

Title	「よそ者」参加型ワークショップにて生まれたアイデアの社会実装を目的としたオンラインでの地域課題解決コミュニティのデザイン
Sub Title	Design of online based problem solving community after the workshop with "Outsiders" in the rural areas to implement the ideas into the real world
Author	立川, 仁美(Tachikawa, Hitomi) 稲蔭, 正彦(Inakage, Masahiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2018
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2018年度メディアデザイン学 第666号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002018-0666">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002018-0666</a>

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 2018年度

「よそ者」参加型ワークショップにて生まれた  
アイディアの社会実装を目的としたオンライン  
での地域課題解決コミュニティのデザイン



慶應義塾大学大学院  
メディアデザイン研究科

立川 仁美

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に  
修士(メディアデザイン学)授与の要件として提出した修士論文である。

立川 仁美

研究指導委員会：

稲蔭 正彦 教授 (主指導教員)

砂原 秀樹 教授 (副指導教員)

論文審査委員会：

稲蔭 正彦 教授 (主査)

砂原 秀樹 教授 (副査)

中村 伊知哉 教授 (副査)

修士論文 2018年度

「よそ者」参加型ワークショップにて生まれた  
アイデアの社会実装を目的としたオンライン  
での地域課題解決コミュニティのデザイン

カテゴリー：デザイン

論文要旨

「よそ者、若者、ばか者」-かねてより、少子高齢化・人口流出といった構造的な課題に悩む地方を活性化する存在として、第三者の視点を持った「よそ者」、活発なエネルギーを持つ「若者」、そして既成の枠をはみ出した自由な発想を持つ「ばか者」が注目されてきた。本論文では、少子高齢化や人口流出といった問題を抱える地方都市において、「よそ者」が今後地域で果たしていく役割の重要性に着目し、地域滞在型ワークショップ、またその後のオンラインにおける課題解決コミュニティをデザインした。既存のハッカソン、ワークショップにおいて、「アイデア発表」以降は、社会実装に向けての主体は、得てしてスポンサーである企業、または地方自治体などになりがちである。「よそ者」はその後フェードアウトし、いつの間にかアイデアも実行に移されず立ち消えになるというのはよくある話である。継続的に地域に関わり続け、人的なつながりを拡大し、地域 이슈とのつながりを強めるためにはどのようにすれば良いのだろうか？ワークショップ後の「地域課題解決コミュニティ」では、単なる興味、もしくはボランティアとしての関与から、地域と「よそ者」双方にメリットのある仕掛けにつながることを目的として、アイデアを実行に移す仕組み作りを提案した。オランダ、ポーランド、日本で行なった実践から得られた知見をまとめ、テクノロジーの発達した現在だからこそ可能な多拠点の人々がアイデアを形にし、課題解決、ソーシャルイノベーションを創出するまでの共創プロセスのあるべき姿を検証する。

キーワード：

地方活性化, ソーシャルイノベーション, ワークショップ, 共創, オンラインコミュニティ

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

立川 仁美

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2018

Design of Online Based Problem Solving Community after  
the Workshop with "Outsiders" in the Rural Areas to  
Implement the Ideas into the Real World

Category: Design

Summary

Outsiders are recently focused since they have capabilities which people in rural areas don't seem to have. This "online based problem-solving community" aims to motivate the participants of the workshops to implement the ideas into the real world. There are two different components on this proposal: Onsite workshops to collaborate with the people from different discipline in a rural area and online problem-solving community on the Social Network System.

The ideas as the outcomes of the workshop or hackathon seem to be really attractive to be implemented in the beginning, however, the "Outsiders" are often left behind and the ideas won't be realized after the workshops.

How the outsiders can continuously commit the issue where they visited? This community offers an outsider for not only just experience as an ex-workshop participant but also opportunities to commit the ideas to be implemented in the rural areas.

Each cycle has been conducted not only in Japan but also in the Netherlands and Poland. Based on the results from these three different cycles, the design works as a trigger for the outsiders to get involved with the issues in rural areas.

Keywords:

Revitalization in Rural Area, Social Innovation, Workshop, Co-Creation, Online  
Community

Keio University Graduate School of Media Design

Hitomi Tachikawa

# 目 次

<b>第1章 序論</b>	<b>1</b>
1.1. 背景	1
1.2. 研究目的、ゴール	3
1.3. フィールド紹介	4
1.3.1 オランダ・レーワルデン	4
1.3.2 ポーランド・ソボレ	5
1.3.3 日本・益田	6
1.4. 特徴	7
1.5. 本論文の構成	9
注	10
<b>第2章 関連研究</b>	<b>11</b>
2.1. ソーシャルイノベーション論と地方活性化	12
2.2. 地方活性化を題材としたワークショップ、アイデアソン	14
2.3. オンライン環境での参加者間コミュニティ	16
2.4. 本論文が貢献する領域	19
注	20
<b>第3章 コンセプト・方法</b>	<b>22</b>
3.1. コンセプト	22
3.1.1 ワークショップ	25
3.1.2 オンラインでの地域課題解決コミュニティ	26
3.1.3 使用ツール等	28
3.1.4 実施環境	34

---

3.2. プログラム評価 . . . . .	34
3.2.1 評価手法・項目 . . . . .	34
3.3. アクションプラン . . . . .	35
注 . . . . .	37
<b>第4章 コンセプトの証明・結果・考察</b>	<b>38</b>
4.1. サイクル1：オランダ・レーワルデン . . . . .	38
4.1.1 ワークショップ . . . . .	38
4.1.2 ワークショップの様子 . . . . .	44
4.1.3 地域課題解決コミュニティ . . . . .	45
4.1.4 考察・サイクル2に向けた改善点 . . . . .	47
4.2. サイクル2：ポーランド・ソボレ . . . . .	51
4.2.1 ワークショップ . . . . .	51
4.2.2 ワークショップの様子 . . . . .	58
4.2.3 地域課題解決コミュニティ . . . . .	61
4.2.4 考察・サイクル3に向けた改善点 . . . . .	63
4.3. サイクル3：日本・益田 . . . . .	67
4.3.1 ワークショップ . . . . .	67
4.3.2 ワークショップの様子 . . . . .	71
4.3.3 地域課題解決コミュニティ . . . . .	75
4.3.4 考察 . . . . .	78
注 . . . . .	81
<b>第5章 結論</b>	<b>82</b>
謝辞	85
参考文献	86
付録	88
A. [オランダ、ポーランド]参加者向けアンケート(英) . . . . .	89
A.1 Your xxx Experience . . . . .	89

A.2	Program . . . . .	90
A.3	PRODUCTION . . . . .	91
A.4	COMMUNICATIONS . . . . .	92
A.5	TO CONCLUDE . . . . .	93
B.	[ポーランド] ローカルパートナーへの質問票 (英) . . . . .	94
C.	参加者向けアンケート (日) . . . . .	97
C.1	体験について . . . . .	97
C.2	プログラム構成 . . . . .	97
C.3	コミュニケーション . . . . .	98
C.4	結論 . . . . .	98

# 目 次

1.1	[オランダ]Conference of the Birds の一幕 (筆者撮影) <sup>1</sup> . . . . .	5
1.2	[ポーランド]Lublin 郡のりんご収穫風景 (筆者撮影) . . . . .	6
1.3	[日本] 萩・石見空港の利用率推移 (年別) <sup>2</sup> . . . . .	6
1.4	[日本] 地域おこし協力隊経験者が受け継いだ茶畑 (筆者撮影) . . . . .	7
1.5	ポーランド・ソボレ村ワークショップ会場 (筆者撮影) . . . . .	8
3.1	プラットフォームにおけるユーザーとデザイナーの立ち位置 <sup>3</sup> . . . . .	23
3.2	ユーザーとデザイナーの役割、両者の関係性 <sup>4</sup> . . . . .	24
3.3	[オランダ] フェイスブックページ (筆者撮影) . . . . .	29
3.4	[ポーランド]Slack ページ (筆者撮影) . . . . .	30
3.5	[オランダ] 参加者全員に配布された DORP ロゴ入り T シャツ (筆者撮影) . . . . .	30
3.6	[オランダ] 課題オーナーである地域アクティビストからヒアリングを行った結果を整理したもの (筆者撮影) . . . . .	31
3.7	[オランダ] レシピ開発という課題に対し、キッチンで作業をする「よそ者」参加者達 (筆者撮影) . . . . .	32
3.8	[ポーランド] 物販スタンドを作成するために作業をする「よそ者」参加者達 (筆者撮影) . . . . .	33
4.1	[オランダ] プログラムスケジュール . . . . .	39
4.2	[オランダ] テント設置場所の様子 (筆者撮影) . . . . .	40
4.3	[オランダ]DORP Booster にてヨガを行なっている様子 (筆者撮影) . . . . .	42
4.4	[オランダ]DORP Carousels にてアイデアをプレゼンしている様子 (筆者撮影) . . . . .	43

4.5	[オランダ] 課題チケット発行の推移	48
4.6	[オランダ] 月別参加者数推移	49
4.7	[ポーランド] プログラムスケジュール	51
4.8	[ポーランド] 夕食の様子(筆者撮影)	52
4.9	[ポーランド] ソボレ青年団との交流会(筆者撮影)	55
4.10	[ポーランド] ヒアリング結果をマッピングした様子(筆者撮影)	56
4.11	[ポーランド]”Smaki Powiatu(地元の味)”のコンセプトドラフト(筆者撮影)	56
4.12	[ポーランド]Smaki Powiatu(地元の味) 公開コンセプトシート	56
4.13	[ポーランド]Smaki Powiatu プロトタイプにやってきたサイクリスト達(筆者撮影)	57
4.14	[ポーランド] 屋外でのデモンストレーション(筆者撮影)	58
4.15	[ポーランド] 地域ステークホルダーを招いたプレゼンテーション(筆者撮影)	58
4.16	[ポーランド] ピエロギ教室(筆者撮影)	59
4.17	[ポーランド] 屋外での夕食(筆者撮影)	59
4.18	[ポーランド] 現地メディア、RadzynINFO.pl の取材記事	60
4.19	[ポーランド] アイルランドでのリユニオン(Slack ページより撮影者の許諾を得て掲載)	61
4.20	[ポーランド] スロバキアでのリユニオン(Slack ページより撮影者の許諾を得て掲載)	61
4.21	[ポーランド] 課題チケット発行の推移	64
4.22	[ポーランド] 月別参加者数推移	64
4.23	[日本] 地元訪問結果を踏まえたアイディエーションの様子(筆者撮影)	68
4.24	[日本]9月訪問時のスケジュール	69
4.25	[日本] ペーパープロトタイプ	71
4.26	[日本] ペーパープロトタイプを基にしたヒアリング(筆者撮影)	71
4.27	[日本] 最終報告会会場(筆者撮影)	72

4.28	[日本] 山陰中央新報 2018年12月11日朝刊 . . . . .	73
4.29	[日本] ひとまるビジョン 2018年12月11日 . . . . .	73
4.30	[日本] 「高津川を食べる会」の告知 . . . . .	75
4.31	[日本] 課題チケット発行の推移 . . . . .	78
4.32	[日本] 月別参加者数推移 . . . . .	79
A.1	質問 A.1-④ . . . . .	89
A.2	質問 A.2① . . . . .	90
A.3	質問 A.3① . . . . .	91
A.4	質問 A.4① . . . . .	92

# 目 次

2.1	ソーシャルイノベーションの3つの視点 <sup>5</sup> . . . . .	12
3.1	アクションプラン . . . . .	36
4.1	[オランダ] 課題チケット (2018年8月5日) . . . . .	46
4.2	[オランダ] 課題チケット (2018年8月10日) . . . . .	46
4.3	[ポーランド] Holis 参加者の役割別内訳 . . . . .	53
4.4	[ポーランド] Holis 参加者の出身国別内訳 . . . . .	54
4.5	[ポーランド] 課題チケット (2018年8月26日) . . . . .	62
4.6	[日本] 高津側PJ参加者の役割別内訳 . . . . .	68
4.7	[日本] 最終報告会来場者の「ぜひ実現してほしい」アイデア . . . . .	73
4.8	[日本] 現地ワークショップ中 Facebook 投稿件数 (月別) . . . . .	75
4.9	[日本] 課題チケット (2018年12月16日) . . . . .	76

# 第 1 章

## 序

## 論

### 1.1. 背景

地方活性化という語句は時代の変化とともに様々な意味を含有してきた。これまでは多くの場合で、「人口の維持」「地域産業の発展」に重きを置いた取り組みが行われ、地域外から産業施設を誘致するなど、雇用創出や経済成長に重きをおいた取り組みが多くあった。しかしながら、近年では、「地域資源を活用した地域の自律的活性化」(荒井祐介他 2012)、つまり地域社会が補助金に依存した箱物重視の施策から脱却し、住民が主体となって行う地域活動が増加しており、その原動力として住民間のつながりや、地域内外のステークホルダーとの協働・共創がより重視されるようになっている。

「よそ者、若者、ばか者」一かねてより、少子高齢化・人口流出といった構造的な課題に悩む地方を活性化する存在として、第三者の視点を持った「よそ者」、活発なエネルギーを持つ「若者」、そして既成の枠をはみ出した自由な発想を持つ「ばか者」が注目されてきた。大都市でもなければ、広く世に認知されている風光明媚な名所や特産物がある訳ではない、その他大勢のいわゆる”普通”の都市に、どのような事柄をトリガーとすると、「よそ者、若者、ばか者」は地方における地域活動の存在を把握し、継続的に関与し続けることができるのか。

当然、「よそ者」が地方都市における 이슈に関与することは、ポジティブな結果を生み出すばかりではない。木下<sup>1</sup>は、地方が策定するさまざまな計画は「どこかで見たような内容」ばかりという指摘とともに、「よそ者」が跋扈することによって、

- 地方自身の企画・立案・実行能力が衰退する。立案されたプランには、別途

外注先との協議が必要となり、組織の機動力・変更に対する柔軟性が失われ、結果、仕事の品質が低下してしまう。

- 企画・立案・実行プロセスの継承が、外部への委託により絶えてしまう。外注先が提案した企画の良し悪しを判断する目利き・判断力が失われる。
- 経済的な自律能力が削がれ、予算が尽きると同時にプランが終わり、地域としては手元に何も残らなかったという事態となる。

と述べている。

しかしながら、課題はあるものの、もはや「よそ者」抜きには、地方におけるコミュニティを存続させていくことは不可能な状況となりつつある。国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 29 年 1 月推計）」によると、日本の総人口は、平成 77（2065）年には 8,808 万人、高齢化率は、平成 77（2065）年には 38.4 %になると見込まれている。加えて、2018 年 10 月現在、全国平均で有効求人倍率が 1.62 倍<sup>2</sup>であるなど、日本全国で慢性的な人手不足が問題となっている。2018 年 12 月には改正入国管理法が可決され、高度技能を持たない外国人材の受け入れがこれから本格的に始まろうとしている。日本では伝統的に単一民族国家と自認してきたように、「よそ者、若者、ばか者」論においても、外国出身者が地方活性化に携わることはほとんど念頭に置かれていなかった。「よそ者」の解釈を拡大し、地方都市は地域内外の人材を惹きつけ、地域活動への関与にあたっての動機付けを行うことがますます求められてきているのではないだろうか。

伊達(伊達崇晃他 2018)は、「よそ者」について、コミュニティとの関係性から生まれる概念であり、コミュニティの外部に存在しつつも、コミュニティによって認識されている存在であると述べている。本論文での「よそ者」は、伊達の定義より範囲を狭め、地域外からの移住者などは対象とせず、三回のサイクルで初めて対象地域と接点を持つ人々とする。

本論文における提案では、「よそ者」に観光で訪れ、土地の名物を消費するだけではない新たな価値観、地域で起こっている事柄に継続して関わり続ける機会を、課題解決型ワークショップ、その後のオンラインコミュニティでの活動によって、提供する。ゆくゆくは参加者が地域課題を解決することを「生業」化し、ビジネ

スが生まれるなど、ボランティア-非ボランティア的な関係性から発展して、双方にメリットがある関係性を構築することを目指している。

## 1.2. 研究目的、ゴール

既存の地方創生を目的としたワークショップにおける課題として、多くの場合アイデア創出がゴールとなってしまう、その後の社会実装がおざなりになってしまうということが挙げられる。アイデアは「誰が、どうやって」継続して実現に進めていくのか、が重要となるが、ワークショップ後の主体はイベントのスポンサー、つまり自治体や企業となることが多く、その地を離れた「よそ者」参加者が継続的に参加することは難しく、次第にアイデアが立ち消えとなることが多い。地域側、参加者ともに多大な労力をかけてアイデア創出までを行なったのに、この結果は双方にとって不幸なことである。そのため、本論文では、アイデア創出のみならず、さらにその次、つまり実社会で提案したアイデアが具現化されることを見据えた、「よそ者が地域と協働して、ワークショップで創出したアイデアに継続的に関わる仕組み」を提案する。

3つのサイクルでは、少子高齢化、人口流出といった同種の構造的課題を抱えている一方で、積極的に外国出身の、「よそ者、若者、ばか者」と地域のアクティビストとともにプロジェクトを行っているオランダとポーランドの地方都市、また島根県益田市にて課題解決型ワークショップを実施した。

段階1として対象地域にて、地域よりあらかじめ課題提示を行なった上で、①アイディエーション、②プロトタイプ作成、③テストより構成されるワークショップを実施した。参加者同士や地域との密接な関係性構築を促進、また現地課題の肌感覚での理解を目的としている。段階2として、社会実装に向けたオンラインでのフォローアップ体制を構築した。具体的には、アイデアの採用有無を問わず、創出されたアイデアに対して、地域側1名と運営側人員1名を配置し、オンライン/オフラインでのタスク切り分けを行い、「チケット」を発行（Facebookやslackなどの既存SNSにどのグループが、どのような課題を、いつまでに解決したいかをポストする）、関心のある既参加者が手を挙げて、ワークショップ時の

チームを超えた新たな「課題タスクフォース (以下、課題 TF)」を編成、提示された課題へのアプローチを行なった。

本研究のゴールは、「ワークショップで生まれたアイディアの社会実装（アイディアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイディアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」こと、またコミュニティを持続的、自律的に運営するにあたって、参加者の中でも核となる活動を行うメンバーを生み出すことができることである。

## 1.3. フィールド紹介

### 1.3.1 オランダ・レーワルデン

レーワルデンはオランダ北部 Friesland 州に位置し、人口は 10 万人強、オランダでは 30 番目の規模の都市である<sup>3</sup>。2018 年は「欧州文化首都 (europäische kulturhauptstadt)」に指定され、様々な芸術イベントが開催されている。「欧州文化首都」の指定は、日本に例えるならば JR と地方自治体が一体となって行うディステーションキャンペーン<sup>4</sup>のような観光、経済効果をもたらすとして、都市は大きな期待を寄せる。オランダはアムステルダムという一大観光都市を擁し、またそもそもヨーロッパは世界中から人を集めるブランド力のある都市が星の数ほど存在する。そのためレーワルデンは、オランダ国内でも「中堅都市」といった位置付けで、際立った地域課題はない一方で、強烈な求心力を持っているという訳ではない。競争が激しい環境で、2011 年から指定に向けた取り組みをはじめ、2013 年に指定を勝ち取った。当初は消極的であった地域住民であったが、実行委員会の粘り強い働きかけに関心の輪が広がっていったという。実行委員会代表の Immie Jonkman 氏はインタビュー<sup>5</sup>にて、2011 年の第一回目の選定から、2013 年の最終決定まで、「文化」に関わるクリエイティブ領域のスペシャリストだけではなく、地域住民との「あるべきレーワルデン像」について対話を繰り返した。

