

気づきとアクションを生み出すフューチャーセンターのセッション設計：
しずおか消費者教育未来会議を事例として

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-05-30 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宇賀田, 栄次, 佐藤, 直樹, 天野, 浩史 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00010180

論文

気づきとアクションを生み出すフューチャーセンターのセッション設計 —しずおか消費者教育未来会議を事例として

宇賀田 栄次*, 佐藤 直樹*, 天野 浩史**

1. 問題意識—「課題解決」に向けたフューチャーセッションの設計

公益社団法人経済同友会が2015年4月にまとめた提言では、企業や社会が求める人材について資質能力の視点から以下の4つが示された。

- ・変化の激しい社会で、課題を見出し、チームで協力して解決する力（課題設定力・解決力）
- ・困難から逃げずにそれに向き合い、乗り越える力（耐力・胆力）
- ・多様性を尊重し、異文化を受け入れながら組織力を高める力
- ・価値観の異なる相手とも双方向で真摯に学び合う対話力（コミュニケーション能力）

これらの背景として、「グローバル化や技術革新の波が急速に押し寄せるなかで、膨大な情報から課題を発見、設定して、その解を見出すことは容易ではない。単純に先行モデルを模倣して成功する時代ではなくなっている」（経済同友会 2015:5）状況を説いている。

大学教育においても、2008年の中央教育審議会答申「学士課程教育の構築に向けて」で「グローバルな知識基盤社会や学習社会において、学問の基本的な知識を獲得するだけでなく、知識の活用能力や創造性、生涯を通じて学び続ける基礎的な能力を培うことが重視されつつある」と指摘し、「問題解決力」を含む「汎用的技能」<知識・理解><態度・志向性><統合的な学習経験と創造的思考力>を、学士課程共通の学習成果、いわゆる「学士力」として示した。企業や社会は、「課題（問題）解決」に向けた取り組みや教育を大学に求めていると言えるだろう。そこには答申でも触れられているように、現代社会が直面する「多様化・複雑化した課題」がある。

筆者らが関わるフューチャーセンターは、「スウェーデンを本拠地に世界20か国以上で保険事業を展開するスカンディア社が、1996年に同国ストックホルム郊外のヴィラを改築し開いた「知的資本」を創造する実験場が発祥とされる」（宇賀田 2016:39）が、野村が「『複雑な問題』を素早く解決するための場として、欧州各国の政府に広がった」（野村 2013:207）とするように、「課題解決」の場としての役割が期待されている。例えば、杉岡は、フューチャーセンターに関する実践と先行研究を分類的に整理した上で、「企業・行政・大学・NPO など組織やセクターを超えて、多様な当事者及びステークホルダーが集まり、未来志向で対話し、関係性を構築し、そこから創発されたアイデアに従い、相互協力のもと協調的なアクションを起こし、地域や組織の課題解決をする場や空間」（杉岡 2016:118）とフューチャーセンターを定義している。

しかし、フューチャーセンターを「課題（問題）解決の場」と短絡的に捉えることはできない。野村がフューチャーセンターを「組織を超えて、多様なステークホルダーが集まり、未来志向で対話し、関係性をつくる。そこから創発されたアイデアに従い、協調的なアクションを起こしていく。そのための『つねに開かれた場』（野村 2012a:157）と捉え、筆者のひとりである宇賀田も、静大フューチャーセンターの

* 静岡大学学生支援センター **NPO法人静岡フューチャーセンター・サポートネット ESUNE

活動を通して「学生はそれぞれの課題に対して当事者意識をもって考え、主体的に関わってきた。つまり『自分事』として地域や社会を捉えてきた」（宇賀田 2016:45）と指摘するように、フューチャーセンターそのものが課題解決の役割を果たすのではなく、参加者が主体的に課題に関わり、アクションを起こしていく過程こそが課題解決につながると見るべきだろう。

さらに、ここで検討しておきたいのは、フューチャーセンターの機能限界といったことである。フューチャーセンター自体は、物理的にも存在しうる空間や場であることは間違いないが、アクションの場であるかどうかについては議論の余地があると思われる。少なくとも現在知られているフューチャーセンターにおいて、アクションそのものが一時的ではなく、継続的に行われているという事例は管見の限りない。フューチャーセンターについて、特徴的活動を敢えて短く表現すれば、未来志向の対話の場ということになるであろうし、よく知られている構成要素を見ても、アクションにつながる、あるいはアクション自体を包括するような要素は見当たらない。例えば、野村（2012b:38）によれば、共通する4つの構成要素がある。〈空間〉、〈ファシリテーター〉、〈方法論〉、〈おもてなし〉である。事例として取り上げる静大フューチャーセンターの特徴として、宇賀田（2016:43）は、これらに〈学生ディレクター〉の存在と、〈ビジョンとセッションのルール〉を付け加えた説明を、野村（2012 b:38）を参考にしながら、次のように整理する。

- ①空間：立場の違う、多様な人たちがいつでも課題を持ち込みオープンに対話できる、創造的な空間
- ②ファシリテーター（創造を促す人）：フューチャーセッション（対話の場）で対話を促進する
- ③方法論：様々な対話の手法や問題解決の方法論を目的に応じて活用する
- ④おもてなし：通常の会合とは異なり、おもてなしの心で、参加者の関係性づくりを促す
- ⑤学生ディレクター：②の役割に加え、継続的なフューチャーセンターの運営や広報を担う
- ⑥ビジョンとセッションのルール：参加者が、場の目的や役割、ゴールを共有する

