慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	インスクリプションに着目した組織的知識創造活性化のためのデザイン検討 : ご近所ラボ新橋における実践
Sub Title	A Study of Design for Enhancing Organizational Knowledge Creation Focusing on Inscription : An Analysis of Practice at Gokinjo Lab Shimbashi
Author	土井, 孝允(Doi, Takamasa) 前野, 隆司(Maeno, Takashi)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度システムデザイン・マネジメント学 第199号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002015-0014

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文　　2015 年度

インスクリプションに着目した組織的知識創造活性化のためのデザイン検討
―ご近所ラボ新橋における実践―

土井 孝允
（学籍番号：81334640）

指導教員　前野 隆司

2015 年 9 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論　　文　　要　　旨

学籍番号	81334640	氏　名	土井　孝允

論 文 題 目 :
インスクリプションに着目した組織的知識創造活性化のためのデザイン検討
―ご近所ラボ新橋における実践―

（内容の要旨）
組織的知識創造理論によって広まったナレッジ・マネジメントの考え方は、組織のメンバーが相互作用によって新たな知識を創造していく姿を描き出し、日本でも欧米でも大きなインパクトをもたらした。我々が一般的に考えるような、静的なものとして知識や組織をとらえるのではなく、動的で共同的な変化のプロセスとして知識をとらえるため、コンセプトとして理解はできても、実践する際には考え方を大きく転換する必要があるため、非常に難しい。ナレッジ・マネジメントの実践における最大の難所はその部分であり、この本質的な部分をおさえたアプローチをとらなければ、いくら大量の投資をして専用の IT システムを整えたとしても、成果を挙げることはできない。逆に、人がいかにして学ぶか、いかにして人とかかわるか、といった本質の部分をおさえ、変化を前提として小さく手を加え続ければ、シンプルな取り組みでも少しずつ成果をあげてくことができると考えられる。
本論文では、上記の考えをより実践に移しやすくするために、誰もが使っているような身近にあるツールを学習科学の考え方に基づいて運用し、知識創造の活性化に役立てることができることができることを示すことを目的として、学習環境デザインの原則に基づいて Facebook ページの運用を行なった。
具体的には、「ご近所ラボ新橋」の Facebook ページの運用に介入して投稿に関する運用ルールを設定し、それに基づいた運用によって参加者の行動がどのように変化するかを Facebook から提供されるデータによって分析した。分析するデータとしては、投稿の数やその内容の変化、一人あたりのインタラクションの数やその内容の変化、投稿 1 件あたりのインタラクションの数やその内容の変化を分析し、運用の改善に資する知見が得られるかどうかを試した。
その結果、運用ルールの設定によって、写真を使ったよりリッチな投稿が増えたこと、 参加者からのインタラクションが増えたことが分かった一方で、インタラクションの内容をより深くするには別の施策が必要であることも分かった。具体的には、運営メンバー自身による「Share」を増やす必要が有ることや、より多くのコメントを得ることのできるコンテンツを掲載する等の方向性が見えてきた。また、Facebook ページを使うことで、全体的な動向を十分に把握することができることが分かった一方で、個別の参加者の動向を詳細に把握するには限界があり、データではなく個々の投稿やユーザーの動向を見る必要が有ることがわかった。

キーワード（5 語）
知識創造、学習環境デザイン、学習科学、インスクリプション、ソーシャルネットワーキングサービス

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	81334640	Name	Takamasa Doi

Title

A Study of Design for Enhancing Organizational Knowledge Creation Focusing on Inscription - An Analysis of Practice at Gokinjo Lab Shimbashi -

Abstract

Organizational knowledge management theory, which figures out the process that the organization members create knowledge in collaborative interaction, contributed to spread the concept of knowledge management, and it brought big influence to Japan and western countries. As it sees the knowledge and organization as a dynamic and collective process of change, instead of traditional aspect of seeing it as static form, it is very difficult to practice. This is the critical point for the practice of knowledge management, and it is necessary to understand this point to get successful outcome. If we approach with understanding of how people learn and interact each other, and keep improving even if it is a small change, we can get positive impact from it.

This research aimed to prove that we can practice activation of knowledge creation using highly popular and accessible tool basing on the perception of learning science, and managed a Facebook page of a community based on the principle of learning environment design.

In concrete, the author participated in a community's Facebook page management and designed a rule for management, and analyzed how the interaction among the community member changed. The analysis was focused on the number and kind of post, the number and type of interaction per a member, and the number and type of interaction per a post. Based on the analysis, some insights regarding the improvement of management was acquired.

As the results of this research, it was proved that the Facebook page post got richer with more photo posts, and interaction from the community member increased, after setting new management rule. On the other hand, the research revealed that other measure is required to get deeper interaction from the members, such as "share" from management member and richer content to get more involvement. Additionally, use of Facebook enabled management members to figure out general trend of community's knowledge creation state, but it also realized that there are some limits, such as understanding individual post content and individual member's action and characteristics.

Key Word(5 words)

Knowledge Creation, Learning Environment Design, Learning Science, Inscription, Social Networking Service

目次

第 1 章　序論 1
1.1　背景と問題意識 1
1.2　研究課題 2
1.3　研究の目的と構成 2
第 2 章　組織的知識創造理論の展開と課題 4
2.1　組織的知識創造理論の概要 4
2.2　組織的知識創造理論の展開 5
2.3　組織的知識創造理論の課題 6
第 3 章　組織的知識創造理論と学習科学 9
3.1　学習科学における学習観 9
3.2　学習環境デザイン 10
3.3　組織的知識創造理論と学習環境デザイン 13
第 4 章　研究の枠組み 15
4.1　インスクリプション 15
4.2　実践のフィールド　～港区芝総合支所・新橋区民協働スペース（通称：「ご近所ラボ新橋」）～ 16
4.3　学習環境デザインの対象 18
4.4　期待する成果 20
4.5.　取り組みのデザイン 22
第 5 章　実践の結果 24
5.1　投稿活動の動向 24
5.2　インタラクションの動向 27
第 6 章　考察 32
6.1　研究の振り返り 32
6.2　方法論について　－学習環境デザイン－ 32
6.3　ツールについて　－Facebook ページ－ 33
第 7 章　結語 34
参考文献 35
Appendix1　ご近所ラボ新橋カレンダー 36
Appendix2　ご近所ラボ新橋の様子 37

図目次

図 1　組織的知識創造理論の SECI モデル 5
図 2　学習環境デザインのサイクル 11
図 3　ご近所ラボ新橋のステイクホルダー 17
図 4　投稿数とタイプの内訳 24
図 5　4 週間あたりの投稿数に関する t 検定 25
図 6　4 週間あたりの投稿数（修正後）に関する t 検定 25
図 7　投稿タイプの比率の推移 26
図 8　写真投稿の割合の t 検定 26
図 9　投稿とインタラクションの推移 27
図 10　Stories / Posts の t 検定 28
図 11　一人あたりのインタラクション状況の推移 29
図 12　インタラクションのタイプの比率推移 30

表目次

表 1　学習環境デザインの原則に基づいた状況評価 23

第1章　序論

1.1 背景と問題意識

組織的知識創造とは、主に企業組織において最も重要な経営資源は知識であるとして組織における知識創造に着目し、そのプロセスを促進したり組織の既有知識を有効活用するための施策を打ったりすることで、業務の改善や革新的なソリューションを生み出す速度や確度を高めようとするマネジメントの考え方である。その基本的なコンセプトは、組織の中では個々人が持っている言葉にされていない暗黙知が、体験を共にすることや形式知化によって組織内で共有することで、より高次の知識を生み出していく継続的な活動を起きており、この流れをいかにマネジメントするかが、連続的なイノベーションには重要である、ということである。

野中＆竹内（1996）は、日本企業のイノベーションを題材にした研究に基づき、「共有化（Socialization）」「表出化（Externalization）」「連結化（Combination）」「内面化（Internalization）」の 4 つのプロセスで描き出し、「SECI モデル」としてまとめ、提唱した。この理論が組織的知識創造理論と呼ばれる。組織的知識創造理論は、これまで 20 年以上かけて洗練されると共に、この理論に基づいて、ワークプレイスの改善やソフトウェア開発プロセス、個々の企業での商品開発プロセス等のケーススタディやその他の実証的研究がなされ、実際にとられた施策が組織のパフォーマンスの改善をもたらす様子の分析も行われてきた。特に、情報技術の急速な発展と普及の時期と重なったこともあり、グループウェアやメーリングリスト等の活用に拠る知識共有の取り組みや、デジタル化、可視化等 IT 主導の取り組みが目立つ。

しかし、これらの研究を基にした実践の場での取り組みがどれだけ普及し、実効的な成果を挙げているのかということについては、明確に測定されたデータはないものの、疑問の余地が残る。例えば、これらの研究に刺激を受けて同様の取り組みをしようとしても、新規の IT システムの導入が必要となるとコストが非常に高くつきがちである一方で、その効果を事前に予測することが難しいために、実際には簡単に導入の決定ができない可能性が高いと思われる。また、高価な IT システムに依存せずに組織的知識創造の考え方を導入しようとしても、実践のための方法論が確立されていないために、結局は現場では手探りで施策を企画・実装しなければならない。その結果、理論そのものや成功事例に示唆を得て同様の成果を得るべく実践を試みたものの、途中で道を見失って頓挫した事例や、思うような成果が上げられずに「失敗」とみなされた事例、或いは、当初は予想もしていなかったところで発生した副作用によって、逆にパフォーマンスを下げるに至った事例が多数あるのではないかと考えられる。

組織的知識創造理論の現場での実践を促進するためには、どういった指針をとる必要

があるのか？本研究の問題意識の出発点はこの点にある。

1.2 研究課題

上記の問題へ対応するにあたり、以下の 2 点が課題になると考えている。
一つ目は、具体的な取り組みのための方法論が明確にはまとめあげられていないということである。組織のパフォーマンスには様々な要因が絡み合うため、想定した成果を挙げることが難しい原因は数々あると考えられるが、それらを踏まえた具体的な方法論が、組織の現場で活動する人々にとって利用がし易い形では中々見当たらない現状がある。組織的知識創造理論に触れることにより、イノベーションにおける知識の重要性や、組織においてそのプロセスを促進することの意味、組織で知識創造が行われるメカニズムを概念的には理解することはできるかもしれない。しかし、自らの組織に立ち返って現実に向き合う時に、現状を把握して課題を特定し、施策を考えて実行し、効果を確かめながら次の取り組みを考える、という具体的な問題解決のプロセスに入りづらいという状況にあると思われる。
二つ目は上記の課題の原因の一つともなるものだが、知識の特徴やその創出プロセスに関する理解が充分でないということである。知識創造に着目して、個人が内外と相互作用しながら継続して知識を創造していくような組織の構築を目指し、計画や運営を行うには、個々の人間が環境や他者との相互作用の中から如何にして知識を生み出すのか、それを集団で行った時に何が起きるのか、それらの背景にはどのようなメカニズムが働いているのか等を具体的に理解する必要がある。しかし、組織的知識創造理論の中で言及されている知識創造とは、哲学や社会科学といった観点からの一般的・概念的な知識観の説明や、それらをベースとした個人による知識創造の方法論、或いはリーダーシップ論が大半であり、人がどのようにして知識を生み出し、集団でそれに取り組む場合には何が起こっているのかといった、具体的なメカニズムにまで踏み込んで構築した方法論がない。このため、実践者が組織的知識創造理論に基づいて現場で活動しようとしても、個々人のそれまでの経験を通じて蓄積された暗黙的な知識や前任者の経験から引き継がれた知識に頼って、場当たり的に臨まざるを得ない状況にあると考えられる。

