

Title	共創型未来検討手法の開発
Sub Title	Designing the future idea co-creation method
Author	津久井, かほる(Tsukui, Kahoru) 武山, 政直(Takeyama, Masanao)
Publisher	慶應義塾大学日吉紀要刊行委員会
Publication year	2010
Jtitle	慶應義塾大学日吉紀要. 社会科学 (The Hiyoshi review of the social sciences). No.21 (2010.) ,p.79- 92
JaLC DOI	
Abstract	本研究は, 多数の生活者を未来の技術やサービスの検討プロセスに参加させ, その意見を取り入れながらアイデア形成を行う, 共創型未来検討手法を開発することを目的とする。特定の専門的知見を持つ未来検討者によって形成されたアイデアの社会受容性を事後的に評価するのとは異なり, 未来における技術や製品・サービスに対する人々の受容性をオープンな利用者参加のアイデア検討を通じて生み出していく点に特徴があり, 特にインターネットのソーシャルメディアを活用することで, 未来検討推進者と参加協力者の知識やアイデア形成プロセスの共有化をはかり, 導かれたアイデアの実現に対する参加協力者の共感と期待を高める効果をねらう。
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN10425830-20110331-0079

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.

共創型未来検討手法の開発

津久井 かほる
武 山 政 直

本研究は、多数の生活者を未来の技術やサービスの検討プロセスに参加させ、その意見を取り入れながらアイデア形成を行う、共創型未来検討手法を開発することを目的とする。特定の専門的知見を持つ未来検討者によって形成されたアイデアの社会受容性を事後的に評価するのとは異なり、未来における技術や製品・サービスに対する人々の受容性をオープンな利用者参加のアイデア検討を通じて生み出していく点に特徴があり、特にインターネットのソーシャルメディアを活用することで、未来検討推進者と参加協力者の知識やアイデア形成プロセスの共有化をはかり、導かれたアイデアの実現に対する参加協力者の共感と期待を高める効果をねらう。

1. 問題意識と研究課題

1-1 問題意識

技術者やデザイナー等の専門的知見を持つ者が、未来の製品やサービスのアイデアを検討し、その結果の社会的受容性を一般の生活者による評価を通じて行う場合がある。そこでは未来の検討とその評価を、それぞれアイデアの形成者と評価者という異なる主体が担うことになるが、このようにアイデアの形成と評価を明確に独立させるのは、製品やサービスの生産者と消費者、開発者と利用者という立場の違いを考えれば自然な設定と思われる。

ところが、このような未来検討結果の評価法には困難がともなう。未来の検討者は通常未来予想に関連するデータや資料を集め、様々な専門家の意見も参考にした上でアイデアを生み出すが、一般的に、評価を行う生活者は同様の知識を持ち合わせない。確かに、未来予想についての知識を充分に持たない評価者から、生活者としての直感

的な評価を得ることにも一定の意義は認められる。しかし、検討の対象となる未来像の想定が長期化するにつれ、現時の生活者の日常的感覚に基づいてその未来像の受容性を評価することは次第に難しくなるとともに、その評価結果の説得力も弱まっていく。

本研究は、未来検討と評価を明確に分離せず、未来の製品やサービスの受容者である生活者が積極的に未来検討プロセスに参加してアイデア形成を行う共創型未来検討手法を開発する。特に、20年後の未来の生活および製品とサービス像の検討を対象に、インターネットのソーシャルメディアを用いて未来検討推進者と一般生活者によるアイデア形成を促進することで、未来検討結果の実現に対する生活者の共感と期待を高めることをねらう。

1-2 研究の課題

共創型未来検討手法の開発にあたり、そのプロセス設計、プラットフォーム設計、さらに参加者の動機付けと活動促進の3つの課題に焦点を当てる。それらの概要は以下の通りである。