こうした構成要素がどのように組み合わさることで、アクションにつながっていくのかについては先行研究では詳しく論じられていない。また、フューチャーセンターで行われるセッション（対話の場）は、フューチャーセッションと呼ばれるが、フューチャーセッションをどのように設計すればアクションにつながるのかについても同様に明らかにされていない。

野村は、フューチャーセッションの典型的なプロセスとして次の5つ、すなわち〈問いの設定〉、〈多様な参加者〉、〈経験の演出〉、〈気づきの対話〉、〈協調のアクション〉を示しているが、ケーススタディによって詳細にそれらの内容が検討されてはいない。ただし、〈協調のアクション〉の説明には、「マルチステークホルダーが一堂に会し、新たな視点で一緒に行動することでより良い未来が描けるという参加者全員の深い気づきがあったとき、協調アクションによって社会を変えることができる」（野村 2013:213）とあることから、参加者の深い気づきによってアクションが生まれると解釈できる。さらに、野村は、フューチャーセッションは、「共通の認識を持つフェーズ」、「未来への洞察を得るフェーズ」、「アクションを起こすフェーズ」というステップになるとし、3つ目のステップで重要なのは「誰でも主体的にアクションを起こせるような信頼関係を築くこと」（野村 2013:214）だと説いている。

これらのことから、本稿では、課題解決に向け、信頼関係構築のもとでの参加者の深い気づきとアクションがどのようなフューチャーセッションの設計によって生まれてくるのかについて明らかにしたい。これまでのフューチャーセッションの先行研究や実践報告では、ケーススタディといえども、詳細にセッションの設計が論じられることはなかった。設計について論じていくことで、フューチャーセッションの特徴とされるいくつかの構成要素が具体的にどのように組み合わさっているのか、そしてその組み合わせによって、どのように気づきやアクションが生まれているのかを検討することが可能になるだろう。さらには、前述したように、フューチャーセッションとアクションの関係についても考察を深めることができると考える。

本稿の以下の構成は、2節で、静大フューチャーセンターの取組について2016年の概要とこれまでの特徴あるケースについて示す。3節以降では、これらの取組のうち、事例として取り上げるしずおか消費者教育未来会議について調査・分析し、フューチャーセンターにおけるセッション設計の詳細と「気づきやアクション」との関連について検討する。

2. 静大フューチャーセンターの取り組み—2016年の活動から

静大フューチャーセンターは、2013年8月から筆者のふたり(宇賀田・天野)が静岡大学のキャンパス内で始め、これまで定例会52回、番外編25回を数える。そのうち2016年は、定例会14回、番外編8回を開催した(表1)。なお、定例会は、静大フューチャーセンターが開催主体となるもの、番外編は、他の団体等が開催主体、あるいは共同開催となるもののうちフューチャーセッションを静大フューチャーセンターが担うものとして区別している。

表1 2016年の静大フューチャーセンターの開催

回	開催日	アジェンダ	回	開催日	アジェンダ
番外18	2016.1.15	<介護の未来ナビゲーター×静岡時代×静大FC④(静岡県主催)> in 静岡県庁 ・自分達(大学生)に必要な介護学を考える	番外21	2016.8.6	<静大FC 3周年記念フォーラム(ESUNEと共同開催)> in MIRAE/リアンコミュニティホール七間町 ・静大FCと静大FCを求めている人が出会うには
vol.39	2016.2.17	・国内唯一の県立劇団SPACを誇る静岡の大学生に演劇文化を根付かせるのにはどうすればよいのか	vol.47	2016.8.30	・静大FCと静大FCを求めている人が出会うには(どうすれば自分の団体に人を呼べるのか 完結編)
番外19	2016.2.22	静大FC(松崎町主催)in 松崎町役場 大学のゼミやサークルで松崎町を活用してもらうには	番外22	2016.9.1	<きくがわフューチャーセンター(菊川市市民協働センター主催)> in 菊川市市民協働センター ・きくがわの未来を考える
番外20	2016.3.12	<地方創生のためのフューチャーセッション(ESUNEと共同運営)> in 静岡商工会議所(第1部 講演:赤澤清孝氏 第2部 セッション「学生が活躍し続ける静岡の未来」)	vol.48	2016.9.14	・恋愛ネタをフューチャーセンターでどう対話できるか
vol.40	2016.3.16	・静岡市の「非定番」サイクリングコースをつくろう	vol.49	2016.9.30	・地域イノベーターとの出会い
vol.41	2016.4.12	・朝比奈大龍勢に大学生サポーターを呼びたい!	vol.50	2016.10.27	・あなたが大学職員だったら何をする
vol.42	2016.4.27	・『テーブ』を様々な人に知ってもらうには?	番外23	2016.11.15	<しずおか消費者教育未来会議(静岡県主催)> in パルシェD会議室 ・若者の「消費」を知ろう
vol.43	2016.5.19	・学生が三保で何ができるだろうか	vol.51	2016.11.17	・新聞の未来を考えよう in 朝日新聞社静岡総局会議室
vol.44	2016.6.7	・マイノリティ支援を考えよう	番外24	2016.12.2	<しずおか消費者教育未来会議(静岡県主催)> in パルシェ1・2会議室 ・「消費者教育が劇的に広まった未来」は?
vol.45	2016.6.23	・エコな取り組みってどんな取り組み?	番外25	2016.12.20	<しずおか消費者教育未来会議(静岡県主催)> in パルシェ2・3会議室 ・「世界がハッピーになる買い物がつくる未来」に向けて今できること
vol.46	2016.7.14	・どうすれば自分の団体に人を呼ぶことができるのか	vol.52	2016.12.21	・「オーライ東海道」「ヴァーチャルリアリティ」を使って何ができるだろう

