのアイスブレイク、教育現場のチーム作りなど、話すことのきっかけづくりとして汎用性の高さを語りました。

ブレインストーミングでは“デコボコ”という抽象的なキーワードで、なかなか方向性が決まらなかったのですが、それを具体化ではなく抽象的なままプロトタイプに落とし込んだところが、説得力のある MVP となりました。



### 「きまるがかわる」 (チーム Real)

「2分で全てを伝えます!」と言い放った Real は、プロトタイプをストーリーボード形式でビデオにまとめました。「しぼる」「ひろげる」「きめる」の3つをテーマに意思決定の支援を行い、企画の差し戻しにかかる膨大な時間を削減し、大切なことに集中できる時間をつくることを提案しました。サービスを通じて「次の一歩へ踏み出す勇氣」がみんなに伝わったら、プロジェクトは解散するという最終目標まで掲げました。

プロトタイプテストでストーリーボードのビデオを街頭で見せて回った際に、ユーザーの声を録音してビデオに組み込んだことで、リアリティが大幅に増しユーザーの需要が伝わるプレゼンテーションとなりました。



### アーティストと企業のコラボを支援するプロデューサー集団 (チーム 白船)

白船は日本の素晴らしいアーティストや、技術文化をプロデュースすることで、海外に向けて発信する提案をしました。技術提供やプロモーションに困っているアーティストと、自社技術のプロモーションや斬新な発想に困っている企業をマッチングさせ、クラウドファンディングで資金調達を行っていきます。

ピクト図を使ったビジネスフロー図など、投資家にも説得力のある内容を盛り込むことで、堅実にスタートできそうな感じが伝わってきました。始めからコンセプトが強く、具体的アクションも設定されていましたが、まだまだ広げる余裕がありそうでした。



## 講座を振り返って

最初にこの場をお借りして、本講座にご協力いただいた皆様に心より御礼申し上げます。

「プロジェクトマネジメント」や「プロジェクトデザイン」というキーワードは敷居が高いのではないかと、参加者の方は取り組んでくれるだろうか？と、講座開始前は心配もしていました。しかし、実際は杞憂でした。むしろ、参加者の皆さんの活動にとても刺激を受けました。毎回、楽しい時間を過ごすことができました。

プロジェクトマネジメントは、プロジェクトを円滑に前に進めるためにとても有効である一方、“management”（管理）と謳うだけあって、品質・コスト・スケジュール・スコープなどをあらかじめ定義し、失敗を避ける、という守りの側面が強いことは否めません。（ともすれば、自ら定義した内容にがんじがらめになってしまい、どうにも前に進めなくなってしまうことも…）しかし、冒頭の林のコラムにもあるように、時間の流れは早くなり、求められるものも複雑化しています。これは私たちロフトワークメンバーも日々、痛感しています。これをどうやって乗り越え、価値を生みだしていくことができるのだろうか。そのための手法やフレームワークを勉強し、講座に組み込み、皆さんに体験してもらおう、という過程は、私たちにとっても挑戦でした。

特にラピッドプロトタイプやプロトタイプテストの回は、私たちにとっても、まだまだ新しい取り組みだったこともあり、参加者の皆さんの実践に刺激を受けました。こんな取り組みをしたい！こんなものを作りたい！という思いが、2週間の間でみるみる形になり、ブラッシュアップされていくのを間近でみて、逆に、こんなアプローチもあるのか、と気づかされました。講座で得た知識や体験は、ロフトワークでも取り入れています。私たち自身も、一緒に学ぶことができ、感謝しております。

ただ、一番重要なのは、これからも取り組みつづけ、手法をブラッシュアップしていくことではないかと思っています。ぜひ皆さんの日常のお仕事や活動に「プロジェクトデザイン」のエッセンスを取り入れていただければ幸いです。

本講座は、プロジェクトマネージャー集団であるロフトワークのメンバーが、代表の林千晶とともに、プログラム構成から実施までを担当しました。

**実本 慶子（株式会社ロフトワーク、講座運営担当）**

## Tokyo Art Research Lab(TARL)とは

アートプロジェクトにまつわる問題や可能性をすくいあげ分析する、リサーチ型の人材育成プログラムです。アートプロジェクトを持続可能にするシステムの構築を目指します。東京の様々な人・まち・活動をアートで結ぶことで、東京の多様な魅力を地域市民の参画により創造・発信することを目指す東京文化発信プロジェクト事業「東京アートポイント計画」の一環として実施しています。

### 実践！プロジェクトデザイン講座運営メンバー

西本 泰司(本講座プロジェクトマネージャー) 実本 慶子 大谷 優佳 菊地 充

## PROJECT DESIGN

### 実践！プロジェクトデザイン講座

— 新しい価値を生み出すための方法 —

#### 【編集・制作】

株式会社ロフトワーク(Loftwork Inc.)

#### 【執筆】

林 千晶

入谷 聡 西本 泰司 実本 慶子 中田 一会 越本 春香

#### 【発行】

公益財団法人東京都歴史文化財団 東京文化発信プロジェクト室

〒130-0026 東京都墨田区両国 3-19-5 シュタム両国5階

TEL：03-5638-8800 FAX：03-5638-8811

Email：info-ap@bh-project.jp URL：http://www.bh-project.jp

平成24(2012)年度 ©Loftwork ©Tokyo Culture Creation Project

- ① TEAM BUILDING
- ② BRAINSTORMING
- ③ PROJECT COMPASS
- ④ PROTOTYPE TEST
- ⑤ RAPID PROTOTYPING
- ⑥ PRESENTATION