(1) 共創型未来検討のプロセス設計

2030年の未来社会における製品やサービスのアイデアを検討し、評価するための一連の構想プロセスを設計する。一般生活者の素朴な未来への期待や願望を集める段階から始まり、その期待や願望の背後にある価値観を読み取った後、その価値観を実現するための具体的なサービス像を表現するまでのプロセスを設定し、それぞれのステージの進め方と、ステージどうしを連続的につないでいくための適切な方法を検討する。

(2) 未来検討プラットフォームの整備

共創型未来検討プロセスの各ステージを通じて進行する検討活動を実行するため、そのアイデア形成の環境としてインターネット上に専用プラットフォームを開発する。そこでは、参加者からの投稿内容と、投稿内容の分析編集結果、さらに投稿を喚起、支援する各種の関連情報が確認、共有できるようになることに配慮する。

(3) 生活者の動機付けとアイデア形成の促進

生活者の未来検討プロセスへの積極的な参加を動機付けるため、未来検討におけるアイデア形成の共創感を高めることが有効である。ここで言う共創感とは、未来検討者と生活者、さらに生活者どうしのコラボレーションの実感を意味するが、そのような感覚を覚えさせるためには、生活者各人に対して検討活動プロセスを共有させるとともに、検討活動の結果として一つの目に見える形の成果が生み出される経験を与えることが望ましい。また、生活者のアイデア形成を促進するため、参加者の投稿内容を視覚化するとともに、未来感度を高めるための関連情報を生活者の発想のための素材として提供し、さらに未来検討を行う活動を楽しく動機づけるための物語的演出を行う。

1-3 未来検討のクラウドソーシング

近年企業や専門機関が社外の知識人、顧客、生活者の知識やアイデアをオンラインのツールを活用して収集し、価値創造やイノベーションを推進していく、いわゆるクラウドソーシングの方法が活発化してきている^{[1][2][3]}。その代表的事例としては、P&G社のConnect&Develop戦略が有名であるが、同社はオンラインのコミュニケーションツールを利用して社内外に存在するまったく異なる領域の研究者同士や技術同士を結び付け、そこから斬新なアイデアを獲得し、各種の問題の早期解決に取り組んでいる^[4]。またDELL社の手がけるDELL Ideastormと呼ばれるブランドコミュニティサイトでは、顧客が当社の製品に対する意見や要望を自由に投稿できるようになっており、アイデアの投稿、投票を通じて得られた結果を実際の製品改善に役立てている^[5]。一方、未来予測に関わるクラウドソーシングでは、予測市場（Prediction Market）と呼ばれる方法が一般的であるが、これは将来の不確定要素を証券市場化して売買し、その結果を通じて将来を予想するというものである。実際に映画興行予測を専門とするHollywood Stock Exchange社はアカデミー賞の予測などで高い精度的中率を上げて注目を集めている^[6]。また、非営利な未来予測のためのクラウドソーシングの取り組みとしては、未来予測のシンクタンクであるInstitute for the Futureが、オンライン上のロールプレイングゲームの手法を用いることで、架空の未来社会に起こる問題解決のアイデアをプレイヤーたちから集める一連の実験を行っている^[7]。

これらのクラウドソーシング手法に共通するのは、組織外の情報提供者と企業もし

くは研究機関とがともに価値を創造し、その成果を享受し合う共創パートナーの関係にあるという点と、インターネットを通じて膨大な数の社外の人員の集合知を活用するという点である。本研究も、未来社会に求められる製品ないしサービスのアイデア検討と評価をテーマとするクラウドソーシングの試みとして位置づけることができるが、予測市場のような特定の選択肢を前提とした結果の未来予想ではなく、あくまで現在見られないアイデアの一連の生成プロセスへのクラウドの参加を促すことを特色とする。また、ブランド特性からもたらされる影響を避け、手法そのものの可能性を検討するため、P&G 社や DELL 社の取り組みに見られるような、特定のブランドコミュニティや製品カテゴリーを前提としない、より一般的な未来検討を題材として取りあげることとする。さらに、顧客や社外の知識人や研究者から得た情報を実際の製品開発や問題解決に役立てるという実務的プロセスではなく、未来のアイデア形成と評価の段階におけるクラウドソーシングの手法として位置づける。

