

Title	ワークショップの企画：新しい試みにむけて
Sub Title	Planning of workshop
Author	大月, ヒロ子(Otsuki, Hiroko)
Publisher	慶應義塾大学アート・センター
Publication year	2008
Jtitle	Booklet Vol.16, (2008.) ,p.10- 27
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	Workshop Now 1 : 一部図版削除
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11893297-00000016-0010

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.

ワークショップの企画

——新しい試みにむけて

大月ヒロ子

0. はじめに

慶應義塾大学アート・センター前田富士男所長よりワークショップ論執筆依頼を受けた際に、ワークショップ概念の多義性や多種多様な適用が話題になった。そのなかで前田所長の述べられた「ワークショップへの関心と期待は重要だが、ややもすると、猫も杓子もワークショップという状況があるのではないか。」という言葉が、ずっと耳の底に貼り付いている。

この言葉は、最近のワークショップを取り巻く世の中の状況を端的に言い表していると思う。しかし、これまでの日本におけるワークショップの扱われ方が、いささか極端であったのも事実だ。今から25年近く前、ワークショップという言葉が使われ始めたころの冷ややかな扱われ方、その後、普及してからのもてはやされ具合、挙げ句の果てにはワークショップとはどう考えてもカテゴライズできないものにまでこの名が付けられる状況が現われた。つまり、「猫も杓子もワークショップ」だ。もちろん、一昔前に比べて優れたワークショップは飛躍的に増加したのも揺るぎない真実であるし、そして、なによりもワークショップが生かされる分野も大きくひろがった。

……しかし、この混乱だ。

この言葉を反芻しながら、私はワークショップが理解されづらい要因に何があるのだろうかと考えはじめた。そして、ひょっとするとこれまでワークショップ企画の生成過程が詳細に語られる機会が極端に少なかった事が、影響を及ぼしているのではないかと思い始めたのだ。今ではワークショップの記録集は珍しくなくなった。実際、企画は時間をかけ入念に準備するものの、ワークショップそのものは、参加者同士がジャムセッションするように作り上げるため、記録集には企画段階の記録や企画書ではなく、ワークショップの現場で起こったこと、出来上がったもの、さらにはアンケートや振り返りといったデータをまとめるのが一般的である。つまり準備段階の、いわばフレーム作りとでも言えるようなものはこれまでほとんど

ど語られることがなかった。

しかし、企画づくりの細部を見ていくことにより、「猫と杓子のワークショップ」と、それとは別のワークショップの差異が多少なりとも浮き彫りにされるのではないかと考え始めたのだ。「猫と杓子のワークショップ」という言葉には、お手軽、スピーディーで中身の薄いワークショップ、あるいはワークショップに一見似ているものの実は別物の事業という意味が込められているように思う。とにかくイメージで語られやすいワークショップだが、それを成立させるための企画や準備の手間は、ワークショップ全体のはほぼ8割をしめる。日本では昔から仕事における準備を「段取り八分」と言い、大切に考えてきたが、ワークショップもそれに近いものだと思うのだ。その企画準備段階でどう練り込まれ、細部までイメージされるかどうかでワークショップの仕上がりは大きく変わってくる。逆に言えば、ワークショップが実施されている現場だけを見ても、それはワークショップを理解したことにはならないし、全体を把握したことにもならない。そのことに気づき、これまでさまざまなワークショップの企画準備の細部を追った人はどのくらいいるだろうか。

今回のこの試みによって、ワークショップの「段取り八分」の部分に関心を持ち、またその大切さに気づき、「猫も杓子もワークショップ」という現在のワークショップの現状に一石を投じる人が増えることを願っている。

ワークショップは何らかの必要があって準備をすることが多い。企画書は、必要にどう答え、誰を対象にし、どの程度まで練り込むのかを明らかにするためのものだ。また、ワークショップは企画の立案が終わればすぐに実施できるものなのだろうか？そしてワークショップの終了は企画自体の終了を意味するのだろうか。そういった諸々の問いに対する答えとして、以下の7つのポイントに絞って事例の詳細を見ていくこととしたい。

