

企画デザインの4要素を活用したアイデア発想授業の 開発

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 静岡大学教育学部附属教育実践総合センター 公開日: 2024-03-14 キーワード (Ja): 企画デザイン, 発想法, ワークシート, PBL(問題解決型学習) キーワード (En): 作成者: 岩崎, 美咲, 伊藤, 文彦 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/0002000281

企画デザインの4要素を活用したアイデア発想授業の開発

岩崎美咲 伊藤文彦

(株式会社静岡博報堂 静岡大学教育学部)

Development of an idea generation class utilizing the four elements of planning design

Misaki Iwasaki Fumihiko Ito

要旨

本稿は、これからの未来に求められる企画デザインを創造するために必要と考える、企画デザインの4要素（非日常性、共同企画性、発見学習性、社会貢献性）¹が初学者のアイデア発想にも活用可能かどうかを検証するため、静岡大学教育学部附属島田中学校にて行ったアイデア発想授業の実践報告である。テーマは「中学生がよりお茶に親しむための企画デザイン」とし、デザイナーからの講義、ワークシート、グループワーク、プレゼンテーション、講評を実施した。最終のアイデアも含め、発想プロセスをワークシートを見ながら分析したところ、初学者の各グループが4つの要素を企画の随所に組み込みながら、企画をより充実したアイデアに発展させている様子が見受けられた。これらの結果から、企画デザインの4要素は初学者のアイデア発想にも有効であることが認められた。

キーワード： 企画デザイン 発想法 ワークシート PBL（問題解決型学習）

はじめに

近年はAIの成長も進み、ChatGPTなども広く浸透するなど、子どもたちを取り巻く社会環境は年々大きく変容していると言える。今後多くの職業がAIに代わられることが予測される中で、子どもたちの将来には、人間にしか作ることのできないクリエイティビティが益々必要とされるようになってきている。“企画デザインにおける経験価値を高めるための4要素”¹において、筆者が定義したのは、そのような時代の変化にも対応できるデザイン思考力を身につけるためのアイデア発想法である。企画アイデアを考える際に、企画デザインの4要素を必要に応じて強化することで、より充実したアイデアを制作することができる（図1）。

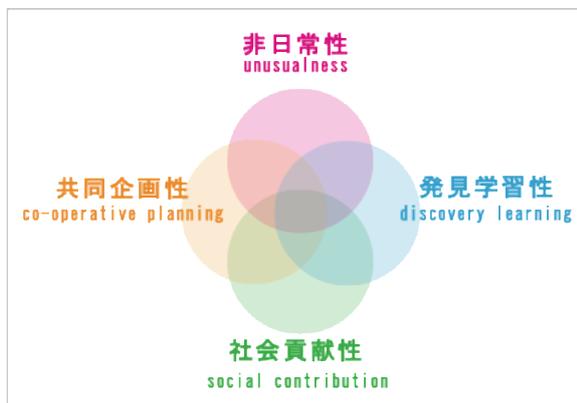


図1 企画デザインの4要素

1. 企画デザインの4要素とは

企画デザインに必要な1つ目の要素は、“非日常性”である。非日常性は、皆が驚く「今までにない」をカ

タチにしたものである。見慣れない世界を目にしたたり感じたりすることで新鮮さを感じ、心が動くきっかけを作るデザインである。2つ目の要素は、“共同企画性”である。共同企画性は、使う人同士が参加することで完成するデザインで、人との繋がりや参加者の主体性を重視するものである。3つ目の要素は、“発見学習性”である。発見学習性は、多くの人が知らない情報をカタチにすることで知的好奇心を満たし、学べるデザインである。4つ目の要素は、“社会貢献性”である。社会貢献性は、持続可能なより良い社会を目指すためのデザインである。SDGsなどの視点をベースに、地球環境や人類がより豊かな未来を継続するためのデザインを考え、それを形にするものと位置付ける。

企画デザインにおける経験価値を高めるためには、上記の4要素を意識することが重要であり、それが参加者の満足度の高いデザインを創造するための手立てになり得る。制作者は、4要素のどれか1つだけに焦点を当てて参加者を引き付けることもできるが、大半の経験が領域をまたいでいるため、必ずしも均等な円の重なりになる必要はないと考えている。世の中の状況やターゲットによって、必要となる要素配分には変化があるためだ。ただし、最も満足度の高い経験は、4要素全てにまたがっていると考えられ、図でいうと中心の重なり部分を意味している。

クリエイティブディレクターやアートディレクターは、これらの要素を経験に基づき紐づけながら企画デザインに取り組んでいるが、今後はこのような発想力が広くすべての人に必要となると考え、本実践では、基礎的な講義とワークシートの活用を連動させ、初学