第一サイクルの DORP は、「欧州文化首都」指定の 1 プログラムである”Welcome to the village(詳細は第 3 章にて述べる)”内で開催された。



図 1.1 [オランダ]Conference of the Birds の一幕 (筆者撮影)<sup>6</sup>

### 1.3.2 ポーランド・ソボレ

ソボレ村（以下、ソボレ）が含まれる Lublin 県 Radzyn 郡は、ポーランド東部のウクライナとの国境に位置する。Lublin 県全体で人口は 200 万人ほどである。ポーランドでも有数の農村地帯として知られており、水・土壌・天候ともに農作物の生産には最も適した場所の一つとされている。ラズベリーが特産品であり、ポーランドで生産されるラズベリーの 80% は Lublin 県産である。住民は主に農業、また小規模な小売・サービス業を営んでいる。ソボレ近辺で地域活性化を行う NPO 団体 Zapiecek の Katarzyna Krupska 氏によると、2018 年時点で Radzyn 郡の失業率は 4% であり、ポーランド平均の 11% よりは就職状況は良好である。しかしながら、失業者のうち 46% は女性、18% は若者であり、これからの地域の担い手が十分に仕事ができる環境にあるとは言えない。無職者は家に引きこもるケースも多く、仮に職業訓練を受けたとしても地域には止まらずに、大都市へと出て行ってしまう。

人口流出と高齢化がこの地域の最大の悩みである。先ほどの無職者のケースと同様、若者も一度就職や進学で村を出ると戻ることはない。急速な勢いで村に住む人が減っている。

第二サイクルの Holis は、Zapiecek をパートナーとして活動する sobole foundation との協業によって行われた。



図 1.2 [ポーランド]Lublin 郡のりんご収穫風景 (筆者撮影)

### 1.3.3 日本・益田

益田市は日本海側の島根県西部に位置する。鮎やわさびといった清流高津川の恵みが特産品である。羽田空港から萩・石見空港へは、1時間ほどで到着し、首都圏への利便性は非常に良い。しかしながら萩・石見路線は利用率が低迷しており、地元自治体は助成金<sup>7</sup>を出しているものの、利用率を上げるまでには至っていない。

萩・石見空港の利用状況(年度別)

H29.3.31 現在

区分	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
東京路線	利用者数 55,413 利用率 55.3%	42,501 45.7%	47,205 51.7%	46,185 49.8%	45,838 50.8%	50,134 56.4%	61,838 59.2%	66,172 54.2%	74,384 61.1%	110,189 52.2%	122,472 55.2%	119,482 49.9%
大阪路線	利用者数 25,518 利用率 47.9%	27,358 51.1%	24,399 45.4%	22,328 41.8%	21,231 39.8%	22,458 63.4%	4,434 63.7%	4,533 61.3%	5,039 66.8%	3,480 52.8%	3,250 49.9%	2,169 81.4%
合計	利用者数 80,931 利用率 52.7%	69,859 47.7%	71,604 49.4%	68,513 46.9%	67,067 46.9%	72,592 58.4%	66,272 59.5%	70,705 54.6%	79,423 61.5%	113,679 52.2%	125,722 55.1%	121,651 50.2%

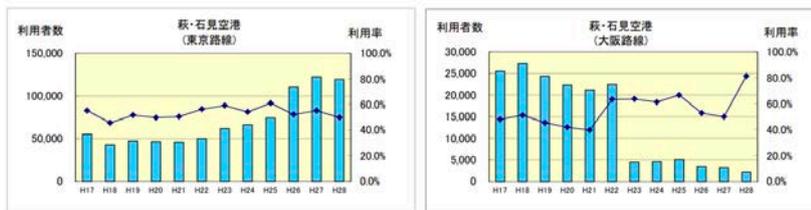


図 1.3 [日本] 萩・石見空港の利用率推移 (年別)<sup>8</sup>

利用率低迷の理由は、①県内には出雲空港もあり、出雲空港からアクセスする県庁所在地である松江や出雲大社などの一大観光地と比べるとコンテンツ力が非常に弱い、②航空機は「乗客(乗る人)」「降客(降りる人)」がいるが、島根県は

全国で二番目に人口が少なく<sup>9</sup>、かつ益田市が位置する西部は東部の1/3ほどの人口である。よって、そもそも空港利用に十分な人口がない。といった事柄が挙げられる。もちろん、人口流出、少子高齢化も進んでおり、1960年から2010年までの間に2万人が減少、また市内251の集落のうち42集落が限界集落<sup>10</sup>(65歳以上が占める割合が50%以上、戸数19戸以下の集落)となっている。隣接する浜田市には島根県立大学があるものの、益田市には大学は存在しない。そのため、高校卒業後は進学、就職いずれにせよ地域外へ出て行く人が多い。

第三サイクルの高津川PJは、上記地域課題に取り組む観光協会、農園経営者、環境保護団体などとの協業によって行われた。



図 1.4 [日本] 地域おこし協力隊経験者が受け継いだ茶畑 (筆者撮影)

## 1.4. 特徴

他の類似プログラムと比較して、地域滞在型ワークショップと、オンラインでの地域課題解決コミュニティの組み合わせは下記のような特色を持っている。地方活性化においてこれまで課題となっていた事柄に対して、次のような要素を盛り込んだ。

**現地滞在経験の重視** 単発、かつ数日間の「アイデアソン」形式にて、地方における課題解決に資するアイデアの立案を行う、といったイベントはこれま

でも数多く開催されてきた(例: 農業分野の課題をIoTを使って解決するアイデア<sup>11</sup>を立案する。しかしながら、このようなイベントで生まれたアイデアは提案に留まり、課題のオーナーである地元の人々と、十分なビジョンやコンセプトを共有できていないため、実行に移されないケースが多い。そこで、「よそ者」が現地に一定期間滞在して、アイディエーション、プロトタイプ作成、テスト実施を全て現地で行う仕組みをデザインした。また、ワークショップは会議室内で行われているとしても、生まれたアイデアやプロトタイプが実際に使用されるのは会議室内ではない。それぞれの地域で行ったワークショップで生まれたアイデアのテストは、実際に行われるであろう物理的な環境・ユーザとともに行われた。



図 1.5 ポーランド・ソボレ村ワークショップ会場 (筆者撮影)

オンラインプラットフォーム上での継続的な関与を促す「仕掛け」参加者は、ワークショップ終了後は、国内だけではなく、世界各国に散り散りとなる。遠隔でも引き続き地域との関わりを持ち続けるための仕組みとして、Facebook、Slack 上でワークショップで創出されたアイデアに関与する「課題チケット(どのアイデアで、具現化に向けてどのような課題が発生していて、いつまでに解決する必要があるのか、が記載されたポスト)」を発行し、「課題タスクフォース(『課題チケット』に手を上げた人で構成される小グループ)」単位で引き続き地域発イシューに関わる仕組みを提供した。

以上二点を取り入れたワークショップ、またアフターフォロー体制を設計することにより、ワークショップ参加者、地域アクティビストなどのステークホルダー間での創造的なコラボレーションを誘発し、現実の状況に即したアウトプットを生み出すことを介在する。ワークショップ参加者にとっては、自身のスキルや知識を活かした上で、プログラム終了後も引き続き課題にコミットし続けること、地域アクティビストにとっては地域内人材のみでは解決が難しい課題解決にあたってのソリューションを得る、双方にメリットのあるプラットフォームを構築することで、地方活性化に資する関係人口<sup>12</sup>を増やす。「よそ者」と「地域アクティビスト」の協働を促進して、将来的には、ソーシャルイノベーションを創出を後押しすることを本研究の目的とする。

## 1.5. 本論文の構成

本論文は五つの章から構成され、下記の構成となっている。

- 第1章 序論 背景、研究目的と仮説、フィールド紹介
- 第2章 関連研究 下記三領域における先行論文・事例の調査：(1) ソーシャルイノベーション論と地方活性化、(2) 地方活性化を題材としてワークショップ、アイデアソンの実施、(3) オンライン環境での参加者間コミュニティ設計
- 第3章 コンセプト プログラムのデザインプロセスとコンセプト、想定される結果に対しての評価
- 第4章 コンセプトの証明、結果 オランダ、ポーランド、日本の三ヶ所にて、第3章のコンセプトを基に設計したプログラムを実施、その結果からコンセプトの証明 (Proof of concept) を行う。
- 第5章 結論 本論文の結論を述べ、今後の展望を述べる。

## 注

- 1 木下斉 (2018), 『なぜなんでも外注主義が地方を滅ぼすのか 地方に大事な 3つの能力が消えかけている』, 東洋経済オンラインウェブサイト, <https://toyokeizai.net/articles/-/230176> (2018年12月1日閲覧)
- 2 厚生労働省 (2018) 『一般職業紹介状況』, 厚生労働省 職業安定局雇用政策課
- 3 「レーワルデン市」ウェブサイトより, <https://www.leeuwarden.nl/nl> (2018年12月1日閲覧)
- 4 『ディスティネーションキャンペーンの歴史』「交通新聞社」ウェブサイト, <http://www.toretabi.jp/toretabipremium/> (2018年12月1日閲覧)
- 5 「Kaunas 2022」ウェブサイト, <http://kaunas2022.eu/en/2018/04/23/immie-jonkman-the-representative-of-leeuwarden-friesland-european-capital-of-culture-2018-there-is-a-clear-positive-buzz-here-in-leeuwarden-friesland/> (2018年12月3日閲覧)
- 6 欧州文化都市関連イベントの1つ
- 7 「萩・石見空港」ウェブサイト, <http://hagiiwami.jp/subsidies/> (2018年12月3日閲覧)
- 8 島根県庁ウェブサイト (2017) より。同じ島根県の出雲空港は近年は70%程度である。
- 9 『都道府県別人口と人口増減率』「総務省統計局」ウェブサイト, <https://www.stat.go.jp/data/nihon/02.html> (2018年12月3日閲覧)
- 10 「益田市過疎地域自立促進計画」ウェブサイト, [https://www.city.masuda.lg.jp/uploaded/life/338368818\\_misc.pdf](https://www.city.masuda.lg.jp/uploaded/life/338368818_misc.pdf) (2018年12月1日閲覧)
- 11 『地方創生アイデアソン in 相楽東部』, 「Impact Hub Kyoto」ウェブサイト, <https://kyoto.impacthub.net/event/idea/> (2018年12月1日閲覧)
- 12 総務省は、「関係人口」は地域や地域の人々と多様に関わる人々、「交流人口」を観光・商用で地域を訪れる人々、と定義している。、「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会(概要)」, [http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000568239.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000568239.pdf) (2018年12月1日閲覧)

## 第 2 章 関 連 研 究

本研究では、将来的には地方都市においてソーシャルイノベーションを創出することを目的として、地域滞在型ワークショップの実施する。実社会で提案したアイデアが具現化されることを見据え、「よそ者が地域と協働して、オンライン上にて、ワークショップで創出したアイデアに継続的に関わる仕組み」を提案する。

本章では、

- ソーシャルイノベーションとはどのようなものなのか、また地方では実際どのようなソーシャルイノベーションが生まれているのか：1 節「ソーシャルイノベーション論と地方活性化」
- ソーシャルイノベーションを起こすための手法の一つとして現地滞在型ワークショップを実施したが、既にどのようなワークショップまたはアイデアソンが行われているのか？：2 節「地方活性化を題材としたワークショップ、アイデアソン」
- オンラインにおけるプラットフォーム設計に関する先行研究、また既存類似 Web サービスに関する研究：3 節「オンライン環境での参加者間コミュニティ」

という三分野にまたがって、関連研究や実践活動を概観、課題点を明らかし、本論文の貢献する領域を明らかにする。

## 2.1. ソーシャルイノベーション論と地方活性化

Phills et al. は論文 *Rediscovering Social Innovation*(Phills et al. 2008) の中で、ソーシャルイノベーションは「社会的ニーズ・課題への新規の解決策を創造し、実行するプロセスである」とともに、「従来の手法と比較して、より効果的、効率的、持続的あるいは公正である、社会課題に対する新たな解決策であり、またそれによって生み出される価値が主として、一部の個人ではなく社会全体に対して生じるもの」と定義している。日本では、このソーシャルイノベーション(以下、SI)論に基づく事例分析が数多く蓄積されており、谷本(2013)の分類では(谷本寛治他 2013)は、SI論に立って事象を分析する上で、表2.1のとおり、3つの視点があると述べている。

表 2.1 ソーシャルイノベーションの3つの視点<sup>1</sup>

タイプ	組織	概要
1. 国家レベルにおける公共政策	政府・行政	マクロな制度改革を通じて、医療・福祉・教育領域における経済的・社会的なパフォーマンスを改善する
2. 市場レベルにおけるビジネス活動	ビジネス(企業・NPO)	ビジネスを通じて、多様な社会的課題の解決を目指す
3. コミュニティレベルにおける社会活動	市民社会組織(CSO)	コミュニティレベルの市民活動等を通じて、多様な社会的課題の解決を目指す

本論文では、ビジネス的なアプローチ(表2.1における2)ではなく、「3. コミュニティレベルにおける社会活動」に着目する。2. のようなビジネス活動からのアプローチでは、SIを起こすアントレプレナー個人に着目されがちであるが、アントレプレナーを生み出す背景には、多くのステークホルダーが存在する。出

資者、政策立案者、社会的起業家、ボランティア、評価者—これらの関係性に本質があると指摘している。

SIを伴う地方活性化の取り組みは、多くの既存研究の対象となっている。潜道(潜道文子, 潜道文子 2018)は、徳島県神山町を題材として、近年同地域に多くのIT企業がオフィスを構え、クリエイターや起業家など、移住者が増加していることに関してどのような要素が作用しているのかを分析している。神山町は、同じコミュニティの成員間で活用できる関係資本である「コミュニティ・キャピタル」が存在するコミュニティであると述べており、NPO法人グリーンバレー<sup>2</sup>をはじめとする地域をリードする団体への共感・期待感を資本として、信頼に基づく関係性が醸成されたが故に、「神山アーティスト・イン・レジデンス」の実施や、IT起業のサテライトオフィスの誘致成功といった、SIの創出を推進していると指摘している。

これに対して、木村(木村隆之 2017)は、地域におけるステークホルダーの中でも地方自治体がSIに果たす役割について着目している。先行研究では、地方自治体の役割を、①イノベーションを生み出す事業主体に対して、法制化や許認可による正当化、②助成金等の資源や事業委託という形で事業機会を提供する主体、として分析してきたが、SIの担い手としては捉えられていなかった。島根県隠岐郡に位置する海士町は、このような従来型の役割とは異なり、外部から必要な資源を獲得する能力と権限を有する主体として機能したと述べている。海士町は、小泉政権(2001-2006)当時の「三位一体の改革」による地方交付税の削減に端を発した財政危機で、2001年時点で年間予算の2.5倍にあたる102億円の借入金を抱えていた。観光資源に乏しく、主要都市へのアクセスも悪いという環境の中で、町長の強力なリーダーシップのもと、外部からのIターン人材を受け入れる施策を次々と打ち出した。その結果、Iターン者による新たな創業、そして「さざえカレー」や「ふくぎ茶」といったヒット商品を生み出すことに繋がっていった。

神山町、海士町はいずれも地方創生の成功例として、よく語られる事例であるが、両地域に共通する特徴が、移住者が持つ知見の活用である。海士町のように、行政や地域にそのモチベーションと、移住者の活動を下支えする素地があることが前提となるが、多くの人に移り住み、新しい産業を生み出しているのだ。しか

し、多くの人にとって移住というのはとてもハードルが高い。なぜならば、人との縁もなければ、仕事などの生活の基盤もないからだ。本研究では、移住、とまでいかななくても地域と関わりたいと考える人へのファーストステップとして、ワークショップ、ワークショップに続くオンラインでの参加者間コミュニティを提案し、将来的には、継続的な関与を促すことでゆくゆくは神山町、海士町の事例のようなSIを創出することを目的としている。

## 2.2. 地方活性化を題材としたワークショップ、アイデアソン

本論文では、すでに第2章1節にてソーシャルイノベーション創出の重要なファクターとして、コミュニティレベルにおける社会活動に着目すると述べた。本節では、そのコミュニティにおいて、すでにどのようなアイデア創出を目的としたワークショップ・アイデアソンなどの類似の取り組みが行われているのかを明らかにした上で、既存プログラムが抱える課題、改善点などを明らかにする。

地方活性化を題材としたワークショップやハッカソンとしては下記のような例が挙げられる。

- 宮崎と東京をつなぐハッカソン<sup>3</sup>：東京での二日間に渡る「観光による地域活性化」をテーマにしたハッカソン、宮崎での一泊二日にわたる農泊、東京での発表会で構成される。観光で当地を訪れる前/後において、NTTデータ社が提供するスマートグラス、生体センサーなどのテクノロジーを用いて、より観光体験を豊かにすることはできないかという趣旨で企画された。
- トマトHACK!!<sup>4</sup>：その名の通り、トマトをハックするイベントである。トマトは高知県の特産品であるが、その知名度・認知度の向上を目的として、トマト料理レシピと連動したアプリや、トマト料理用のガジェットなどのアイデア出しから実装までを行う。成果としては、どのトマトをジュースに用いるのかを提案するアプリ「高知のおすそ分け」、また「トマトサミット」における作品展示などである。

- 鯖江のGID学生ワークショップ<sup>5</sup>：デザインスキルを持つGID学生が鯖江を訪れ、漆塗りを体験しつつ、観光客誘致に結びつけるためのプランを提案した。提案されたアイデアは市の次年度施策に反映され<sup>6</sup>、鯖江市がオーナーシップを持って取り組むとのこと。鯖江市<sup>7</sup>は、伝統工芸を軸に、鯖江市が大切にしてきた食文化や自然、住環境も観光テーマとしてコンテンツ化するとともに、国内外へ発信するメディアの構築を見据えている。

上記いずれの先行する取り組みにおいても、

- 地域の特産品にフォーカスをしている。
- ワークショップ、ハッカソンによってアウトプットを創出することが主眼となっており、その後の実装に向けたオーナーシップはスポンサーもしくは地元自治体である

という共通点がある、

また、玉澤(玉澤友海 2017)は、ハッカソンの目的として、(参加者個人の)スキルの成長やシステム開発から、コラボレーションやイノベーションへの変容していることを前提とした上で、これまでに挙げられてきた課題として、ハッカソンは一過性のもので、プロトタイプの完成度が低く、生まれたアイデアがなかなか実現することが難しいと指摘している。