- i 要望の検証
- ii 企画書作り
- iii ツール作り
- iv 場作り
- v プレワークショップ
- vi 実施
- vii 振り返りと修正

ただし最初にお断りしておきたいことがある。今回見ていくのは単なる2つの事例紹介であり、ワークショップ作りのノウハウを示すものではないということだ。つまり、与えられた現場や課題には数限りない解決策としてのワークショップがある。その核になるアイデアや方法論は、実は現場そのものや、与えられた課題、そして企画者や関係者の経験やイメージ

等の中から生まれてくるものだ。したがって、この2事例のフレームをそのまま他の現場に移植しても、ワークショップとしては生きてこないだろう。また、そこがワークショップ企画の面白さであり、醍醐味でもあるのだ。

1. ワークショップのための企画

そもそもワークショップを作り上げる、企画するプロセスにおいて考えねばならないことにはどんなものがあるのだろうか。私自身が手がけた事例を振り返りながら考えてゆきたい。

ワークショップの企画というものはひとつひとつ独立しているが、どこか以前に企画したもののエッセンスを奥深くに残していることがある。それぞれの企画が樹木であるとすれば、地下の奥深くで根っこが絡み合っているようなイメージとでもいえいいだろうか。その繋がりには、いわゆるメソッドというような全体を貫くものとは別の、いわば「考えのヒント」、「発想のきっかけ」、あるいは「小さなこだわり」といったようなものである。この「発想のきっかけ」はやがて枝葉を茂らせ、螺旋を描きながら大きく伸びていき、時には次のワークショップの栄養ともなるのだ。

ここでは2000年に企画したチルドレンズミュージアムのための団体対応ワークショップ「コドモード100」と、その後、間を置いて2006年に企画した企業の社会貢献活動における団体対応ワークショップ「デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります」を、比較しやすいように並行して取り上げる。いずれも「ファッション・デザイン・表現」を軸に据えながら、どこか根っこで通じ合っているような企画である。

なお「コドモード100」は大阪府立大型児童館ビッグバンの子ども劇場内で行う団体対応ワークショップとして開発したが、残念ながら当初の構想通りには運用されず、当時から現在に至るまで、館の別事業である移動ミュージアムの定番コンテンツとして利用され続けている。なぜ企画が生かせなかったか、その理由を検証することにより、企画準備の大切さを再確認するための事例として取り上げることとした。

もう一つの「デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります」は、YKK インドネシアのファスニング・エクスペリエンスのプロジェクトの一環としてスタートし、現在も意欲的な展開をみせ続けているワークショップである。2007年秋からはYKKベトナムでも導入され展開が始まった。

i 要望の検証

ワークショップ企画のきっかけは、現状をより良く変えたいという要望や、クリアすべき課題を受取るところから始まる。さらに、従来型の策ではどうもうまく解決しそうにないことが予想されるため、ワークショップというシステムが選ばれる場合が多い。要望は時として漠然としていることもあれば、ハードルの高いものもある。

では、それぞれどんな必要性があったかを見ていくことにしよう。

a) コドモード100

大阪府大型児童館ビッグバンは、名前の通り公立の大型チルドレンズミュージアムだ。

大阪の南、堺市の泉ヶ丘駅前にあり、敷地面積98000m²、床面積10234m²もある常設の館である。来館者は幼児から小学生とその保護者や引率者がメイン。ハンズオンの展示物で遊びながら学んだり、もの作りのワークショップに参加したり、さらにはクッキング、シミュレーションシアターでの映像体験など、アクティビティーの要素はふんだんに用意されている。

ただ、コーナーに設えてある展示物やもの作りのワークショップは、一度に大人数の子どもたちが使用することは出来ない。館の運営が定着してくると、幼稚園や小学校からの団体訪問の際に、みんなが一緒に体験できるプログラムが必要となってきた。平日利用の大切なお客様であるこれら団体の子どもたちに、学校や幼稚園では決して体験できない、そしてチルドレンズミュージアムに行ったことが良い思い出となるような、印象深いプログラムが必要となった。館の中で大人数が使えるスペースというと、300人対応の「こども劇場」となる。椅子席のないフラットの木床が特徴の円形空間だ。午前中の訪問であれば、自由行動での他のアクティビティーと組み合わせて、このワークショッププログラムに割ける時間は60分程度。また、2度目の訪問などで、ワークショップのみ体験ということであれば最長120分がたまかな持ち時間となる。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