(2016年12月29日現在)

アジェンダと呼ばれるセッションのテーマは毎回異なり、テーマの持込者(アジェンダオーナー)も、学生、自治体職員、企業経営者、地域活動支援者など多様である。静大フューチャーセンターが「多様化・複雑化した問題」に対する解決の場として、多方面から期待されていることが分かるが、参加者の立場、年齢、職業もさまざまである。参加者の多くはテーマや課題に対する専門的知識や経験を必ずしも持っていない、加えて言うなら、課題解決をしたいという思いで参加している者ばかりではない。「そのテーマ(アジェンダ)に興味がある」という場合が多いが、学生なら「さまざまな社会人と話してみたい」、社会人であれば「学生とじっくり話してみたい」という思いで参加する者も少なくない。

では、なぜそのような参加者が課題解決の主体者になることができるのか。宇賀田が、静大フューチャーセンターの課題解決に向けた役割として、「学生たちが解決の主役になることではなく、人と人との関係性を高めることで地域が『地力(じりき)』を発揮するための場づくりに貢献すること」(宇賀田 2016:47)と指摘するように、学生が参加者同士をつなぐ「銚(かすがい)機能」を果たしていると考えられる。実際に静大フューチャーセンターをきっかけに人と人がつながり、形となったケースを示しておこう。

①山梨の雪害をきっかけに観光まちづくりコンテストに応募した大学生たちのケース

2014年3月の定例会(vol.12)のアジェンダオーナーは山梨県出身の静岡県立大学の学生であった。当時山梨県で大きな雪害があり、この具体的な支援についてアイデアと仲間を求めている。フューチャーセッ

セッションを通じた参加者の多くは「隣の県なのに山梨県のことを知らない」という気づきがあり、その後、学生数名が山梨県の大学生との観光旅行交流を数回行うようになった。そうしたなか、JTBが母体となる「大学生観光まちづくりコンテスト」で山梨県が対象となることを知った学生のひとり（アジェンダオーナー）が、静大フューチャーセンターで知り合った、大学も学年も学部も違う学生4名を集め、チームを結成し実際に山梨県に何度も足を運びながら、コンテストに応募した。入賞はできなかったが、大学のゼミ単位での応募が多いなか、異色のチーム編成で注目された。

②静岡の観光をきっかけに連携が生まれ大学の授業に発展したケース

2014年9月に開催した番外編「プロジェクト市場」のアジェンダオーナーの1人はタクシー業界のシステム開発を行う企業経営者であった。タクシーを使った観光の取り組みを広げたいとアイデアを求めていた。フューチャーセッションを通じた参加者から「学生を含めた地域住民の対応も観光資源になる」という気づきがあった。半年後の2015年4月の定例会（vol.30）のアジェンダオーナーは訪日外国人観光客に静岡をもっと選んでほしいと考える観光業経営者であった。静大フューチャーセンターがきっかけとなり、両者は通訳案内士らとも連携し、客船で寄港する外国人観光客を対象として、学生がコミュニケーターとなるタクシーツアー商品を提供した。観光客と共に学生の満足度も高いことから、これをアクティビティとした実践的な英語科目が開発され、2016年度に正課授業として開講された。

以上の2例からうかがうことができるのは、フューチャーセンターという結節点を媒介にして、人と人がつながり合い、気づきやアクションが生まれている様子である。結節点としてのフューチャーセンターの機能と見ることができるであろう。

3. セッションを構造的に捉える—しずおか消費者教育未来会議を事例として

3-1. 事例の選択理由と調査手法

本稿では、ひとつの事例を取り上げ、より詳細に、フューチャーセンターのセッションを通じて、気づきやアクションが生まれる設計について見ていきたい。事例として取り上げる「しずおか消費者教育未来会議」は、分析対象として、次のような特徴を持つ。1つは、3回連続のフューチャーセッションであったこと、もうひとつは、静大フューチャーセンターの学生ディレクターOBが全体をオーガナイズ・設計しているという点である。このような2つの特徴から、1回限りのフューチャーセッションよりも厚みのある記述が期待できること、また、静大フューチャーセンターを対象とする場合でも、経験年数の長いOBが全体をオーガナイズしている点で、振り返りの際にフューチャーセッションをより俯瞰的に捉えることが可能となる。