2. 共創型未来検討プロセスの設計

2-1 プロセスの全体像

一般生活者が参加した共創型未来検討のプロセスを設計するにあたり、未来検討活動のファシリテーターが特定の検討テーマ（以下、お題と呼ぶ）を複数出題し、それに対する参加者からの意見を収集した上で、その内容に基づいて未来の製品やサービス案とその利用シーンを多面的に検討し、最終的なアイデアをストーリーボードやプロダクトイメージを具体化させることとした。また参加者ができるだけ気軽に未来に関する意見を発信できるようにし、さらにそのようにして集められた意見をすべての参加者とファシリテーターが共有できるようにするため、Twitter と連携する専用の Web サイトを共創型未来検討のプラットフォームとして開発する。プラットフォームの詳細については 3 章で述べる。

共創型未来検討のプロセスは、以下のような 5 つのステージに別れて進行するが、その全体像は表 2-1 に示されている。

フェーズ 1 wants：未来への期待や願望を収集

ファシリテーターが複数のテーマのお題を一定期間内に順に参加者に投げかけ、未

共創型未来検討手法の開発

表 2-1 共創型未来検討プロセス

プロセス	Wants 未来への期待や 願望を収集	Value&Needs 価値観とニーズ	Idea アイデア	Service&Product Idea サービス/プロダクト のアイデアの具体 化	Media メディア化
概要	ミライプランナーから 複数のテーマに対する ミライへの期待や願望 を集める。	集まったwants tweetか ら、それらの背景にある 価値観/ニーズを複数ビッ クアップする。	抽出した価値観やニーズに 対するサービス/プロダク トのアイデアをミライプ ランナーから集める。	収集したアイデアを参考 に、専門家とミライデザ インチームが、サービス/ プロダクトの具体的なイ メージを描く。	具体化されたサービス/プ ロダクト案をメディアを 通して表現する。電子書 籍/雑誌を出版。

来への期待や願望を収集する。

フェーズ 2 Value&Needs：価値観とニーズの収集

ファシリテーターが参加者から収集した期待や願望の背後にある価値観とニーズを抽出し、分析する。

フェーズ 3 Idea：アイデア

抽出した価値観とニーズに対するサービスやプロダクトのアイデアをふたたび参加者から収集する。

フェーズ 4 Service&Product：サービス / プロダクトのアイデアの具体化

フェーズ 3 で収集したアイデアをワークショップにて視覚化する。

フェーズ 5 Media：メディア化

視覚化された各種の未来のサービスやプロダクト案を、書籍や雑誌等のパッケージ化されたメディア作品として編集・出版することで、参加者の目標達成意識と参加モチベーション、さらに社会受容性を高める効果をねらう。

2-2 プロセス遂行上の課題

共創型未来検討を促進し、そのプロセスの各フェーズを円滑に遂行するため、特にファシリテーターから出題されるお題の内容や提示方法、参加者から集められた意見の編集と視覚化、未来の製品・サービスイメージを描くためのワークショップ、さらにその最終的な未来検討成果の作品化について次のように検討を行った。

(1) 未来検討テーマの設定

Twitter を利用して参加者から未来の暮らしについての期待や願望、それらを実現するためのアイデアを収集するためのお題の設定にあたり、参加者にとっては回答が

し易いこと、またファシリテーターにとっては、それらの回答結果からの期待や願望、価値観が抽出しやすいことが条件となる。この2つの条件を実現するためには、140字という Twitter の制限された投稿文字数の範囲でファシリテーターの出題するお題の意図を参加者に的確に理解させ、かつ回答の動機を与えなければならない。また、お題の内容や出題の表現に加え、参加者が直感的な着想を言葉にして表現するために必要な時間を考慮した回答募集期間を設定することも重要である。さらに、共創型未来検討のプロセスでは、複数のお題が連続して出題されるため、参加者を飽きさせない配慮も必要となる。