YKKはファスナーのシェア世界一を誇る企業だ。世界中に工場を持ち、さまざまな製品を生産している。YKKでは工場のある国や地域にとけこみ、一緒にもの作りをしていこうという考えが社員への「地元っ子になれ」という言葉からもうかがえる。YKK ASAOはASEAN・南アジア・オセアニア地区のYKKを指すが、その中のインドネシアYKK工場内に、単にものを見せるショールームではなく、体験を共有するブランドスペースとしてファスニング・エクスペリエンスという新たな施設がオープンした。「印象より感動を」というASAOのスローガンを中心に据え、地域社会への貢献と、製品の高いデザイン性のアピール、ブランド感覚の体験を組み合わせたプロジェクトがスタートしたのだ。ハンズオンの展示スペースで製品のバリエーションや広い用途を知り、製品の仕組みや機能を学ぶことと、ファクトリーツアー、そしてYKK製品を使ったワークショップという3つの要素を組み合わせたプログラムのフレームが決まった。

対象となるのは地元の小学校からの団体で、求められるのは子どもそれぞれが平等に体験できること。さらに将来の顧客となるファッション専門学校の子も入ってくる。スペースの制限もあるので対象者数は最大40人

程度。プログラムに割ける時間は、展示体験、ファクトリーツアーを除いた60分。ワークショップでは工場で生産しているファスナーやマジックテープなどの製品の使用感を十分に体験することが求められる。さらには色の美しさ、デザイン性なども感じ取ってもらえるプログラムが望まれている。さらにこの試みはYKK ASAOの他の工場でも実施の可能性があるため、それぞれのファスニング・エクスペリエンスのスタッフがファシリテーターとなり、ワークショップを実施できるよう、マニュアル化できるものであることが要求された。

ii 企画書作り

企画書には課題に対する答えが明解に出ていなければならない。また、ワークショップの企画づくりでは、現場で起こりそうなことを予測しつつすすめることが必要だ。つまり、さまざまな対処方法や発展のさせ方を幾通りも頭の中でシミュレーションするわけだ。ただし、なにがなんでもその通りに現場を進行しようと思わないことも大切なポイントだ。シミュレーションするのは、万が一の対処法として備えておくためである。ワークショップの現場とは、参加者自らが作っていく参加者達のものであり、決して企画者だけのものではないからだ。

企画書は、ワークショップのフレームを示し、一緒に準備や現場の進行を行う仲間達との意思疎通の核となる大切なシナリオでもある。新しく生み出されるワークショップが、おおよそどんなものになるか、企画者のアイデアや方法論が具体的に表現される必要がある。したがって文字だけではなく、図やイラストなども使い、企画者の頭の中のイメージと仲間の頭の中のイメージを近づける努力をしなければならない。とかく前例のない、新しい事は言葉だけではとうてい説明できないものである。言葉では互いに同じイメージだと思っていたものが、ふたを開けてみると全然別のものだったという経験は良くあることだ。また、具体化、ビジュアル化することによって、自分の頭の中では上手く回っていたはずのワークショップ企画の不備なところが、明解に浮かび上がってくる事もある。

a) コドモード100

要望：みんな一緒に体験できる。学校や幼稚園では決して体験できない。

印象深いプログラムが必要。60分～最長120分。

答えとしての企画：

最も身近な自己表現とも言える洋服選び。着ているものは、その人の人柄や生き方を表す重要な要素の一つだ。「コドモード」はそうした日々の何気ない洋服選びを特化し、自己表現として提示することのできるワークショッププログラムである。