1.3 研究の目的と構成

これらの課題に対し、本研究では組織における知識創造を促進するための、より簡単で取り組みやすい方法論を構築するための知見を得ることを目的とする。そのために、まず組織的知識創造理論研究の実績を振り返って課題を確認した後、人間が如何にして学習を行うのか、また、人間がよりよく学習をするためにどういった支援が有効なのかを研究する学習科学の考え方と学習環境デザインの方法論を紹介し、組織的知識創造理論

との補完性について述べる。更に、「インスクリプション」という概念に着目し、これを基軸に据えた学習環境として、既存のソーシャル・ネットワーキング・サービスを活用した実践を行い、その結果を分析して考察を述べる。

第2章　組織的知識創造理論の展開と課題

第 2 章では、はじめに組織的知識創造理論の概要と展開について振り返った後、課題について考察する。それにあたって、組織的知識創造理論に関連した野中郁次郎の諸著作の引用分析を主体とした文献収集とそれらに対する検証を行った、加藤久明による『組織的知識創造理論の理論的前提』（2006）を参照する。野中らの研究に関する本章での言及は、特に断りがなければこの加藤：2006 から引いたものとなる。

2.1 組織的知識創造理論の概要

20 世紀の後半において、Toffler（1980）や Drucker（1993）などは 21 世紀が知識の時代になることを予言し、企業の競争優位の構築に際して知識が重要な役割を果たすようになると指摘していた。そのような時代背景において、野中は、1980 年代から重ねてきた研究の結果を組織的知識創造理論としてまとめ、1995 年に『The Knowledge-Creating Company』として出版し、体系化された理論と実践を統合した新たな考え方をグローバルに発信した。これが邦訳されて 1996 年に出版されたものが『知識創造企業』であり、ナレッジ・マネジメントと呼ばれる研究分野の体系化と実践における運動がグローバルに広がる大きなきっかけとなった。

組織的知識創造理論では、「知識創造こそが企業活動の本質である」という視点から、「知識創造（Knowledge creation）」という概念を核に、新たな経営理論を構築しようとしている。その理論展開の目的は、1)西洋の学者やマネージャーに日本生まれの知識創造理論を提示すること、2)日本企業の絶え間ないイノベーションはなぜうまくいったのかを新たに説明すること、3)日本と西洋の経営実践を統合し、それに基づいて企業経営の普遍的モデルを創り出す、ということである。内容としては、企業経営においてイノベーションを創出する組織構築の実践に資するために、知識が認識論的次元（暗黙知・形式知）と存在論的次元（個人・チーム・組織）をダイナミックに行き来し、Socialization（共同化）、Externalization（表出化）、Combination（連結化）、そして Internalization（内面化）の 4 つのフェーズを経て、新たな知識が集合的に創造されていく循環的・螺旋的なプロセスを SECI モデル（図1）によって表現している。その上で、組織的知識創造の実現を支援する組織の条件としてナレッジ・イネーブリング・コンディション（組織の意図、自律性、冗長性、ゆらぎと創造的なカオス、最小有効多様性）を示し、実際に組織内外で知識が創造されていく様子を時系列に表現したものとしてファイブ・フェーズ・モデル、具体的にそれらを実現するのに適した組織構造としてハイパーテキスト型組織を提示している。

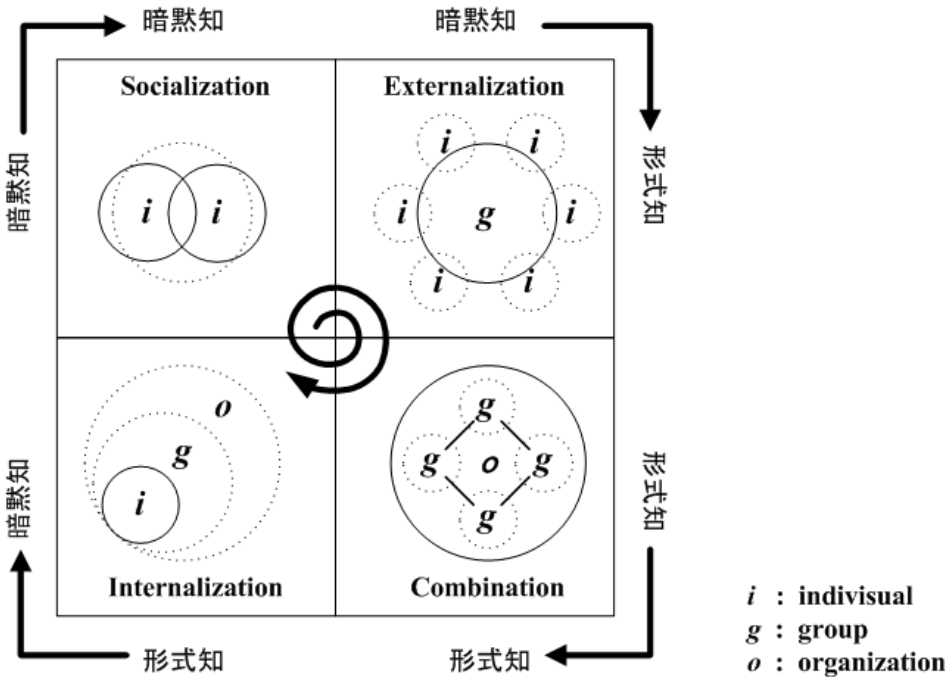


図 1 組織的知識創造理論の SECI モデル

出典:野中・紺野(1999)

組織的知識創造理論では、企業活動の本質たる組織的な知識創造活動の源泉は、組織の意図を共有しつつも自立した個人による知識創造であるとされる。その一方で、個々の組織成員が創り出した知識を、組織全体で製品やサービスあるいは業務システムに具現化していくため、「知識の創造、浸透(共有・移転)、活用のプロセスから生まれる価値を最大限に発揮させるための、プロセスのデザイン、資産の整備、環境の整備、それらを導くビジョンとリーダーシップ」が必要とされる。

2.2 組織的知識創造理論の展開

野中により提示された組織的知識創造理論は、日本でも欧米でもナレッジ・マネジメントの概念の受容と実践的展開を活発化させたが、その中で課題も指摘されてきた 。組織的知識創造理論に示唆を得て活発になったナレッジ・マネジメントの実践の取り組みは、典型的には「企業が既存の情報をいかに効率的に活用するか」という点を目的として行われてきた。代表的なものは、マニュアル等の文書化された情報を、情報システムを活用することによって効率的に管理・共有し、組織成員の間での活用を促すことを目指すような形をとる。こういった形式でナレッジ・マネジメントの実践が行われることの背景には、野中らによって組織的知識創造理論が提示されたのと時期

を同じくして、インターネット等を活用した情報技術の普及が始まったことと無縁ではないと考えられる。
しかし、そういった傾向に対して、野中自身から批判的検討が加えられている。組織的知識創造理論の実践に際して留意すべきこととして、野中は「『革新的な知識を継続的に想像できるような知的能力にあふれた』組織の基盤能力の構築」を提唱し、「そのために必要な『自社の組織が持つ潜在的な能力』である『知力（Intellectualizing Capability）』という概念」を挙げている。しかし、1999 年に発表された「『知識創造企業』再訪問」において、野中はナレッジ・マネジメントの実践が、「しばしば『企業が既存の情報を如何に効率的に活用するか』に偏ったものになりがち」で、「米国でのナレッジ・マネジメントは企業内のベストプラクティスの共有、意味情報の活用という側面が強い」という状況を指摘し、「既存の知識資産だけを対象にしている限りは、あるいは、情報データベースを知識としてとらえている限りは、継続的な知識活用の効果は生まれてこないでしょう。ナレッジ・マネジメント・ソフトを活用するだけがナレッジ・マネジメントではないのは当然です」と批判している。
そういった実践的展開の状況を踏まえ、野中は具体的な方法論の構築に取り組んだ。まず、2000 年に出版された『Enabling Knowledge Creation』で、「知識創造を促進させる組織活動」である「ナレッジ・イネーブリング（Knowledge Enabling）」という概念を提唱した。ここでは、既存知識の管理・活用といった方向に偏りがちであったナレッジ・マネジメントの実践状況に対して、「組織は知識をマネージ（管理）することはできない。組織にできることは、知識をイネーブル（実現可能にする）ことだけである」と主張した上で、既存の知識を管理するだけでなく、動態的に絶えず新しい知識を創造するという考え方への転換を訴えている。
更に、この考え方に基づいて新たな方法論の構築に取り組み、それを 2003 年に出版された『知識創造の方法論』で集成している。ここでは、西洋東洋の哲学や社会科学に基づいて、知識観や新たな知識を創造するための方法論を紹介し、更に組織的知識創造を促進するためのリーダーシップについて言及した。一方で、組織として「ナレッジ・イネーブリング」を実現するにはどういった方法論をとるべきかは提示されなかった。

2.3 組織的知識創造理論の課題

組織的知識創造理論では、企業にとっての競争優位の源泉として知識を位置づけ、個人のレベルで創造されるその知識を暗黙知と形式知に分けている。知識とは個人によって創造されるものではあるが、組織成員や組織外部の主体の間で相互作用を繰り返しながら、動的に共有したり活用したりする環境を構築することで、組織として集合

的に連続的イノベーションをもたらすことができるとしている。そこでは、知識とは唯一絶対の真理ではなく、経験や実践を通じて間主観的に構成され常に更新されていくプロセスである。

しかし前節で見たように、組織的知識創造を嚆矢として活性化したナレッジ・マネジメントの実践的展開では、情報技術を活用して文書等の形式知化された既存の知識をいかに共有・活用するか、といった方向に偏りがちあった。野中はこうした傾向を見せた管理的なナレッジ・マネジメントの取り組みを「知識管理」と呼んで批判し、より動的に組織内外の個人が相互作用を起こす様子を全体として捉え、その活動を支援するような環境整備やプロセスデザインを目指す 、「知識経営」 を目指すことを訴えた。

しかしながら、この組織的知識創造理論において「知識経営」を行うための方法論の構築は、以下の 2 点で不十分なものである。

一つ目は、方法論として提示されているものが、個人としての知識創造へのフォーカスにとどまり、如何にして集団での知識創造を支援する環境を構築するか、という部分に踏み込んでいないことである。組織的知識創造の実践的展開が「知識管理」への偏りを見せたことを受けて、野中は 2003 年に『知識創造の方法論』を発表したが、先述の通り、ここで提示されているものは主に個人の知識創造や組織におけるリーダーシップの域を出ないものである。しかし、「知識経営」が対象とする知識創造は、「知識管理」で扱われるような、既に文書化されるなどして明示化した知識を整理したり共有したりすることのみならず、個人の中にある暗黙知や、個人間で発生する葛藤や協調、共有されている文脈などといった、見える形で捉えづらいものを、共同的に創造、運用、支援することを目指す 。また、知識それ自体は、個人や環境との絶えざる相互作用の中で間主観的に構築され更新され続けるものであると考えられている。そういった動的な相互作用の起きやすい組織をデザインし、運用するためには、個々人が如何にして知識を創造していくのかという問題とは別に、個人間のコミュニケーションや共同作業といった相互作用を促進するための空間や道具、ルール、プロセスの設計などといった、個人における知識創造の方法論とは異なるアプローチが必要だが、組織的知識創造理論にはその具体的な方法論が欠けている。