では、気づきとアクションが生み出される設計を分析するにはどうすれば良いであろうか。あまた行われているフューチャーセッションを網羅的に分析することは原理的にも、物理的にも困難を伴う。またフューチャーセッション自体はデータを残すための設計が行われているわけではなく、1つのケースを取り上げる際にも、母集団を把握することが困難である。このような場合、社会科学的方法論は、理論的サンプリング⁽¹⁾や仮説演繹的探究などを採用してきている（cf. 佐藤 2008, 渡辺 2015, Glaser & Strauss 1967）。佐藤郁哉による、理論的サンプリングの説明によれば、「理論的サンプリングというのは、少しずつデータを集めて、それをそのつど丹念に分析していく作業を通して、母集団の姿を次第に明らかにしていくだけでなく、その姿をとらえるレンズとしての理論的枠組みを徐々に磨き上げていこうという発想」（佐藤 2008:126）であるという。フューチャーセッションの分析に当てはめれば、全体像が見えないフューチャーセッションの意義や役割について、問いを限定し、かつ分析視点を明らかにして、ケーススタディなどから徐々に検討を深めるということになるであろう。本稿の課題を超えるが、佐藤郁哉の言う理論的枠組みに当たるのは、フューチャーセッションの方法論に当たり、新たな方法論的視点からの提示を目指

したい。

本稿の場合には、フューチャーセッションの「設計」に着目することで、問いの限定と分析視点を明確化しようとしている。前述の再確認となるが、気づきとアクションが生み出される設計とは何かということが問いであり、そのための分析視点を提示することとなる。分析視点については項を改めて、3-3で説明をする。

さらに、本稿では、今回の対象事例のデータ取得に当たって、通常の聞き取り調査ではなく、設計者本人を対象として、当事者とともに振り返りを兼ねたインタビューを実施し、フューチャーセッションの設計の実際に接近するというアプローチをとった。質的調査分野においては、アクティブインタビューと呼ばれる手法に近いが、本稿では、加えて実践的により良いフューチャーセッションを作り上げていこうとする意志を当事者と共有し、かつ聞き取り対象者が執筆者にも加わる点で、新たな手法を開発する手掛かりとなると考えている（cf. 佐藤 2016⁽²⁾）。

次項からの記述は、聞き取り時のデータとせずおか消費者教育未来会議に関する資料に基づく。

3-2. 事例概要—しずおか消費者教育未来会議

しずおか消費者教育未来会議は、2012年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」に基づき、消費者教育に関するテーマについて、若者を中心に、自らの頭で考え、解釈し、解決策を模索する活動の場として静岡県が設置した。「若者の、若者による、若者のための消費者教育」を理念として掲げており、「静大フューチャーセンター」、「『静岡時代』編集部」、「静岡大学消費者研究サークル」の3団体、および有識者、並びに静岡県庁暮らし・環境部県民生活局県民生活課の職員によるフューチャーセッションを行い、フューチャーセッションの設計と企画運営を静大フューチャーセンターとNPO法人静岡フューチャーセンター・サポートネットESUNEが引き受ける実施体制である。今年度は、筆者のひとりである天野が、設計から企画運営のマネジメント、及びセッション実施のリーダー（当日のファシリテーター含む）を担当した。

表2 しずおか消費者教育未来会議の開催概要

回	開催日時	テーマ	参加者数と内訳
第1回	2016年11月15日（火） 18:30～20:30	若者の「消費」を知ろう	17名 （学生9名 社会人8名）
第2回	2016年12月2日（金） 18:30～20:30	「消費者教育が劇的に広まった未来」は？	16名 （学生7名 社会人9名）
第3回	2016年12月20日（火） 18:30～20:30	「世界がハッピーになる買い物がつくる未来」に向けて今できること	20名 （学生10名 社会人10名）

静岡県では、消費者教育について、消費者トラブル防止に留まらず、エシカル消費の理解も若者を中心に進めたい考えがあったことから、事前の打ち合わせにおいて、設計者である天野は、エシカル消費を理解するために、参加者が「消費を楽しく、自分事化でき」、さらには「消費で社会を変えることができる」と実感できることをセッションのゴールに設定した。

会議の開催概要は表2のとおりである。計3回のセッションが計画され、都度、参加者を募集した。参加者は消費者教育について検討するという大枠を理解した上で、セッションに参加している。

各回のセッションの運営や具体的なテーマ設定、セッション内の時間ごとの目的が詳細に検討され、運営がされた。第1回目は、「若者の消費を知ろう」というテーマが設定され、消費という行為への気づきが共有された。この点は、後段（4-2）で、気づきのための仕掛けとして詳しく見ていきたい。第2回目は、前回の振り返りを踏まえ、消費者教育が広がった未来がテーマとなった。この回は、結論は出ず、セッションでのグループワークの大切さや消費者が生産にも影響を及ぼしているという当事者意識に対する気づき

などが共有されている。最終回の第3回目は、第2回目終了後に打ち合わせが企画側でなされ、3つの問題（フェアトレード、消費者トラブル防止、地産地消）を決め、消費者教育全体ではなく、問題ごとの未来像（今回は「未来新聞」）を描く作業がなされた。この点は、後段（4-3）で、アクションへのつながりとして詳しく見ていきたい。セッションに関する詳しい内容は、しずおか消費者教育未来会議のホームページと静大フューチャーセンター情報局のfacebookページにて公開されている。