これらの問題意識を踏まえ、Twitter 上で実際に慶應義塾大学の学生約30名に対して複数の未来検討の出題と回答の試行を実施し、出題内容や表現と回答の関係性について検討を行った。その結果、まず参加者にとっての回答のしやすさという観点では、以下の3つの傾向が確認された。

- ・身近な物事に関する質問は多くの人にとってアイデアが出やすい。
- ・抽象度が低い質問の方が「○○がなくなる」という消極的な表現が減り、「○○が生まれる」という積極的なアイデアが出てきやすい。
- ・具体的な状況を設定した質問の方が、それ無しに問うよりもアイデアをイメージしやすい。ただし、それに伴って意見の幅を狭めてしまう可能性も強まる。

次に、ファシリテーターにとっての視点（参加者の回答から期待や願望、価値観が抽出しやすい等）からは以下の3つの傾向が明らかとなった。

- ・ターゲット層が広く、生活に即したテーマの方が意見を出しやすい。
- ・専門的技術内容を問う設問に寄ってしまうと、回答者数が限られ、そのようなテーマに興味のある常連の人しか投稿をしなくなってしまう。
- ・モノであるかシーンであるかは回答数の違いに大した影響は出ない。

またファシリテーターが特定の参加者に、回答について、さらにその理解を深める目的で質問を繰り返すことについては、新たなアイデアがでてくる可能性が高まると同時に、回答を深く掘り下げ過ぎると、回答しづらくなる場合もあることがわかった。一方、「ファシリテーターとのやり取りがあったから未来検討を続けることができた」といった意見もあり、参加者の心情に考慮しながら、ファシリテーターは参加者にできる限り返信や質問を返すべきだという結論に達した。

（２）価値観とニーズの視覚化

2-1で述べたように、共創型未来検討のプロセスでは、特定のお題に対して一般の参加者から価値観やニーズを収集するフェーズの後には、様々な意見を視覚的に編集し、参加者にフィードバックするフェーズを設けている。その目的は、参加者の意見に見られる傾向を分かりやすく、かつ参加者の興味を引き出すように表現し、さらなる発想を喚起させ、その後のフェーズであるアイデア投稿への動機付けを行うことにある。また、未来検討プロセスの途中のフェーズから参加した人が途中経過を把握できるようにするねらいもある。

参加者の回答結果の視覚化の方法として、KJ法で用いられる親和図法を用いることとした。この図法を用いると、参加者の意見のクラスター傾向を把握しやすくなり、さらなる発想を刺激する効果を持つ。さらに、抽出されたカテゴリーごとに代表的な投稿記事を投稿者の名前（Twitterアカウント名）をプロットすることで、そこに「自分も掲載されたい」という動機を高める効果が期待できる。

（３）製品およびサービス像のデザイン

一般の参加者から収集した各お題への回答結果を参考にして、未来検討推進者が未来の製品やサービスのアイデアを描き出すワークショップを実施する。本フェーズの目的は、収集した投稿記事に着想を得ながら、具体的な製品やサービスのイメージや利用状況をストーリーにすることで、アイデアの社会受容性を高めることにある。

本ワークショップの形式としては、以下の３点に配慮する。

①ペルソナの設定

サービス案のストーリーボードを考える上で、その対象者となるペルソナを設定することにより、最終的なアウトプットをまとまりやすくする。また、チーム内でストーリーを考えるブレインストーミングをする際に過度なアイデアのばらつきを生じにくくする。

②アウトプットの形式の制約の提示

アウトプットの形式には、紙芝居、模造紙、演劇などがあるが、演劇の場合は、利用シーンのみしか目で見ることができないため、視聴者側はイメージを捉えにくい。運営側はアウトプットの形式の制約を持たせ、全チームで統一させる必要がある。

③チーム内での価値観の統一

メンバー同士で価値観をある程度統一させるために、似た価値観を持つメンバーで予めチームを構成させること、事前に集まったツイートから価値観を抽出し、チーム内で共有することなどが必要である。

