

こどもOS発想法の紹介 - その1 -

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 主任研究員 川本 誓文

1. こどもの感性に学ぶ発想法

私がリーダーを務めるキッズデザイン協議会／こどもOS研究会では、2008年から「子どもの感性に学ぶデザイン発想法の構築」をテーマに、こどもの遊び行為についての調査研究活動を始め、2010年に、「くぐりぬげ」や「登らせるかたち」など、アイデア発想の触媒となる22種類の言語「こどもOSランゲージ¹」を導き出した。さらにその2年後、子どもが直面するハザード（潜在的な危険）の予測情報を追加し、アイデア発想ツール「プレイフル・デザイン・カード²」を完成させた。（図1）

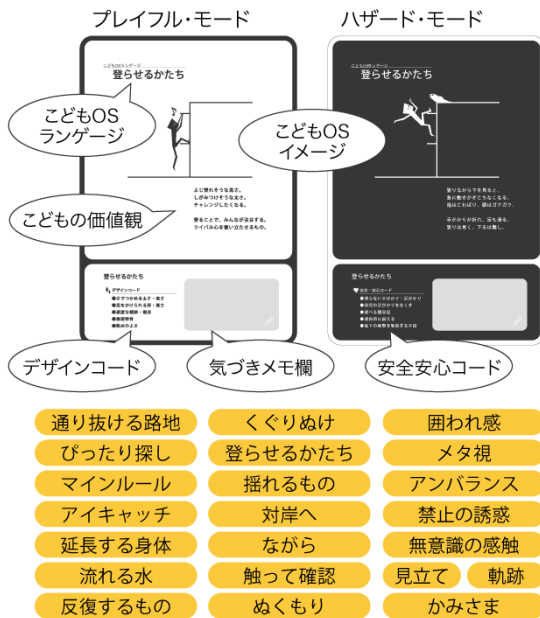


図1: プレイフル・デザイン・カードの表裏と22のランゲージ

本稿では、このカードを使ったアイデア発想のプロセスを2回に渡って紹介する。その前に、「なぜ子どもの遊び行為がアイデア発想の触媒となるのか？」について、ここで触れておきたい。

子どもにとっての「遊び」は、自らの心と身体を成長発達させるために人間に備わった基本的な能力である。幼少期（およそ2歳から12歳）の子どもの体験と大人になってからの資質・能力との関係を調べた研究³によると、子どもの頃に自然体験や友達との遊びなどの経験が豊富な人ほど、大人になってからの人間関係能力や自尊心が高いという傾向が見られる。（図2）

この結果から私たちは、誰の心の中にも記憶として刻まれる子どもの頃の遊びは、大人になってからの価値観や行動規範に一定の潜在的な影響を及ぼし、人の情緒的な思考とも密接に結びついているという仮説を立てている。

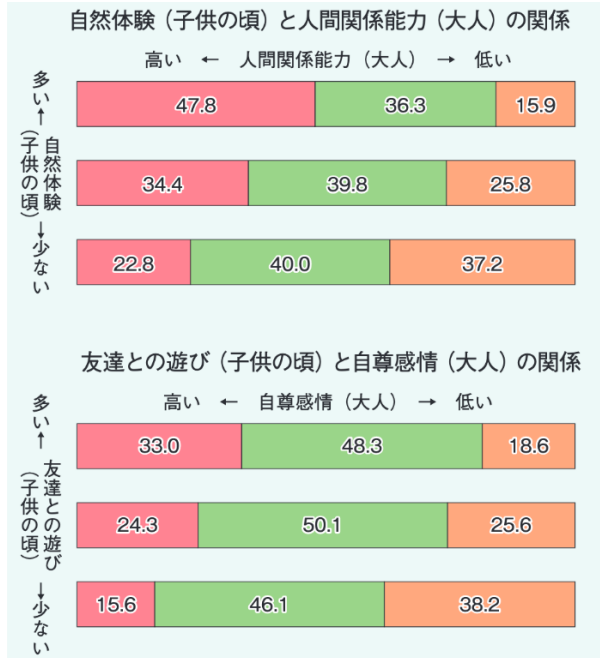


図2: 国立青少年教育振興機構「子どもの体験活動の実態に関する調査研究（平成22年10月）より

2. Step1 - アイデアの拡散

基本的に発想の本質とは、既存の要素の“新しい組み合わせ”と言われており、今までに出会ったことのない「何か」と「何か」を組み合わせることが必須条件である。最初の「何か」は、アイデアを生み出したいテーマ（お題）と考えると、もう一つの「何か」を引き出すための“触媒”となるものが、世に言う発想法である。

こどもOS発想法を始めるためには、まず模造紙と付箋を用意する。アイデアを出したい「テーマ」と、選んだカードの「ランゲージ」を付箋に書き込み貼り付ける。最初はこの2つから連想される「ことば」や「イメージ」を付箋に書いて貼っていく。人数は4～5人で行うのが適当である。