者に企画デザインの4要素を意識したアイデア発想授業を実施した。

2. 研究概要

(1) 目的

企画デザインの4要素（非日常性、共同企画性、発見学習性、社会貢献性）が、専門職に携わる人のみではなく、広く学習者のアイデア発想に効果的に作用するのを検証する。

(2) 方法

著者は、共同研究者²と共に学習者（中学生）に発想力を育むための題材開発及び実践に取り組んだ。学習者の発想力を広げるため、デザイナーとの対話の機会を設け、企画デザインの4要素を用いた発想ワークシート（インプットシート、アウトプットシート、アップデートシート）を活用し、誰でもアイデアを作ることができる支援を準備した。これらのプロセスを通して発想されたアイデアを評価し、その有効性を検証する。育成する資質能力及び授業計画の設定、授業担当は、静岡大学教育学部附属島田中学校東浩太郎教諭によるものである。

(3) 実施時期、実施対象

2022年10月～2023年3月、静岡大学教育学部附属島田中学校3年生102名（男子60名 女子42名）

(4) 題材名（全18時間）

「中学生がよりお茶に親しむための企画デザイン」

(5) 育成する資質・能力

題材目標は「お茶の企画デザインを通して、地域の特産品が抱える課題の解決策を創意工夫し、他者に向けてわかりやすく発信する」こと。生徒たちに提示する課題名は「中学生がよりお茶に親しむための企画デザイン」で、企画デザインの4要素を習得しながら企画を作ることで、幅広い発想力を身に付け、表現する能力を育てることが目的である。ターゲットは学習者と同じ中学生に設定し、より自分ごととして課題を捉えることを期待している。

(6) 計画

授業計画は、図2の通りである。

時数	内容	ワークシートの活用
1	今までの題材の振り返り&授業アンケート	インプットシート 個人でまずは、情報を収集する。 講義を聞いた後に更にインプットを広げることで 発想の種を集めていく。
2	お茶アンケート&実態調査	
3	すでにある企画デザインの調査	
4	デザイナーからデザインについての講義	
5	個人で調べる、考える時間	アウトプットシート 多数の組み合わせにチャレンジし、発想力を鍛える。
6	個人で調べる、考える時間	
7	個人で調べる、考える時間	
8	チームで調べる、考える時間	
9	チームで調べる、考える時間	アップデートシート いくつか出たアイデアを4つの要素に照らし合わせながらブラッシュアップしていく。 より経験価値の高い企画へと磨き上げることで、 コトのデザイン手法を身につける。
10	チームで調べる、考える時間	
11	制作等	
12	制作等	
13	制作等	
14	制作等	
15	制作等	
16	プレゼン練習	
17	プレゼン本番	
18	プレゼン本番	

図2 授業計画表

(7) 対話機会の創出

初学者は授業の中で、実際に社会で働くデザイナーから講義やアドバイスを受けることで、より社会と繋がりを持った知識や発想に触れる機会を得る。表現と鑑賞の相互の関連性をより強固なものとするため、著者は第4時に企画デザインについての講義を行った。講義の中で初学者は、デザインの領域がモノだけでなくコトにまで拡張していること、アイデアは概念と概念の組み合わせであることなどを学習し、誰にとっても発想力をつけることの重要性を学んだ。各グループでのアイデアが決定した頃の第9時では、デザイナーからのアドバイスと質疑応答の時間を設け、グループのアイデアの良いところや、改善点などを企画デザインの4要素を踏まえて確認した。現場で働くデザイナー視点によるアドバイスが入ることで、客観的に自分たちの企画を振り返り、アイデアの磨き方を体感した。最終の第17・18時には、各グループのプレゼンに対してデザイナーから講評を行い、企画の評価できる点や4要素のどれが一番強化できているか、逆にどの要素が足りていないかなどを学んだ。また、最終プレゼンでは同じテーマでも全くアプローチの違う他の班のアイデアを目にすることで、初学者は答えや正解は1つではなく多様なアプローチが存在することを体感した。全体を通して小集団（無作為に選出した6名を1グループとする）による共同作業を基本としたグループ活動であり、課題を自ら発見し、解決方法を考える問題解決型学習（PBL）である。外部のデザイナーのアドバイスを踏まえながらグループ内で1つの企画にまとめ上げる作業は、自己と他者のアイデア尊重しながら進める対話型学習となったと言える。