ファシリテーションをする筆者のひとり天野



セッション中のプレストの様子

3-3. しずおか消費者教育未来会議のセッション構造

フューチャーセッションなどワークショップを捉える視点についてはいくつかの視点があるが、北野（2016:12）によれば次の4つに整理することが可能である。

- ①スキル：ワークショップの進行技術など個人スキルに着目する
- ②形式：双方向型の新しい学習形式としての方法論や効果に着目する
- ③手法：合意形成の手法や場づくりのプロセスに着目する
- ④組織：ワークショップを一時的な組織として捉え、組織構造やマネジメントに着目する

従来ワークショップは①～③にあるようなスキル、形式、手法として捉えられることが多く、セッションの実際を捉えることはできても、セッションの成り立ちやその後の影響をうまくとらえることができていない（ただし、③の一部では、セッションの成り立ちやその後の影響へのアプローチもあると筆者らは考える）。そこで、本稿では④の組織として捉える北野らの試みを応用し、セッションの事前と事後も捉えるため、構造的に捉えることを提案したい。事例とした、しずおか消費者教育未来会議を構造的に捉えると次のように表すことができる。

北野らは、社会学者アーヴィング・ゴフマンのドラマツルギー（演劇論）を頼りに、ワークショップの分析視点を検討している。北野らは、ゴフマンのドラマツルギーによれば、パフォーマンスが発揮される場を表舞台（レストランで言えば料理が提供される場所）、パフォーマンスが準備される場所を裏舞台（レストランで言えば料理が作られる場所）と解釈する（北野2016:23-251）。ここでは、北野らに従って、セッションを表舞台とし、セッションの事前と事後を裏舞台として、セッションの構造と捉えると、3つの分析視点が導出される。1つ目は、裏舞台のひとつである打ち合わせを中心とする事前の場面、2つ目は、表舞台であるセッション当日、3つ目は、もうひとつの裏舞台である交流・振り返りを中心とする事後の場面である。

次節では、これら3つの視点に分け、特徴的な事柄を記述しながら、いかにして気づきやアクションを生み出そうとしているのかについて検討していきたい。その際に、参加者の気づきや感想をあわせてエビデンスとして示していく。

図1について説明を加え、以下の3つの分析視点に沿った検討につなげたい。まず、1つ目の分析視点で

ある事前の段階では、アジェンダオーナー（この場合は静岡県）とディレクター（主に天野）、静大フューチャーセンターをはじめとする学生団体やプロジェクトメンバー（NPO、行政、企業）が加わって、セッションの詳細な打ち合わせ、すり合わせが実施されている。ここで、天野は、次節4-1で確認するように設計に5つのキーワードを埋め込んでいる。次いで、2つ目の分析視点は、セッション当日（計3回）である。セッションでは、アジェンダが提示され、ディレクターによるファシリテーションのもと、参加者による対話が進行する。気づきが生まれる様々な仕掛けが遂行されているが、それについては4-2にて検討をしたい。最後に、3つ目の分析視点は、セッション後に当たる、事後に実施される振り返りや交流である。4-3で検討するが、どのようにして気づきとアクションにつながるような流れが作り出されているかを見ていきたい。

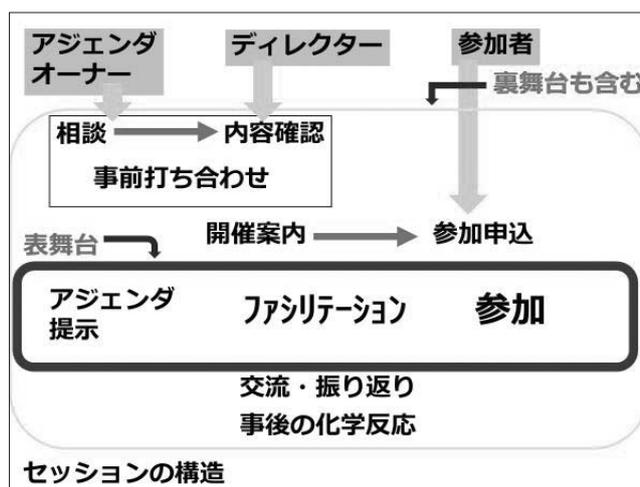


図1 しずおか消費者教育未来会議のセッション構造

4. 参加者をモチベートする設計—「自分事化」という目的

4-1. 設計の留意点—「自分事化」の論理

設計の際に、留意した点として挙げられているのが「自分事化」である。天野の言葉によると、「テーマや問題を自分の私生活の中の出来事として置き換えることができる」、「自分ならばどうするかという問いに答えを出すことができる」、すなわち「当事者意識の醸成」ということである。こうした「自分事化」は、フューチャーセッション自体の大きな目的でもあるが、天野は、「自分事化」が効果的に生じるように、木下（2007:13-15）が提唱するワークショップの特徴である5つのキーワードを設計と実際の運営に盛り込んだという。5つのキーワードとは、＜身体性＞、＜協働性＞、＜創造性＞、＜共有性＞、＜プロセス重視＞である。各キーワードの意味内容とセッションでの活用を表化すると次のようになる。

表3 設計時に留意した5つのキーワードの内容と活用例示

キーワード	内容	例示
身体性	身体まるごとの知覚と働き（食べる、動くなど）	フリータイムにフェアトレードチョコを試食、グループサイズの変更
協働性	参加者が協力をしあってつくりあげる	チェックイン時に確認、場のルール設定、参加者同士の協力によって完成するワーク設計
創造性	目標に向かって前向きに積み重ねていく	チェックイン時に確認、場のルール設定、個人ワークとペアワークの繰り返し
共有性	それぞれの意見、情報をシェアする	チェックアウトを合間、終わりに設ける
プロセス重視	結果ではなく、その過程に目を向ける	まとめのフレームを準備