更に、一過性ではなく、ハッカソンのアウトプットがビジネスにつながる要素、つまり社会実装されるために必要な要素として、

- 主催者と参加者双方がビジョンを共有し、創出するアウトプットイメージのすり合わせ
- 成果物の完成度を高め、実ビジネス展開可能な形にする仕組みづくり
- アイディアの評価を、専門家に加え、実ユーザーが行う

以上の3点が重要であると述べている。

玉澤の論文では、ハッカソンの将来的な目標としては、「アウトプットがビジネスにつながる」ことであるが、当該論文で題材となっているライブミュージック

ハッカソンについては、断続的に三ヶ月に及ぶアイデアソン、ハッカソン後は、「最終審査会」が最終的なゴールであり、最終審査会以降にハッカソン参加者が創出されたアイデアにどのようにコミットしたのか、またスポンサー企業にてどのように具体的にビジネス化に向けた動きがあるのか、といった事柄は研究のスコープ外となっている。

そこで、本論文では、「ハッカソン後」にも焦点を当て、上記3点の運営（スポンサー）側から見た指摘をワークショップ構成に組み込むことに加え、成果物の質にこだわるだけでなく、新たに参加者の継続的なアイデアへの関与を促すオンラインでの仕組み作りを提案する。

### 2.3. オンライン環境での参加者間コミュニティ

本研究が目指すところである、民間、公共、非営利の主要セクターが協業してソーシャルイノベーションを創出するためには、共創 (Co-Design) を行う場である、プラットフォーム、またプラットフォーム内で行われるコミュニケーションを設計することが必要である。

「地方都市で起こっている社会課題に関わる」ことを目的としたウェブサイト、コミュニティは下記の通りである。

- **YOITOKO**<sup>8</sup> 地域課題と関与希望者のマッチング。マッチング成立後は、プロジェクト終了後の報告書を掲載するのみ。運営は個別具体プロジェクトの管理などは行わない。
- **Innovation Tohoku**<sup>9</sup> 地域課題と関与希望者のマッチングに加え、マッチング成立後は、課題オーナーと参加者がオンライン上でコミュニケーションを取ることができる。運営は個別具体プロジェクトの管理などは行わない。既にウェブサイトはクローズしている。
- **Olive**<sup>10</sup> 災害時に有効な知識を集めて共有する wiki サイトである。物資のない被災地で生きるために必要なものを、身の回りのものから簡単に作るためのアイデアを不特定多数の人々がアップロードする。東日本大震災を

きっかけに生まれた、ということもあり、役割を果たした今は、既にウェブサイトはクローズしている。

上記ウェブサイトのうち、YOITOKOとInnovation Tohokuは、運営が発掘し、地域側とともに切り出しを行なった課題に対して、「地方都市での 이슈に関わりたい」というよそ者とのマッチングサイトである。つまり、運営は地域側の情報については課題を切り出す際のヒアリングのタイミングで、ある程度把握しているものの、よそ者の情報は、ウェブサイトに登録する応募動機くらいである。よそ者も同様で、地域側情報はウェブサイトに掲載された案件情報、あとは一般的な情報を検索するしかない。これはつまり、地域側、よそ者側のミスマッチが起きる可能性もある。そのため、本論文における提案では、現地滞在型プログラムにて、地域・よそ者の相互理解を深めることに加え、オンライン環境では、「課題タスクフォース」組成後に、その後の進捗にあたっては、運営が地域ーよそ者間のコミュニケーションをサポート、具体的にはオンライン会議のファシリテーションや他の既参加者への取り組み紹介などを行うことにした。

コミュニティ運営にあたっては、「動機付け」も重要な要素となる。「夏休みの二週間だけなら」といって、参加したよそ者たちも、夏休みが終われば、学校また仕事へと戻っていく。日々の生活に追われる彼らの関心をいかに喚起し、継続的に巻き込んでいくか。日常の多忙さに加え、オンラインならではの気軽さは、参加することの気軽さに加え、辞めることの気軽さとも繋がっている。

例えば、MOOC(Massive Open Online Course)は、「世界中に大学の知を無償で届ける」という理念のもと設立されたオンライン教育のプラットフォームである。荒(藤本徹他 2017)はMOOCの修了率(修了者数/全体の受講者数)の低さ(OECD諸国にて、通学型が平均70パーセントのところ、オンライン型は10パーセントに満たない)に対して、2つの難易度の異なる学習コースを設定したコースを提供した。その結果、難易度の高い上級コースでは正答率が高くなるとともに、難易度の低い初級コースでは参加率が高まる傾向を示した。

これは、オンラインにおける地域課題解決にも同等の考えを適用することができる。つまり、「地域産品を販売するために、扱ってくれそうなスーパーや店舗を紹介してください」はかなり参加者としては荷が重く、よほど自身がつ

ながりを持っている以外は対応が難しい。それに対して、「今度リニューアルした製品のパッケージで、AとB、どちらが良いかを教えてください」であれば、参加者は気軽に投票をすることができる。そのため、オンラインに掲載する「課題チケット」については、様々なレベル感で参加者が対応可能なタスクを用意した。

世界最大のオープンソースプロジェクト、UbuntuのコミュニティマネージャーであるJono Baconは、著書”The art of community: Building the new age of participation(Bacon 2012)”にて、Ubuntuのユーザーを動かすのは「コミュニティの中で行われる相互作用と一体感」であると述べている。コミュニティ内の価値判断基準は金銭ではない。コードを書く、フォーラムで技術的な問題に解答する、などによって「信用通貨」、つまり他者からの信頼や尊敬が上がり、参加者に自尊心やプロダクトを作った達成感をもたらす。このように、コミュニティ内での「信用通貨」のやりとりを活発にすることによって、よりコミュニティの一体感が高まるとしている。

本研究では、現地滞在型プログラム実施時のコストの多くは自治体や行政からサポートを受けている。しかし、参加後は参加者に対しては、金銭的な対価がUbuntuと同様に発生しない。そのような中で、どのように「信用通貨」を積み上げていくのか？下記のような方策を行なった。

- 課題チケットに手を上げる人間を、ワークショップ時のプロジェクトメンバーに限定しないアイデアに対する評価はシビアであり、採用された場合はよいが、されなかった場合については、なかなか次へ進む、継続的に関わるモチベーションが生まれにくい。そこで、様々なバックグラウンドを持つ人間が集まっているという「よそ者」コミュニティの利点を活かす形で、例えば自分が提案していないアイデアでも「課題タスクフォース」に入れるようにした。
- 途中経過であっても、運営側が面白い経過をたどっている、他にも応用ができる事例と判断したものに対しては、メンバーの了承を得て、積極的にSNSに投稿するようにした。例えば、製品パッケージデザインのリニューアルを行うタスクフォースでは、打ち合わせの様子を投稿するだけでなく、ABテストを行い、コミュニティ内メンバーの意見を集うなど、常に「参加

している」と思わせる仕掛けを作った。

## 2.4. 本論文が貢献する領域

本論文における研究では、オランダ、ポーランド、日本の三地域にて行うワークショップ、その後のオンラインコミュニティを中心として、人・モノ・コトが動くコミュニティをデザインする。適切なステークホルダーの巻き込み、そしてメンバー間のコミュニケーションを設計することにより、プラットフォーム上に複数の活動コミュニティが生まれ、SIの創出、そしてSI創出を支えるであろう将来的な関係人口の拡大に資することを目的とする。

本章1節では、SI創出には社会起業家個人が注目を浴びがちであるが、その輩出の背景には多くのステークホルダーとの繋がりが存在し、特に地方におけるSIを創出する取り組みでは、起業家だけではなく、NPOや地方自治体などが重要な役割を果たしていることが明らかとなった。しかし、いずれの研究においても、中長期で地域と関わっている居住者(もしくは移住者)が主体となってプロジェクトの中核を担っており、地域との関わりが初期の段階である「よそ者」については言及されていない。地域での人的繋がりを保たず、バックグラウンドがないような「よそ者」が、地域のアクティビティにゆるやかに繋がり、のちのSI創出に繋げるための入り口として必要な要素は何かを実践活動によって明らかにする。

本章2節では、実際に地方活性化をテーマとして行われているワークショップ、ハッカソンを概観した上で、玉澤の指摘事項の通り、①主催者と参加者双方がビジョンを共有し、創出するアウトプットイメージのすり合わせ、②成果物の完成度を高め、実ビジネス展開可能な形にする仕組みづくり、③アイデアの評価を、専門家に加え、実ユーザーが行うが必要であることがわかった。本論文では、玉澤他すでに実施された事例を元に、スコープを「質の高いアウトプットを創出する」ためのワークショップ実施に加え、ワークショップ既参加者も提案したアイデアに継続的にコミットする仕組みを加えたい。ワークショップ既参加者が関与を続ける仕組みを整えることにより、少子高齢化、人口流出といった社会課題に悩む地方は、優秀な人材とのつながりを確保、参加者は将来的な生業につながる

る地域とのつながりを確保、といった形で双方にとってメリットのある仕組みを目指す。

本章3節では、既存の地域活性化を題材としたウェブサイトを一覧し、既存ウェブサイトは主に地域課題と地域外に住む人のマッチングを主目的としており、マッチング成立後は各案件の進捗に運営が関与することはないことがわかった。また、「東日本大震災支援」など特定のトピックにフォーカスしたウェブサイトがすでに終了しているなど、コミュニティのビジョンを明確にし、参加メンバーが関与を続けるにあたっての動機付けも考慮する必要があることもわかった。そこで、課題を提示する側（地域）と課題を解決する側（よそ者）のミスマッチを防ぐために、現地滞在プログラムを組み込み相互理解を深める、また Bacon のコミュニティマネジメント手法を参考に、既参加者の地域への関心を引き続き想起し、モチベーションを維持するための仕組みづくりを行うこととした。本論文ではプラットフォーム上の登場人物を、地域外からの参加者、地域アクティビスト、地方自治体の三者に絞った上で、オランダ、ポーランド、日本の三ヶ国でのワークショップ実施前/中/後のふるまいを観察し、各サイクルでの気づきを次サイクルに反映をさせつつ改善を行なっていった。オンラインコミュニティ、ひいてはそれぞれのメンバーの地域へのロイヤリティをどのように高めていくべきなのかを一連の現地プログラムとオンラインコミュニティでの活動によって検証する。

## 注

- 1 ソーシャル・イノベーションの創出と普及 (2013) より
- 2 「NPO 法人グリーンバレー」ウェブサイト <https://www.in-kamiyama.jp/npo-gv/> (2018年12月1日閲覧)
- 3 「宮崎と東京をつなぐハッカソン」ウェブサイト <http://www.nttdata.com/jp/ja/hackathon2016/> (2019年1月27日閲覧)
- 4 「トマト HACK!!ウェブサイト」 <http://tomato.strikingly.com/>
- 5 「慶應義塾大学メディアデザイン研究科」ウェブサイト <http://www.kmd.keio.ac.jp/ja/future-project>
- 6 「伝統工芸みらいプロジェクト」ウェブサイト <https://www.facebook.com/kogei.mirai/posts/716849921785856>
- 7 「鯖江市長」ウェブログ <https://ameblo.jp/hyakuo/entry-12298913502.html>

- 8 「YOITOKO」ウェブサイト <https://yoitoko.city/> (2019年1月27日閲覧)
- 9 「Innovation Tohoku」ウェブサイト <https://www.innovationtohoku.com/> (2019年1月27日閲覧)
- 10 「Olive」ウェブサイト <http://nosigner.com/ja/case/olive/> (2019年1月27日閲覧)

## 第 3 章

# コンセプト・方法

### 3.1. コンセプト

第一章で述べた通り、本研究のゴールは、「ワークショップでのアイデア創出を経て、生まれたアイデアの社会実装（アイデアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイデアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」こと、またオンラインコミュニティの参加者である地域側、「よそ者」双方に参加し続けるモチベーションがあることを確認できることである。

本節ではまず、Hyysalo(Hyysalo et al. 2016) の分類を用いる形で、ワークショップ、オンラインそれぞれで、運営としてどのようなコミュニティへの関与を行うべきかを検討した上で、先行事例や先行研究を踏まえた上での具体的な設計について述べる。

Hyysalo は、プラットフォームにおけるユーザー（本研究では、民間、公共、非営利と立場は異なれど、プラットフォーム上にて協業する人々）とデザイナー（運営）の立ち位置について、関与度に応じて、下記の分類と類型化を行っている(図 3.1)。inspiration、investigation、cooperation、community の四つが存在する。inspiration ではデザイナーがよりユーザーに近い立場、そこから community に近づくほど、ユーザーがデザイナーに近い役割をプラットフォーム内で果たすようになる。

Developer immersion in Use(図 3.1 左から 2 番目) では、デザイナーは実際にユーザードメインにて活動する。他ユーザーとのコミュニケーションによって、一言で「ユーザー」と捉えられている人たちがどのような人たちで、またどのよう



図 3.1 プラットフォームにおけるユーザーとデザイナーの立ち位置<sup>1</sup>

なニーズがあり、どのようなコンテキストで活動を行っているのか、といった事柄を肌感覚で理解する。対して、Hybrid User Innovator Community(図 3.1 右から 2 番目)では、企業や公的機関といったスポンサーから基本的には独立した存在であるものの、技術や金銭面から部分的にスポンサーに統制されているコミュニティである。例えば、子供向けブロック玩具で著名なレゴ社<sup>2</sup>では、2018 年現在、全世界で 32 万人の登録ユーザー、334 のユーザーコミュニティを公式に認定している<sup>3</sup>。また、LEGO IDEAS<sup>4</sup>では、ファンが自分のアイデアを登録し、他のファンから支持を基に製品化の有無をレゴ本社が判断する。商品化が行われた際には、提案者は売上の 1%を得て、さらに製品には自身の署名が入る仕組みとなっている。

続いて Hyysalo は、ユーザーとデザイナーの関係性ごとの役割の違いについても、図 3.2 の通り述べている。先の”Designer immersion in use”においては、ユーザーの役割はデザイナーと対等な informant(情報提供者)であり、デザイナーはデザインとユーザーのエキスパートである。一方で、”User communities”では、ユーザーはデザイナーであり、実現者であり、参加者である事に対して、デザイナーはデザイナーである傍ら、ファシリテーターであり、ユーザーをサポートする存在である。つまり、これらのプラットフォーム内での関係性がもたらす役割の違い

	DESIGNER ROLE	USER ROLE	ROLE OF USER KNOWLEDGE	HOW USER KNOWLEDGE IS GENERATED	HOW USER KNOWLEDGE IS STORED	HOW IS USER KNOWLEDGE UTILIZED	TEMPORAL EXTENT OF USER INVOLVEMENT
USER INSPIRATION FOR DESIGN	Creative professional	Muse	Enhancing designer vision and imagination	Introspection, some method or by gut feel	Own head, notes, photos, whatever	No real analysis, into solutions	Concept design
DESIGNER IMMERSION IN USE	Design & user expert	Peer, informant	Grounding for design	Introspection, observation, dialogue	Varies	Varies	All pre-launch activities
INVESTIGATING USE AND USERS (HCD, UX, USAB)	Investigator, protector and developer of users life	Subject of investigation	Grounding for design and evaluation	A mix of methods that fit together	Systematic recordings, databases, models, protos	Throughout the design process	All pre-launch activities
COLLABORATIVE DESIGN	Organizer, facilitator, realizator	Design participant, expert of ones life	Users' knowledge to design	Collaborative (synchronous) methods	See above	In collaborative design activities	All pre-launch activities
CO-CREATIVE DESIGN	Organizer, facilitator, realizator	Design participant, co-designer	Users' solutions and knowledge responded to	Examining users' views, ideas, solutions and uses	See above + the evolving design	As starting point for next solutions	From prelaunch to extended post-launch activities
HOSTED USER DESIGN	Platform designer	Additive designer	Adding point	In solutions	In platform traces	In solutions	Post-launch only
USER COMMUNITIES (Hybrid UIC, Indie UIC)	Facilitator, supporter, Peer designer	Designer, realisar, participant	Starting point	In community	Varies	Throughout the process (implicitly)	Pre- and/or post launch

図 3.2 ユーザーとデザイナーの役割、両者の関係性<sup>5</sup>

いによって、ソリューションを生み出すにあたり、ユーザーの意見はあくまでも参考程度なのか、あるいはレゴ社の事例のように、ユーザーはイノベーション創出の一部として関与するのであるかが決定づけられる。

以上より、3サイクル実施時には、運営として下記のような関与を行うことにした。

- ワークショップにおいては、”Developer immersion in Use”の立場で、参加者と同じ立場でワークショップを実施し、地域側/参加者側双方のコンテキストを理解した上で、地域側ー参加者のオフラインだからこそこできる関係性構築をサポートする。
- ワークショップ終了後のオンラインコミュニケーションでは、継続性、持続性が重要な要素となる。地域側ー運営ー参加者である関係性を、徐々に地域側ー参加者として、「ユーザー」側の役割をより大きなものとしていく必

要がある。そこで、「Independent User Innovator Community」の形成を目指し、コミュニティの自走に向けた、運営に近いユーザーの育成、またユーザーが積極的に関与できる仕掛けを行なっていくこととした。

また、先行事例や研究の分析も踏まえ、以下のポイントもコンセプトに組み込むこととする。

- 本研究で提案するワークショップと地域課題解決コミュニティでは、移住とまでいかななくても地域と関わりたいと考える人へのファーストステップとして参加者へ提供し、継続的な関与を促すことで将来的には神山町、海士町の事例のようなSIを創出することを目指す。
- 「ハッカソン後」にも焦点を当て、①地域側と参加者のビジョン共有、②成果物の完成度を高める、③現実に即したアイデア評価環境をワークショップ構成に組み込むことに加え、新たに参加者の継続的なアイデアへの関与を促すオンラインでの仕組みを構築する。
- オンライン環境では、「課題タスクフォース」組成後に、その後の進捗にあたっては、運営が会議のファシリテーションをおこなうなど、地域一よそ者間のコミュニケーションをサポートする。また、コミュニティ全体を活発化させるために、「課題タスクフォース」メンバーのみに留まることがないよう、全体を巻き込む仕掛けを行う。

### 3.1.1 ワークショップ

運営側人員（プロマネ） オランダ、ポーランド、日本で3回に渡って実施されたサイクルの運営メンバーは、地域アクティビストや地方自治体などへのリアリングを行い、ワークショップ期間中に取り組むべき課題の設定を行う。運営側人員（プロマネ）は、設定された課題に従って、ワークショップグループの編成、また事前の情報共有などのコミュニケーションを行う。