二つ目は、個人及び集団での知識創造に関する具体的なメカニズムへの言及の不足である。一つ目の課題において提示された、知識創造を促進する組織をデザインするための方法論の欠落を補うには、知識創造が個人及び集団の中でどのように起き、何が要因として作用して促進、或いは阻害されるのかといった、より詳細に踏み込んだ理解が必要になるであろう。しかし、組織的知識創造理論では、哲学や社会科学といった観点から知識創造の方法を一般的・概念的に説明するにとどまり、知識創造の詳細なメカニズムの解明や、実践の方法論の検証がされていない。このため、組織的知識

創造を促進するための実践に取り組もうとする実践者は、そもそも扱う対象である「知識」に関する詳細な理解をしないままに実践に取り組まざるをえない状況にある。

上記 2 つの要因により、現場の実践者が「知識経営」を実践するにあたって視野に捉えるべき対象と、その状態に働きかけるための方法論が明確に存在しない状態にあるということが、組織的知識創造理論を実践へ展開することの課題である。この課題が存在することで、「知識経営」型のナレッジ・マネジメントについて、その観点から事例を分析する研究は見られるものの、実践に向けた方法論の構築やその検証が十分とはいえない状況や、実践の場で「知識経営」の取り組みが大きく広がりを持てない状況を引き起こしていると筆者は考える。

こうした状況を打開するため、筆者は、学習科学による人間の「学習」に関する理解と実践の知見を取り入れるべきだと考えている。主に企業組織の競争優位と価値創造の強化を目的として展開されている組織的創造理論と、人間がどのように学ぶのかを解き明かし、特に教育現場において学びを支援する環境づくりの方法論を構築することを目的とする学習科学とは、一見すると全く関連性のないものに思えるかもしれない。しかし、その最終的な適用対象が企業経営か教育活動であるかの違いはあれ、個人が他者・環境との相互作用を通じて共同的に知識を構築していくこと、また、それを促進するための方法論を考えることを目指すという点で、双方が焦点を当てているものは全く同じであると言える。

次章では、学習科学における「学習」観を示した上で「学習環境デザイン」と呼ばれる研究を紹介した後、組織的知識創造を促す環境を構築するために鍵となる概念として「インスクリプション」を取り上げる。

第3章　組織的知識創造理論と学習科学

本章では、学習環境デザインの具体的な取り組みの過程と結果を考察した、美馬のゆり・山内祐平による『未来の学びをデザインする』(2005) と美馬による『学習の共同性および社会性を基軸にした学習環境デザイン研究』(2010) に基づいて、学習科学における学習観と、学習環境デザインの研究の考え方を紹介し、組織的知識創造理論への接続を試みる。

3.1 学習科学における学習観

学習科学は、「よりよい教育を実現したいという社会的要請を背景にして、これまでの認知過程の研究に基づき、現実の人の学習、例えば学校教育の中での子供たちの学習を研究し、現代のテクノロジを駆使して実効性のある教育のシステムを教育実践の中でつくりあげようという研究動向」と定義される。(三宅・三宅・白水：2002)
学習はもともと、認識、理解、学習、知識、記憶、概念、推論、意思決定、言語、知覚といった、「心」を構成する複雑な認知過程を、哲学、心理学、脳神経科学、言語学、情報科学、情報工学といった学際的なアプローチによって解明しようとする認知科学の一分野であった。その一連の研究の中で、認知科学の研究成果を受け継ぐ形で 1990 年代終わりごろに誕生したのが学習科学である。そこでは、学習とは「個人の中だけで起こる心的過程ではなく、共同体との社会的な関わりや、その共同体の中に存在する様々な人工物（道具や制度）との相互作用の中で生じる過程である」という考え方を基盤として学習の共同性と社会性に着目し、人がより深く、より効率的に学ぶことができるような学習環境を作り上げることを目指した研究がなされてきた。
学習の共同性とは、二人以上の人間が、協調的に活動することによって、学習者自身が自分で自身の知識を構成しやすくするだけでなく、他者の考え方との相互作用や吟味を通して、自身の知識を再構築するきっかけにも恵まれ、理解が深化するという学習の特性である。美馬は、これを「共同的メタ認知」の観点から説明している。
メタ認知とは思考について思考する能力であり、自分の心的過程をモニタしてコントロールする能力であるが、共同的メタ認知とは、それを社会や文化、共同体における共同的な活動に適用し、そこで発生する学習の促進のメカニズムを説明するものである。共同的な活動においては、他者の存在が言語化や身体表現などのコミュニケーションを生み出し、個々における内省を促進させる。それによって共同的に知識が構築され、学習が生起し促進されていく中で働いているのが、共同的メタ認知であると言われる。この共同的メタ認知の働きにより、自分たちが所属している社会や文化の中

で、知識の価値や必要性について認識し、自分や他者の心的過程や活動を意識しつつ、自分たちの活動を変化させていくことができるようになる。
また、学習の社会性とは、学習は、共同や参加といった社会的に意味のある活動の中で動機づけられ、共同体への周辺的参加から段々と十全的参加に移行していくという、参加の過程として見ることができる、という特性である。これは、グループ活動における仲間とのやりとりのように、他者との関係構築において責任感や連帯感、参加の楽しさなどが学習の動機付けになることや、小学校における総合的学習の授業の中で、社会（学校外）の人々と関係をもつことや社会の中で役に立つモノを作るといったことが、学習者に社会の一員としての役割を意識させ、参加の動機づけを高め、自律的学習を促す、といったことに見られる。
こうした特徴を持つ学習は、それまで一般的に考えられていた、子どもが大人になる、或いは初心者が熟達者になる、といったような、技能や知識の習得を通じた個人的な発達の過程ではなく、社会的な活動として、文化的実践への参加の過程として捉えられる。
このような考え方の下に学習科学によって見出されてきた学習の特徴を、美馬は佐伯（1993）を基に、以下のように整理している。

・学習を教育とは独立の営みとしていること
・学習を社会的実践の一部としていること
・学習とは参加すること
・学習とはアイデンティティの形成過程であること
・学習とは共同体の再生産、変容、変化のサイクルの中にあること
・学習をコントロールするのは、実践へのアクセスであること

こうした学習の特徴を踏まえると、よりよい学習を実現するためには、学習の道具や教材だけでなく、社会的状況も含めた学習の場、活動の場などといった、より広範囲のデザインが求められるようになっていく。これが学習環境デザインである。次節ではこの学習環境デザインの考え方を説明する。

3.2 学習環境デザイン

学習科学の中にも様々な研究分野が存在するが、組織的知識創造理論を実践に移すための方法論を構築する際に鍵となると筆者が考えているのは、学習環境デザインという研究分野である。その背景にある学習に関する捉え方は前節で述べたが、ここではその考え方を紹介するとともに、学習環境デザインが組織的知識創造理論の実践の方

法論構築に役立つと考える理由を説明する。
美馬（2010）は、学習環境デザインとは、「目的、対象、要因、学習に至るまでの過程などを意識した活動であり、そこに係る人々の活動を物理的環境も含めて組織化し、実践しながら、振り返り、位置づけ、修正していくという、構成的で、循環的な、環境に開いた学習環境を創造する行為」であると定義している。
学習環境デザインでは、「学習モデルの採用」、「学習環境デザイン」、「実践」の 3 つのプロセスを繰り返しながらデザインの原則を導出することを目指す、「デザイン研究」と呼ばれる研究方法がとられる。

1 学習モデルの採用
　行おうとする実践の課題を抽出し、これまでの学習科学の研究などを参考に、目的に合った学習モデルを採用する。
2 学習環境デザイン
　採用した学習モデルにデザイン原則を適用しつつ、目的に則した学習環境をデザインする。
3 実践
　デザインした学習環境で実践する。実践中は、その学習環境を体験するだけでなく、自分自身を含めた学習者やその活動を観察し、環境に問題がないかを振り返る。

実践の振り返りから、学習モデルの修正を行い、以後このプロセスを繰り返しながら、デザイン原則を洗練させていく。その様子は以下のようにして表される。

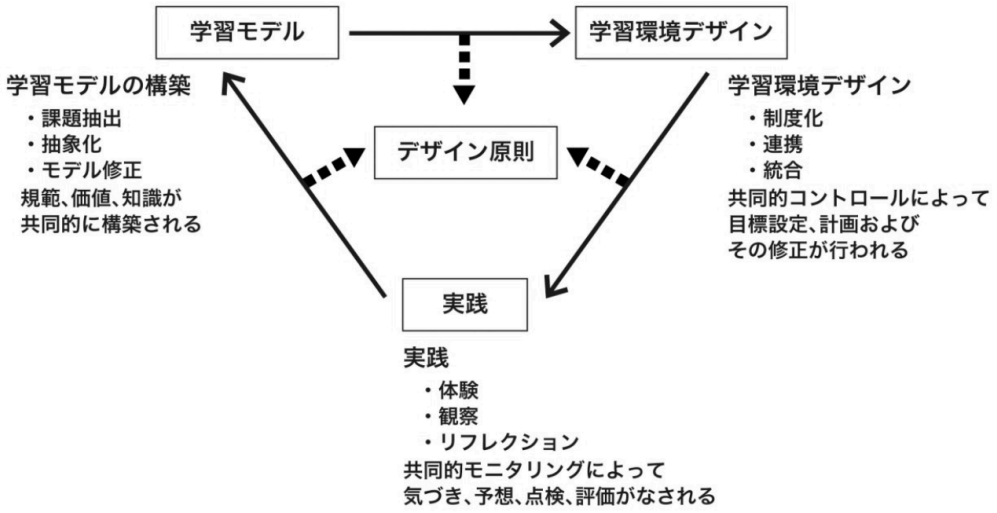


図 2 学習環境デザインのサイクル
出典:美馬(2010)

デザイン研究では、実践と研究を並行して行うこと、実験群と統制群の比較をしないことなどが特徴として挙げられる。その代わりに、学習科学等の研究成果に基づいた特定の学習に関するモデルを採用し、それに基づいて学習環境をデザインした上で、実践結果の観察とそれに基づいた分析によって、実際に意図した成果が出たのかを評価する。その評価結果から、学習モデルの修正を行い、更にデザインと実践のプロセスを重ねることを通して共通点の中からデザイン原則を見出し、洗練していくことを目指す。学習環境デザインにおいてこうした手法がとられるのは、学習環境が複雑で創発的なものであるため、構造化された知識や目標が明確に決まったものをデザインする、従来の工学的な手法をとることが難しいからである。

このデザイン研究のアプローチを用いて、美馬は 1990 年代から 2000 年代にかけて、小学校における通信ネットワークを利用した科学の学習環境構築や、大学におけるものづくりを組み込んだ授業のデザイン、新規に開学された大学のプロジェクト学習プログラムや空間のデザインなどといった実践を通じて、学習環境デザインのための原則を導き出す研究を行った。

美馬の学習環境デザインの取り組みは、美馬・山内（2005）とその研究成果を受けて更に深く考察した美馬（2010）に詳しい。その継続的なデザイン研究の結果として、持続的な学習環境デザインのために必要な要素として空間、活動、共同体、道具、デザイナーの 5 つを挙げ、それぞれのデザイン原則を以下のように整理した。