セッション特有の用語も含まれているので、順に解説を加えたい。まず、身体性とは、体を動かしたり、食べるなどの五感や全身を使った行為を指す。セッションでは、フリータイムの時間が何度か取られ、フェアトレードチョコや地産地消商品などを試食し、味覚を伴ったアクションの体験があった。また、2人、3人、会場全体など、グループサイズの変更をして、セッション中に移動する時間があった。

次いで、ファシリテーション用語で、セッションのはじめに位置づけられるチェックインと、セッションの中途、ないし終わりに位置づけられるチェックアウトというスキルがある。

チェックインとは、セッションの導入部に当たり、その場にいる参加者全員の名前（あだ名）がわかるようにすること、目的やその場が作られている理由、ゴールの理解やルールを理解に充てられる。チェックアウトとは、セッションの切れ目や終わりに当たり、個人の気づきを振り返り、共有することに充てられる。気づきの共有のことを、気づきを収穫するという意味で、ハーベストと呼ぶ。気づきの共有における「気づき」は、やや広めの意味内容を持つ。参加者各人の思い付きをきっかけとしているため、思い付きの範疇を出ない気づきもある。

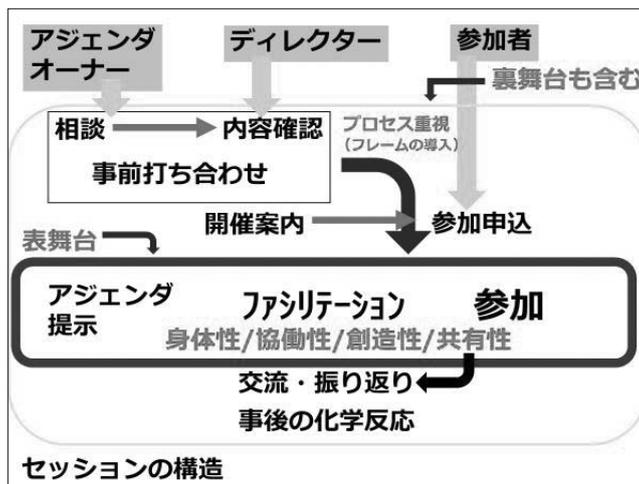


図2 5つのキーワードを盛り込んだセッションの構造

しかしながら、複数の気づきの中には、セッションの狙いと合致する気づきがあり、思い付きの範疇を超えるものがある。それらの気づきのことを、本稿では特に問いの対象になる「気づき」として捉えている。表3にあるように、チェックイン時には、協働性や創造性の意味内容がチェックインの説明とともに同時に確認され、チェックアウト時には、共有性の表現として、各自A4用紙に自分の気づきを記入しグループ内で共有が図られている。最後に、プロセス重視として、セッションごとに、結論付けていくための枠組み＝フレームがファシリテーターから提示されている。このことによって、その日の結論に向けた思考プロセスが可視化され、グループ間でも比較できるようになっている。

図2は、5つのキーワードをセッションの構造に盛り込んだものである。ここでどのように自分事化が起こるかについて仮説立てをしておきたい。フューチャーセッションにおいて自分事化（当事者意識の醸成）が生じる対象は、参加者にとっては馴染みの薄い事柄や普段は意識をしない事柄であり、あるいは専門的に知識を持っている者にとってもアプローチの方法や視点の異なった見方を要求される事柄である場合もある。そうした馴染みの薄い事柄を、自分にとっての問題に置き換えることが、フューチャーセンターの重要な役割である。フューチャーセンターの活動内容は、この文脈では、その時に集まった人々が馴染みの薄い事柄について話し合い、オンタイムで意見を協働で可視化・共有し、ある地点までの結論を導き出そうと創造性を発揮するというものであるということになるであろう。また、こうした場合には、物理的に存在する身体活動の重要性も忘れてはならないだろう。

4-3で詳細を検討したいが、天野の事前準備には、プロセス重視を目的としたフレームがあった。フレームのうち、最も特徴的であるのは、未来新聞の作成である。グループで議論した未来が実際に起こったとしたらという仮定で、それが一面で取り上げられた新聞記事を作成する。本事例では、3つの問題が議論され、共通のフレームで未来新聞が作成された。各グループでは、協働作成・共有された未来新聞という未来の世界（創造性の発揮）を対象化し、かつ自分ならばどうするかを考えるという時間が作られる。そこには、リアルではないヴァーチャルな自分が未来の世界の住人として存在している。つまり、どんな思考・行動をするのか、セッションを通じて参加者は想像することになる。

自分事化を言い換えるならば、対象化された未来の住人である自分の思考・行動の想像とでも表現することができるだろう。自分事化が生じるためのきっかけは、「未来世界の対象化」である。フューチャーセッションにおいては、それは様々なファシリテーション技術とともに、参加者の協働・共有による創造性の発揮によって成立する。協働・共有という点では、未来世界の住人には、自分だけではなく、その場にいる他者も含まれる。ヴァーチャルな自分の他に、多くのヴァーチャルな他人が存在するということが未来世界の充実には欠かせないだろう。この意味では、自分事化のきっかけは他人事であるとも言えるかもしれない（この点は、さらに、社会学、および心理学という社会化論、例えば、模倣行動やモデリング