3. 企画デザインワークシート

アイデアは多面的に捉え、目新しく効果的なものを生み出さなければいけないとわかっていながらも、実際にそのような思考を持つにはどのようにしたらいいのだろうか。著者は、企画デザインの4要素を活用し、学習者の発想の幅を広げていくために企画デザインワークシートを作成した。このワークシートは結論を早く出そうとしたり、早くまとめたりする効率化を目指したものではない。アイデアは可能な限り多数を発散させるべきで、最小限の思考にとどめるべきものではないからだ。グループワークにより自分以外のアイデアにも多く目に触れ、結論や答えを急ぎ求めることなく、発想するプロセスを楽しむことができれば、結果的に良い案を見出せることが多く、満足や納得につながる。そして、デザインを考える楽しさや喜びにもつながってくるのである。

(1) インプットシート

インプットシート（図3）では、①静岡のお茶の現状・魅力調査 ②若者のニーズ調査 ③私の興味発掘 の3つの項目に沿って情報を集めていく。①では、地元の

産業や生活や販売など茶にまつわる現状を観察する。②はターゲットについて客観的に、時には主観的に分析していく。③は、より自分ごととして企画に向き合うため、自分の個人的な興味を掘り起こす。極めて個人的な体験は、多くの人のコアなモチベーションと結びつくことも多いためである。

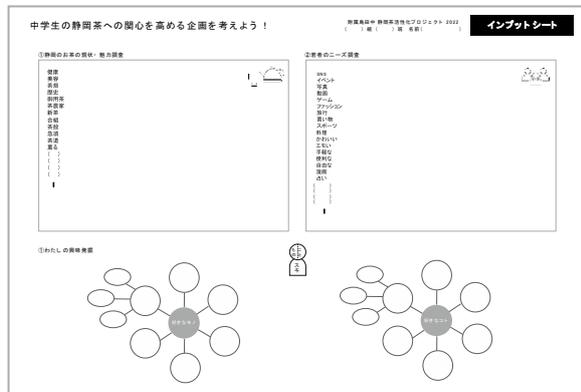


図 3 インプットシート

これまでの授業課題は、どちらかといえば受動的なものが多く見られた。一方、能動的に関われる授業課題とはどのようなものであろうか。能動的とは、提示された問題の趣旨や時代に適応できるデザインをつかっていくには、問題に対して、自分なりの考えで「なぜ」「どうして」「これだったら」と問うことから始まると考える。問いに対して自分に問いかけ、個人的ニーズや思考を掘り起こし、向かい合っていくのがインプットのフェーズだ。インプットは、いわば調査であるが、ネットや書籍の活用にとどまらず、周辺のインタビューなど、生活全体の観察をするという考えが根底にある。創作活動や課題解決にあたって、自分たちは創作者であると同時に、日常生活者でもあることを忘れてはならない。初学者は、こうした常に2つの立場から発想することを意識すると、これまでと違った視点や切り口が見えてくる。生活に即した疑問や、情報収集はデザイン発想の基になる。生活から能動的にヒントを掘り起こすことに意味があり、自分の生活や好みから発想することは、「流行っている」からではなく、「似合っている」「好んでいる」という、生活として自分自身を直視し、自分を知り、肯定していく作業にもなっていく。そして、そのことが自身の直感を磨いていくことにも繋がると考える。企画デザインとは自分のデザインと言うこともできる。なぜなら、企画デザインのアプローチの基点になるのは人であり、それは自分も含まれるからである。幅広くデザインを考える際に、まず自分がどうしたいのかという認識を持つことが大切であろう。海のように広いアイデアの世界で、自分にしか作れないデザインを提案し、独創的なデザインを制作する手がかりはここにあると言える。初学者はインプットを集めていくと、自然と自分の好きな傾向が把握でき、「こうしたい」「こうあ

てほしい」「こうするべきだ」という願望や課題が見えてくる。このことも初学者にとって発見であり、次のアウトプットに向けて、アイデア制作の独自のデータベースとなるだろう。