空間 1：参加者全員にとって居心地のよい空間であること
空間 2：必要な情報や物が適切なときに手に入ること
空間 3：仲間とのコミュニケーションが容易に行えること

活動 1：活動の目標が明快であること
活動 2：活動そのものに面白さがあること
活動 3：葛藤の要素が含まれていること

共同体 1：目標を共有すること
共同体 2：全員に参加の方法を保証すること
共同体 3：共同体のライブラリーを作ること

道具 1：ライブラリーを作るための道具があること
道具 2：共同体内部の人にとって道具の変更が容易にできること
道具 3：共同体の外の世界につながる道具があること

デザイナー1：学習環境デザイナーがチームとして存在すること
デザイナー2：デザイナー・チームは共同体内部のメンバーで構成されること
デザイナー3：デザイナー・チームは共同体の中の正式な組織であること

この原則を適用しながら、学習環境デザインを構築していくことで、その共同体にとって学習の効果を高めることができると期待される。美馬はこの原則を適用してはこだて未来大学開学時の建築や教育プログラムの設計に中心メンバーの一人として関わってきている。

3.3 組織的知識創造理論と学習環境デザイン

こうした学習環境デザインのアプローチとそれによって導出されたデザイン原則は、組織的知識創造理論の実践を現場で展開するための課題として第 1 章で挙げた点を解決するために有効なアプローチになると考えられる。その理由は 3 つある。

1 つ目は、学習科学が扱う「学習」と組織的知識創造理論が扱う「知識創造」が、その定義からして同じものであると考えられるからである。3.1.節において、認知科学から学習科学に発展する中で、学習の共同性と社会性の重要性が認識され 、学習とは「共同体の一員になる過程であり、その共同体における言葉を使い、その共同体における特定の基準によって行動することができるようになること」、すなわち「共同体の参加者になること」であり、「個人の中だけで起こる心的過程ではなく、共同体との社会的な関わりや、その共同体の中に存在する様々な人工物（道具や制度）との相互作用の中で生じる過程である」とみなされるに至ったことを述べた。一方、 野中（1996）で述べられていた知識創造の特徴は、「個人によって創り出される知識を組織的に増幅し、組織の知識ネットワークに結晶化するプロセス」であり、「相互に作用し合う人々の集団の中で起こる」ものであり、「人と人のあいだの「社会的」プロセス」であり、「個人の信念が人間によって”真実”へと正当化されるプロセス」である。ここで、野中の考える知識創造は、組織における個人同士や環境との相互作用を重視しているという点で共同性を持ち、企業組織という一定の文化や文脈を共有し、かつ社会へ働きかけていく共同体を前提としている点で社会性を持つといえ、学習科学と考え方の基盤を共有しているといえる。

2 つ目は、学習環境デザインの実践が、組織的知識創造理論の実践の方法論に欠けているもの、すなわち知識創造のメカニズムに関する研究成果に基づいた知見を補うことができるためである。学習環境デザインは、認知科学や学習科学の研究によって提示された学習のモデルを用いてデザインと実践を行うため、人がどういった環境や条

件のもとでよりよく学習するのかといった具体的な知見を、その実践の中に必然的に組み込むことができる。

3 つ目は、実践の目的が共有されることである。美馬は、従来なされてきた学習環境デザインが、教育現場における授業等のデザインに特化していたことに対して、持続性を欠くために変革をもたらす効果が長続きしないという問題意識を前提としていた。このため、美馬の学習環境デザインは共同体における持続的な学習の支援を実現する環境を作ることを目的としている（美馬, 2010）。一方で、企業組織における組織的知識創造の推進は、自律した個人同士の相互作用を通じて、暗黙知と形式知の知識変換や個人間での知識の共有や移転を促進する環境を持続的に作ることを前提としており、実現しようとしているもののスコープが共通している。実際、美馬は教育現場における実践を通じて導き出した新たな学習環境デザインのアプローチが、生涯学習、企業や市民活動における成人学習等への展開できる可能性を示唆している。

第4章　研究の枠組み

これまで、組織的知識創造を活性化させる組織づくりの方法論として、学習科学の知見を基盤にした学習環境デザインのアプローチが有効である可能性について述べてきた。本章以降では、その前提のもとに行った実践研究に関して、その説明を結果の考察を行っていく。まず本章では、研究の枠組みやフィールド、方法に関して説明する。

4.1 インスクリプション

美馬（2010）は、学習環境デザインの研究の中で学習の共同性と社会性に焦点を当てて議論を進めたが、その中で我々が知的な仕事を行う際に、物理的に存在する道具や、図表のような表象、コンピュータの画面といった多様な人工物を利用しながら思考しているということに着目し、学習におけるモノの重要性を指摘し、これを文化人類学者の Latour が提唱した「インスクリプション」という概念と結びつけ、学習環境デザインの際には、人々の社会関係やモノを含んでデザインすることの有効性を示唆している。

インスクリプションの本来の意味は、記銘や碑銘等であるが、ここでは実践共同体で利用されている図表、リスト、帳簿、文書記録、地図、グラフなどのことを指す。Latour は、科学研究現場の詳細な観察から、人が共同体の中で活動をする時に、これらのモノを通じてメンバーの体験や思考が外化され、メンバー間での情報共有に役立ち、共同体の社会性や歴史性を織り込んでいく役割を果たすことで、共同体の活動を支えていると指摘した。

このインスクリプションは、学習においては、文章化したり、描画したり、対話したりするといった、思考を可視化して吟味する状態にする成果物、或いはそのための道具にあたるとされ、前章で紹介した共同的メタ認知において重要な役割を持ち、さらにそれがライブラリーとして蓄積されていくことで、共同体における活動の方向付けをする役割りをも果たす。

例えば、美馬の学習環境デザインの研究では、ものづくりを授業に取り入れることで、授業の参加者同士のみならず、授業に参加していない外部の関係者とのコミュニケーションなどの相互作用を促しながら、共同的・社会的な学習を促進していく様子が捉えられている。企業活動の現場においては、新製品開発をする際にプロトタイプを作ることや、クライアントに対してサンプルを渡すことなどがプロジェクトを推進していく時に有効であるということが経験的に言われるケースがあり、野中の『知識創造企業』においても、組織的知識創造においてプロトタイプが果たす重要な役割が述べ

られているが、これは学習環境デザインにおけるインスクリプションの役割りと同様の指摘であると考えられる。
今回の実践研究では、このインスクリプションを豊かにする環境を作ることが、組織的知識創造の促進にキーになるのではないかという仮説をもとに、現場での実践を行った。
インスクリプションに着目する理由は、それが「目に見える」という特性を持つからである。ここまで学習の重要な特徴として共同性や社会性を挙げ、他者や環境との相互作用が学習を促進させるという考え方を述べてきたが、基本的に学習は個人の中で発生する認知過程である以上、その効果を測ることが非常に難しい。理想的には、現場の活動の中で個人の知識が変容していく様子をリアルタイムに測定することができれば、学習環境デザインの効果を直接的に捉えることができるが、現状ではそのような対応をとることは非現実的であり、別の手段を使う必要がある。その際に、インスクリプションは、自らの思考を外化してメタ認知を促進することで、活動している本人の学習の促進に役立つのみならず、それが他者の目にも見えるために、他者にとって学習の契機として働くと同時に個人間の相互作用を誘発する、という特性を持つことで、組織的知識創造の重要なファクターになると考えられるのである。

4.2 実践のフィールド　～港区芝総合支所･新橋区民協働スペース(通称:「ご近所ラボ新橋」)～

今回の実践研究のフィールドとしたのは、港区芝総合支所・新橋区民協働スペースという公共施設で、通称「ご近所ラボ新橋」と呼ばれる場所の利用者及びそこに関心をもつ人たちの共同体である。以後、この共同体を「ご近所ラボ新橋」と呼ぶことにする。ご近所ラボは、2013 年 3 月に港区の新橋 6 丁目にある旧勤労福祉会館を建て直して新たにオープンした、「きらきらプラザ新橋」と呼ばれる公共施設の 1 階に開設された。同じ建物内には、区が開催するイベントや近隣住民の会合等に利用できる会議室や、一時預かり保育の施設が開設されている。運営は三田の家 LLP という団体が請け負うという形をとっている。
ご近所ラボ新橋は、「プラットフォームによる循環型政策システム」呼ばれる、新たな行政の形を模索する東京都港区の取り組みの一環である。プラットフォームによる循環型政策システムとは、
この新たな政策システムのことを、ご近所ラボ新橋では「ご近所イノベーション」と呼ぶ。ご近所ラボはそのご近所イノベーションの活動を実現していくための、実験の場として機能する場である。ご近所ラボ新橋では、「ご近所イノベーション」を、自分

たちのやりたいことを地域につなげることで、暮らし方やコミュニティの関係、幸せのかたちを少しずつ変革していく活動と定義しており、周辺地域の在住者や在勤者に限らず、多様な人が集まる場をつくってその場での関係変化や信頼構築を通じて、それまでに無かった新たな価値を創出することを目指している。

この目的を達成するために、ご近所ラボは共同作業スペースやラウンジといった場所を提供する以外にも、参加者や訪問者が自分にできることややってみたいことを探り、見つけ、多様な人々と交わる機会を作るための様々な仕掛けを用意している。たとえば、設備の面では、ものを作る時に使える様々な種類の筆記用具や道具・工具、レゴブロックや積み木等の知育玩具、訪問者の興味に合うように選定された図書 100 冊、コミュニティ・カフェ、大きなアイランドキッチンなどが代表的なものとして挙げられる。また、コミュニティの運営面では、このスペースにおける活動や運営のコーディネーションを行う「事務局」と呼ばれる人々や、毎週決まった日時にスペースを開いて訪問者をホストしたり、必要な運営活動全般や企画を行ったりする「マスター」と呼ばれる人々が存在する。日々のご近所ラボの運営やイベント等の企画はこれらの人々が中心となって行い、月に 1 度程度、港区の担当部署である協働推進課の職員や、三田の家 LLP 代表でご近所ラボのアドバイザーとなっている坂倉杏助氏を交え、企画の審査や懸案事項の解消等のためのミーティングを開いて、重要事項の決定などを行う。ステイクホルダーの関係性をマッピングすると、以下の図のようになる。