1. ワークショップの目的として、「地域課題を解決し、ソーシャルイノベーションを創出する」といった事柄が挙げられる。そのため、ビジネス、デザイン、

テクノロジー、ポリシーの4分野から、バランス良く「よそ者」メンバーを選定し、地域課題をベースとしたプロジェクトに配置する。

2. 事前に地域課題、また地域からの参加メンバーとビジョンを共有し、地域事情への理解を深めておく。また、オンサイトで1～2週間寝食をともにしながら活動を行うメンバー間の繋がりを醸成する。
3. オンサイトでワークショップを実施する。メンバーは、一週間から二週間の間、寝食をともにしながら、日時のワークショップに参加、もしくは自主作業を実施する。ワークショップではリサーチ、アイディエーション、プロトタイピング、ユーザーテストの4アクティビティを実施する他、必要に応じて地域をより深く理解するためのアクティビティも追加する。ワークショップ中のアクティビティの内容については、それぞれのサイクルにおける気付き・改善点を基として随時修正を行う。
4. ワorkshop終了後は、オンラインでの地域課題解決コミュニティ上で、「よそ者」は地域アクティビストや自治体メンバーをフォーカルポイントとして、また「課題チケット」システムを使いながら、アイディアの具体化に向けて引き続き必要なステークホルダーとコミュニケーションを取る。

### 3.1.2 オンラインでの地域課題解決コミュニティ

参加者は、ワークショップ終了後は、国内だけではなく、世界各国に散り散りとなる。遠隔でも引き続き地域との関わりを持ち続けるための仕組みとして、Facebook、Slack上でワークショップで創出されたアイディアに関与する「課題チケット」を発行し、「課題タスクフォース」単位で引き続き地域発イシューに関わる仕組みである、「地域課題解決コミュニティ」を提供した。

具体的には下記の通りである。

**運営側人員（プロマネ）** オランダ、ポーランド、日本で3回に渡って実施されたサイクルを運営したメンバーの中から、地域側に採用されたアイディアにつ

いては、そのままチームに参加していたメンバーがプロマネとして、地域一参加者間のコミュニケーションを介在する。

**課題チケット** ワークショップにて創出されたアイデアは、運営側人員は、アイデアを具現化するにあたって生じる 이슈を「課題」として切り分ける。例えば、オランダサイクルの De Stockers チームでは、元より製造していたジントニック以外に、Kombucha を原料としたカクテルドリンクを販売することとなったが、その際に、自社 SNS でどのように新たなカクテルを PR するか、ということが課題となった。その課題に対して、運営側人員（プロマネ）は、

- ヴィジュアルを考える（どのような写真を掲載するか、また写真と文字のレイアウトはどうか）
- PR 文を考える
- Facebook 広告の使い方を考える（どのくらいのお金を投下して、どのような層に PR をするのかを考える）

といった形で、タスクへの分解を行う。

その後、プロマネは、切り分けられた課題に対して、Facebook、もしくは Slack に「プロジェクト名、タスク、締め切り」がポストし、参加者を募る。

**課題タスクフォース**参加者は関心のあるポストに対して、コメントの形で参加を表明、集まったメンバーにて「課題タスクフォース」を形成する。希望スキルを持つ参加者が集まらない場合は、運営は別途個別に希望スキルを持つであろう参加者への呼びかけを行い、課題タスクフォースへの加入を呼びかける。金銭を伴う活動ではないので、課題タスクフォースへの参加とコミットは任意である。そのため、参加者への強制力はないものの、プロジェクト実施において何らかの問題点が発生した場合は、別途プロマネが仲裁や解決に向けた方策を打つ。

一連のプロセスは下記の通りである。

1. アイデアごとに、地域側アクティビスト 1 名と運営側人員 1 名 (プロジェクトマネージャー (以下、プロマネ)) を配置

2. プロマネは、地域側アクティビストと検討を行なった上で、オンライン/オフラインでのタスク切り分けを行う。遠隔で対応可能（or 都市圏での商材売り込みなど、遠隔で”しか”できないこと）に対しては「課題チケット(どのアイデアで、具現化に向けてどのような課題が発生していて、いつまでに解決する必要があるのか、が記載された Facebook もしくは slack のポスト)」の発行を行う。
3. 参加者は発行された「課題チケット」をオンライン上で確認、自身が貢献可能な場合には手をあげる（自分がワークショップ中に立案したアイデアでなくても、課題チケットに手をあげることは可能）。
4. 集まった「課題タスクフォース」は、随時ディスカッションを行ない、定義された課題に対して、解決策を講じる。

### 3.1.3 使用ツール等

オンライン環境におけるコミュニケーションでは、プラットフォームメンバーの利便性を考え、新たにシステムの構築を行うことはしていない。既存のオンラインプラットフォームを活用している。

**フェイスブック** オランダと日本のサイクルで使用した (図 3.3)。

**Slack** ポーランドのサイクルで使用した (図 3.4)。

**Whatsapp** オランダ、ポーランドのサイクルで使用した。主な目的は参加者間コミュニケーションである。

**Google Drive** オランダ、ポーランド、日本のサイクルで使用した。主な目的は参加者間の資料共有、編集作業の簡易化である。

オフライン環境では、参加者同士のコミュニティ、同士としての一体感を醸成するツール、またアイデア出しやプロトタイプ作成に必要なツールが提供された。

**ユニフォーム** オランダ (図 3.5)、ポーランド、日本のサイクルで使用した。

**模造紙、付箋紙、筆記用具** オランダ (図 3.6)、ポーランド、日本のサイクルで使用した。アイディエーション時に状況整理を行った。

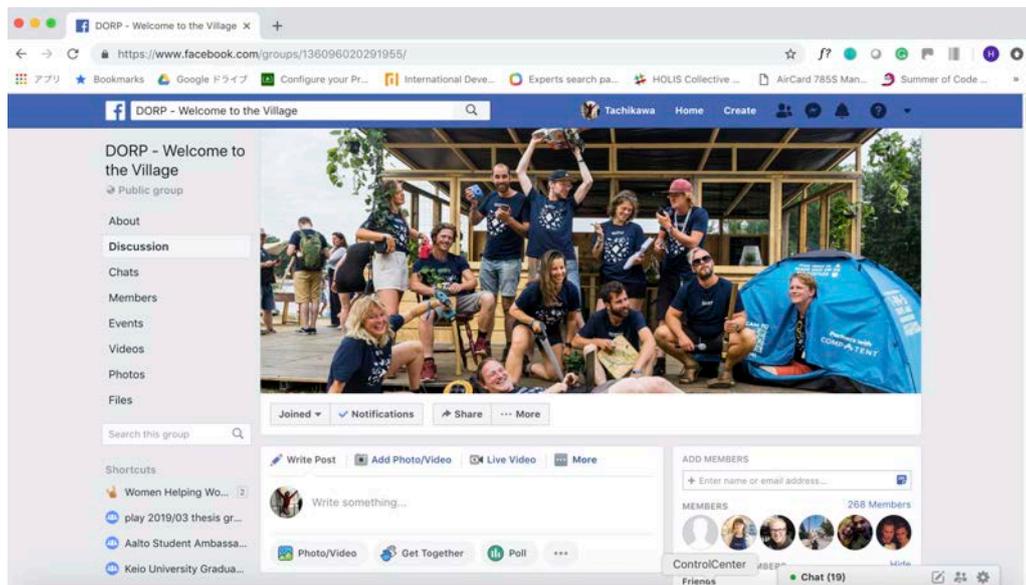


図 3.3 [オランダ] フェイスブックページ (筆者撮影)

プロトタイプ作成環境 オランダ (図 3.7)、ポーランド (図 3.8)、日本のサイクルで使用した。プロトタイプ作成にあたっての試行環境を提供した。

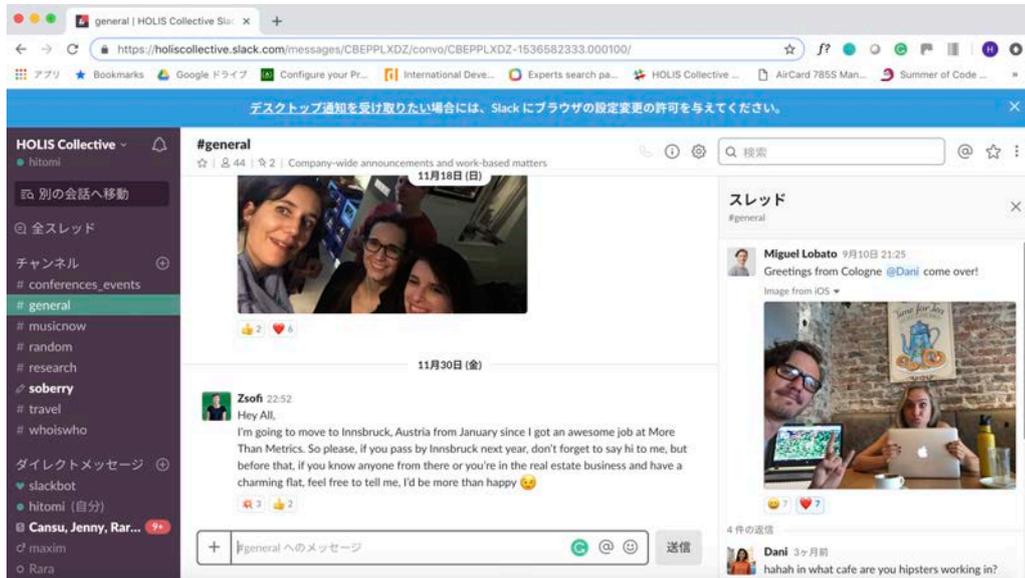


図 3.4 [ポーランド]Slack ページ (筆者撮影)



図 3.5 [オランダ] 参加者全員に配布された DORP ロゴ入り Tシャツ (筆者撮影)

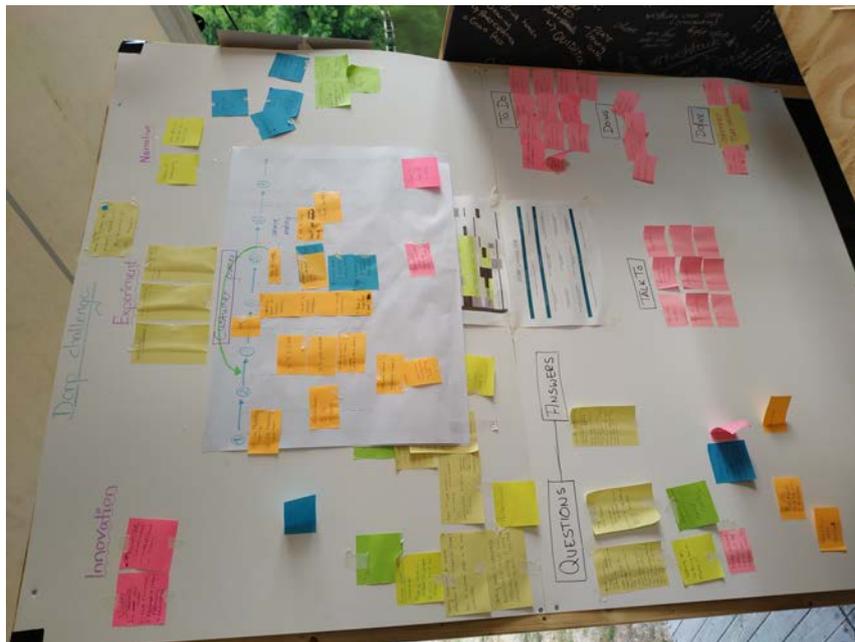


図 3.6 [オランダ] 課題オーナーである地域アクティビストからヒアリングを行った結果を整理したもの (筆者撮影)



図 3.7 [オランダ] レシピ開発という課題に対し、キッチンで作業をする「よそ者」参加者達 (筆者撮影)



図 3.8 [ポーランド]物販スタンドを作成するために作業をする「よそ者」参加者達 (筆者撮影)

### 3.1.4 実施環境

三サイクル内で実施したワークショップのうち、下記七回を除いては、全て対象となる地域にて行われている。下記七回について、現地外でワークショップを行った理由としては、①現地滞在前の顔合わせ、グループ決め（オランダ）、②長期休暇外での活動日程が元々組まれていたため、仕事の合間に居住地域でのオフライン打ち合わせを実施する必要があった（日本）などである。

- オランダ：デンハーグ（2018年6月7日）
- 日本：東京（2018年9月15日、2018年10月8日・20日・29日、2018年11月18日・25日）

また、使用言語であるが、オランダとポーランドでは英語、日本では日本語を共通言語とした。日本は、オランダやポーランドと比較すると国民の英語力が相対的に低い（EF 英語能力指数<sup>6</sup>では、88ヶ国中、オランダが2位、ポーランドが13位となっている一方で、日本は49位である。）。そのため、コミュニケーションに要するコストを懸念した地域アクティビストや地方自治体から、英語での実施に難色を示され、日本語での実施となった。

## 3.2. プログラム評価

本研究のゴールである、「ワークショップで生まれたアイデアの社会実装（アイデアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイデアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能すること、またコミュニティを持続的、自律的に運営するにあたって、参加者の中でも核となる活動を行うメンバーを生み出すことができるかを検証するために、質的、量的評価を行う。

### 3.2.1 評価手法・項目

質的データとしては、

- (特に参加度の高いユーザーに対して) どういう意識で参加しているのか、継続を考えているのか、良いと思ったポイントは何か。
- (特に参加度の低いユーザーに対して) どういう意識で参加しないのか、改善をすべきポイントは何か。
- 個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄は何か。例) 島根サイクルにおいては、プログラム終了後、「課題タスクフォース内」でリーダーが生まれ、自主的な現地渡航や現地ステークホルダーのと課題検討、また任意団体化、が行われた。

量的データとしては、

- ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか? 複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか? もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか?: ユーザーの参加度の高低を確認する。
- オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数: 採用されたプロジェクトを遂行するにあたって、課題が発生した際に、オンラインプラットフォームでのポスト、課題タスクフォースでのアプローチが解決の糸口となることを確認する。

### 3.3. アクションプラン

2018年6月から12月にかけて、表3.1の通り、オランダ・レーワルデン、ポーランド・ソボレ、日本・益田の三ヶ所・計32回にわたるワークショップを実施した。下記は実施ワークショップの概要である。実施内容、評価詳細については、第四章にて述べる。

表 3.1: アクションプラン

実施サイクル	日付	時間	場所
第一回：オランダ	2018年6月7日	16:15～19:00	オランダ・デンハーグ
	2018年6月16日	10:30～18:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月13日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月14日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月15日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月16日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月17日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月18日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月19日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月20日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月21日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
	2018年7月22日	09:00～20:00	オランダ・レーワルデン
第二回：ポーランド	2018年8月10日	17:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月11日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月12日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月13日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月14日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月15日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月16日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月17日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
	2018年8月18日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ
2018年8月19日	09:00～20:00	ポーランド・ソボレ	
第三回：日本	2018年9月15日	14:00～17:00	日本・東京
	2018年9月22日	10:30～18:00	日本・益田
	2018年9月23日	10:30～18:00	日本・益田
	2018年10月8日	14:00～15:30	日本・東京

表は次ページに続く  
第三回：日本

前ページからの続き

実施サイクル	日付	時間	場所
	2018年10月20日	14:00～17:00	日本・東京
	2018年10月29日	14:00～17:00	日本・東京
	2018年11月18日	14:00～17:00	日本・東京
	2018年11月25日	13:00～15:00	日本・東京
	2018年12月8日	10:30～18:00	日本・益田
	2018年12月9日	10:30～18:00	日本・益田

以上

## 注

- 1 Hyysalo(2016) より
- 2 「レゴ」社ウェブサイト, <https://www.lego.com/ja-jp> (2018年12月3日閲覧)
- 3 「日本のレゴ愛好家はどんな人たちで、何人くらいいるのか？」 ニューズウィーク日本版, <https://www.newsweekjapan.jp/nippon/season2/2018/08/219594.php> (2018年12月3日閲覧)
- 4 「LEGO IDEAS」ウェブサイト, <https://ideas.lego.com/all> (2018年12月3日閲覧)
- 5 Hyysalo(2016) より
- 6 『EF EPI 2018』, 「Education First」ウェブサイト, [https://www.efjapan.co.jp/\\_/media/centralefcom/epi/downloads/full](https://www.efjapan.co.jp/_/media/centralefcom/epi/downloads/full)

## 第 4 章

# コンセプトの証明・結果・考察

本章では、「よそ者」参加型ワークショップ後に、本研究でデザインした「オンラインでの地域課題コミュニティ」を導入すると、ワークショップ参加者、地域アクティビストなどの関係するステークホルダー間での活発なやりとりを誘発し、SIにつながるアイデアが生まれることを検証した。そのため、2018年7月にオランダ・レーワルデン、2018年8月にポーランド・ソボレ、2018年9月から12月に日本・益田にて、いずれも現地におけるワークショップを伴う形で三サイクルのワークショップ、ワークショップに付随する形で「地域課題解決コミュニティ」を運用した。各サイクルの気づきは、三章三節にて記載したプログラム評価項目に従って、質的・量的な調査を行い、コンセプトに対する評価を行った。各サイクルは全て同一の内容で実施したのではなく、サイクル間の考察、また地域ごとの事情を配慮した上で、内容の変更を行っている。

### 4.1. サイクル1：オランダ・レーワルデン

#### 4.1.1 ワークショップ

**概要** 第一回は、オランダ・レーワルデンにて、2018年7月19日から21日にて開催された野外型音楽フェスティバル”Welcome to the village(以下、WTTV<sup>1</sup>)”に合わせる形で計10日間にわたり実施した(図4.1)。

10日間のうち、前半7日間においては、集められた「よそ者」メンバーと地域アクティビストが共同で、ワークショップにてメンターの指導を受けながら、アイディエーションからプロトタイプ作成までを行う。後半の3日間は前述のWTTV

The table is a grid representing the DORP TIMETABLE 2018. The columns represent days from Sunday, July 12 to Sunday, July 21. The rows represent hours from 07:00 to 22:00. Key activities include:
 

- Breakfast:** 07:00-09:00, 12:00-13:00
- Workshops:** 'Whole is Greater than Sum of Parts', 'Circular Value Propositions', 'Setting up Experiments', 'Storytelling & Experience', 'The Killer Pitch', 'Funding & Crowdfunding'.
- Expert Sessions:** Multiple sessions throughout the week.
- Checkups:** 'Mentor Checkup' sessions.
- Events:** 'DORP Opening', 'DORP Year', 'DORP Afterturner', 'DORP Festival open air concert', 'Karaoke Party'.
- Meals:** 'Dinner' and 'DORP Dinner'.
- Other:** 'Arrival & Registration', 'DORP Workshop close', 'Camping Chair', 'Future Food', 'Concert', 'Festival open air concert'.