昆虫や魚、花や宇宙など奇想天外なテーマで制作されたコスチュームは、中心となる服、帽子、ブーツから構成されているが、自由にシャツ

ビッグバン団体対応プログラム(案)		
『コードモード・フィールド』		
 2 運 営 編		
実施時間	対応人数	対 象
① 10:30~12:30 ② 13:30~15:30 の2コマを設ける	1コマ1団体、300名まで	幼稚園児 ~ 小学生
実施日程	基本的にはアルバイトスタッフが当日の担当となるため、そのシフトに連動した実施日を設定し、予約受付を行う。平日対応とし、12月からの実施を予定。	
告知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・団体申込時に、他の団体プログラムと併せて告知し、受け付ける。 ・ビッグバン団体対応プログラムのパンフレットを作成。館内に置くとともに、これまでに来館された団体に郵送。 	
受付方法	<ul style="list-style-type: none"> ・団体申込時に、団体対応プログラムが予約できることを伝え、概要を説明。 ・ファックスもしくは郵送にて、詳細を送る(別紙参照)。 ・基本的に電話にて受け付ける。 ・既存の団体受付予約票に「コードモード」の欄を新規に設け、記入。 	
収入扱い	<ul style="list-style-type: none"> ・1人100円とし、団体割引は無しとする。 ・チケット制とし、団体代表者による一括購入。 ・領収書を発行(レシートに捺印したもの。必要ならば別紙記入) 	
実施の流れ	<ul style="list-style-type: none"> ●事前準備 <ul style="list-style-type: none"> ・チケット準備 前日に、必要枚数のチケットを用意しておき団体予約用紙と共に来館してチケットカウンターに置いておく。 ・会場設営 前日閉館後設営完了。 ●当日 <ul style="list-style-type: none"> ・来館 → 代表者チケット一括購入(団体予約用紙に最終人数を記入) → 領収書発行 → 開始10分前に代表者事前説明 → こども劇場入場(入り口にてチケット回収) → アクティビティストart 	

フルし組み合わせることで幾通りもの個性的な姿に変身することが出来る。自分の好きな組み合わせを選び、身に付けることを通して、自己を解放し、イメージを上げる楽しさを味わってもらう。

○も×もない、すべての個性が生きてくるコードモードワークショップは、子どもたちにここでしか味わえない特別な時間をプレゼントする。

また、音や光、言葉によるイメージを加えることによって、子どもたちからさらにドラマティックなイメージを引き出すことが出来るよう、メインエリアの他に、ミラーエリア、スライドセレクトエリア、シルエットエリアの4つのエリアで構成する。これらはファンタジーの世界で遊び、即興のドラマを作れる環境として機能する。

【流れ】

0-5min 導入部：ファシリテーターより、コスチュームの扱いや各エリアの説明がある。劇場の照明はすべて落し、劇場用プロジェクター、スライドプロジェクター、クリップライトなどの明かりだけで、日常とは違う不思議な空間を演出し、自然に遊びに入れるようにする。

6-45min(-105min)展開：子どもたちは自由に回遊しながら興味の赴くまま遊ぶ。

コスチュームゾーンでは、衣装を選んだり、着て鏡に映したりして楽しむ。

スライドセレクトエリアでは、子どもたちは用意された言葉の入ったビジュアルカードを選び、それらをつなげて短い物語を作成する。ファシリテーターは子どもたちがつけたそのカードの順番通りに、まったく同じ内容の35mmスライドをピックアップし、それを背景として投影する。子どもたちはその映像の中に入り込んで、寸劇を演じる。

シルエットエリアでは、自分の姿のシルエットを大きく浮かび上がらせて、影絵を楽しむ。

46-55min(-115min)片付け：衣装やカードなどを元にあった場所に戻す。

56-60min(-120min)振り返り：印象を話し合う→終了

また、チルドレンズミュージアムの運営上、スムーズな申し込みのシステムや参加費の徴収についても、検討せねばならない。スタッフのリレーション、引率者との役割分担など、取り決めなければならない項目は山のようにある。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

要望：印象より感動を。小学校からの団体。ファッション専門学校の学生。

60分。製品の使用感を十分に体験する。色の美しさ、デザイン性。マニュアル化できるものであること。

答えとしての企画：

デザインは、使い手のためにある。デザインのためのデザインではなく、使い手の豊かな感性を育み、心地よい暮らしを提供し、美しさを演出するものだ。デザイナーは、そのためにさまざまなチャレンジをする。ファッションデザイナーも、例外ではない。ニーズにあった、そしてより魅力的な価値をプラスできる服とはどんなものなのか、日々考えているのだ。このワークショップでは、参加者にファッションデザイナーになってもらい、架空のユニークな特徴を持ったお客様（人間とはかぎらない）からの服作り依頼の手紙をヒントにして、そのお客様のための服作りを行ってもらおう。