(4) 検討成果のメディア作品化

作成された製品やサービスイメージと、それらの利用シーンをパッケージ型メディアに作品化し、未来検討プロセスの参加者と非参加者に公開する。これにより未来検討活動への参加者の参加感や貢献感、達成感を増大させることが期待できる。またこのようにパッケージに編集されて閲覧し易い形態にすることで、検討成果への共感度を測るツールとして利用できるようになる。

3. プラットフォームの設計と世界観の演出

3-1 プラットフォーム整備の目的

共創型未来検討のプラットフォームとして専用のウェブサイトを構築した。本ウェブサイトの主な特徴は、以下の3点にまとめることができる。

①参加者どうしのアイデア共有と相互触発の強化

専用ウェブサイトにて、未来検討のお題とそれに対する回答の一覧、回答内容の分析やその視覚化の結果を閲覧できるようにした。また参加者にとって互いの意見を確認しやすくし、そのことを通じて参加者の新たな発想を喚起し、さらなる記事投稿を促すようにした。

②未来感度の強化

専用ウェブサイト内に未来を検討していく際の着眼点や各分野の先端情報を掲載することで、サイト閲覧者の未来に対する興味や関心を高めることをねらう。また、様々な分野で活躍する人物の未来に対するアイデアや期待を掲載することで、参加者を刺激し、未来検討活動への参加へのモチベーションを高めることを期待する。

③参加障壁の低下

未来検討プロセスの概要やお題に対する回答結果を編集、視覚化して提示することにより、プロセスの途中からでも参加しやすくなるように配慮した。

3-2 プラットフォーム用ウェブサイトの構成

専用ウェブサイトの設計にあたり、「アイデアを気軽に出し合うことのできるブレインストーミングの場」をコンセプトとして構成を行った。専用サイトには、「home」、「お題」、「これなーに」、「ミライのカケラ」、「みんなのアタマ」、「ミライプランナーズ」のコーナーを設けているが、それぞれの概要は以下の通りである。

- 「home」 : ファシリテーターより出題された複数のお題が掲載されており、あるお題を選択することで、「お題」のページに移動する。
- 「お題」 : ホワイトボードのイメージを配置し、そこにポストイットを貼っていく表現を用いることで、あたかも実際にブレインストーミングを実施しているかのような雰囲気の共創感を演出した。また参加のモチベーションを高めるため、発言数に応じて参加者のポストイットの色は、→水色→緑色→ピンクと変化するようになっている。
- 「これなーに」 : 設定した世界観の中で共創型未来検討トライアルの内容を紹介する。
- 「ミライのカケラ」 : 参加者の未来感度を高めるための各種の参考情報を掲載する。
- 「みんなのアタマ」 : 収集した投稿内容をお題ごとに分析し、その傾向と視覚化の結果を公開する。
- 「ミライプランナーズ」 : 記事を一度以上投稿した参加者の Twitter アカウントを紹介する。

3-3 ウェブサイトの持つ機能

専用ウェブサイトの中心的機能は、一般参加者からのツイート投稿と投稿結果の一

覧表示である。また参加者リストの表示も、参加感を増す上で重要な役割を持つ。以下にそれぞれの概要を記す。

(1) ツイート投稿機能

参加者は、Twitter アカウントを持っていることが前提で、専用サイト「お題」ページから、ツイートを投稿できる仕組みになっている。具体的には、Twitter のアカウントによる認証を経ることで本サイトと Twitter との連携を確立する。その後、ホワイトボードのイメージ内にある投稿欄からツイートを書き込むと、そのツイートが記載されたポストイットのイメージがホワイトボードのイメージ上に現れる。またその結果、自動的に自分の Twitter のタイムラインにも投稿結果が反映される。一方、Twitter からの投稿もハッシュタグ「#」を付加することで専用サイトのホワイトボード上のポストイットのイメージに投稿内容が反映される。ポストイットイメージの右下にある矢印ボタンをクリックすると、そのツイート発言者に返信をすることができる。