図 4.1 [オランダ] プログラムスケジュール

の一角を借りる形で、ブースを出展し、前半7日間で生まれたアイデアを来場者に向けてテストを行う。

**Welcome to the village(WTTV)** 例年7月の三日間に開催される野外音楽フェスティバルである。日本の類似イベントに例えるとすれば、フジロックフェスティバル<sup>2</sup>に近い。WTTV 実施期間中の三日間は、図 4.8 のように、来訪者は De Groene Star(The Green star) と呼ばれるキャンプ施設にテントを設営し、寝泊まりする。午前10時から午前3時まで開催されるアーティストのライブをコアイベントとしつつも、DORP だけではなく、エシカルファッションブランドを集めたブースの設置や、”festival driven innovation(フェスティバルが創出するイノベーション)”を標榜する inno fest<sup>3</sup>がイノベーターを集めたトークイベントを開催するなど、サステナビリティやソーシャルグッドを意識したプログラム設計となっていることが特徴である。

**DORP WTTV** に合わせて実施されるワークショップは DORP<sup>4</sup>と呼ばれている。2018年で三年目となっている。オランダ国内のライデン、デルフト、エラスムスの三大学にて構成されているコンソーシアム内のサステナビリティ研究センター



図 4.2 [オランダ] テント設置場所の様子 (筆者撮影)

(Center for Sustainability<sup>5</sup>) が中心となって運営が行われている。サーキュラーエコノミー（循環型経済）への転換を促すことを目的とし、WTTV 内インフラと来訪者を活用する形で、地域アクティビストが持つ課題に対して、アイディエーションからプロトタイプ作成、テストまでを行う。課題別にチームを編成し、各チームは 500 ユーロまでの活動資金が与えられる。DORP メンバーを”DORP-elingen”、活動することを”DORP-eling”と呼び、フェスティバル期間中に擬似的に生成された DORP-村において、社会実装に向けたアイディアの精緻化を行う。

プログラムは EU(ヨーロッパ連合) のプログラムの一つである Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling(European fund for regional development:地域活性化のためのヨーロッパ助成金) より資金的な援助を受けており、DORP-elingen からは参加費用を徴収せず、De Groene Star 内で食事、簡易シャワー、キャンプ設置場所は無償で提供され、WTTV への入場料も合わせて無料となる。

**参加者とプロジェクト** 今回、DORP には、総計 46 名の「よそ者」が参加しており、社会人・学生の割合はそれぞれ 37%、63%となっている。また参加者の国籍については、オランダが 53% (24 名) で最も多く、以下ドイツ、フランス、スペイン、ベルギー、イギリス、オーストラリア、インド、インドネシア、アメリカ、中国、日本の順で計 12ヶ国からの参加者を得ている。今回の開催地レーワルデン出身者はこのうち、7%ほど (3 名) である。

地域アクティビストが提示したテーマに対して、一つのテーマあたり 3 名から 5 名で構成されるグループを 10 組編成した。具体的なプロジェクトと概要は下記の通りである。

- ZZinga：ヨーロッパにて古来より親しまれているミード（はちみつ酒）の若年層への認知度を高めるためのリブランディングを行う。
- SARU SODA：2017年のDORPでも行われたプロジェクトであり、1960年代風ソーダ・ファウンテンを改造し、WTTV期間中に提供されるプロジェクト関連の飲料を提供する機械を制作する。
- Peulenschil：Vegandel(VeganとFrikandelを合わせた造語で、オランダで広く親しまれているFrikandelというスナックをヴィーガン用に肉を使わないで製造した商品)を製造・販売する。Vegandelの材料を用いた新たな商品開発を行う。
- Studio Marc：植物から蒸発する水分を濾過して、飲用可能な水を生成する。将来的に劣悪な環境下での安全な水確保に貢献する。
- Studio Davero：SARU SODAと同じく2017年よりDORPに参加。住環境の変化による家具処分を減らすことを目的とした、Puzzle-Peaceという可動式家具の製造と販売を行っている。2018年度は、より具体的な販売計画に資するためのデータ収集を行いたいと考えている。
- Biopack Packaging sustainable disposables：分解可能、かつ撥水性のある植物繊維から作られたパッケージ。
- & Cricket：食糧危機や環境問題を解決するために、昆虫食に着目する。すでに一部製品化を行なっている「昆虫ペースト」を元に、食べやすく、受け入れやすい調理法を探求し、新たなレシピを開発する。
- De Stockers：オランダ発祥のアルコールJenever(ジン)を、Backers Bestというブランド名で販売する。ホテルやレストランで廃棄されたパンを元に製造する。若年層に受け入れられるためのマーケティング戦略を立案したい。
- Comp-A-Tent：2017年より参加。ダンボールに撥水加工を行い、機材を用意せずに組み立て可能なテントを製造する(図4.8に写るダンボール製テントはComp-A-Tentプロジェクトの製品である。)。いずれ土に還るよう、環

境に配慮した素材で必要部品を構成していることが特徴である。2018年は改良版テントのユーザビリティテストと次回の改良プロセスの設計を行いたい

- InCrowdz：WTTVに参加するアーティストやDORPにてテストを実施する地域アクティビストに対して、リアルタイムでのクラウドファンディングを行うツールを提供する。

**役割と立ち位置** 2018年1月からのCEMSプログラムによるRotterdam School of Managementへの留学をきっかけに運営に参加した。ワークショップでは”De stockers”チームに加わり、Hyysaloの定義3.2のうち、Developer Immersion in Useの立ち位置で自身も参加者と同様にアクティビティを行なった。理由としては、3章3節のプログラム評価に記載した通り、「よそ者」に近い立ち位置で、参加者個人のふるまいや、参加者間のコミュニケーション、またオンラインでの地域課題解決型コミュニティに必要な要件を把握するためである。

### 現地ワークショップ中

ワークショップ期間中は、下記のコンテンツから構成される。

1. **DORP Booster** 朝一番に実施されるプログラム。湖畔でアイスブレイキングも含めた体操、各グループからの共有が行われる(図4.4)。



図 4.3 [オランダ]DORP Boosterにてヨガを行なっている様子(筆者撮影)

2. **DORP Masterclasses** アイディエーションからテスト実施まで、それぞれのプロジェクトテーマに沿った内容を1時間程度で、座学形式にて講義を行う。一例として、”What is circular economy(循環型経済とは何か)?”。主に Center for Sustainability を構成する大学における研究者が講義を行う。
3. **DORPsLabs** デルフト大学の研究チームが作成した、デザイン思考をベースとしたビジネスモデルキャンパスの改良版(Circular Business Model Canvas)をベースに、期間中に検証する仮説の設定を行う。
4. **Expert Sessions** 期間中に取り組む課題に関連する先駆者に質問するセッション。例えば、地元レーワルデンにて展開するオーガニックスーパーのマネージャーを招き、食品に関連したプロジェクトのメンバーは、販路開拓にあたっての疑問点などを質問する。
5. **DORP Carousels** ピア・レビューのためのセッション。チーム外のメンバーに対して、検証する仮説とそれに対するアプローチ（可能であればプロトタイプも）をプレゼンして、フィードバックを受領する(図4.4)。



図 4.4 [オランダ]DORP Carousels にてアイディアをプレゼンしている様子(筆者撮影)

### 4.1.2 ワークショップの様子

編成された10チームのうち、8チームが創出したアイデアが地域側に評価され、生まれたアイデアが引き続き継続して行われることとなった。評価されなかった2件のうち、1件はワークショップ中に「仲違い」が起きて解散してしまったチーム、1件はワークショップそのものに価値を感じない、と地域アクティビストが回答した。

詳細は下記の通りである。

- ZZinga チームの解散：10日間の長丁場、また記録的な猛暑の中のテント生活ということもあり、参加者にかなりの疲れが見られた。そのためか、後半は一部のチームにおいて感情的なコンフリクトが起こり、期間中にあるチームが解散した。解散したチームはよそ者4名、地域アクティビスト1名から構成され、対立による作業遅延から WTTV までにプロトタイプ作成は難しいと判断、解散に至った。下記、解散したチームに属していたメンバーへのヒアリング結果である。
  - － よそ者：年長者の「よそ者」A氏が上から目線で嫌だ。自分だってアイデアがあるのに、なぜ従わないといけないのか？
  - － よそ者A氏：自分はチームへの貢献を第一に考えてきた。手を動かさないと始まらないのに、いつまでもアイデアで議論しているのは無駄だ。
  - － 地域アクティビスト：自分は基本的に中立の立場。今回のDORPが自身のプロジェクトに影響することはほとんどないので、無理にWTTVでの展示を行わなくてもいいと思っている。
  - － 当該チームに属していた運営メンバー：解散になってしまったのは残念だった。意見の対立は、人としての対立ではないと考えている。限られた時間のなかで、地域側、参加者ともにコミュニティを好きになってもらうべく、別チームへの参加などを積極的に提案したい。
- InCrowdзの「評価しない」というフィードバック：InCrowdзはリアルタイムでのクラウドファンディングツールであり、すでにプロダクトとしては形

になっている。DORPはプロダクトのテストの場としては多くの将来的なクライアントとなりうる団体が参加しているので魅力を感じるが、「アイデアをブラッシュアップする」「参加者をつながる」という点ではあまり魅力に感じなかった。

上記2点のうち、ZZingaで起こった事柄については、「地域課題解決コミュニティ」の運営においても十分に起こりうることである。特に独立したグループ単位、また毎日顔を合わせて行なっていたワークショップと比較すると、オンラインでのミスコミュニケーションは、負の感情が他へ伝播しやすく、炎上といった形でコミュニティ全体の危機となることもありうる。後続の「地域課題解決コミュニティ」の運営では、危険な芽はなるべく早く積むべく、小さな事柄でも積極的に週次の運営ミーティングにて共有した。

また、InCrowdzからのフィードバックについては、地域アクティビストととの課題定義、運営と地域アクティビストのビジョンのすり合わせが未熟であったということである。先に述べた通り、地域アクティビストとよそ者のワークショップでの共同作業は、単に同じ時間を過ごし、与えられた課題をこなすだけではなく、いわば地域について共に考え、ともに取り組む将来的なパートナー探し、にも当てはまる。テストフィールドを探すのみでよい（参加者とのアイディエーションには関心がない）、というInCrowdz側の希望があったのであれば、お互いの時間を無駄にしないためにも事前にすり合わせることが必要であった。このような事態を改善するために、「地域課題解決コミュニティ」上では、アイデア実現化にむけて、運営（プロマネ）と地域アクティビストの二者一組で課題に取り組む体制を構築していった。

### 4.1.3 地域課題解決コミュニティ

#### ワークショップ終了までのコンテンツ

参加者が決定した段階で、地域側、よそ者 Facebook グループへの参加も促し、2018年度のDORPに参加する「よそ者」メンバー全員が加入した。DORP Facebook グループ<sup>6)</sup> プログラム前は、サステナビリティや循環型経済に関するトピック、

また過去の DORP 参加者や今後のイベントへの興味に興味を持つ人向けの情報を発信した。

#### 運営形態とスケジュール

採用されたアイデアをもつ地域アクティビスト 10 名、運営側人員（プロマネ）8 名を「コミッティー」として、隔週で skype にて打ち合わせを持ち、課題検討、また進捗確認などを行ない、またコミュニティ運営にあたっての懸念事項検討などを行なった。

#### プログラムが終了して 2 週間

wrapup として、採用されたアイデアをもつ地域アクティビスト、運営側人員（プロマネ）の打ち合わせを実施した。この時点でリストアップされた「課題チケット」としてあげるべきトピックは、24 件である。24 件の内訳は、下記の通りである。

課題トピック	件数
マーケティング	8 件
会計	4 件
ウェブ	6 件
デザイン	5 件

表 4.1 [オランダ] 課題チケット (2018 年 8 月 5 日)

#### プログラムが終了して 3 週間

24 件の内容を精査し、21 件を正式に「課題チケット」として Facebook にあげることとなった。

課題トピック	件数
マーケティング	6 件
会計	5 件
ウェブ	6 件
デザイン	4 件

表 4.2 [オランダ] 課題チケット (2018 年 8 月 10 日)

課題チケットは「いつ(までに)、誰が、何をするのか」で構成される。の一例としては、下記の通りである。

[Volunteers needed!(Due: August 3rd)]

New healthy cocktail promotion

When : from 9pm to 12am, 25 On 5th of August, 2018

Who : Anyone welcome to join!

Where : Vesperbar, Amsterdam

Description:De stockers is still improving its taste of "Jinja-Ninja(Gingaale based kombucha drink)" and "American Pie (apple juice based kombucha cocktail) after DORP. On August 5th, we're going to sell the "Jinja-Ninja" and "American Pie" at Vesperbar and need volunteers to sell the cocktail!

プロマネは上記のフォーマットに従って、担当するチームに関連する「課題チケット」Facebookに掲載する。参加者は関心がある場合はコメント欄に記入し、ある程度の人数が集まったら、プロマネは関係者のスケジュールを調整し、初回の顔合わせを実施する。

プログラムが終了して4週間以降

以降は、隔週で地域アクティビストと運営側人員で打ち合わせを行い、組成された「課題タスクフォース」の様子を共有、新規のタスク切り分けなどを行なった。

#### 4.1.4 考察・サイクル2に向けた改善点

三章三節に記載した、「ワークショップで生まれたアイディアの社会実装（アイディアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイディアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」という研究のゴールに対して、①オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数、②ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？③「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者

へのインタビュー、④個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄、の4つの視点から評価を行なった。それぞれの視点に対する考察は下記の通りである。

オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
課題チケット数	21	5	3	7	7	6	6
解決数	5	10	8	6	7	0	4
残り	16	11	6	7	7	13	15
(解決/全チケット)	24%	48%	57%	48%	50%	0%	21%
(滞留課題)			11	1	4	13	15

図 4.5 [オランダ] 課題チケット発行の推移

課題チケット発行の推移としては、図4.5の通りである。11月までは解決率(課題チケットのステータスがクローズになった数/全累計課題チケット数)は30 50パーセントを行き来していたが、特に年末年始の繁忙期、またクリスマス休暇にて12月はコミッティー活動も休みとなったため0パーセント、21パーセントと解決率は落ちた。滞留課題(二ヶ月以上「終了」ステータスになっていない課題)も、年末になるに従って増えている。解決率向上のためには、コミッティーの人的制約も考慮すると、コミッティーから参加者へ徐々に課題チケット発行や課題TF内でのファシリテーションを移譲することが一つの方策として考えられる。実際に、「ワークショップチームメンバー」かつ「課題参加者」であったStudio Marc(植物から蒸発する水分を濾過して、飲用可能な水を生成するプロジェクト)メンバーであったAさんは、積極的に課題TFの議論をリードし、また自身が学生、かつデルフト大学に水を専門とする教授がいたことから、オンラインだけではなく、オフラインでの機会も積極的に使い、水濾過システムの改良に取り組んだ。

ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
課題チケット数	21	5	3	7	7	6	6
解決数	5	10	8	6	7	0	4
残り	16	11	6	7	7	13	15
(解決/全チケット)	24%	48%	57%	48%	50%	0%	21%
(消滅課題)			11	1	4	13	15
課題TFメンバー	18	15	16	15	15	0	7
TFメンバー/総WS参加者数	39%	33%	35%	33%	33%	0%	15%
他チーム関連課題へ参加している	0	0	15	10	6	6	7
複数課題参加者			2	2	1		3

図 4.6 [オランダ] 月別参加者数推移

46名の全「よそ者」参加者のうち、30パーセント前後の人が何かしらの課題に参加することとなった。アクティブとなっている課題TFにおいても、半数近くがワークショップ時のチームメンバーでない人もふくまれており、「社会実装に向けて、アイデア出しを行なったチームメンバー以外も積極的に巻き込んでいく」という当初の狙いはある程度は達成したと言えよう。しかしながら、70パーセント前後の人たちは、この事後コミュニティにはほとんど参加していない状態であり、この人たちの関与度を上げていくのはどうするのか、は次サイクルの課題である。

「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者へのインタビュー  
 貢献度の高い参加者として、先に挙げた Studio Marc プロジェクトの A さん、  
 貢献度の低い参加者として、De Stockers の B さんにそれぞれインタビューを行なった。

[A さん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加しているのですか？ もともと自身の研究が環境工学であり、Studio Marc プロジェクトに参加した。ワークショップで一週間近く喧々諤々の議論をし、今後どうなるかをできる限り見届けたいという気持ちが強い。
- 課題解決コミッティに対する要望は？ 課題解決は別にプログラム参加者に限る必要はないのでは？自分の研究室にも興味を持ってきているひとがいるので、そういう人たちにも積極的に声がけをしたい。

[B さん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加していないのですか？ 自分はイギリスに

住んでいるので、やはりオランダに住んでいないと色々コミュニケーションが取りづらいと思っている。あとは仕事が忙しいのでなかなか暇がない。

- 課題解決コミッティに対する要望は？ うーん、特にないかな。ただ本当にこの夏はクールな経験をしたと思っているので、また来年の夏には DORP に参加したいと思ってるよ！

Bさんの意見を受けて、あくまでも「課題TF」は任意での動きであり、ここでBさんに参加を強く求めることは活動の趣旨からは逸脱することであると考え。そのため、様々な関与形態を用意しつつも、「全員参加型」というよりも、「少数精鋭型」でコアとなる参加者を育て、ゆくゆくはAさんのように自らがリーダーシップをとってプロジェクトを動かしてゆけるような形態が望ましいと考えている。

個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄

Aさんの「ワークショップ既参加者以外にも広げてみては？」という提案はその後実際に取り入れられ、「既参加者の紹介に限り」Facebookグループへの参加、課題TFへの参加が可能となった。これにより、各課題チケットに取り組む際に、より課題に対する専門性を持つ人を集めることが可能になった。

上記結果より、後続サイクルを実施するにあたり、下記の変更・改善を行う。

- 取り組み内容の明確化：ワークショップ時の質的・量的アンケートにおいて、「プログラムは楽しかったけれども、テーマが漠然としている」という意見が多くあった。理由の一つとして、2018年6月の顔合わせ時には、地域アクティビストの人柄やパッションを見て、「よそ者」とプロジェクトのマッチングを行うよう設計したということが挙げられる。そのため、なんとなく雰囲気を選んでしまった「よそ者」参加者もあり、経験への評価が低かったのではないだろうか？課題解決プラットフォームの参加も30パーセントほどということもあり、取り組みが明確化することによって、プラットフォームへの参加もより促すことができると考える。
- 地域理解の促進：プログラムでは、在レーワルデンの地域アクティビストとの協働を行なったが、レーワルデンに関する知識はあくまでも断片的であ

り、地域の成り立ちや現在の状況を学ぶ場はほとんどなかった。そのため、地域理解を深化する場や機会を設けることとする。

- アイディア導入に向けた巻き込み：地域にはアクティビストのみならず、様々なステークホルダーが存在する。今回テストを行なった WTTV のフェス参加者は一時的な来訪者である。アイディア導入、またその後の社会実装に向けて、地域ステークホルダーへのテストやオンラインでの課題解決プラットフォームへの参加促進も行う。