その体験を通じ、デザインとは単なるものづくりではなく、使い手に思いをはせ、気持ちをくみ取り、イメージーションを膨らませることで

あり、そういった目に見えないものを具体的な形に落とし込んでいく作業なのだという「気づき」が生まれてくる事を期待したい。

また、YKKの主力商品であるファスナーのなめらかな使用感・音・ジョイント可能な面白い性能・ファッション性や、クイッククロンのパリティとした音・使用感・簡易な着脱などを、デザインの作業の中で手だけでなく全身を使って感じてもらえるようなツールの構成を考える。

またこれらは同じ条件下で展開を図る他のファスニング・エクスペリエンスでも利用できるフレーム作りとする。

【流れ】

0-5min 導入部：ファシリテーターより、さまざまな動物の毛の模様や、昆虫や鳥の羽、植物など、その機能や形、色がこれまでのファッションデザインのヒントになったことがわかる映像（パワーポイントによる資料映像）を紹介。関連のファッション作品の紹介。（パワーポイントによる資料映像）次に、これから行うワークショップの流れを説明。「見知らぬお客様から、服の制作依頼が来る……」

メールボックスには、あらかじめお客様からの「服の制作依頼の手紙」10通が用意されている。

6-10min グループでのイメージ作り：グループに分かれる。ファシリテーターの判断で、各グループ1枚ずつ気に入った封筒を選んでもらう。手紙の内容はグループ内だけが知る秘密とする。グループごとに手紙の内容を読み、どんなお客様がどういった服を望んでいるのかをイメージする。ファシリテーターより渡される役割カードをひいて、以下の部門の役割を決める。

役割：服デザイナー1 帽子デザイナー1 靴デザイナー1

広報スタッフ1 モデル1（実施においてはさらに役割を増やして行っている）その間にアシスタントファシリテーターによって、各グループにベースキットとパーツキットのコンテナが運ばれる。ファシリテーターより、ベースキットとパーツキットの使い方の説明。

11-40min グループでのデザイン作業：＜服デザイナー・帽子デザイナー・靴デザイナー＞それぞれ素材を見ながらデザインを決め、相談しながらパーツを組み合わせて各パートを形作る。

＜モデル＞グループ内で話し合ったお客様の雰囲気を表現する。出来たデザインの服を着て、ウォーキングする。写真撮影のモデルになる。

＜広報スタッフ＞コンセプト書き込みシート（項目が作ってある）に、どんなお客様のために、どのような服をデザインしたか、工夫した点などを書き込む。モデルの写真をシートに貼り込む。

★シートの項目（1. お客様の特徴を想像し絵で表現 2. デザインのポイント 帽子・服・靴の順番に 3. 工夫したところ 4. 写真）

41-51min 発表：ファシリテーターは作業終了の時刻であることを告げる。各グループ出来上がったものを発表。モデル役はウォーキングしてアピールする。できあがった服を見ながら、各グループは、互いに相手にどんなお客様からどんな服の制作依頼が来たのかを想像し、当てっこをする。ファシリテーターは各グループから一人ずつ交互に回答者をピックアップして意見を聞き、早く当てた方が勝ち。当たった時点で、お客様からの服の制作依頼手紙と、各グループの広報スタッフが制作したコンセプト書読みシートを読み上げてもらう。