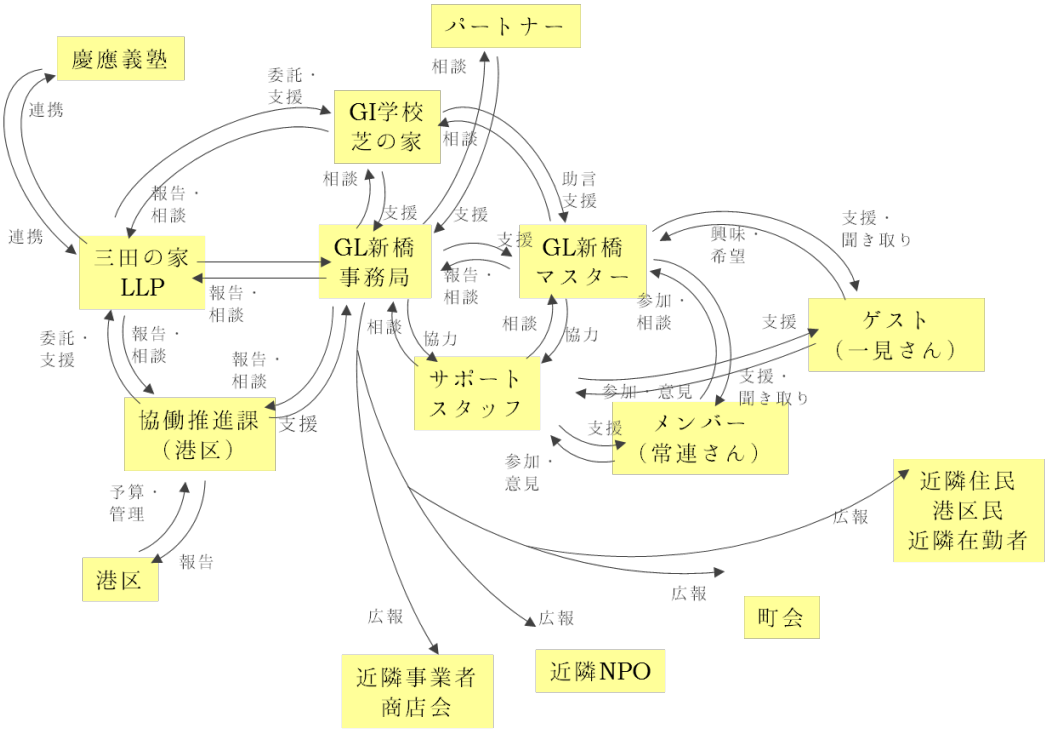


図 3 ご近所ラボ新橋のステイクホルダー

ご近所ラボでの活動内容としては、訪問者やゲストの得意分野について話をしてもらったりワークショップをしてもらったりする「講座」と呼ばれる企画が不定期に開かれたり、各開館日のマスターがそれぞれに関心分野に沿った企画を行っている。また、関心を共有した人のグループが、自主的・定期的に集まって活動をする「部活動」という枠組みがある。部活動の中には、施設の屋上にある菜園を活用して野菜を栽培・収穫して調理する等の活動をしているグループがあったり、対話をテーマとして毎週水曜日に活動するグループがあったりする。また、芝地区や近隣地区の他の施設や団体、イベント等とコラボレーションをするなどし、数ヶ月に一度程度の頻度で大きなイベントのホストをしたり、或いはイベントに参加したりといったことも行っている。ご近所ラボ新橋は、これらの活動を支援するための場として機能しており、その中で重要視しているのは、ボトムアップ型の企画を通じて仲間を見つけながらつながる話であることで、自然発生的に、「とにかくやってみる」ことを支援することである。ご近所ラボの様子を示すものとして、ご近所ラボ新橋の開館予定を示したカレンダーと、いくつかの写真を本論の Appendix に掲載した。

ご近所ラボは、2014 年 3 月にオープンしてから、週に 2 日ほどのペースで開館して運営されてきたが、開館 1 周年を前に内装や設備、運営体制を見直し、2015 年 4 月からリニューアルオープン（正確には、2015 年 4 月いっぱいは運営にかかわる諸事項の確認のためのパイロットオープン）をした。本論における実践研究の介入のタイミングは、このリニューアルオープンのタイミングである。

本論での実践研究では、このご近所ラボ新橋における知識創造の活性化の為の取り組みの一部として行なった活動を振り返る。組織的知識創造理論がもともと対象としていた企業活動と、ご近所ラボ新橋が育てたいと考える市民活動とでは、全く異なる知識創造が必要とされると思われるが、根幹にあるのは、どちらも新たな価値を人と人の相互作用を通じて創造していくということであり、相互作用を通じた人の学習という知識創造の営みを促進することによって目的を達成する、という意味では、同じ組織的知識創造であるため、ここでの実践を企業での取り組みに活かすことも十分に現実的である。さらに近年では、組織的知識創造理論の系譜を持つ実践の中に、ステイクホルダーの枠を超えた主体の集まったプラットフォームから新たな価値をもたらすイノベーションを作り出そうという、「フューチャーセンター」などの活動がみられるようになっていることから、実践の現場では、すでにこの二つの領域の往来は始まっていると言えるのである。

4.3 学習環境デザインの対象

このご近所ラボ新橋において、インスクリプションに着目した学習環境デザインによ

って組織的知識創造を活性化する取り組みとして、今回は広く普及したソーシャル・ネットワーキング・サービスである Facebook を使用する。美馬（2010）で示された学習環境デザインの原則を適用してご近所ラボ新橋の Facebook ページを運用し、前後の比較により洞察を得ることを目指していく。ここで、Facebook を使用する理由についていくつか述べておく必要がある。

Facebook とは、ソーシャル・ネットワーキング・サービスと呼ばれるインターネット上のサービスの一種であり、知人友人と近況の情報を確認しあったり情報をやりとりするコミュニケーションツールとして使われたり、自らの好みの企業やメディア、個人等の情報発信源をあらかじめ登録しておくと、それらの更新する情報が時々刻々と画面上に流れていく、といった情報収集等のツールとして世界中で利用されている。2014 年 12 月現在で月に最低一度でも利用したユーザーは 13 億 9000 万人、一日に最低 1 度でも利用したユーザーは 12 月月間の平均で 8 億 9000 万人という、世界最大のものである。個人で利用する場合には上記のような用途で使うことが大半であるが、それ以外にもいくつもの機能を備えており、今回の取り組みでは、その一部である「ページ」という機能を使用する。

ページ機能とは、特定のトピックに関する情報発信を行うための Facebook 内専用のウェブページを作ることができる機能である。ユーザーが自分自身で情報を発信する通常の使い方だと、基本的にはお互いに知人友人としてつながったユーザーにしか情報は伝わらないが、ページ機能を利用すると Facebook 上の不特定多数の人向けに情報発信ができたりするようになる。そのため、企業が Facebook のユーザー向けに情報発信を行ったり、ある個人が特定のトピックに関する関心を共有できる不特定多数のユーザー向けに情報発信して、相互に交流したりといった目的のために使用される。このページから配信される情報に興味のあるユーザーは、「Like（いいね）」と呼ばれるボタンを押してフォローする意思を示しておくと、以後そのページの情報が自動的に配信されるようになる。

今回このページ機能を使用することにした理由は以下の 3 つである。

まず 1 つ目は、インスクリプションとそのアーカイブとしての機能を果たすことができるためである。情報を発信する際に、文字や写真を使用するため、思考を外化して吟味できる状態にしたものを、関心を共有する人たちに手軽に配信することができるようになるほか、検索が可能な状態で蓄積されていくため、ページを使って情報を発信することで、自然にライブラリーを構築していくことにつながる。さらに重要なのは、Facebook ページには、リアルな場でのインスクリプションほどではないにせよ、そのページで示されているコンテンツに対して、ユーザー側から参加する手段も用意されていることである。単に情報を発信する側から一方的に情報を流すだけではなく、そのコンテンツに対してユーザー側が「Like」をつける（好意的な感情を目に見える

形にして知らせる)、「Comment」をつける（自分の意見や質問などを示したり参考情報を加えたりする)、「Share」をする（Facebook 上で、他の人に対して拡散する）などといったインタラクションのチャネルが開かれているのである。これは、相互作用を通じて組織内の学習や知識創造を促進することを目指す際には非常に重要な機能である。

2 つ目は、導入のハードルが著しく低いことである。本論における目的として、組織的知識創造理論の実践に取り組みやすい方法論構築の方向性を探ることを挙げたが、そのために費用をかけずに導入でき、使い方がわかりやすく、ともに利用することになる人たちからも抵抗なく受け入れられやすいツールを使うということは非常に重要なポイントである。Facebook およびそのページ機能は、インターネットにつながることさえできれば誰でも無料で利用できるサービスである。また、先ほども挙げたとおり、世界中に普及しているサービスであり、日本もその例外ではない。調査会社のセレージャテクノロジーによれば、2014 年 11 月時点での日本のユーザー数は 2400 万人ほどである。

さらに 3 つ目は、分析の為のデータが提供されることである。Facebook でページを開設して、「Like」でそのページをフォローしているユーザーの数が 30 名を越すと、そのページやページ内のコンテンツにどれだけの人がどういったアクションを起こしたか、といったことが分析できる数値データが提供される。このデータ化機能は非常に重要で、何かしらの変化を起こすために取り組みをした際に、成果が意図したとおりに出たかどうかを確認する為の指標の設定が難しかったり、情報を集める手段がなくて成果測定ができなかったりするケースがある。Facebook ページからは膨大な量のデータが提供されるため、その心配がないのである。

ご近所ラボ新橋は、2014 年の開設の直後から Facebook ページも設置し、逐次情報の発信を行っていたが、その運用においては担当者も明確ではなく、どういった内容の情報を誰に向けて配信していくのかといった方針も運営者の中で設定・共有されていない状態であった。この状態を改善し、ラボのシステムの中でより効果的な機能を有するものとする為、ご近所ラボ新橋の Facebook ページをインスクリプションが流通し蓄積されていく、相互作用可能な学習環境とみなし、学習環境デザインの原則に基づいて運用していくことで、実際にご近所ラボに足を運ぶことのできない人にも参加の機会を開き、より多くの知識創造の機会を生む場となることを目指した。

4.4 期待する成果

ここまで、本研究の取り組みの方向性として、インスクリプションとそのアーカイブとしての Facebook ページの機能に着目し、学習環境デザインの原則に沿って運用する

ことで、組織的知識創造を促す場としての Facebook ページの機能を高めていくという考え方を述べてきた。この節では、その実践によって実現が期待される成果について説明していく。

ここでは、成果につながる主要な指標として、「Likes」「Posts」「Stories」の三つに着目する。

「Likes」とは、特定の Facebook ページに関心がある人が、そのページが発信する情報をフォローする為に自分に対して自動配信をするように設定する行為であり、また、その設定をした人の数を示す。これは、学習環境としての Facebook に対する参加の意思を示すこと、或はその意思のある人と言い換えることもできる。この Likes の数が、学習環境としてのご近所ラボ新橋 Facebook ページへの参加者の数であるといえる。

「Posts」とは、Facebook ページ上に投稿される情報のことである。これを使用することができるのは、通常、権限を与えられた限られた数の運営者側のみで、Like をしてフォローしている参加者側が自分から投稿を行うことはできない。その一方で、先述の通り、投稿されたものに対して「Like」「Comment」「Share」といったツールを使ってインタラクションをすることができる。「Post」には 4 つのタイプがあり、短いテキストでリアルタイムの状況や考えていることなどを配信する「Status」、写真をテキスト付きで配信することのできる「Photos」、他のウェブサイトへのリンクを示しながらその内容を紹介する「Links」、Status よりも長めの文章を記述する「Notes」がそれである。投稿一件でユーザーに届けることのできる情報・知識の量は、一般に「Status」が最も少ないと予測されるが、詳細については本研究では踏み込まない。

「Stories」とは、上記の「Post」に対してユーザーが行ったインタラクションのことで、既に紹介している「Like」「Comment」「Share」といった行動がそれにあたる。一般に、「Like」はクリックをするだけのもっとも簡単なインタラクションである一方で、「Comment」や「Share」は、そのインタラクションで自らの考えを述べたり、情報を提供したり、他の人に紹介したり、といった行動が必要になるため、インタラクションの質としてより深い関わりを必要とし、かつ相互作用の加速により大きなインパクトをもたらすと期待されるものであるといえる。