## 4.2. サイクル2：ポーランド・ソボレ

### 4.2.1 ワークショップ

概要第二回は、ポーランド・ソボレにて、2018年8月11日から19日までの計9日間にわたり実施した(図4.7)。

time/day	DAY0 10/08 Friday	DAY1 11/08 Saturday	DAY2 12/08 Sunday	DAY3 13/08 Monday	DAY4 14/08 Tuesday	DAY5 15/08 Wednesday	DAY6 16/08 Thursday	DAY7 17/08 Friday	DAY8 18/08 Saturday	DAY9 19/08 Sunday
7:30 - 8:30		wake up	wake up / run?	wake up / run	wake up / run	wake up / run	wake up / run	wake up / run	wake up / run	wake up / run
09:00 - 9:30		breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update	breakfast / short team update
10:00 - 11:00		why are we here? + BRIEF team leaders presentations	work	meeting the local partners	John Thackara online presentation	work	work	work / exhibition	work / exhibition	brunch
11:00 - 12:00		participants introduction / expectations								
12:00 - 13:00										
13:00 - 14:00		lunch	lunch	lunch	lunch	lunch	lunch	lunch	lunch / wrap up / certificates	good bye
14:00 - 15:00		personality games								
15:00 - 16:00	arriving, registration, check-in	team set up	work	meeting the local partners	work	work	work	work / exhibition	work / exhibition	
16:00 - 17:00		team set up								
17:00 - 17:30		coffee break	coffee break	coffee break	coffee break	coffee break	coffee break	coffee break	coffee break	coffee break
17:30 - 18:00		workspaces / team brand	work	meeting the local partners	work	work	work	work / exhibition	presentations / exhibition	
18:30 - 19:30	welcome speech	team brand presentations								
19:30 - 21:00	welcome drinks	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner / what's next	dinner
21:00	games / party	games / party	social activity	social activity	social activity	social activity	social activity / work if needed	social activity / work if needed	party	party
22:00										

図 4.7 [ポーランド] プログラムスケジュール

初日にチームビルディング、2日目から7日目までを途中に丸1日のフィールドワークを挟みつつの作業、8日目には地域住民を招いたアイディア発表とパー



図 4.8 [ポーランド] 夕食の様子 (筆者撮影)

ティーが行われた。

**Holis** 9日間のワークショップは **Holis**<sup>7</sup> と呼ばれており、2018年で五年目となっている。ハンガリー出身でヨーロッパの複数地域で活動する Maxim DEDUSHKOV 氏が創設した、東欧の地方都市が持つ地域課題をデザインの力で解決しようとするプログラムである。ポーランドの首都ワルシャワでデザイナーとして活躍していた Tomek RYGALIK 氏が、ソボレ村の宿泊施設がある広大な土地を購入し、Sobole Foundation を立ち上げた縁から、近年は毎年ソボレ村の Tomek 氏が所有する施設で夏のワークショップを行なっている。

プログラムは中歐地域における持続可能性のある地域活動を支援するプログラム visegradfund より助成を受けている。参加者は経済状況に応じて、200 から 400 ユーロの参加費を支払い、コテージ内に宿泊し、ソボレ近郊から参加したボランティアが食事などの世話をする。

**参加者とプロジェクト** 今回、**Holis** には、総計 30 名の「よそ者」が参加しており、図 4.2.1 の通り、このうち 5 人がチームリーダー、25 人が参加者となっている。

30 名の「よそ者」も多様な構成となっており、出身国は 19ヶ国に及ぶ(図 4.2.1)。

ワークショップの参加者には、ポーランド出身者は 4 名いるものの、ソボレ出身者は全くいない。

役割	人数
参加者	25人
チームリーダー	5人
主催者	3人
調理ボランティア	3人
ジャーナリスト	2人
共催者	2人
ボランティア	1人
記録	1人

表 4.3 [ポーランド]Holis 参加者の役割別内訳

### 現地ワークショップ中

5人のチームリーダーを筆頭に、6人のグループを5組編成した。Holisでは、1日目にまず一通りの自己紹介を行なった後、チームリーダーより自身のバックグラウンドとHolis期間中に取り組むプロジェクトについて下記4つの問いをベースに説明を行なった。

- How might we tell the story of Radzyn county so that it becomes attractive to visitors and young entrepreneurs (どのように外部や訪問者へラジン(ソボレが属する地域)の魅力的なストーリーを語れば良いのだろうか)?
- How might we keep the food tradition of Radzyn alive(ラジンの食の伝統をどう守りつつけるか)?
- How might we design from scratch, or hack existing, public spaces to bring people together(ラジンの公共空間をゼロからどのように作り上げる)?
- How might we introduce behavioural change to the people in the countryside that supports wellbeing and that sticks long-term(ウェルビーイングの実現のために、地方都市に住む人の意識・行動改革をどのように行えば良いのか)?

出身国	人数	出身国	人数
ハンガリー	4人	メキシコ	1人
ポーランド	4人	フィリピン	1人
スロベニア	3人	ポルトガル	1人
中国	2人	ルーマニア	1人
ドイツ	2人	ロシア	1人
エクアドル	1人	スロバキア	1人
ギリシャ	1人	スペイン	1人
インド	1人	トルコ	1人
インドネシア	1人	アメリカ	1人
日本	1人		

表 4.4 [ポーランド]Holis 参加者の出身国別内訳

参加者は自身を cultivator(耕す人)、activator(行動する人)、explorer(探求する人)、influencer(影響力のある人)のいずれかに分類し、チームリーダーは一旦外れる形で、自身のバックグラウンドと関心に従って必ず1名のポーランド語話者が加わる形で、5人のグループを組成した。組成されたチームごとに、希望のチームリーダーを選択し、マッチングが行われた。

**役割と立ち位置** 2017年11月のスペイン・マドリッドでの Maxim 氏との出会いをきっかけに運営ボランティアに参加し、プログラムは参加者としてプロジェクトに加わった。”Soberry”チームに加わり、Hyysalo の定義 3.2 のうち、Developer Immersion in Use の立ち位置で自身もアクティビティを行なった。理由としては、3章3節のプログラム評価に記載した通り、「よそ者」に近い立ち位置で、参加者個人のふるまいや、参加者間のコミュニケーション、またオンラインでの地域課題解決型コミュニティに必要な要件を把握するためである。

運営がアレンジするイベントは下記4つのみであり、あとは全て参加者の自主性に任せて日時 of 行動スケジュールを決めていた。

#### 1. meeting the local partners ソボレ村に関するステークホルダーからの

## ヒアリング

2. **John Thackara online presentation** プレゼンのノウハウ
3. **T-shirt, bag, silkscreening** チームで共通のアイテムとしてのTシャツ、布バックのデザインとプリント
4. **local gathering** ソボレ青年団との交流会 (図 4.9)



図 4.9 [ポーランド] ソボレ青年団との交流会 (筆者撮影)

上記6名のメンバーは、”How might we tell the story of Radzyn country so that it becomes attractive to visitors and young entrepreneurs”という問いに取り組むことに決め、その方針を基に計13名の地域アクティビストに、付録Bのヒアリングを行なった。

ヒアリングにて、ある地域アクティビストより、近年ソボレを含む Radzyn エリアでは、自転車ツーリズムを一つの観光の目玉として打ち出そうとしており、8月18日の午前中に新しくできた幹線道路にイベントにて、多くのサイクリストがやってくるという情報を得た。アイディエーションプロセスをへて、”Smaki Powiatu(地元の味)”というコンセプトを立ち上げ、8月18日のイベントに合わせてプロトタイプをテストすることが決めた。

Smaki Powiatu(地元の味)は、図4.12の通り、ソボレを含む Radzyn 地域で採れた農作物や加工品を売店で販売する、移動式の農作物直売所となった。



プロトタイプは実際に簡易的なスタンドを制作、また地元産品を使ったレモネードやセンカチュ（ポーランド式バームクーヘン）を用意する。8月18日のイベントで来訪する（であろう）サイクリストたちに販売をし、そのフィードバックを得ることでテストを行い、コンセプトの確からしさを確認することとなった。

8月18日は晴天、1時間半の予定時刻のうち、前半30分は訪問者が全く現れなかったが、一面を見渡すことができる展望台前というロケーションを確保したこともあって、次第に盛況(図4.13)となり、一時は列を織りなすほどであった。



図 4.13 [ポーランド]Smaki Powiatu プロトタイプにやってきたサイクリスト達 (筆者撮影)

レモネードとセンカチュ以外には、前日に市場で購入した有機農法で育てた果物を使用したジャムなどを販売したが、そちらも瞬く間に売れた。1時間半での来訪者は43人、全員がポーランド出身者、うち67%はRadzynエリア在住者であった。サイクリストの約60%がsmaki Powiatuに好意的な意見、約40%は否定的な意見を示した。好意的な意見としては、実施日のような好天に、冷たいレモネードとセンカチュは体力回復に最適である。否定的意見の代表としては、Radzynエリアは農村部であるため、公共交通機関が発達していない。よって、基本は車移動である。そのため購入者が店舗を見落としてしまうのでは、という意見であった。

テスト後はソボレの拠点に戻り、地域ステークホルダーを招いて最終プレゼンテーションを行い、野外ではデモンストレーションも行なった。



図 4.14 [ポーランド] 屋外でのデモンストラーション (筆者撮影)



図 4.15 [ポーランド] 地域ステークホルダーを招いたプレゼンテーション (筆者撮影)

#### 4.2.2 ワークショップの様子

ワークショップにおいては、参加者の自主性が尊重され、自由な雰囲気から積極的な交流が生まれた。

- 個の空間を尊重する：DORPと同様、10日間の長丁場ではあったものの、コースワークとして必ず参加しなければならないプログラムは少なかった。そのため、チーム、また個人それぞれが自身のペースで作業を行っていた。時には木陰で昼寝をしていたメンバーがいたのも印象的であった。
- 食から生まれるコミュニケーション：自然発生的に生まれたピエロギ教室や、屋外での集団での食事など、「食」を介在して生まれるコミュニケーションやアイデアが非常に多かった。ピエロギはポーランドの伝統的な餃子であるが、そこからポーランドの食文化、またポーランドという国そのものに話題が及ぶことも多かった。



図 4.16 [ポーランド] ピエロギ教室 (筆者撮影)



図 4.17 [ポーランド] 屋外での夕食 (筆者撮影)

Holisで行われたプロジェクトは地元からも高い評価を得て、Radzyn 地域のウェブメディア「RadzynINFO.pl」はプレゼン動画とともに、smaki Powiatu プロジェクトの紹介を行なった。また、Radzyn 地域活性化に関する活動を行なっている Zapiecek をカウンターパートとして、テストプロジェクトの拡大を検討することとなった。



図 4.18 [ポーランド] 現地メディア、RadzynINFO.pl の取材記事

ワークショップに参加した「よそ者」30人は地域、そしてポーランドに高い関心を示した人も多く、Holis終了後にもポーランドを旅するメンバーが数多くあったことも挙げられよう。Holisメンバーが各国を行き来する際にはリユニオンと称し、集まることを常としている。また、毎春にHOLIS Retreatを開催しており、過去5年間の参加者が集い、ハイキング、ダンス、料理、飲食をしながら人生について語らうのを定番としている。



図 4.19 [ポーランド] アイルランドでのリユニオン (Slack ページより撮影者の許諾を得て掲載)

図 4.20 [ポーランド] スロバキアでのリユニオン (Slack ページより撮影者の許諾を得て掲載)

### 4.2.3 地域課題解決コミュニティ

#### ワークショップ終了までのコンテンツ

参加者決定以降は対面でのコミュニケーションは行わなかった。理由として、居住地がヨーロッパ域内とはいえ、13ヶ国にまたがり、物理的・経済的側面から実現が難しかったからである。

そのため、「HOLIS'18 research」と題して、google drive 上で地域に関する調査結果の共有、またコミュニティデザインに関する各自が勧める書籍などを共有した。

また、当時はイギリスにて政治コンサルティング会社のケンブリッジ・アナリティカの scandal 4 覆面調査をきっかけとした、Facebook の個人情報流出スキャンダルが様々な議論を巻き起こしていた<sup>8</sup>。Holis 運営チームは、元々 Facebook にて情報発信や既参加者の組織化を行っていたが、こちらに抗議の意を示すこともあり、Facebook 上の各種チャネルは全て閉鎖し、Slack をコミュニケーションツールとして使用することとなった。Slack の投稿件数は下記の通りである (図??)。Slack は DORP にて使用していた Facebook グループとは異なり、チャットツールに近い性質を持つ。より気軽に投稿できるからか、Facebook と比較していわゆる挨拶や雑談などのライトなコミュニケーションが多かった。

### 運営形態とスケジュール

採用されたアイデアをもつ地域アクティビスト4名、運営側人員（プロマネ）7名を「コミッティー」として、隔週でskypeにて打ち合わせを持ち、課題検討、また進捗確認などを行ない、またコミュニティ運営にあたっての懸念事項検討などを行なった。

#### プログラムが終了して1週間

wrapupとして、採用されたアイデアをもつ地域アクティビスト、運営側人員（プロマネ）の打ち合わせを実施した。この時点でリストアップされた「課題チケット」としてあげるべきトピックは、48件である。前回のオランダサイクルの反省から、「双方の熱量、記憶が薄れないうちに早めに打ち合わせる」「課題はとにかくタスクレベルまで分解し、具体的に記述する（前回は漠然とした課題記述が多々あり、参加者が趣旨を記載事項からさらに読み取る必要があった。中身をすぐに判別して、参加者がさっと手を挙げやすくすることを目的としている。）」を48件の内訳は、下記の通りである。

課題トピック	件数
マーケティング	18件
会計	7件
ウェブ	13件
デザイン	10件

表 4.5 [ポーランド] 課題チケット (2018年8月26日)

#### プログラムが終了して1.5週間

可能な限り参加者の熱があるうちにアプローチをすべく、特にオランダサイクルのような課題精査は行わず、コミッティーミーティングで上がった48件の課題をそのままアップロードした。

課題チケットは「いつ(までに)、誰が、何をするのか」で構成される。記載事項はオランダサイクルと同様の内容に加え、「どのようなスキルを必要としているか」「どのくらいの作業負荷か」を新たに下記の通り明記することとした。

[Volunteers needed!(Due: August 3rd)]

New healthy cocktail promotion

When : from 9pm to 12am, 25 On 5th of August, 2018

who : Anyone welcome to join!

where : Vesperbar, Amsterdam

description:De stockers is still improving its taste of "Jinja-Ninja(Gingaale based kombucha drink)" and "American Pie (apple juice based kombucha cocktail) after DORP. On August 5th, we're going to sell the "Jinja-Ninja" and "American Pie" at Vesperbar and need volunteers to sell the cocktail!

required skills : smile :-)

required workloads : 3 hours on the event day

プロマネは上記のフォーマットに従って、担当するチームに関連する「課題チケット」Facebookに掲載する。参加者は関心がある場合はコメント欄に記入し、ある程度の人数が集まったら、プロマネは関係者のスケジュールを調整し、初回の顔合わせを実施する。

プログラムが終了して2週間以降

以降は、隔週で地域アクティビストと運営側人員で打ち合わせを行い、組成された「課題タスクフォース」の様子を共有、新規のタスク切り分けなどを行なった。

#### 4.2.4 考察・サイクル3に向けた改善点

三章三節に記載した、「ワークショップで生まれたアイディアの社会実装（アイディアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイディアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」という研究のゴールに対して、①オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数、②ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？③「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者

へのインタビュー、④個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄、の4つの視点から評価を行なった。それぞれの視点に対する考察は下記の通りである。

オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数

	8月	9月	10月	11月	12月	1月
課題チケット数	15	9	11	7	3	3
解決数	5	10	8	6	5	2
残り	10	9	12	13	11	12
(解決/全チケット)	33%	53%	40%	32%	31%	14%
(滞留課題)			17	13	10	6

図 4.21 [ポーランド] 課題チケット発行の推移

課題チケット発行の推移としては、図 4.21 の通りである。11月までは解決率(課題チケットのステータスがクローズになった数/全累計課題チケット数)はクリスマスシーズンの12月にも落ち込むことはなく、安定した推移を見せた。これは前サイクルでの反省点、「参加者のワークショップでの熱量が冷めないうちに課題チケットを早めにリリースする」「(参加者が)立候補有無を判断しやすいように、極力タスクを細切れにし、課題チケットとして公開する」といった施策がうまくいったといえよう。

ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？

	8月	9月	10月	11月	12月	1月
課題チケット数	15	9	11	7	3	3
解決数	5	10	8	6	5	2
残り	10	9	12	13	11	12
(解決/全チケット)	33%	53%	40%	32%	31%	14%
(滞留課題)			17	13	10	6
課題TFメンバー	20	16	20	10	9	7
TFメンバー/総WS参加者数	67%	53%	67%	33%	30%	23%
他チーム関連課題へ参加している	0	15	10	6	6	7
複数課題参加者	0	2	2	1	2	3

図 4.22 [ポーランド] 月別参加者数推移

ポーランドサイクルは30名と、オランダの46名と比較すると30パーセントほど参加者総数が少ない。にも関わらず、課題TFへの加入者は一番多い8月と10月で70パーセント近くになるなど、非常に高い。これはやはり課題チケットの記

載事項具体化（必要とされるスキル、予想される作業負荷）を行なった効果であろう。加えてこの参加率の高さに良い影響を与えているのが、先の「ワークショップの様子」に記載した、ヨーロッパ各地でのリユニオン開催なども一助となっていると考える。特に出身国が19ヶ国、居住国も10ヶ国に及ぶため、オンラインだけではなく、オフラインでのコミュニケーションもワークショップ以降の参加者のリテンション維持に大きな効果を発揮している。

「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者へのインタビュー  
貢献度の高い参加者として、MODU(公共空間における移動式オブジェクトを提案)プロジェクトのCさん、貢献度の低い参加者として、Smaki Powiatu(観光振興策として移動式道の駅を提案)プロジェクトのDさんにそれぞれインタビューを行なった。

[Cさん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加しているのですか？ もともと自分はテキサスの片田舎出身。今回参加したMODUプロジェクトだけではなく、他プロジェクトでの提案にもとても関心がある。色々と顔を出しているのでタイムマネジメントが大変だけど、今後の自分のデザイナーとしてのスキルを上げるいい練習にもなると思っている。デザイナーも結局は「美しい」「ワクワクする」ものの提案だけではなく、人からいかに必要とされるものを提案するのかということも重要な要素だと思うから。
- 課題解決コミッティに対する要望は？自分たちが当たっている壁は、実は別プロジェクトや地域でもあることかもしれない。そういうのを参考にできるといいと思う。あとは、Facebookも普段使っているからよい、という反面、スレッドの投稿数が多くなると見辛くて不便だなと思う。ある程度要件は固まっていると思うので、新しくウェブを実装したら良いのでは？

[Dさん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加していないのですか？ あくまでもバケーションの一環として参加したので、そこまで本格的にやろうとは思っていない。本業も忙しいしね。

- 課題解決コミッティに対する要望は？ 特にない。自分はあまりオンラインでのやりとりには興味がないので、興味がある人が積極的にやるのはいいと思う。

Dさんの意見を受けて、あくまでも「課題TF」は任意での動きであり、Bさん同様に、Dさんに参加を強く求めることは活動の趣旨からは逸脱することであると考え。また「よそ者」参加者の継続的な関わり、はオンラインだけではなく、例えば毎年イースター休みや夏休みに関わった地域を訪れる、といった関わり方もあるはずである。そのため課題解決コミュニティへの参加を無理強いしない一方で、継続的な関心を喚起するべく、課題TFの様子は積極的にオンライン上にアップロードし、共有を続けた。