52-58min 片付け：服を解体し、ベースキットとパーツキットに分類の後、それぞれのコンテナに収める。

59-60min 終了

※ワークショップにおけるタイムスケジュールとは

今回取り上げた2つのワークショップについては、分かる限りタイムスケジュールを書き込んだ。ワークショップを企画する段階で、担当者は前後の関係や流れを考え、プログラムを作成する。必要となってくる素材、人材、場所の確保など、準備段階のタイムスケジュールも必要なほど、作業は多岐にわたり、時間もかかる。広報や、記録についても平行して考える必要もある。しかし、実際にワークショップが始まれば、最初に作ったタイムスケジュールは、とりあえずの目安となる場合が多い。参加者の反応や進み具合に合わせて、フレキシブルにスケジュールやプログラムを変化させていく必要があるからだ。

iii ツール作り

ワークショップは必ずしもツールを必要とするわけではないが、ツールを使うことでよりスムーズに印象的なワークショップが行えるのであれば制作するものひとつの方法と考えている。ツールには企画の意図をストレートに表わした機能とデザインが求められるので、企画者自らが詳細なスケッチを作成し、素材の選定、サイズの決定など、細部まで責任をもちながら制作にあたるようにする。制作にあたっては様々な人々の協力や助言も取り込みながらも、コンセプト自体は揺らぐことの無いように気をつけなければいけない。さもなければ、焦点のぼけたものになってしまうこともあるからだ。

さらにツールを作成しない場合でも、ワークショップに使用する道具や素材、名札、案内板など様々なものを用意する必要が出てくる。それらの選択においても、ワークショップの目指すところや、参加者の意欲が盛り上がるようなものをそろえることが大切だ。もののセレクションも、ひとつの考え方を表わしうるものだからだ。

a) コドモード100

【ツール】

- ・衣装……同形態で色違いを4着×25セット=100着（それぞれブーツ・服・帽子で構成）
 - *テーマ シャーリング/バックル/太陽/雨/虹/木の葉/花/シダ/ヒョウ/ウサギ/ひつじ/カマキリ/チョウ/幼虫/ウミウシ/魚/貝/カラス/海藻/色面/数字/kodomode/ウズ/穴/チェック
 - *サイズ 基本サイズを小学校中学年向けとする。
- ・6面鏡……1台（折り畳み式 両面ミラーパネル貼り ステンレスミラーを使用し扉があり内側にも入れる）
- ・洋服かけ……5台 ・ハンガー ・物語作成用背景35mスライド
- ・物語作成用カード ・スライドプロジェクター ・強力ライト
- ・ライトスタンド ・スクリーン ・衣装収納ケース

スケッチ©hiroko ohtsuki

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

【ツール】

- ・ベースキット（コンテナ入り…キャリー付きの収納ケース）
 - 1セットの内容：ファスナーで上着・袖・パンツが分割できるベース服
7色×2

イメージスケッチ©hiroko ohtsuki

ブーツ 7色×2
帽子 7色×2

・パーツキット (コンテナ入り…キャリー付きの収納ケース)

アイテムの種類：21種 パーツ数274個

※パーツはいずれもベースに簡単に装着出来るよう、マジックテープ、ファスナー、アジャスターなどがついている。

・お客様からの服の制作依頼の手紙 10 (10色の封筒入り)

・役割カード入り名札

・コンセプト書き込み用シート (カメラで撮影したものを貼り込んで完成)

・マーカー ・デジタルカメラ

・プリンター ・パソコン ・ケーブル

・プロジェクター ・のり

【お客さまからデザイナーへのオーダー手紙】は次のような内容で、様々な色と質感の封筒に入っている。

- ①私は水の中でゆらゆら揺れているときが一番幸せです。光によって体の色が変わります。そんな私にぴったりの服を作ってね。
- ②私はおしゃれが大好き。カラフルな模様やキラキラひかるものには目がありません。私は飛ぶことも出来るほど体が軽いです。青い空を飛んでいる私が素敵に見える服を作ってください。
- ③僕は生まれてからずっと、とても退屈しています。僕のまわりにはため息がいっぱい。なんとかこのたくさんのため息をしまい込める、そして、うんとわくわくするような服を作ってもらえませんか？
- ④私は世界中の内緒話も聞こえる耳が自慢です。でも、時にはなんの音もしないところでゆっくりと眠りたいな。そんな私をふんわりと包ん