最初は各々の連想が異なるため、付箋が横一列に並ぶ。次に、並んだそれぞれの付箋から連想する「ことば」や「イメージ」をさらに下に繋げていく。

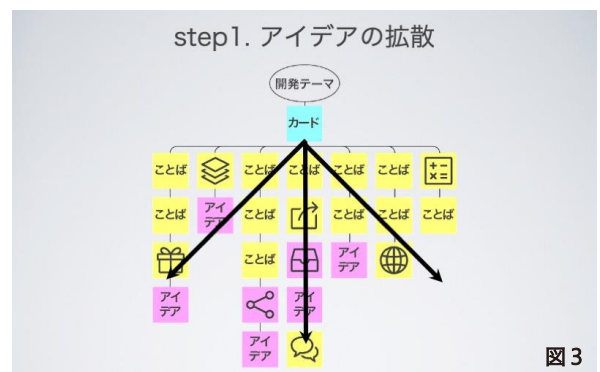


図3

誰かの付箋からイメージを喚起させるように「ことば」の連鎖を増やしていく。こうやって、ブドウの房のようにアイデアが拡散されていく。(図3)

ここで、「ことば」を「アイデア」に変えるコツだが、付箋に書かれた内容と最初の「テーマ」を頭の中で突き合わせて考えること。これが普段出会うことのない2つの要素となり、想像が膨らみ、不思議とアイデアが浮かんでくる。

3. Step2 - アイデアの収束

もうこれ以上アイデアが出ないという頃合いを見計らって、アイデアの収束に移る。一人5個程度の丸いシールを用意し、各自が良いと思った「アイデア」や「ことば」に印をつける。そして印をつけた付箋のどこが良かったのか、対話を通して“気づき”を共有する。(図4)

最終的に投票数が一番多かった「アイデア」や「ことば」を選び、次のステップに移る。

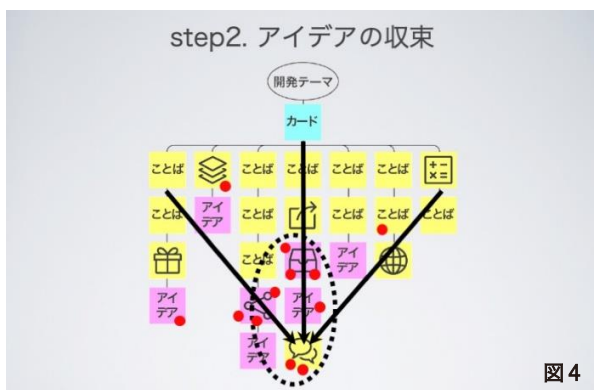


図4

4. Step3 - 価値軸の創出

新しい模造紙を用意し、投票数の多かった付箋を中央に貼り付ける。ステップ2でアイデアを収束したが、これは数多あるアイデアの一つに過ぎない。そこで、このアイデアを基にして展開できるアイデアを全員で考えてみる。様々なアイデアのバリエーションが出たところで、そもそも、このアイデアの「どこが新しかったのか?」、「何が面白いと感じたのか?」という観点で全体を眺め直すと、新たな切り口となる価値軸が見出せるはずである。それが、「テーマ」に対して、新しい発想のコアとなる「コンセプト」となる。(図5)

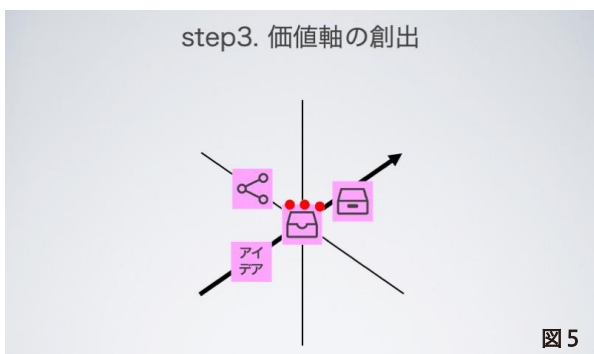


図5

5. Step4 - アイデアの醸成

アイデア発想の最終ステップ。新しい模造紙を用意し、グループで合意したコンセプトを貼り付ける。ここから先は、コンセプトをより魅力的に成立させるための肉付け作業である。

それが「商品」や「サービス」であれば、どんな特徴(What)があるのか。どんな人(Who)が使うのか。一人で使うのか、あるいは誰かと(Whom)一緒になるのか。どんな時(When)に使うのか。どこで(Where)使うのか。どのように(How)使うのか。といったことを、利用シーンを頭に思い浮かべながら、思いついたキーワードを付箋に書いて貼っていく。(図6)



図6

新たな提案は、生活の中の1シーンに、その商品やサービスを加えることになるので、利用シーンを「起承転結」に分けてストーリー仕立てで考えると、より分かりやすくなるだろう。この時、新たな商品やサービスを「転」の部分に、従来のものに置き変えてつけ加えることがポイントである。

6. おわりに

私が今までに行ったこともOSアイデア発想ワークショップの受講者の方々から、「何故だか分からないけどいいアイデアが出た」、「普段思いつかないような発想ができた」という感想を多くいただくが、それが最高の誉め言葉だと受け止めている。そもそも「発想」とは、人々の潜在的な価値観をすり合わせる作業であるから、原点が同じ「こどもOS」と親和性が高いのは自然なことなのである。

さて、今回は「Step5-子どものハザード予測方法」について紹介する。

- 1 こどもOSランゲージ 子どもたちの「遊び」や「楽しみ」などの振舞いの中から見出される22の行動言語。
- 2 プレイフル・デザイン・カード こどもOSランゲージから生み出された情緒的発想法のためのツール。詳細、購入は下記サイトから。<https://kidsdesign.jp/library/labo/15>
- 3 子どもの体験活動の実態に関する調査研究 参考サイト https://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpab201701/1389013_007.pdf