**個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄**

Cさんの「ナレッジシェア」に関する提案はその後実際に取り入れられ、課題TFが自主的に”Idea wanted”というタイトルで、参加者同士で課題の提起、またそれに対するディスカッションが行われた。例えば、Smaki Powiatu チームが「移動式道の駅の構築にあたって、プロトタイプで使用した廃木は重いし、移動が大変だ。何かいい代替案はないか？」と投稿したところ、同じ”移動”をテーマにするMODUチームが、検討を進めている循環型プラスチック素材を紹介するなど、チーム間のコラボレーションが積極的に行われている。

上記結果を踏まえ、最終サイクルを実施するにあたり、下記の変更・改善を行う。

- アイディア自走の仕組み作り：Holisにて5つのチームが立案したプランは、地域アクティビストより高い評価を得た。しかしながら、30人の「よそ者」のうち、9割は外国出身者でポーランド語を理解せず、プランが自走するまでに継続的に関わるのが難しい。このため、次のフェーズでは、運営が関与せず、「よそ者」が主体となってアイディア自走に関与することも念頭に置く。
- 参加者間のナレッジシェア導入：常に各課題TFが課題を進めている様子はSlack / google drive上でオープンにし、アイディアが煮詰まっている時は他

チームへ質問しやすいように、まずはプロマネが積極的に他チームに質問を投げかけ、その後に参加者がやりとりをしやすい雰囲気を作る。

## 4.3. サイクル3：日本・益田

### 4.3.1 ワークショップ

第三回は、日本・益田にて、2018年9月15日から12月9日まで、断続的に計10日にわたり実施した。

すでに夏休みシーズンは終わっていた、また日本の慣習上10日間の休暇を連続して取得することは難しい。そのため、現地調査・ステークホルダーとの交渉を中心とした益田パート、作業・検討を中心とした東京パートの二部構成にて実施した。

勝つ、活、喝、克、且つ、高津川(以下、高津川PJ)10日間のワークショップは高津川PJと呼ばれており、2018年の今年開催が初めてである。プログラムは総務省の関係人口増大を目的としたPJに採択されており、実施にあたっては金銭的な援助を受けている。そのため、共通言語は日本語であり、かつ外国出身者は「よそ者」にはいない。東京、千葉、神奈川、埼玉などの首都圏に住む人のみを対象とし、首都圏在住者のプロフェッショナルスキルを活かして、地域が抱える課題解決に繋がる交流プランを立案する。参加者は一律一万円の費用を支払い、9月と12月の現地訪問時の訪問先アレンジ、移動・宿泊手配は益田市の担当者が行う。

参加者とプロジェクト 高津川PJには、総計15名の「よそ者」が参加している。全員が社会人であり、中国地方出身者は2人、益田出身者は1人である。図4.3.1の通り、過去の2サイクルと比較すると行政が深く関与していることが特徴である。

プロジェクトについては、DORPやHolisのように地域が事前に特定課題を提示するのではなく、2018年9月22日、23日の益田を訪問後、地域の実情を把握した上で、東京でのワークショップを実施した。その後は、プロジェクト全体の

役割	人数
参加者	15人
益田市職員	3人
吉賀町職員	2人
津和野職員	2人

表 4.6 [日本] 高津側PJ参加者の役割別内訳

ビジョンを定めた上で、興味関心の近い者でグループを編成、改めてアイデアの精緻化に向けた作業を行なうこととなった。

図 4.23 [日本] 地元訪問結果を踏まえたアイディエーションの様子 (筆者撮影)

**役割と立ち位置** 直前まで留学中であったこともあり、日本での連携団体探しに苦心していたが、前職でつながりのある組織からワークショップについて情報を得て、運営に参加することとなった。過去2サイクルと同様、プログラムではプラットフォームチームに加わり、Hyysaloの定義3.2のうち、Developer Immersion in Useの立ち位置で自身もアクティビティを行なった。理由としては、3章3節のプログラム評価に記載した通り、「よそ者」に近い立ち位置で、参加者個人のふるまいや、参加者間のコミュニケーション、またオンラインでの地域課題解決型コ

コミュニティに必要な要件を把握するためである。

### 現地ワークショップ

現地ワークショップは、9月に地域事情の理解、12月に最終的に出されたアイディアの発表と現地パートナー探しを目的に、二回に分けて行われた。その他5回のワークショップについては、アイディエーションからプロトタイプ制作までを日ごとに分解して行なった。

現地訪問(9月) 地域アクティビストとの面会・課題ヒアリングが設定された。一ヶ所30分から1時間ほどのスケジュールで、地域アクティビストがどのようなテーマに取り組んでいるのか、またその課題は何かなどを各自参加者の興味・関心に従ってヒアリングした。

9月22日(土)		9月23日(日)	
13:40 白谷茶園 ・白谷茶園の現状と課題を聞く	上原地域おこし協力隊 ほか	9:15 竹内ぶどう園 ・益田のぶどうの状況を学ぶ 9:45 西条柿園場 着 ・西条柿の状況を学ぶ ※川原さんと調整がつかなければ見学のみのみ	竹内さん 西条柿：川原さん調整中
15:00 大井谷の棚田 ・耕作放棄地の現状を共有する	深川課長説明	10:30 高津川河川敷(西益田) 着 ・高津川の活動事例について ※移動中に高津川の橋についてガイド(仲田さん)	豊田公民館：内田館長 観光協会：仲田さん
16:00 津和野町左巻のわさび畑 ・わさび農家の話を聞く	田口さん、大庭さん	11:05 中須海岸 着 ・森里海連関とハマグリ調査について	ハマグリ説明：アンダンテ21 齋藤事務局長
16:40 日原賑わい拠点計画 ・川活用機能の説明	藤山課長	13:00 益田市役所3階大会議室 13:05 河上副市長挨拶 13:10 高津川の関係人口創出について(20分) 13:30 高津川のアクティビティについて(20分) 13:50 自転車を活用した地域づくり	観光協会：仲田さん アンダンテ21：齋藤さん 益田市まちおこしの会：吉村さん
17:00 道の駅シルクウェイ日原 ・CASシステムの活用など ・道の駅の状況など	藤山課長、田口さん	14:00※参加者のプラン作りの参考のため、高津川流域メンターとの意見交換行う 16:00 終了	

図 4.24 [日本]9月訪問時のスケジュール

ワークショップ(9月～12月) 現地訪問の結果をうけて、参加者がプレゼンをした興味関心は下記の通りである。

- 男性 A(ビジネス/テクノロジー)：地元内で共通解を作る、他地域との人を融通

- 男性 B(デザイン)：街全体のヴィジョン・ミッションを作る、関係人口の創出―”大使”を作って名刺を配る
- 男性 C(ビジネス)：連携を軸に一川崎市との連携、ソーシャル系大学川崎34あり。
- 男性 D,H(ビジネス/テクノロジー)：在東京の尖ったイベントを行なっている組織と繋げる。
- 女性 A(ビジネス)：娘が東京農大出身で、自身は有機農法に興味があり、近場の畑を借りて実践している。研修制度を持ち込みたい。
- 女性 B(ポリシー)：シニアがリタイア後に直面する第二の人生について考えるNPOを主催している。文京区のシニアをつないで、高津川流域の暮らしを体験するツアーを開催したい。
- 男性 E(ビジネス/教育)：都会の人と作る”弱い人間交差点”を実現したい。柏のコワーキングスペースにて働いているAI/ARエンジニア、blockchainエンジニアが一時的に滞在できるスペースがあると良いのでは？
- 男性 F(ビジネス)：プライベートで芋煮イベントを主催するグループに属している。島根の芋煮を東京でも実現させたい。
- 男性 G(ビジネス/ポリシー)：地域資源を活かした観光プランを作りたい。
- 女性 Cさん(ビジネス)：横の連携と課題発信力が足りないのでは？自身は食とビジネスを繋ぐスペシャリストなので、その分野で貢献したい。
- 女性 Dさん(ポリシー/教育)：自身の理系バックグラウンド、また大学で勤務していることから、将来のリケジョを育てたい。
- 女性 Eさん(ビジネス)：サイクルフリークで、週末は20km程度なら当たり前前に走行する。自転車を活用した都市交流を促進したい。

- 男性H(ビジネス)：出身地である匹見町の事業を提案したい。ファンドレイジングの仕組みが整っていないので、ガバメントクラウドファンディング(ふるさと納税制度を活用して行うクラウドファンディング)とその実現のための仕組みを提案したい。
- 女性F(ビジネス・自身)：率直に言うと、食べ物も自然も高津川流域でしか体験できない観光資源というのは中々定義が難しいように感じた。あえてそこを逆手にとった体験づくり、を関係人口増大のために提案したい。

ここから共通項・またテーマ掘り下げの深度に応じて、「フェスティバル」「自転車」「交流促進」「ふるさと納税」「プラットフォーム」の5つのグループに分かれて、提案プランの作成を行なった。プラットフォームチームでは、Gさんと2人で活動をし、画面構成やコンテンツを含んだペーパープロトタイプを作成(図4.28)、また少人数であるが10人へのヒアリング(図4.29)を行なった。



図 4.25 [日本] ペーパープロトタイプ



図 4.26 [日本] ペーパープロトタイプを基にしたヒアリング(筆者撮影)

#### 4.3.2 ワークショップの様子

##### サイクル実施中の観察結果

- 地域アクティビストとの密接コミュニケーション：第2回のHolisでは、言語的な制約から地域アクティビストとのコミュニケーションに難しい面があったが、高津川PJでは、時間的な制約から同様の課題が生じた。それゆえに、提案した5つのアイデアのうち、マッチングに至ったのは一部のみ、というのは自然な結果であると考える。今後のコミュニケーションの深まりにより、関係性が強くなると、より多くのアイデアが実現に向けて動きだすに違いない。
- 均一的な集団：今回は全員が日本語話者、またプロフィールも首都圏で勤務する20代～50代のビジネスパーソン、と前2回と比較するとかなり均一的な集団であった。バックグラウンドが似通っている分、同じプロトコルを持っているというのはプロジェクトの進行を円滑にする上で重要な要素となるのかもしれない。

参加者12名は、9月の現地訪問と5回の東京におけるワークショップの結果をベースに最終報告会、また自身が提案するソリューションと地域アクティビストとのマッチングを行なった(図4.27)。広く益田市内からの参加を呼びかけ、107名の益田、吉賀、津和野の3市町村からの参加を得た。



図 4.27 [日本] 最終報告会会場 (筆者撮影)

また、来場者へはアンケートを行い、「よそ者」が提示したアイデアの評価も行なった。アイデアごとに、「評価する」と回答した人数は下記の通りである。

アイデア	人
フェスティバル	16人
自転車	25人
交流促進	29人
ふるさと納税	22人
プラットフォーム	15人

表 4.7 [日本] 最終報告会来場者の「ぜひ実現してほしい」アイデア

また、地元メディアである「山陰中央新報」やケーブルテレビ「ひとまるビジョン」にもその様子は紹介された。



図 4.28 [日本] 山陰中央新報 2018年12月11日朝刊



図 4.29 [日本] ひとまるビジョン 2018年12月11日

概ね「ぜひ実現してほしい」「実現にむけて、体制もより具体的に提示できればよい」という意見であったが、中には批判的でありつつも本質的な次のような意見もあった。

- 関係人口を増やすと言うことは、地方の課題解決に対して本質的なアプローチなのだろうか？
- 「大変な田舎をなんとかしてやろう」というのは生暖かく、若干上から目線。田舎が搾取されて終わるのではなく、双方にとってメリットのあるプランが求められている。

第一の指摘事項に対しては、最終報告会で説明が不足していたことも否めない。今回は予算元の総務省プログラムの関係上、「関係人口」という表現を使わざるを得なかったため、ワークショップの概要紹介にも「関係人口」というワードを多用した。故に、聴衆に「この提案は、地域課題を解決することを目的としているのか？それとも、関係人口を増やすことを目的としているのか？」との混乱を招いてしまった。

第二の指摘事項に対しては、あくまでも最終発表会は参加者のアイデアをこれから社会実装していく上でのファーストステップであり、実現にあたっては、地域側、「よそ者」参加者はあくまでも対等な立場であるということを引き続きアピールしていく。

#### 現地ワークショップ後

現地パートナーとのマッチングは、2018年12月15日現在、「自転車」にて提案した一部にて成立した。ただし、イベントの実現は2019年3月以降であるため、まずは「よそ者」メンバーの身近なところから関心を喚起するべく、高津川を食べる会が企画されている(図4.30)。

高津川を食べる会（仮称）の開催について（開催予告）

-----

ご相談しておりました高津川を食べる会（仮称）につきまして、以下により開催したいと考えておりますので、ご案内いたします。

なお、会場準備の都合等、大まかな人数を把握したいと思っておりますので、当日、参加を希望される方は、12月25日（火）までにメッセージでお知らせ願います（現在の見込で結構です）。

日時：2019年2月18日（月）19時～  
 場所：未定（都内レンタルキッチン）  
 内容：高津川流域の食材を使った料理の提供  
 参加者交流会

会費：お一人様 5000円  
 3市町の高津川担当の方にもご案内いたします。

今回、更にネットワークを広げるため、本年度プロジェクト参加者以外の方にもお声がけしていきたいと思っておりますので、ご協力をお願いします。

会場等詳細については、決まり次第お知らせします。

図 4.30 [日本] 「高津川を食べる会」の告知

### 4.3.3 地域課題解決コミュニティ

#### ワークショップ終了までのコンテンツ

現地セッション前の初回顔合わせ時に、まずは全体で、Facebook グループを新規で作成し、そちらへの参加も促した。高津側PJに参加する「よそ者」メンバー11人（1名はあまりSNSが好きではなく、そもそもFacebook アカウントを持っていないという）、3市町村職員は全員が加入した。

プログラム中、Facebook グループは主に3つの目的で使用された。① 事務連絡、② アイディアの精緻化にあたり、参考情報のシェア、③ 各グループのアイディアに対する検討である。前2回のオランダ、ポーランドにおけるサイクルと比較すると、直接ミーティングをするタイミングが限られていた上、メンバーは全員フルタイムで仕事を持っていた。そのため、オンラインでのコミュニケーションの重要性が高く、10月と11月は特に投稿数が多くなった。

2018年9月	2件
2018年10月	37件
2018年11月	59件
2018年12月	10件

表 4.8 [日本] 現地ワークショップ中 Facebook 投稿件数 (月別)

### 運営形態とスケジュール

採用されたアイデアをもつ地域アクティビスト3名、運営側人員（プロマネ）7名を「コミッティー」として、隔週でskypeにて打ち合わせを持ち、課題検討、また進捗確認などを行ない、またコミュニティ運営にあたっての懸念事項検討などを行なった。

#### プログラムが終了して1週間

本サイクルの場合、ワークショップ期間内に採用/不採用の評価を行うのではなく、アイデア提案者（「よそ者」参加者）が個別に最終報告会にきたパートナー候補となりうる地域メンバーを「口説いて」継続的なやりとりを行い、必要に応じて地元自治体が新たな地元のキーパーソンの紹介、また受けられる助成金サービスなどを紹介することとなった。

地域アクティビストのうち最終報告会で「口説かれた」メンバー、運営側人員（プロマネ）にて課題解決コミッティーを形成した。課題解決コミッティーはアイデアを実装するにあたっての懸念点をディスカッションした。リストアップされた「課題チケット」としてあげるべきトピックは、21件である。21件の内訳は、下記の通りである。前回のポーランドサイクルの反省から、運営が課題整理を行なったあとは、「アイデア自走」を念頭において、プロマネ的な役割を参加者により強く担ってもらうこととした。

課題トピック	件数
マーケティング	8件
会計	5件
ウェブ	3件
デザイン	5件

表 4.9 [日本] 課題チケット (2018年12月16日)

#### プログラムが終了して1.5週間

ポーランドプログラムと同様、可能な限り参加者の熱があるうちにアプローチをすべく、コミッティーミーティングで上がった21件の課題をそのままアップロードした。

課題チケットはこれまで通り、「いつ(までに)、誰が、何をするのか」で構成される。記載事項はオランダ、ポーランドサイクルとほぼ同様の内容であるが、今回は「参加者が自身のアイデアを持って、地域アクティビストを口説く」という性質上、参加者がアイデアに対して強いオーナーシップを持っている。そのため、「誰が」そのアイデアを主体となって動かしているかも明記するようにした。

[課題チケット イベント出展時の展示アイデア求む!]

期限：2019年1月17日(展示案を最終化しなければならない日)

場所：どこでも(出展当日のお手伝いもしていただけたら嬉しいですが、まずはアイデア出しに協力してもらえるととても嬉しいです。)

内容：益田市観光協会とのアイデア検討が進み、自転車イベントへの出展がまきました。ロードマップやビデオ表示だけでは寂しいとおもっているのも、それ以外に、イベント来訪者により益田に関心を持ってもらえるような展示案と一緒に考えてください!