でくれる服を作ってもらえませんか？

- ⑤ほくはシュルシュルと音のするファスナーが大好きです。一度でいいから、驚くほどたくさんファスナーが付いた服を着てみたいです。願いを叶えてもらえますか？
- ⑥雪の国からやってきました。寒くて大変と思われるかもしれませんが、そんなことはありません。白い世界は、どこまでも柔らかく、甘い香りがします。私ににあう服はどんなデザインでしょうか？
- ⑦立派なツノは私の誇りです。でも、強そうに見えるために、みんな私のことを怖がってお友達になってくれません。私の優しさが分かる、みんなに好かれる服を作ってください。
- ⑧ほくは虹の中にすんでいます。雨上がりの時間は、とても忙しく、あっちへ行ったりこっちへ来たり。虹の橋を、すばやくわたるときに着る、動きやすいステキな服を探しています。
- ⑨私の体は自由にのびしたり、ちぢませたり出来るんですよ。便利でしょう？木の上や、葉っぱの上で、そよ風を感じながらお昼寝したいのですが、風景にとけ込むような、そしてゆったりと着心地の良い服を

作ってもらえませんか？

⑩ほくは、洋服作りの職人さんの仕事場にうずたかく積まれたハギレの山の中から生まれてきました。でも、職人さんは忙しくて、僕の服はありません。職人さんがこれまで作ったことのない、見たこともないような新しい服を着て、彼をびっくりさせたいなー。

iv 場作り

ワークショップの実施にあたっては、参加者がストレスを感じることなくプログラムを行えるように場所を整える必要がある。プログラムのタイムスケジュールにそった人と物の配置をイメージしながら、効率よく無駄のない動きはどのようになるか、頭の中でシミュレーションする。さらに図や模型を使って具体化していくことになる。また、その過程で、人の体の大きさやどんな動きをするかをイメージすれば、1人に必要なスペースもおのずと割り出せる。特に団体でやってくる参加者にむけての場作りでは、限られた空間の使い方に工夫が必要だ。これを怠ると予想外の混乱が起こったりすることもある。

a) コドモード100

円形劇場の客席空間及び舞台をフルに使った場作りを試みた。5ゾーンを周囲にちりばめることにより、そこに何があり、どういったことが出来るか子どもたちに一目瞭然で分かるよう配慮した。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

八角形の白い空間に白い机、白い椅子、白いカウンターが並ぶワークショップ専用スペースでは、カラフルなファッションのツールが大変に映える。ファッションのパーツは全体が把握できるように美しくレイアウトさ

れ、ベースとなる服や帽子、ブーツも、全体の調和を乱さぬよう吊される。小学生は40人一クラスでワークショップに参加するので、ファシリテーターの立ち位置、プロジェクターの向き、ツールの置き場所、撮影場所、ウォーキングの場所など流れを考えながら配置しておく必要があるのだ。

v プレワークショップ

a) コドモード100

衣装の制作が長期にわたったため、出来上がった衣装から検証も兼ねて館の別事業である移動ミュージアムで子どもたちの体験してもらうこととした。

※移動ミュージアムとは

ビッグバンが日本で初めて手がけた3トントラックを使ったアウトリーチ活動。トラックのコンテナに展示物とワークショップのツールを積んで大阪府下はもちろんのこと、近県にも出向いてプログラムを実施する。出向く先は、保育園・幼稚園・小学校・公民館・子ども会・地域のお祭りなど様々。移動ミュージアムで提供したコドモード100は大変な人気で、子どもたちの姿を写真におさめる先生や保護者の姿も目立った。また、2サイズ制作した衣装のうち大きい方は大人でも着ることが出来るため、幼稚園の先生やボランティアで手伝ってくださるお母さん方も袖を通す人がいたのも印象的だった。

これらプレワークショップの様子から本来の団体プログラムにも撮影コーナーを設けるとことになった。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

ファシリテーターの研修も兼ねたプレワークショップを数回繰り返し行った。プログラムの進行、ツールの使用方法などはほぼ企画書通り行えることが分かった。プレワークショップでお互いの立場を変え、参加者になり検証することも大変重要なことである。

vi 実施

a) コドモード100

団体プログラムに関しては十分な実施に至っていない。ツールを十二分に生かしたドラマ作りまで行うにはファシリテーターの研修が必須であるが、2001年の段階ではナイト・イン・ミュージアムでの部分実施に終わった。ドラマを作成するためのカードや背景用35mスライドの扱いを含め、企画書段階で細部のイメージが明解になりきっていなかった事が原因だと考えている。さらには、子どもたちをサポートするファシリテーターの人数の確保が難しいこと、ファシリテーターと引率者とが連携しながらこのワークショップをすすめられるような丁寧な説明と研修、さらにはタイムスケジュールが荒いことも確実な実施に至らなかった要因だと思う。