これらの指標が重要である理由は、学習環境としての Facebook ページがその質を上げたことを示すためには、インタラクションの数が増え、質が高まったこと、またそれがユーザー一人当たり、投稿一件当たりでも実現していると言える必要があるからである。したがって、この実践研究では、取り組み後に、一人当たりの Stories が増えること、投稿一件当たりの Stories が増えること、同じ Stories の中でも、「Comment」や「Share」といったより深い関わりを必要とするインタラクションが増えることが期待される。

以上の要素の分析を通じ、最終的にはユーザーが相互に交流してインスクリプション

が蓄積されていく学習環境としての Facebook ページの活用の可能性と、学習環境デザインの考え方に沿って知識創造の促進ができるかどうかについて検討する。

4.5. 運用ルールのデザイン

Facebook ページにおける相互作用を増やし、学習環境としての質を高めて前節で設定した期待を実現するための Facebook ページ運用を設定するために、美馬（2010）で示された学習環境デザインの原則を適用する。学習環境デザインの原則に関しては 3 章で紹介した。

まず初めに、この原則を適用して現状を評価することで、以後の取り組みでどこに注力して運用を進めていくべきかを見ることができる。今回の対象であるご近所ラボ新橋の Facebook ページにかかわる部分を評価すると以下のようになる。

	デザイン原則	取り組み前の状況
空間	参加者全員にとって居心地の良い空間である	⇒対応を要する
	必要な情報や物が適切なときに手に入る	⇒Facebook に実装済み
	仲間とのコミュニケーションが容易に行える	⇒Facebook に実装済み
活動	活動の目標が明快である	⇒対応を要する
	活動そのものに面白さがある	⇒対応を要する
	葛藤の要素が含まれている	⇒対応を要する
共同体	目標を共有する	⇒「ご近所イノベーション」
	全員に参加の方法を保証する	⇒Facebook に実装済み
	共同体のライブラリーを作る	⇒Facebook に実装済み
道具	ライブラリーを作るための道具がある	⇒Facebook に実装済み
	共同体内部の人にとって道具の変更が容易である	⇒Facebook を利用する為、対応しづらい。スコープから除外
	共同体の外の世界につながる道具がある	⇒Facebook に実装済み

デザイナー	学習環境デザイナーがチームとして存在する	⇒事務局およびマスターが存在
	デザイナー・チームは共同体内部のメンバーで構成される	⇒同上
	デザイナー・チームは共同体の中の正式な組織である	⇒同上

表 1 学習環境デザインの原則に基づいた状況評価

上記の状況評価を踏まえて、対応を要すると思われる部分に重点的に取り組むこととし、Facebook 運用の際のルールを設定する。この時、あまり複雑なものにすると定着しづらい可能性があることを踏まえ、以下のように設定した。

・参加者全員にとって居心地の良い空間であることを実現するため、
  ✓ ポジティブな態度・言葉・内容で投稿する
  ✓ コメントをしてくれた人とできる限り交流する
・活動の内容を明快にし、面白さを見せるため、
  ✓ ラボで作ったものや書いたものをできる限り写真に撮り、テキストとともに投稿するその場にいなかった人にも、ラボでどのようなことが起こっているかが伝わるような内容にする
  ✓ できる限り 1 日に最低 1 度は投稿する。
・葛藤の要素を組み込むため、
  ✓ 問いかけの形を意識したり、自分の考えや感じたことを述べる。

以上のごく簡単なルールの設定に沿って運用していき、前節で言及したデータの動きを見て、取り組みの成果や一連のデザイン、実践プロセスの振り返りを行う。

第5章　実践の結果

前章では、学習環境としてのご近所ラボ新橋の Facebook ページ運用に関して、仮説や取り組みのデザインまでを行った。その結果を Facebook ページから入手したデータから見出し、目的が達せられたかどうかを検証する。データの比較の際は、4 週間ごとに集計したデータを用いるものとする。これは、1 日ごとの比較では投稿の内容等によって大きく上下に振れて、全体的な傾向を見出すのに不都合が多いためである。

5.1 投稿活動の動向

まずはじめに、取り組みを始めたことが実際に運用の動向に反映されたかどうかを確認する。以下の二つのグラフは、Post（投稿）の数をタイプごとにまとめて、Post 数全体の動向と投稿内容の割合を見られるようにしたものである。

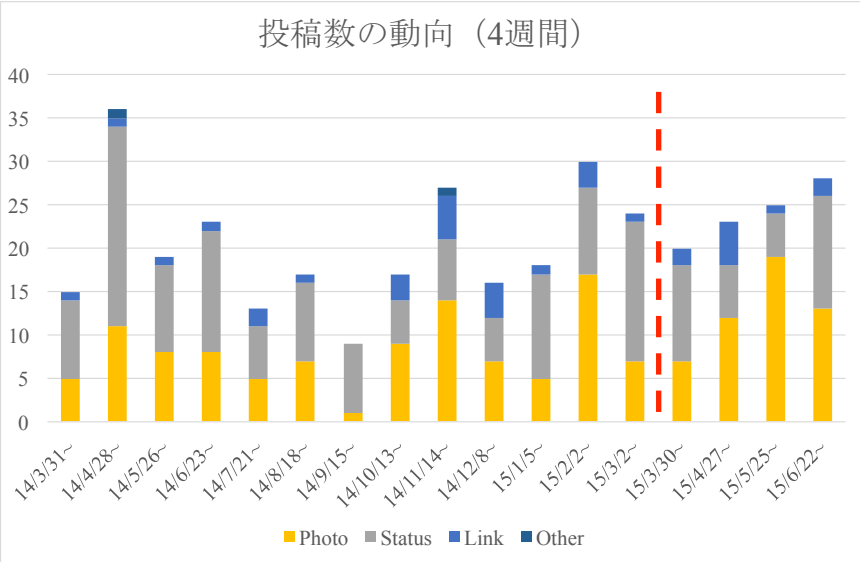


図 4 投稿数とタイプの内訳

新しい運用をはじめた 2015 年 4 月以降の動向として、まず投稿数としては安定的に 4 週間当たりで 20 件以上の投稿がなされるようになり、数も増加傾向にあるということが見て取れる。旧運用の場合と比較すると、その動向が安定するようになったことが見て取れる。

この変化が有意なものであるかを確認するため、介入前（2015 年 3 月 29 日以前）と介入後（2015 年 3 月 30 日以降）で 検定を行なった結果が以下である。

4週間あたりのPost数	
介入前	介入後
15	20
36	23
19	25
23	28
13	
17	
9	
17	
27	
16	
18	
30	
24	

f検定	介入前	介入後
平均	24.	20.30769
分散	11.33333	55.23077
観測数	4	13
自由度	3	12
分散比	4.8733	
p値（両側）	0.21835	

t検定	介入前	介入後
平均	24.	20.30769
分散	11.33333	55.23077
観測数	4	13
自由度	3	12
t	0.94749	
p値（両側）	0.3584	

図 5　4 週間あたりの投稿数に関する t 検定

この検定の結果、介入前と介入後に有意差がないという結果が出た。しかし、図 4 のグラフで分かるように、2014 年 4 月 28 日から、及び 2015 年 2 月 2 日からの 4 週間で、他の期間の動向とは大きく外れる 30 件以上の投稿があったことが見られる。この期間は特殊な事情があったものと考えられるため、それぞれの期間の投稿を精査した結果、いずれの期間も、イベント等の開催によって 1 日の間に 10 件前後の写真やテキストの投稿が繰り返されていた日が 1 日ずつあったことがわかった。よって、この影響を取り除いて再度検定した結果が以下である。

4週間あたりのPost数（修正）	
介入前	介入後
15	20
20	23
19	25
23	28
13	
17	
9	
17	
27	
16	
18	
18	
24	

f検定	介入前	介入後
平均	24.	18.15385
分散	11.33333	22.30769
観測数	4	13
自由度	3	12
分散比	1.96833	
p値（両側）	0.63178	

t検定	介入前	介入後
平均	24.	18.15385
分散	11.33333	22.30769
観測数	4	13
自由度	3	12
t	2.27987	
p値（両側）	0.03766	

図 6　4 週間あたりの投稿数（修正後）に関する t 検定

この結果、2015 年 3 月 30 日の介入前と介入後の投稿数の動向に、有意の差が認められると考えることができる。

また、投稿に写真等のリッチなコンテンツを増やすという方針を示したことの効果を

検討するため、投稿全体に占める投稿タイプの比率の推移を分析する。

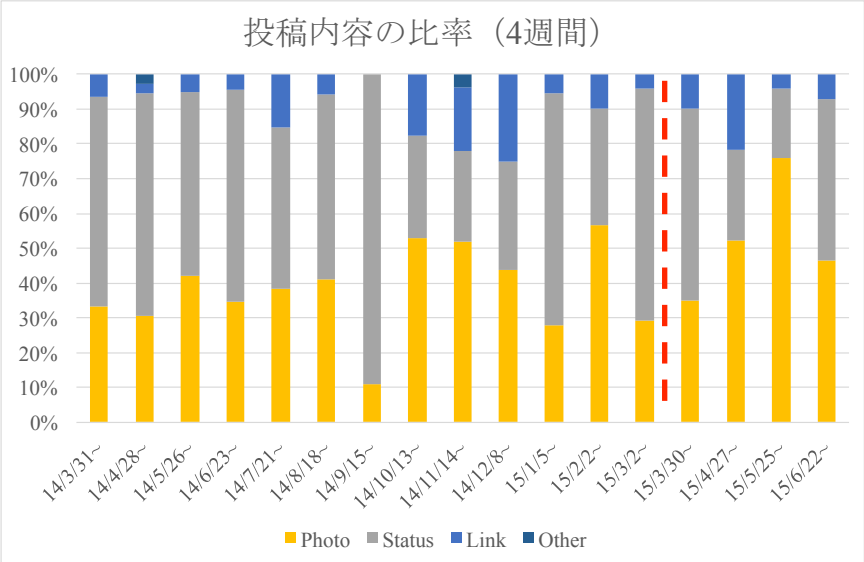


図 7 投稿タイプの比率の推移

グラフからは、「Photos」の割合が増加しているのが見て取れる。新規運用の開始前は写真を含む投稿の占める割合が 39%であったものが、開始後には 53%となり、写真の割合を増やしていくという方向性が共有されて、実際の投稿内容に反映されていたということがわかる。

この写真による投稿が有意に増えたかどうかを検定するが、上記のように特殊な傾向を示した期間が存在したため、予めこの当該投稿の影響を取り除いた状態での検定を行った結果が以下である。

写真投稿の割合	
介入前	介入後
33.33%	35.00%
13.89%	52.17%
42.11%	76.00%
34.78%	46.43%
38.46%	
41.18%	
11.11%	
52.94%	
44.44%	
43.75%	
27.78%	
16.67%	
29.17%	

f検定	介入前	介入後
平均	0.33047	0.52401
分散	0.0165	0.02985
観測数	4	13
自由度	3	12
分散比	1.80882	
p値（両側）	0.39833	

t検定	介入前	介入後
平均	0.33047	0.52401
分散	0.0165	0.02985
観測数	4	13
自由度	3	12
t	2.44474	
p値（両側）	0.02732	

図 8 写真投稿の割合の t 検定

上記より、介入後に投稿数に占める写真投稿の割合が有意に増えたということができると考えられる。

5.2 インタラクションの動向

次に、実際にインタラクションの量・質が向上して組織的知識創造が促進されたのかどうかを確認する。

次ページのグラフは Post と Story の動向を示したものである。このデータによって、「一つの Post に対して参加者の反応が向上したかどうか」を見ることができる。折れ線グラフで示しているのが Story（参加者からのなんらかの形でのインタラクション）の数の動向である。