の理論との対照によってより厚みのある分析になるであろう）。

以下では、自分事化の仮説、すなわち「未来世界の対象化」について、1)気づきのための仕掛け、2)アクションへの係留という視点から検討したい。

4-2. 気づきのための仕掛け—ファシリテーションスキルの駆使

気づきのための仕掛けについて検討するために、ある場面にフォーカスを当てて検討したい。第1回目では、セッションの終了後に、次のような振り返り（気づきの共有）があった。「私って自分勝手な消費者だなあ。無知って罪なのかも…？→教育が大切ね。」、「予算との戦い（選びたくても…）」、「やっぱりちゃんと選んで買ってる!!!、自分の中の基準がある！ものによって値段、質、けっきょく自分ゆうせん（フェアトレードとかしってても）」、「何も考えていない。けど、何を考えているか考える機会もない、と気づいた」、「割と関心があると思っていただけ…無意識の行動に気が付いた」といった風である。これらは、自身の消費の振り返り、この場合は、消費をする際の自分自身の消費対象の選択理由について検討したことが示されている。

第1回目のセッションでは、まず、「1週間で買ったもの」を付箋に書き出し合うという作業が行われている。その後、全員で買い物リストが共有され、一旦中座し、消費者教育に関して一定の見解のあるメンバーから話題提供があった。そこで問いが再度設定され、「若者は消費するときに何を考えているのか」について、グループ別に対話が実施された。この流れは、チェックアウト→テーマに関するインプットと問いの設定→チェックアウトという風に解釈することができる。

消費行動の理由を考えるために、実際の消費対象物のリストアップを踏まえて、テーマに関連する問いの設定、この場合は「それらの消費の際に想定していること」という問いが出される。その問いに沿って対話が行われ、チェックアウト時に、個々の気づきが共有されるという流れである。消費→消費理由という2段階のチェックアウトを通じて、セッション終了後の気づきにつながっていると考えられる。

2段階の流れについては、例えば、最初から消費者の消費理由を対話するよりも、段階的に思考・対話することで、その都度の問いがより明確になっていると考えられる。そのため一定数の参加者に同様の傾向の気づき—この場合は、消費理由への焦点化が見られるのではないだろうか。表3で示した5つのキーワードについて言えば、チェックアウトに代表される共有性だけでなく、チェックイン時に確認されている協働性や創造性を発揮しやすいように、グループサイズが変更（最初は全員で次はグループに分かれて）されたり、セッション終了時のアウトプットのフレームがあらかじめ提示されていることも、より思いの強い（単なる思い付きを超えた）気づきを促される仕掛けとして加えておいてよいだろう。

以上は、しずおか消費者教育未来会議の一場面の検討に過ぎないが、消費理由への気づき・見直しによって、消費を今後どうしていくかという動機付けが起こっていることが確認できるであろう。次いで、そうした消費の見直しという動機付けがどのようにアクションにつながるか検討してみたい。

4-3. アクションへの係留—スキルと目的の融合化

第3回目のセッションは、前述の通り、未来新聞が作成されるワークが行われた。各グループで、実現する未来を考え、それを報道する未来新聞の見出しや記事内容を対話形式で検討した。「フェアトレード」グループでは、「フェアトレード」が定着し当たり前になる未来を想像した。「フェアトレード商品がなくなる？」というコピーが付けられ、消費者志向の変化や企業の取引の見直しや商品価格の適正化が起こることを記事にした。「消費者トラブル防止」グループでは、消費者トラブルの大きな問題点のひとつを、「高齢者が孤独」であるという点に定め、消費者同士がICTによって結ばれ、国際的にも連携が図れるような未来を描いた。「地産地消」グループでは、静岡の代表的な水産物と想定されている「しらす」が、静岡県産でないものも多いことに着目した。同問題に関する高校生の団体が設立され、農家や店主が興味を示し、大きな動きになる未来を描いた。

セッション終了後の振り返りに、アクションを明示する参加者がいた。

学生時代の経験から「消費者教育＝フェアトレード」しか浮かびませんでした。もっとすそ野の広い教育なのだ、今回で知りました。“社会を良くしたい”と思っても、自分の無力さに一步を踏み出すことをためらってしまうことがよくありますが、「自分の友だち1人に話してみる」それだけでも、世の中を変えるひとつの大事なアクションなのだと思わせてもらいました。自分にできることを少しずつやってみたいと思います。

ここでは、ヴァーチャルな自分が積極的に行動を起こしている様子が語られている。そのほかの振り返りは、アクションを明確に示唆することはなかったが、その一步手前のアクションへの関心や想像を示す振り返りはあった。

なお、セッション時の振り返りには具体的アクションを明示しなかったが、このセッションを通じてエシカル消費への興味関心が高まった参加者が、後日、浜松市で行われた「はままつエシカルビジネス会議2016」（主催：公立大学法人静岡文化芸術大学下澤研究室、はままつフェアトレードタウン・ネットワーク）へ参加した。