※ナイト・イン・ミュージアムとは

ミュージアムで1泊して、さまざまなアクティビティーやワークショップを楽しむプログラム。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

工場に比較的近い小学校からの訪問が続いている。おおよそ一回にやってくる子どもは40人。彼等は2チームに分かれ体験展示と工場見学を行った後、ワークショップスペースで合流し、このプログラムを行う事になる。ワークショップは単体で機能するのではなく、大きなプログラムの3分の1の構成要素なのだ。実施も企画書通り。タイムスケジュール通りに流れていき、子どもや先生達の反応も良かった。

vii 振り返りと修正

a) コドモード100

残念ながら振り返りや修正を加えるまでに至っていない。

ただ、今もなお移動ミュージアムの定番アクティビティーのひとつとして利用され続けている。さらに、韓国で開催された「子どもとデザイン」をテーマとした展覧会では貸し出したコドモード100で1コーナーが作られていた。

b) デザイナーは魔法使い！どんな服でも作ります

ファシリテーターと企画者のスパイラルアップ研修を定期的に行い、プログラムやツールについての理解を深めながら、修正を加えていっている。また、ワークショップの体験校を訪問し、子どもたちや引率の先生などに対してヒアリングを行い、よりよいワークショップとして機能するよう多角度から検証を続けている。体験校の先生からは、クリエイティブな体験ができる点を評価された。また、将来の顧客となるであろう服飾専門学校の学生達もワークショップを体験しているが、彼等にもヒアリングを行っ

た。その結果子ども向けとして開発したワークショップとツールであるが、専門教育を受けている彼等にとっても非常にシンプルで楽しいワークショップであったと感想をもらった。

ワークショップの企画はどこまでも未完成

以上2つのワークショップ企画の大まかな流れを見ていただいた。気がつかれた方もいるかもしれないが、企画はいつまでたっても終了しない。ワークショップが実施されるたびに、企画の見直しや微調整が必要になってくるからだ。

逆に、それらをはしょって簡単に済ませてしまえば、企画もワークショップもそこで成長を止めてしまう。コードモード100はその良い例かもしれない。丁寧に作り続けること、細部までイメージしながら準備すること。手間も暇も大変にかかる。また、ワークショップの準備を行う人同士の意思疎通も大切だ。ファシリテーションのスキルも磨かなくてはならない。さらに、ボランティアさんの協力を仰ぐワークショップであれば、彼等とのイメージのすりあわせも重要だ。場所の雰囲気を整え、材料を用意し、参加者を迎える。実施した後のフォローや記録も重要である。

細部まで追うつもりであった2つのワークショップだが、事細かに記述していくととてもではないけれどこのページ数では納まりきらないことも

分かった。しかし、企画や準備が8割というイメージがおぼろげながらも分かっていたら幸いだ。イメージとコミュニケーションはワークショップで最も大切にされる要素であるが、実は、ワークショップの企画や準備においてもこれらは重要な要素なのだ。

3. 最後にひとこと、ワークショップにおける知財について

さらにワークショップの企画を見ていくと分かるように、ワークショップにおいては、テーマやアイデアが大きなウエイトを持っている。時にはアーティストの長い実践の中でうまれてきた固有のノウハウやアイデアが、ワークショップの質をグンと上げることもある。しかし、意外に思われるかもしれないが、これらは今の法律では保護の対象にはならないのだ。そろそろこういったワークショップの「自由な利用」と「価値の保護」という、相反するものを上手に共存させていく新しい知恵が必要となっている。

それがひいては「猫も杓子もワークショップ」という状況を抜け出すための、一つのキーとなるのではなかろうか。

(おおつき ひろこ・ミュージアム・エデュケーション・プランナー／
博物館教育)