(2) アウトプットシート

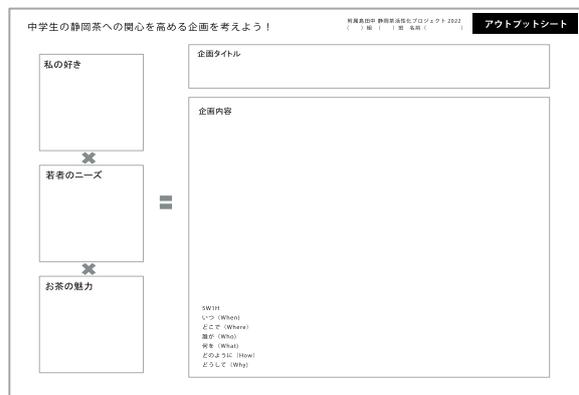


図 4 アウトプットシート

アウトプットシート (図 4) では、インプットシートで書き出したものの中から、いくつかをセレクトし「私の好き」「若者のニーズ」「お茶の魅力」といったベースとなる要素を掛け合わせていく。これは1つではなく、1人何枚も取り組んでもらう。ここでは、直感的な自分の五感情報で、思いつくままに記録していき、この段階では良し悪しを気にせず数多く組み合わせ、メモしていく。ジェームズ・W、ヤング (James Webb Young) は「アイデアのつくり方」の中で、『アイデアとは、すでにあるものの新しい組み合わせに他ならない』と述べている。³ あこがれを含む、理想を枠にとらわれず自由に組み合わせ、発想することはイノベーションを生み出すきっかけになる。現実的な問題について考え、よりアイデアの面白さを磨いていくことはアップデートシートで行うことができるため、このフェーズでは非論理的なことや現実離れしていてもその内容を否定しないようにする。

発想力というと、センスや才能のある特別な人がもっているものというイメージがある。それは、初学者にも多くあるのではないだろうか。本来は誰もがもっているものだが、自らその能力に蓋をしていることが多いと言える。効率的な思考や常識が発想力を阻害していることも多くある。「誰でも知っているはず」「笑われるかもしれない」「これは必要ない」「無理だ」と自ら決めつけて、思ったことを自分でできないようにしてしまう、自分の心理的な壁を作ってしまう。また、優秀な生徒ほど「いい案を出さなくては」「最高のアイデアを1つ出せばいい」など、効率的な思考が身についてきてしまっていることも多い。

この習性に囚われず、あえて無心で何枚もワークシートのプロセスを踏ませることで、自分でも思ってもみなかったようなアイデアに出くわすことを経験させ

たい。アイデアの質は量に比例するとも言えるのだ。

(3) アップデートシート

アップデートシート（図5）は、企画デザインの4要素を使ってアイデアをアップデートするためのシートである。

図5 アップデートシート

ここでは、非日常性を「驚きがある？」、発見学習性を「学べる？」、共同企画性を「参加できる？」、社会貢献性を「社会にいいこと？」（図6）とし、学習者がより理解しやすいキーワードとした。

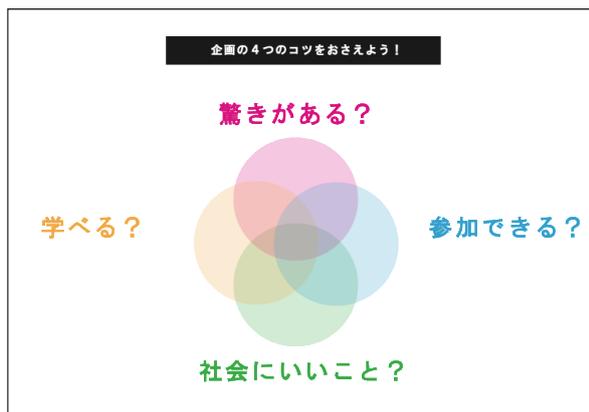


図6 企画デザイン4要素・生徒用

学習者は、これまでに出ているアイデアに対し4つの視点をもとに再度検討を重ねていく。例えば、非日常性の項目のフックワードの「最新」をチェックすることで、今の時代に新たに登場した最新のデバイスを活用したり、サービスを参考にするという視点が生まれるのである。初学者は何をより調べればいいのかという目的をはっきりすることで、自分の中だけではたどり着けなかった視点にアイデアを広げることができる。また、自分で自由にキーワードを記入することもできる。

4要素のうちすべての視点を強化しても、どれか1つの要素をより強化しても構わない。あくまでもアイデアをアップデートするための視点として活用してもらうことが目的である。各ステップ終了後、グループで互いに見せ合いながら、面白いと思う点や疑問など、

関連の内容を話し合い、意見交換をする。ここでも結論を急がず、仲間の意見を否定することなく、互いに発想を広げながらさらにアイデアを広げていく。そしてチームで更に4要素を踏まえながら企画をアップデートし、新たな発想を促す。このグループワークの際にも、手元に個人のインプットシート、アウトプットシートを持っていることで、自分がなぜこのアイデアを出したのか、良いと思ったのかを自覚的に説明ができると考える。また、アイデアの源であるインプットシートやアウトプットシートも紹介することで、そこから新たなアイデアを別の仲間が引き出すこともあるだろう。このプロセスは、一直線的なものではなく、アウトプットシートを作りながらインプットシートに戻ったり、アップデートシートを作りながらアウトプットシートに戻ることもある。何度も違うフェーズを行き来し、一見堂々巡りをしているように見えながら、アイデアをまとめたり、広げたりしていく。そうした連動した、拡散、収束の思考を個人の中で行っていくことで、アイデアは無理にまとめるものではなく自然と出来上がってくることを学習者は実感するだろう。ただし、どんなにアイデアがダイナミックに拡散と収束を繰り返すプロセスにあっても、大前提である大テーマに沿っているかどうかを、指導者は注意深く見守っている必要がある。