(2) ツイート一覧表示機能

ツイートは、お題ごとに一覧で保存されており、いつでも閲覧可能である [図 3-1]。

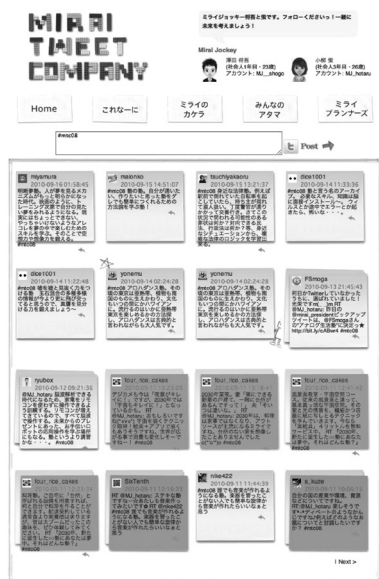


図 3-1 ツイート一覧表示イメージ



図 3-2 ミライプランナーズのページ

(3) ミライプランナーズの一覧表示機能

一回以上お題に対する投稿をした人の Twitter アカウントのイメージと名前が、ミライプランナーズのページに表示される。表示の順序は投稿数が多い者から少ない者へと下る [図 3-2]。

3-4 世界観の演出

専門的で抽象度が高く、難しく感じられがちな未来検討活動をより実感を持って楽しみながら行えるようにする目的で、未来検討を行う架空の調査会社の存在を想定し、その業務に一般の生活者が外部プランナーとして参加するフィクションの世界観を設定した。専用ウェブサイトのデザインに際してもその世界観を反映させることとした。以下にその具体的内容と効果について述べる。

(1) 未来検討の物語的世界観

共創型未来検討は、2030年の未来の暮らしを考え、そのアイデアをデジタルマガジンとして発行することを業務とする「ミライ・ツイート・カンパニー」という架空の会社の企画部が舞台となる。そこで働く架空のキャラクターとして、入社3年目の先輩社員・小柳螢（こやなぎほたる）と、新入社員（後輩社員）・澤田将吾（さわだしょうご）という2人を設定し、その2名が今回のプロジェクトをファシリテートするミライジョッキーとして活動する [図 3-3]。

この2人はそれぞれ独自の Twitter アカウントから、複数のお題を Twitter 上で投げかけ、アイデアや意見を募り、ミライプランナーと呼ばれる参加者からの意見をツ



図 3-3 MiraiTweetCompany 登場人物イメージ

イートで収集する。また、その意見に対するコメントや質問を返ししながら未来検討プロジェクトを進行させる役目を持つ。

あたかもそれらが実在する人のアカウントであるかのように思わせるために、トライアルと関係ない雑談や、いかにも出勤して退社するという会社員の生活を本当に送っているかのような投稿や、昼ごはんの画像のアップロードなどを行い、リアリティを感じさせる演出を行う。

本組織の社長である柴田健介には、「今日の MVP」を選定する役目を持たせる。また社長は、ミライジョッキーの2人を見守りながら、たまに発言をする。

本トライアルでは、お題に対して1つでもアイデアや意見をツイートすると「ミライプランナー」となり、専用サイト「ミライプランナーズ」のページに Twitter アカウントが掲載される。「ミライプランナー」は、ミライ・ツイート・カンパニーの外部社員という位置づけとする。

（2）物語的世界観導入の効果

このような架空の物語世界を設定することにより、「参加障壁の低減」、「参加者のモチベーションの継続」、「アイデア発想の促進」といった効果が期待できる。それぞれの効果側面について以下に記す。

①参加障壁の低減

大学の研究に参加するのは、印象として「堅い」「大変そう」「難しそう」といった印象をもたれてしまう可能性が高いため、架空の設定の中で「一緒に未来を考えましょう！」と呼びかけることで、「自分にもできそう」、「面白そうだな」、「楽しそう」といった気持ちを持たせ、また興味をひくことができる。