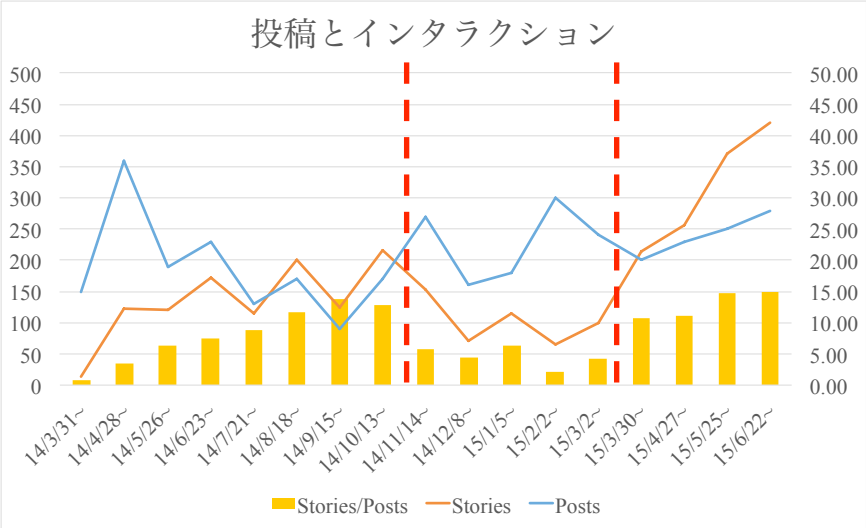


図 9 投稿とインタラクションの推移

新体制での運用開始後、Story の数（オレンジの折れ線グラフ、左軸）が大きく伸びていることがわかる。しかし同時期に Post 数（青の折れ線グラフ、右軸）自体も伸びているため、一つの Post に対する参加者からのインタラクション数が伸びたかどうかを検討しなければ、本当にインタラクションが促進され、参加者の知識創造の活性化に役立ったかどうかを検証することができない。そのために確認した指標が Stories / Posts（棒グラフ、右軸）である。これは一つの Post に対してどれだけの数のインタラクションが発生したかを測る指標になる。これを見ると、運用開始後この数字も増加傾向にあることが分かる。新しいルールによる運用で参加者に対して提供されるようになったコンテンツが、以前と比べて参加者からより多くのインタラクションを誘発

しているということが言え、コンテンツの質が改善された可能性がある。
この変化を統計的に検証するため、介入前と介入後のデータを t 検定した結果が以下の図である。

Stories / Posts	
介入前	介入後
2.400	10.750
7.028	11.130
9.684	14.800
8.957	15.000
8.769	
11.765	
13.778	
12.765	
5.667	
4.375	
6.333	
2.167	
4.167	

f検定	介入前	介入後
平均	7.52717	12.92011
分散	14.50711	5.25741
観測数	13	4
自由度	12	3
分散比	2.75936	
p値（両側）	0.43733	

t検定	介入前	介入後
平均	7.52717	12.92011
分散	14.50711	5.25741
観測数	13	4
自由度	12	3
t	2.65115	
p値（両側）	0.01815	

図 10 Stories / Posts の t 検定

上記検定の結果から、介入前後で投稿あたりのインタラクションの数に有意な差が見られたと考えられることがわかった。
しかし、図 9 のグラフをよく確認すると、介入後に Stories / Posts が上昇しているという傾向が見られる以外に、グラフ上の点線で挟まれた、介入直前の数ヶ月（2014 年 11 月 14 日から 2015 年 3 月 29 日まで）に、Stories の数自体も含め、活動が目立って低調になっていることが見て取られ、この部分の原因をより詳細に分析する必要がある。
この時期に見られる特徴として、インタラクションの種類の中でも「Share」が占める割合が顕著に少ないということである。このことが何らかの影響を及ぼしている可能性があるため、インタラクション内容に関して別途検証するが、その前に、投稿あたりのインタラクション発生数に加え、同時期に Facebook ページをフォローする人が増え、参加者の母数が大きくなっていることから、一人あたりの参加の度合いが増えたかどうかを確認するため、以下のグラフで検証した。

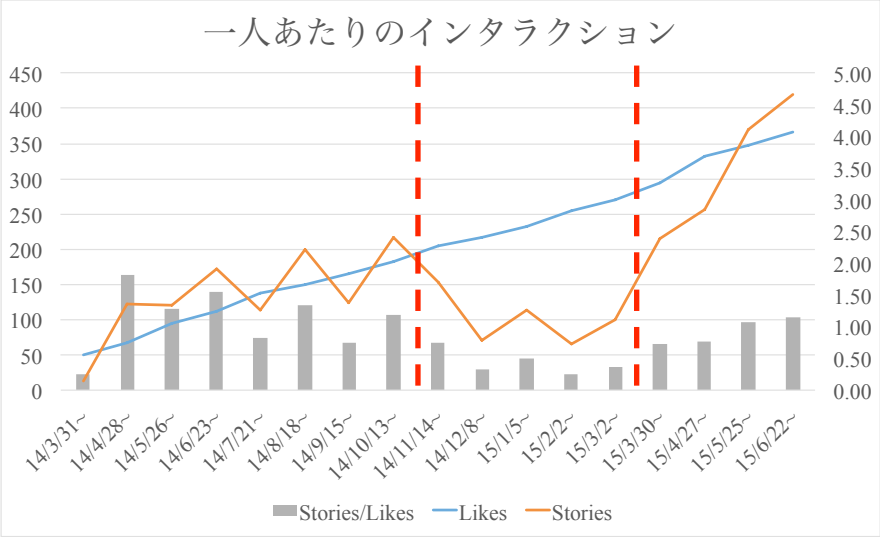


図 11 一人あたりのインタラクション状況の推移

Likes とはページをフォローしている参加者の数であるが、この増加の傾向自体は新体制での運用前後で大きな変化はなく、継続的に参加者数が伸びているのが見て取れる。参加者の数が増えればインタラクションの数も増えることが自然であり、参加者のインタラクションの度合いが深化したかどうかを見ることができない。よって、それを確認する為に Stories / Likes という指標で、一人あたりどれだけのインタラクションを起こしたか、またその傾向に変化があるかを確認した。その結果、起ち上げ当初から徐々に一人あたりのインタラクションの減少傾向が続いていた中で、新体制での運用開始後にゆるやかに増加に転じた様子が見て取れる。

一方、この Stories / Likes の動きから分かるのは、Facebook ページ起ち上げ直後に参加者一人あたりのインタラクションが高い水準が続いた後、2014 年 11 月頃から低調な時期が続き、介入後またインタラクションの増加の傾向が始まったことである。これは先に検討した投稿あたりのインタラクションが低調になった時期と重なっており、その分析のために、以下で投稿に対して発生したインタラクションの中に占める、各種のインタラクションの割合について検討する。

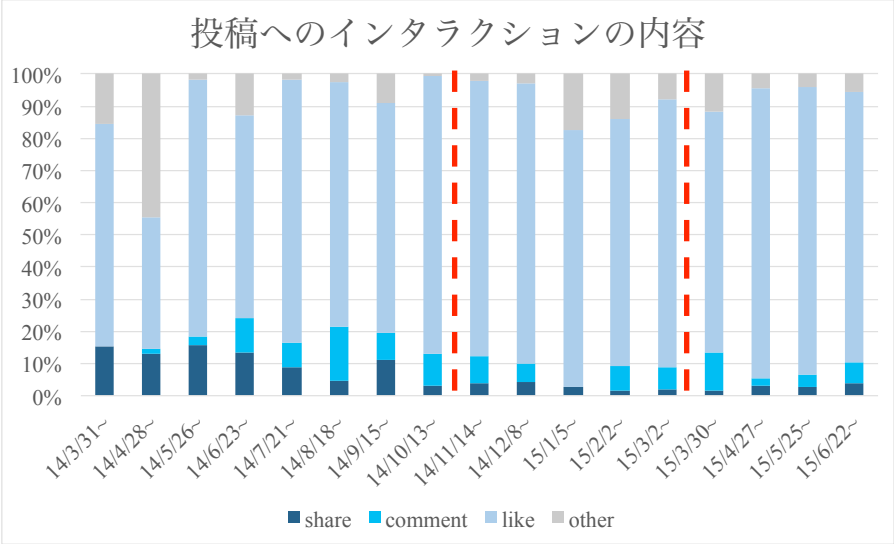


図 12 インタラクションのタイプの比率推移

ここでは、ただ一度クリックをするだけで済む「Like」よりも、自分の意見を表明する「Comment」や他の人に紹介をする「Share」の方が、インタラクションの内容としては深いものであると見なす。これを見ると、2 つのことが言える。

1 つ目は、介入前後でインタラクションの内容に大きな変化が見られなかったことである。先のデータで、Post 一件あたりの Story 数や参加者一人あたりの Story 数が増えたため、全体として相互作用の量が豊かになりつつあることが示されたが、より深い参加が促進されたとは言えないようである。例えば、当初期待していた現象として、ひとつの投稿に対して連続的に多くの人からコメントが入ってきて、議論が展開していく、といったようなものがあるが、そういったダイナミックな動きの発生は限定的であるといわざるを得ない。投稿するコンテンツの変更等を通じて、そういったインタラクションが増えていくための施策を打つということが、次の課題になると考えられる。

もう 1 つ目は、上記でも述べた、2014 年 11 月 14 日以降に活動が低調になった時期に、インタラクションに占める「Share」の割合が顕著に低くなり、その状態が続いていることである。Facebook ページ起ち上げ後の時期と低調になった時期を比較すると、データには表われないものの、投稿した運営メンバーによる「Share」の頻度が大きく落ちていることがわかった。「Share」は、ページへの参加メンバー以外へ投稿内容を共有するアクションで、そこでも「Like」や「Comment」などのインタラクションが発生することを誘引する。低長期にインタラクションが落ち込んだ理由は、この「Share」の行動が減って外部からの巻き込みが減ったためであると推測される。また、介入後に「Share」の割合が増えていないにもかかわらず、インタラクションが活発化しつつあるように見えるのは、コミュニティの内部にいる参加者が、主に「Like」を通じて

インタラクションを始めつつあるということを示唆すると考えられる。
ここから分かるのは、今後運営メンバーが主体的に「Share」を行うことで、現在参加していなメンバーにも傘下の機会を設けていくことで、更にコミュニティの活性化を図ることができる可能性があるということと、さらにコメント等より深いインタラクションを導くために、投稿するコンテンツについてさらなる試行錯誤が必要であるということである。

第6章　考察

これまでの取り組みとその結果の確認を踏まえて、考察を加える。

6.1 研究の振り返り

まずはじめに本研究の目的と流れを振り返る。
本研究では、組織的知識創造の実践に向けた方法論が十分でないことに問題意識を持ち、より具体的で取り組みやすい方法論の構築に向けた知見を得ることを目的とした。そこで、学習科学の考え方が組織的知識創造理論に不足している部分を補うのではないかと考え、方法論の部分では学習環境デザインの原則を、また注目する対象としてはインスクリプションを取り上げた。その上で、インスクリプションを通じた学習環境の充実を図るために、多くの人にとって使いやすい具体的なツールとして Facebook のページ機能を選択し、その運用を学習環境デザインの原則に沿って改善する活動を通じて、実際に組織的知識創造が活性化されたかどうかを、Facebook から入手できるデータを利用して確認した。以下で、学習環境デザインという方法論と、Facebook というツールの 2 点について実践研究の上での考察を加える。