セッション当日にはアクションへの関心や想像の段階でも後日にアクションにつながる可能性がある。そうした意味でも、アクションへの関心や想像を示す振り返りも、アクションにつながるとして積極的な評価をして良いのではないだろうか。これらのアクションへの係留には、ファシリテーション技術（フレームの提供＝未来新聞）と、当初設定した目的「消費で社会を変えることができる」との融合があったと考えられるであろう。未来新聞に描かれた未来の住人として、自分自身をヴァーチャルに想像することでアクションへつながっているのである。

以上のように、前節での気づきの発生からアクションへの係留までの状況を検討してきた。最後に、本稿で検討してきたフューチャーセンターのセッション設計について、未来世界という観点からまとめたい。



未来新聞の一例

5. 未来世界というヴァーチャルリアリティの可能性

『問題解決フレームワーク大全』のなかで、堀は、フューチャーセンターについて、「フューチャーサーチでは“現在”の利害関係者を集めます。それに対して“未来”の利害関係者を集めるのが、フューチャーセンターの取り組み」（堀 2015:195）だとする。このことを本稿の検討から解釈すると、未来のステークホルダーとは、未来世界の住人のことを指す。そして、その住人は、フューチャーセンターに参加した一人ひとりのヴァーチャルな姿である。個人の回想では限界があるが、その回想の世界に他人を介在させることができる。フューチャーセンターのセッションでは、協働性・共有性で他人の介在を可能にし、創造性を活かすことで、その介在を未来へと向けることが可能である。無論、現実のセッションでは、成否があるであろう。またすべての参加者にそれが感じられるという保証はない。しかしながら、本稿で検討してきたように、様々なファシリテーション技術が駆使され、参加者の想像力や創造力を掻き立てるような設計（本稿の事例の場合には5つのキーワード）によって、未来世界の出現が可能となる。未来世界とは現実にはないという意味で、文字通りヴァーチャルリアリティである。その可能性が出現することまでは本稿で確認することができた。冒頭で示した構成要素に沿っていえば、〈ファシリテーター〉や〈学生

ディレクター>が、当事者ととも、<方法論>や<おもてなし>を駆使した「設計」を行う。セッションの最中、時には、セッションの進行度に応じて、「設計」の修正（本事例の場合には第2回目の結果を受けて第3回目の変更）も余儀なくされるが、<ビジョンとセッションのルール>を踏まえた参加者間の協働・共有（=信頼関係の構築）によるワークが実施され、ゴールが目指される。そうした<空間>がフューチャーセンターの内実である。

気づきとアクションを生み出すセッション設計の意義の一端を明らかにしたところで、稿を閉じたい。

註

- 1) 理論的サンプリングについては、グラウンデッド・セオリーとの関連で、グレイザー&ストラウス（1967）を参照のこと。他にも渡辺（2015）は、社会学者アーヴィング・ゴフマンの調査方法論との比較検討を行っている。
- 2) 筆者のひとり佐藤（2016）が、不十分なが、分野が異なるが、社会運動（NPOやNGO活動も含む）に対する調査方法論の新たな視点について同様の方向性で検討を始めている。

引用・参考文献

- 宇賀田栄次 2016「地方国立大学におけるフューチャーセンターの意義と役割—『静大フューチャーセンター』の実践を通じた地域連携の観点から」『静岡大学生涯学習教育研究』第18号, pp.41-49.
- 北野清晃（宇野伸宏・久保田喜明監修） 2016『組織論から考えるワークショップデザイン』三省堂.
- 木下勇 2007『ワークショップ 住民主体のまちづくりへの方法論』学芸出版社.
- Glaser B. & A. Strauss 1967 The Discovery of Grounded Theory, Aline.(= 1996, 後藤隆・大出春江・水野節夫訳『データ型対話理論の発見』新曜社).
- 公益社団法人経済同友会 2015「これからの企業・社会が求める人材像と大学への期待～個人の資質能力を高め、組織を活かした競争力の向上～」(https://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2015/pdf/150402a_02.pdf 2017.2.4).
- 佐藤郁哉 2008『QDAソフトを活用する実践的データ分析入門』新曜社.
- 佐藤直樹 2016「ホネット理論の運動研究への応用可能性—「方法論としての承認論」の可能性」社会運動・集合行動研究ネットワーク・キックオフカンファレンス第1セッション 2016.10.07
- 杉岡秀紀 2016「京都市におけるフューチャーセンターを活用した次世代市民協働政策のための一試論」『同志社政策科学研究20周年記念特集号』, pp.115-125.
- 中央教育審議会 2008「学士課程教育の構築に向けて（答申）」(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1217067.htm 2017.2.4).
- 野村恭彦 2012a『フューチャーセンターをつくろう』プレジデント社.
- 野村恭彦 2012b「フューチャーセンターの本質：地域にフューチャーセッション文化を生み出す」公職研『地方自治職員研修』第45巻12号（通巻638号）， pp.38-40.
- 野村恭彦 2013「フューチャーセッションによる参加型イノベーションの可能性」『研究 技術 計画』vol. 28, No. 2, pp.207-218.
- 堀公俊 2015『問題解決フレームワーク大全』日本経済新聞社.
- 渡辺克典 2015「ゴフマネスク・エスノグラフィー」, 中河伸俊・渡辺克典編『触発するゴフマン—やりとりの秩序の社会学』, pp.26-45.