②参加者のモチベーションの継続

共創型未来検討を行う際に、参加者が継続的に参加することが重要である。架空の舞台を設定することで、そこでリアルタイムに起こっているドラマ的ストーリー展開を楽しみながら、未来検討を継続的行ってくれると想像できる。また、トライアルの途中で「飽きてしまった。」と感じた場合には既に自分自身がドラマの一役を担っている感覚となり、自分の役割を感じ参加を続ける程の没入感の演出を試みる必要がある。

③アイデア発想の促進

全く知らない人物や主体の Twitter アカウントから何らかの質問への回答を要求された場合、通常は「一方的に協力する（させられる）」という意識になり、楽しさを感じない。したがって、共創型未来検討において発想の前提となる世界観を設定することは、参加者の演ずる役割を明確にさせ、その動機付けをし、想像力を豊かにすることで結果的に参加者からアイデアを得やすくする効果を持つ。

4. 総括と展望

共創型未来検討手法の開発を目的として、特に参加者の動機付けとアイデア形成の促進に焦点を当て、そのプロセスとプラットフォームの設計を行った。以下にそれらの結果をまとめ、さらに開発した本手法の有効性を評価する今後の研究の展望を示す。

4-1 総括

(1) 共創型未来検討手法のプロセス検討

共創型未来検討方法のプロセスについては、5つのフェーズからなるモデルを設計した。このプロセスモデルの大きな特徴として、1) 生活者の未来への願望や期待を探るステージと、その願望を実現するためにどのような方法が有効かを尋ねるステージを明確に区分して設けた点、2) 参加者の未来検討に関する意見を集めた結果を視覚的に編集して、参加者にフィードバックするステージを設けた点、3) 最終的に導かれたサービスや技術を応用する提案を、共創の成果として実感しやすいメディア作品として編集し、公開するステージを設けた点である。

(2) 出題内容と表現についての指針

Twitter という140字以内という文字数の制限があり、リアルタイム性が高く、また気軽に日常的に利用されているソーシャルメディアを利用して、未来検討という抽象度が高く、想像力や時に熟考を要する意見を集めるには、それなりに設問の設定と表現の工夫が必要となる。お題の内容、形式について様々な可能性を検討した結果、お題の設定時に考慮すべき重要な指針をいくつか得ることができた。これらの指針は適切なお題設定の充分条件となるものではないが、必要条件としてのチェック機能を果

たすものと考えられる。

(3) プラットフォームの設計

Twitter からの投稿記事と、その結果に対するフィードバック、さらに投稿を促す各種の情報提供を共通の専用ウェブサイトを通じて実施できるようにプラットフォームを設計した。これによって、参加者が一覧形式で他者の考えを参照でき、また未来検討活動の場を共有する実感を得られるようになった。

(4) ストーリーテリング手法の応用

また、未来検討活動への参加障壁の低減、参加継続する動機付け、発想の促進の観点から、ミライ・ツイート・カンパニーという名の架空企業とミライジョッキーを担当する架空キャラクターから構成される物語的世界観の演出が検討され、その結果は実際に専用ウェブサイトのデザインに反映された。生活者にとって非日常的な未来検討活動は、そのような“演技”の感覚や振る舞いを通じて日常化することが可能となるものと期待される。

4-2 展望

本研究で開発された共創型未来検討手法とその実行環境は、実際の未来検討活動を通じてその有効性を評価する必要がある。今後は一般の生活者に参加を呼びかけ、専用ウェブサイトを活用した未来検討プロセスの実証トライアルを実施し、その評価分析を行なう予定である。

参考文献

- [1] ジェフ・ハウ (2009)『クラウドソーシング』早川書房。
- [2] バリー・リバート (2008)『クラウドソーシング』英治出版。
- [3] キース・ソーヤー (2009)『凡才の集団は孤高の天才に勝る』ダイヤモンド社。
- [4] P&G Connect and Develop, <https://secure3.verticali.net/pg-connection-portal/ctx/noauth/PortalHome.do>.
- [5] IdeaStorm, <http://www.ideastorm.com/>
- [6] HSX.com - Hollywood Stock Exchange, <http://www.hsx.com/>
- [7] Institute for the Future, <http://www.iftf.org/node/2097>