6.2 方法論について　－学習環境デザイン－

取り組みの内容を決める際に、学習科学の知見を実践に取り込むべく、学習環境デザインの枠組みを適用した。この方法論に従えば、学習科学の研究によって示された人間の学習に関する理論を踏まえたうえで、継続的に試行錯誤を繰り返すアプローチをとることができる点が大きな利点である。今回の実践では、事前に期待していた成果がすべて出たわけではなかったが、次に分析すべき点や注力して取り組むべき点を絞り込むことができた。
さらに、複雑で多様な要素が相互作用しあって構成する学習環境にあって、注意すべき項目をシンプルにまとめた学習環境デザインの原則は、様々な共同体の設計を考える際に有用である。実際に運用をしていく際には、様々な方向からの意見や課題が出され、議論や施策の焦点が定めづらい状況になる。だが、わかりやすく使いやすい枠組みを設定すれば、運営チーム内での共通認識や共通言語が構築され、運用の方向性も定まりやすくなる。実際、今回の取り組み前に、この原則に当てはめて状況を整理することで、どの部分に注力をすればよいかを絞り込むのに役立った。
ただし当然のことながら、原則は原則であり、具体的にどのような学習環境をデザイ

ンすればよいのか、ということを示してはくれない。具体的な施策の内容を左右するのは、どのような学習モデルを適用するのかということと、対象とする学習環境の特性であると考えられるが、実践に取り組むためにはこれらの前提知識を持っておく必要がある。学習環境デザインは学習科学の理論を前提とする実践であるから、学習環境デザイナーとして実践に取り組む際には学習科学に関する知見を十分に持つ必要があると考えられる。

6.3 ツールについて　－Facebook ページ－

今回、Facebook ページを学習環境としてみなし、活用することで、学習環境の状況をより明確に把握し課題を見出すことに役立ったと共に、さらに学習環境として充実させていくために取り組むべき課題についてもある程度明らかにできた。非常に広く普及していて、無料で使えて、多くの人が使用方法を知っているツールを一定の原則に従って運用するだけで、知識創造を促す実践のためにある程度活用できるということが示すことができたと思われる。

一方で、既存のツールを使用することにはやはりデメリットもある。もっとも大きいものは、既に出来上がりきったツールであるために、細かいカスタマイズができず、場合によっては本当に必要な機能がないことが大きな制約になる可能性があることである。今回のケースでいえば、Facebook ページ内における個々人の動向をより深く分析するためのデータがあれば、誰がどのようなタイプの投稿を通じて多くのインタラクションをするのか、誰がコミュニティの中で影響力を持っているか、などを明らかにすることができたかもしれないが、少なくとも無料で提供されるデータの中にはそういったものが含まれていない。このため、全体としてのトレンドをとらえる分析はできても、より働きかけるターゲットを絞って情報の粒度を上げるための分析には限界がある。また、Facebook ページで提供される機能は、基本的には商用利用に供することを目的としたものであると思われ、その証拠に最もフォーカスされる指標は、今回取り上げた「Stories」ではなくて、「Reach」（何回表示されたか？）や「Consumption」（何回クリックされたか？）であり、Stories に関するデータを見つけるのに苦労した。しかし、これらのデメリットにしても、誰でも無料で使える、広く普及しているツールであることを考えるとトレードオフとしてたいていの場合納得できるものではないかと思われる。何より、ハードルの高いナレッジ・マネジメントは、しっかりとした方法論に沿って運用すれば、Facebook でも十分に始められる、という部分が最も重要である。

第7章　結語

組織的知識創造理論によって広まったナレッジ・マネジメントの考え方は、組織のメンバーが相互作用によって新たな知識を創造していく姿を描き出し、日本でも欧米でも大きなインパクトをもたらした。我々が一般的に考えるような、静的なものとして知識や組織をとらえるのではなく、動的で共同的な変化のプロセスとして知識をとらえるため、コンセプトとして理解はできても、実践する際には考え方を大きく転換する必要があるため、非常に難しい。ナレッジ・マネジメントの実践における最大の難所はその部分であり、この本質的な部分をおさえたアプローチをとらなければ、いくら大量の投資をして専用の IT システムを整えたとしても、成果を挙げることはできない。逆に、人がいかにして学ぶか、いかにして人とかかわるか、といった本質の部分をおさえ、変化を前提として小さく手を加え続ければ、今回のような小さな取り組みでも少しずつ成果をあげてくことができると考えられる。

本論文では、上記の考えをより実践に移しやすくするために、誰もが使っているような身近にあるツールを学習科学の考え方に基づいて運用し、知識創造の活性化に役立てることができることができることを示すことを目的として、学習環境デザインの原則に基づいて Facebook ページの運用を行なった。

具体的には、「ご近所ラボ新橋」の Facebook ページの運用に介入して投稿に関する運用ルールを設定し、それに基づいた運用によって参加者の行動がどのように変化するかを Facebook から提供されるデータによって分析した。分析するデータとしては、投稿の数やその内容の変化、一人あたりのインタラクションの数やその内容の変化、投稿 1 件あたりのインタラクションの数やその内容の変化を分析し、運用の改善に資する知見が得られるかどうかを試した。

その結果、運用ルールの設定によって、写真を使ったよりリッチな投稿が増えたこと、参加者からのインタラクションが増えたことが分かった一方で、インタラクションの内容をより深くするには別の施策が必要であることも分かった。具体的には、運営メンバー自身による「Share」を増やす必要が有ることや、より多くのコメントを得ることのできるコンテンツを掲載する等の方向性が見えてきた。また、Facebook ページを使うことで、全体的な動向を十分に把握することができることが分かった一方で、個別の参加者の動向を詳細に把握するには限界があり、データではなく個々の投稿やユーザーの動向を見る必要が有ることがわかった。

参考文献

[1] 野中郁次郎・竹内弘高『知識創造企業』梅本勝博訳 (東京：東洋経済新報社, 1996)
[2] 美馬のゆり「学習の共同性および社会性を基軸にした学習環境デザイン研究」博士論文 (電気通信大学大学院情報システム学研究科, 2010)
[3] 加藤久明「組織的知識創造理論の理論的前提」『千葉商大論叢』44 巻 1 号（2006）: 89-108
[4] 野中郁次郎・紺野登『知識経営のすすめ―ナレッジマネジメントとその時代』（東京：筑摩書房, 1999）
[4] 野中郁次郎・遠山亮子・紺野登「『知識創造企業』再訪問」『組織科学』33 巻 1 号 (1999) ： 35-47
[5] ゲオルク・フォン・クロー・一條和生・野中郁次郎『ナレッジ・イネーブリング』(東京：東洋経済新報社, 2001)
[6] 野中郁次郎・紺野登『知識創造の方法論―ナレッジ・ワーカーの作法』（東京：東洋経済新報社, 2003)
[7] 美馬のゆり・山内祐平『「未来の学び」をデザインする　空間・活動・共同体』（東京：東京大学出版会, 2005)
[8] 三宅なほみ・三宅芳雄・白水始「学習科学と認知科学」『認知科学』9 巻 3 号（2002）: 328-337
[9] 白水始・三宅なほみ・益川弘如「学習科学の新展開：学びの科学を実践学へ」『認知科学』21 巻 2 号（2014）: 254-267
[10] 株式会社セレージャテクノロジー　プレスリリース（2014 年 11 月 23 日付）
http://www.cereja.co.jp/press_release20141113.pdf

Appendix1　ご近所ラボ新橋カレンダー

7 JULY

各曜日・イベント詳細は裏面へ！
予定はやむを得ず変更の場合があります。
最新のオープン情報についてはホームページ、
FACEBOOK をごらんください。

ご近所ラボ新橋
GOKINJO INNOVATION LAB SHIMBASHI

MON 月	TUE 火	WED 水	THU 木	FRI 金	SAT 土	SUN 日
オープン時間内はいつでも「コミュニティラウンジ（喫茶）」や「ご近所コワーキングスペース（地域活動の打ち合わせや相談）」として気楽にご利用下さい。		1 14:00 ~ 21:00 対話ラボ 19:00 ~ 21:00 水曜ゴールデン	2 14:00 ~ 18:00 クリエイティブリユース 手しごとカフェ	3 休	4 休	5 休
6 15:00 ~ 21:00 ご近所ダイバーシティ・ラボ 13:00 ~ 16:00 まちあるき 19:00 ~ 21:00 100冊読書会	7 19:00 ~ 22:00 ボードゲームでコミュニケーションは豊かになるのか？	8 14:00 ~ 21:00 対話ラボ 10:00 ~ 11:30 定例ミーティング 19:00 ~ 21:00 水曜ゴールデン	9 14:00 ~ 18:00 クリエイティブリユース 手しごとカフェ	10 14:00 ~ 21:00 ホメラボ 19:00 ~ 21:00 ホメ☆ナイト	11 9:00 ~ 11:00 たべるはたけ部 11:00 ~ 13:00 収穫野菜の料理会 (たべるはたけ部)	12 休
13 18:00 ~ 21:00 ご近所ダイバーシティ・ラボ 19:00 ~ 21:00 100冊読書会	14 11:00 ~ 16:00 ひるラボ 11:30 ~ 13:30 一緒にランチ会	15 14:00 ~ 21:00 対話ラボ 19:00 ~ 21:00 水曜ゴールデン	16 14:00 ~ 18:00 クリエイティブリユース 手しごとカフェ	17 休	18 休	19 休
20 休	21 19:00 ~ 21:00 アメージング・ドロップキック	22 14:00 ~ 21:00 対話ラボ 19:00 ~ 21:00 水曜ゴールデン	23 14:00 ~ 18:00 ＊木曜マスターりょうさんはおやすみ、事務局スタッフせながいます 10:00 ~ 11:30 定例ミーティング	24 14:00 ~ 21:00 ホメラボ 19:00 ~ 21:00 ホメ☆ナイト	25 9:00 ~ 11:00 たべるはたけ部	26 休
27 14:00 ~ 18:00 ご近所ダイバーシティ・ラボ 18:00 ~ まちあるき	28 11:00 ~ 16:00 ひるラボ 11:30 ~ 13:30 一緒にランチ会	29 14:00 ~ 21:00 対話ラボ 19:00 ~ 21:00 水曜ゴールデン	30 14:00 ~ 21:00 クリエイティブリユース 手しごとカフェ 18:00 ~ 21:00 収穫野菜の料理会 (たべるはたけ部)	31 休	【定例ミーティング】 ご近所ラボ新橋の運営について話し合っています。どなたでもご参加ください。	

○お問合せ
地域をつなぐ！交流の場づくりプロジェクト
ご近所ラボ新橋（港区芝地区総合支所×慶應義塾大学）
〒105-0004 東京都港区新橋6-4-2 きらきらプラザ新橋 1F
Tel. 03-6459-0789 E-mail. lab@gokinjo-i.jp
http://lab.gokinjo-i.jp

www.facebook.com/gokinjyolaboshimbashi



アクセス
都営三田線御成門駅A4番出口より徒歩5分／都営大江戸線大門駅5番出口より徒歩10分／ JR新橋駅烏丸出口よりより徒歩12分

Appendix2　ご近所ラボ新橋の様子