必要なスキル：打ち合わせ頻度など：時間も限られているので、週1、40分程度でオンラインで打ち合わせできたらと思っています。

問い合わせ先：(氏名)

よって、プロマネだけではなく、参加者も自身で、上記のフォーマットに従って、担当するチームに関連する「課題チケット」Facebookに掲載できるとした。また全体参加者が15名と非常に少なく、内部のリソースでは限りがあるため、ポストを読んだ参加者同士で、関心がありそう、またスキル、経験がありそうな人材があれば、積極的に紹介した。過去2サイクルと比較すると、当サイクルでは、プロマネはほとんど「地域課題解決コミュニティ」上で、「課題チケットの発行」「課題進捗管理」には携わっていない。これは、①20代が中心であった前2サイクルと比較すると、当サイクルは年齢も高めであるため、ある程度全員ビジネス的な課題管理の素養をもっていた、②また、全員が日本人(日本語話者)であったため、コミュニケーションコストが低いということも大きい。

### プログラムが終了して2週間以降

以降は、隔週で地域アクティビストと参加者（運営側人員）で打ち合わせを行い、組成された「課題タスクフォース」の様子を共有、新規のタスク切り分けなどを行なった。

#### 4.3.4 考察

三章三節に記載した、「ワークショップで生まれたアイディアの社会実装（アイディアを動かす主体が決まり、人・モノ・カネがアイディアに付いて、プロジェクト化する）に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」という研究のゴールに対して、①オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数、②ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？③「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者へのインタビュー、④個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄、の4つの視点から評価を行なった。それぞれの視点に対する考察は下記の通りである。

オンラインプラットフォームに上がった「課題チケット」の数、またその課題チケットが「解決」となった数

	12月	1月
課題チケット数	21	3
解決数	9	2
残り	12	13
(解決/全チケット)	43%	13%
(滞留課題)		

図 4.31 [日本] 課題チケット発行の推移

課題チケット発行の推移としては、図 4.31 の通りである。12月に終了したプログラムであるので、12月、1月の二ヶ月間のみの実施であることは留意されたい。

ワークショップ参加者のうち、どのくらいの人が「課題チケット」に参加したか？複数の課題チケットに手をあげる人はどれくらいいるのか？もしくは全く手を上げない人はどれくらいいるのか？

	12月	1月
課題チケット数	21	3
解決数	9	2
残り (解決/全チケット)	43%	13%
(滞留課題)		
課題TFメンバー	18	10
TFメンバー/総WS参加者数	120%	67%
他チーム関連課題へ参加している	7	9
複数課題参加者	5	3

図 4.32 [日本] 月別参加者数推移

また、TFメンバー/総WS参加者数について、12月は100パーセントを超えているが、これは、WS参加者が知人・友人などを紹介して、課題タスクフォースに参加したからである。ただし、これから多くの企業、また主となるカウンターパートである自治体にて年度末を迎えるため、その際にどのような人員体制を引いていくかは今後の課題である。

「課題解決コミュニティ」への貢献度の高い or 低い参加者へのインタビュー  
 貢献度の高い参加者として、フェスティバルプロジェクトのEさん、貢献度の低い参加者として、交流促進プロジェクトのFさんにそれぞれインタビューを行った。

[Eさん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加しているのですか？ やはり自分が益田出身、かつ今は地域活性化を生業としていることが大きい。これまでに手がけた地域活性化プロジェクトは大分、横浜など。食のスペシャリストであるJさん(Eさんが経営する会社の社員であり、今回のワークショップにも一緒に参加している)の知見も借りつつ、地域と地域をうまく繋げることができたら良いと考えている。

- 課題解決コミッティに対する要望は？バラバラに散らばった課題を俯瞰的に見るべきだ。今回のワークショップにて、一貫して「クロスファンクショナル」を唱えてきたが、改めて1つ1つの課題にアプローチするというだけではなく、横連携ができる可能性などをしっかり見極めるべきだと思う。そういう意味では、「課題解決コミュニティ」で参加者が気軽に自身のアイデアに対して意見を求めることができるのはいいと思う。自分も財源確保の方法や、地域事情の紹介など、色々とコメントした。

[Fさん]

- なぜ課題解決コミュニティに参加していないのですか？本業（大学講師）が忙しい。また参加者の雰囲気自分とは合わないと感じた。馴れ合いが嫌い。そもそも自分はSNSが嫌いであり、全くやっていないので、課題解決コミュニティを閲覧できない。
- 課題解決コミッティに対する要望は？特にない。

Fさんの意見を受けて、あくまでも「課題TF」は任意での動きであり、BさんやDさんに参加を強く求めることは活動の趣旨からは逸脱することであると考え。 「SNSをやらない」という参加者に対する配慮は、一連のサイクルで欠けていた視点であり、今後の課題とすべき点である。オンライン以外の関わり方として、オフラインでのイベントをFさんに紹介するなど、色々と関与を促す方策はあるだろうが、今回は、Fさんの「馴れ合いが嫌い」という意思を尊重して、Fさんからのアクションがない限りは、運営としてのアクションは起こさないこととした。

**個別「課題タスクフォース」で生じた動きで、特に活動の主体性に大きな影響を与えたと思われる事柄**

島根サイクルでは、とりわけ先のインタビューに回答したEさんの調整力、提案力が他のメンバーに与えた影響が大きい。Eさんをリーダーとして、自主的な現地渡航や現地ステークホルダーのと課題検討がすでに1月に行われており、今後は島根での活動が行いやすいように任意団体化することとなった。自転車だけではなく、ふるさと納税用のパンフレット作成を「ビジネス」としてデザイナーの2人が400万円の予算で津和野市から請け負うなど、本研究が目指していた、「参

加者が地域課題を解決することを『生業』化し、ビジネスが生まれるなど、双方にとってメリットがある関係性」が徐々に構築されつつある。

## 注

- 1 「Welcome to the village」ウェブサイト, <https://welcometothevillage.nl/en/> (2018年12月5日閲覧)
- 2 「フジロックフェスティバル」ウェブサイト, <https://www.fujirockfestival.com/18/> (2018年12月5日閲覧)
- 3 「innofest」ウェブサイト, <http://innofest.co/> (2018年12月5日閲覧)
- 4 「Welcome to the village」ウェブサイト内, <https://welcometothevillage.nl/dorp/> (2018年12月5日閲覧)
- 5 「Center for Sustainability」ウェブサイト内, <https://www.centre-for-sustainability.nl/home> (2018年12月5日閲覧)
- 6 「DORP」Facebook ページ, <https://www.facebook.com/groups/136096020291955/> (2018年12月5日閲覧)
- 7 「INTERNATIONAL V4 INTERDISCIPLINARY SUMMER SCHOOL」ウェブサイト内, <http://holis.codec.network/> (2018年12月5日閲覧)
- 8 "Cambridge Analytica: The story so far", 「BBC」ウェブサイト, <https://www.bbc.com/news/technology-43465968> (2018年12月5日閲覧)

## 第 5 章

# 結 論

第一章にて述べた通り、本研究の目的は、「よそ者」「地域アクティビスト」の協業を促進することにより、地域課題を解決するソーシャルイノベーション創出である。

その方法として、地域滞在型ワークショップ、オンラインの地域課題解決コミュニティの仕組みを整え、単なる興味、もしくはボランティアとしての関与から、地域と「よそ者」双方にメリットのある仕掛けにつながることを目的として、アイデアを社会実装に移す、「よそ者」が継続的に関わり続ける仕組みを提案した。

そして、オランダ、ポーランド、日本の三ヶ国におけるユーザースタディを通じて、「ワークショップで生まれたアイデアの社会実装に向けて、構築したオンラインでのフォローアップ体制が機能する」かを、実際にオンラインでの地域課題解決コミュニティを運営することによって検証した。

オランダ、ポーランド、日本で行なった三サイクルともに、オンラインでの社会課題解決コミュニティの構成はほぼ同様であったが、下記のような細部の違いを有している。

- オランダではすでにあるプロジェクトに対するアプローチであったことに対して、ポーランドと日本では課題に対するアプローチでアイディエーション後に地元パートナーを探す。
- オランダとポーランドでは英語で実施し、「よそ者」参加者の大多数が外国出身者であったことに対して、日本では全ての参加者が日本人であり、日本語で実施した。
- 日本では、地域アクティビストを参加者がアイデアとともに「口説いて」

現地パートナー探しを行うこととした。そのため、社会課題解決コミュニティでは、オランダ、ポーランドの2サイクルと比較すると、参加者のオーナーシップがより強い。

上記の違いを踏まえつつも、各サイクルでは、いずれもワークショップ終了後は社会課題解決コミュニティへの関与、「よそ者」の地域 이슈に対する継続したコミットメントが確認された。はじめのオランダサイクルでは、TFメンバー/総WS参加者数の比率が30パーセント程度であったが、タスク掲載時の工夫、タスク切り分けの工夫、ワークショップ参加者外の人々の巻き込みなどの工夫を重ねた結果、ポーランド、日本サイクルでの数値は2倍以上に改善した。また、本研究が目指していた、「参加者が地域課題を解決することを『生業』化し、ビジネスが生まれるなど、双方にとってメリットがある関係性」が徐々に構築されつつあるという目標に対しては、日本の島根サイクルでは、ふるさと納税用のパンフレット作成を「ビジネス」としてデザイナーの2人が400万円の予算で津和野市から請け負うなど、本論文が提案するコンセプトの確からしさを証明することができたといえよう。

今後は、これらの新たに「よそ者」参加プラットフォームをより進化させ、持続的な更なるSI創出に繋げていくためには、以下の要素の検討・対応が必要と考える。

- 自律的なプロジェクトマネジメントにむけた仕掛け：日本においてはリーダーシップのある参加者が複数いたこと、また地域とアイデアを繋ぐ上で、「参加者が地域アクティビストにプレゼンをし、自身のアイデアの導入にあたって『口説く』」というプロセスを組み込んだことから、その流れより、オンラインでの地域課題解決コミュニティも、参加者が率先してリードすることとなった。オランダ、ポーランドにおいても、次年度以降は受動的ではなく能動的に参加者から地域へ働きかける仕掛けをワークショップに組み込むべきかもしれない。
- 課題の横展開：今回は3サイクルともに使用プラットフォームが別であり、言語も別である。しかしながら、地域Aで挙げた課題とそれに対するア

アプローチは、実は地域 B でも適用可能かもしれない。そのようなノウハウを蓄積し、参加者へ横展開できる仕組みづくりが必要かもしれない。今回の地域課題解決コミュニティのノウハウ、学びを踏まえ、多言語化したウェブプラットフォーム構築などが今後の更なる展開として考えられる。

- ボランティアとプロフェッショナルワークの境目：「課題チケット」に挙げた事柄へのアプローチは、本来であれば参加者が自身のプロフェッショナルスキルを持って生業としている事柄である。課題対応がビジネスに繋がった（例：島根の「ふるさと納税」パンフレット作成）例もあるが、どこまでをボランティア、どこまでをプロフェッショナルワークとするかは、あらかじめ運営が明確に提示する必要がある（今回はオランダ、ポーランド、日本ともに運営は法的に認可された団体ではないので、運営は金銭的なやりとりの間に立つことはなかった。）、地域側の期待値コントロールなどはトラブル回避のためにも運営が積極的に介入すべき領域である。

# 謝 辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の稲蔭正彦教授に心から感謝いたします。また、論文執筆にあたっての基礎について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の砂原秀樹教授に心から感謝いたします。

また、フィールドとなった、オランダ・レーワルデン、ポーランド・ソボレ、日本・益田にてお世話になった全ての方々にいただいたご好意・ご配慮につきまして、厚く御礼申し上げます。

しばらくの社会人生活を経てからの KMD 生活ではありましたが、CEMS 留学をはじめ、様々な事柄にチャレンジすることができました。本論文にも、元々 KMD 入学のきっかけでもある前職で得た問題意識に加え、フィンランドとオランダ、それぞれの留学先での学びを盛り込むことができたと考えております。

しかし、これは終わりであり、また始まりでもあります。二年半の KMD における学生生活で得た知識や経験を活かす形で、引き続き社会に還元していく所存であります。

## 参 考 文 献

- Bacon, Jono (2012) *The Art of Community: Building the New Age of Participation*, Vol. 2: O'Reilly Media.
- Hyysalo, Sampsa, Torben Elgaard Jensen, and Nelly Oudshoorn (2016) "Introduction to the new production of users," in *The New Production of Users*: Routledge, pp. 19–60.
- Phills, James A, Kriss Deiglmeier, and Dale T Miller (2008) "Rediscovering social innovation," *Stanford Social Innovation Review*, Vol. 6, No. 4, pp. 34–43.
- 伊達崇晃, 敷田麻実, 坂村圭 (2018) 「コミュニティとの関係性に着目したよそ者の性質について」, 『知識共創』, 第8巻, 第1号, 8頁.
- 玉澤友海 (2017) 「新ハッカソンモデルの設計と考察」.
- 荒井祐介, 木嶋恭一, 出口弘 (2012) 「地域活性化のコミュニティマネジメントとしての価値協奏プラットフォーム戦略」, 『国際P2M学会誌』, 第7巻, 第1号, 1–13頁.
- 潜道文子他 (2018) 「ソーシャル・エンタープライズによるソーシャル・イノベーションの創出と「コミュニティ・キャピタル」: 地方創生の事例を中心として」, 『拓殖大学経営経理研究』, 第111巻, 317–336頁.
- 谷本寛治, 大室悦賀, 大平修司, 土肥将敦, 古村公久 (2013) 『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』, NTT出版.

藤本徹, 荒優, 山内祐平 (2017) 「大規模公開オンライン講座 (MOOC) におけるラーニング・アナリティクス研究の動向」, 『日本教育工学会論文誌』, 第41巻, 305-313頁.

木村隆之 (2017) 「「ソーシャルイノベーションの実現における地方自治体の役割-島根県隠岐郡海士町の事例をもとに-」」, 『地域活性研究』, 第8巻, 173-182頁.

# 付 録

## A. [オランダ、ポーランド] 参加者向けアンケート (英)

### A.1 Your xxx Experience

① What moment at xxx do you remember the most? \*

② What did you like best about xxx? \*

③ What will you take with you from xxx into your future life/studies/career?

\*

④ At xxx we aim to provide you with different skills and experiences. To what extent did we succeed in this? (\*1 = Absolutely not 5 = Very much so)

	1	2	3	4	5
Learn how to turn theory into practice	<input type="radio"/>				
Learn to work together in an interdisciplinary team	<input type="radio"/>				
Learn how to conduct a fun and interactive experiment	<input type="radio"/>				
Get out of your comfortzone	<input type="radio"/>				
Get access to an international community of change makers	<input type="radio"/>				
Have a great and fun summer experience	<input type="radio"/>				
Work on a sustainability challenge with real stakeholders	<input type="radio"/>				

図 A.1 質問 A.1-④

Any additional feedback about what you experienced?

## A.2 Program

①How would you rate these components of xxx \*

	Very bad	Bad	Mediocre	Good	Very Good	Can't say
Kickoff Event on 16 June	<input type="radio"/>					
DORP booster /start of the day	<input type="radio"/>					
The Workshops	<input type="radio"/>					
The Masterclasses	<input type="radio"/>					
The Pitch to the Festival organisation	<input type="radio"/>					
The Carousel	<input type="radio"/>					
Daily Mentor Check-ups	<input type="radio"/>					
The Expert sessions	<input type="radio"/>					
Time to actually work on your projects	<input type="radio"/>					
Free time	<input type="radio"/>					
Closing ceremony	<input type="radio"/>					
The Festival	<input type="radio"/>					

図 A.2 質問 A.2①

②(for the challenge owners) How would you evaluate the outcomes of this program?

③Any additional feedback about the program?

### A.3 PRODUCTION

①How would you rate the following facilities at xxx \*1 = Very bad 5 = Very good

	1	2	3	4	5	N.A.
The overall DORP location	<input type="radio"/>					
Working spaces	<input type="radio"/>					
The DORP bar	<input type="radio"/>					
The blockchain paying system	<input type="radio"/>					
The Building Workshop	<input type="radio"/>					
Available tools	<input type="radio"/>					
Available materials	<input type="radio"/>					
The DORPs Kitchen	<input type="radio"/>					
The Snackbar of the Future	<input type="radio"/>					
The Campsite	<input type="radio"/>					
Sanitary facilities	<input type="radio"/>					
Food and Drinks	<input type="radio"/>					

図 A.3 質問 A.3①

② Any additional feedback about the facilities?

## A.4 COMMUNICATIONS

① How would you rate Communications at xxx \*1 = Very bad 5 = Very good

	1	2	3	4	5	N.A.
The newsletter	<input type="radio"/>					
The Facebook Group	<input type="radio"/>					
Information provided in advance	<input type="radio"/>					
Information provided on location	<input type="radio"/>					
Communication with the DORP crew	<input type="radio"/>					
Interaction with other participants at DORP	<input type="radio"/>					
Interaction with the festival visitors	<input type="radio"/>					

図 A.4 質問 A.4①

② Did xxx meet your expectations?

③ Any additional feedback about your expectations?

## A.5 TO CONCLUDE

① How likely are you to recommend participating in xxx to others? \*1 = Very bad 5 = Very good

② Overall, how would you rate xxx 2018? \*1 = Not at all 5 = Definitely

③ Would you like to get involved with the project continuously? \*1 = absolutely not 5 = absolutely yes

④ Any last feedback, compliments or tips??

## B. [ポーランド] ローカルパートナーへの質問票 (英)

### ① Katarzyna Krupska-Grudzień (contact person for Zapiecek)

NGO President of the Board of Local Action Group "Zapiecek" from Radzyń Podlask

- Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- What is current local distribution channel
- What are you proud of in the region?
- In the past 3 year is there any interesting start-up/initiative

### ② Bogdan Sozoniuk

Head of the Social Affairs Department in Radzyń County Office

- Certification of local product
- \*What is current local distribution channel
- \*Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- \*What are you proud of in the region?

### ③ Lucjan Kotwica

Head of the Radzyn Podlaski county

- Certification of local product
- \*What is current local distribution channel
- \*Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- \*What are you proud of in the region?

- \*Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- \*What you recommended as an authentic Radzyn Experience?

#### ④Jarosław Koczkodaj / Radosław Salata

Mayor of the Ulan-Majorat commune, Vice-President of “Zapiecek” / Mayor of the Borki commune, member of Zapiecek board

- \*Certification of local product
- \*What are you proud of in the region?
- In the past 3 year is there any interesting start-up/initiative

#### ⑤Kuba Jakubowski

Culture animator, graphic artist and social activist.

- \*\*Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- \*What is current local distribution channel
- \*Certification of local product
- \*What are you proud of in the region?
- In the past 3 year is there any interesting start-up/initiative

#### ⑥Kagdalena Domanska (<http://gok.ulanmajorat.pl/>)

Director of the communal culture centre in Ulan-Majorat

- \*Example of funded project in similar vein + Example for failed project and learning
- \*What is current local distribution channel

- \*What you recommended as an authentic Radzyn Experience?
- \*What are you proud of in the region?
- In the past 3 year is there any interesting start-up/initiative

⑦ **Jolanta Bilka**

Author of books on the region

- \*What you recommended as an authentic Radzyn Experience?
- \*What are you proud of in the region?

⑧ **Elżbieta Kowalik-Ostasz** (<http://zielonyfiltr.pl/>)

Landscape architect

- \*What you recommended as an authentic Radzyn Experience?
- \*\*What are you proud of in the region?

## C. 参加者向けアンケート (日)

### C.1 体験について

- ①プログラム期間中、どのような瞬間が一番印象的でしたか？
- ②本プログラムで一番よかった点をお聞かせください。
- ③これからの暮らし、また職業人生活を考えるにあたって、このプログラムが与えたものについてお聞かせください。 \*
- ④このプログラムでは様々なスキル、経験を共有することを目的としています。1から5までの数字で見解を記入してください。(\*1 = 全く違う 5 = 全くその通りである)
- 理論の実戦への適用
  - 異なるスキルを持つ人々との共創
  - 新しい領域へのチャレンジ
  - 地域アクティビストとの繋がり
  - 社会への貢献
- ⑤他にもご意見あればお聞かせください。

### C.2 プログラム構成

- ①プログラム構成の評価を教えてください \*1 = 全くダメ 5 = とてもよい
- 現地活動
  - 都内での自主勉強会
  - 飲み会・懇親会
  - 都内での研修会
  - その他

- ②(地域アクティビストの方に伺います) プログラムの成果をどう評価しますか?\*1  
= 全くダメ 5 = とてもよい

### C.3 コミュニケーション

- ①プログラム期間中のコミュニケーションを評価してください \*1 = 全くダメ 5  
= とてもよい

- フェイスブックページグループ
- 成果報告会との来訪者とのやりとり
- 現地訪問時の地域アクティビストとのやりとり
- 他参加者とのやりとり

- ②プログラムはあなたの期待に応える内容でしたか?

- ③他にもご意見あればお聞かせください。

### C.4 結論

- ①他の方々に当プログラムへの参加をおすすめしますか? \*1 = 全くそうは思わない 5 = 強くすすめる

- ②どうこのプログラムを評価しますか? \*1 = 全くダメ 5 = とてもよい

- ③プログラム終了後も継続的にプロジェクトに関わりたいですか?\*1 = 全くそうは思わない 5 = 強く思う

- ④最後に伝えたいことをこちらに記入ください!