4. ワークシートを活用した授業実例

本項では、生徒がワークシートを使用して出た最終アップデートシートを分析し、特にどの要素を強化しアイデアを考えていったのかその思考プロセスの考察と、評価点について分析していく。

(1) 非日常性を強化したアイデア「茶 in クラフト」

「茶 in クラフト」は、世界的に流行しているゲーム Minecraft⁴ 上で、静岡茶の要素を入れたデータパックを提供するサービスだ。ゲーム上に茶畑を創り出すことで国内だけでなく、海外の人にも静岡茶の栽培や種類を楽しんでもらい、また、収穫できたら販売にも繋げていくという企画である。デジタル空間だからこそ、リアルな制約に縛られず自由に茶にまつわる体験を自由に楽しむことができる。現実世界では農家でなければ茶畑を作ったり、それを販売する体験はできないが、ゲーム上の仮想空間では誰でも疑似農家体験が可能なのだ。その点でも、この企画は4つの要素の中の、“非日常性”の要素が重視されている。また、プレイヤー本人が自らデータパックを活用して茶畑を作り出さないと完成しないことから、“共同企画性”も高いと言える。（図7）（図8）（図9）

(2) 発見学習性を強化したアイデア「MBteaI 診断」
「MBteaI 診断」は、デジタル上で質問に回答していくと自分の性格や特性が的確に分類分けされ、それぞれにパーソナライズされたお茶が提供されるサービスだ。占いや性格分析に興味が高い若い世代に話題となって

いる、MBTI 診断⁵を活用している。学習者はインプットシートを制作中にお茶には多様な種類があることを知り、エンタメ性を加えながらお茶を知ってもらうアイデアとして「MBteaI 診断」を提案した。特に“発見学習性”を重視した企画である。人は自分にカスタマイズされたものは、より知りたくなるという特性がある。茶の幅広い知識を身に付けつつ、自分の周りの友人や家族と一緒に楽しんだ際には、他のカスタマイズされたお茶についての知識も得ることができる。利用者は、よりパーソナライズされた形で記憶に深く結びついた知識を得ることができる。自分向けのお茶を知れば、実際に飲みたくなるという行動への誘引も優れている。また、参加者が自分で回答するという能動性がなければ完成しないことから、“共同企画性”も

強化された企画と言える。(図10) (図11) (図12)

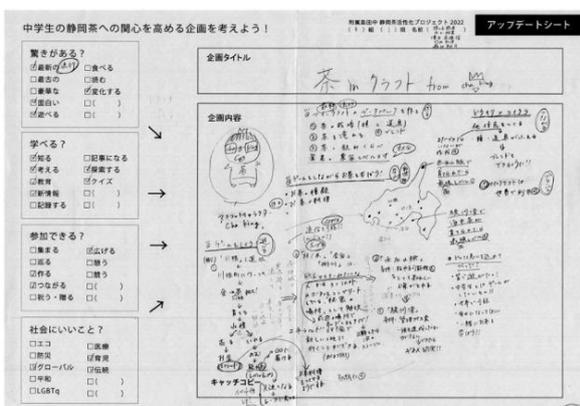


図7「茶 in クラフト」アップデートシート

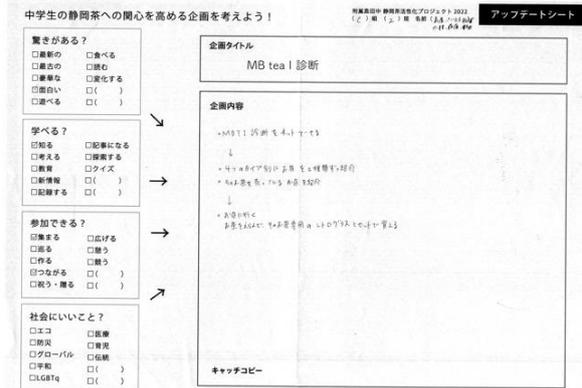


図10「MBteaI 診断」アップデートシート



図8「茶 in クラフト」発表資料



図11「MBteaI 診断」発表資料



図9「茶 in クラフト」4要素分析

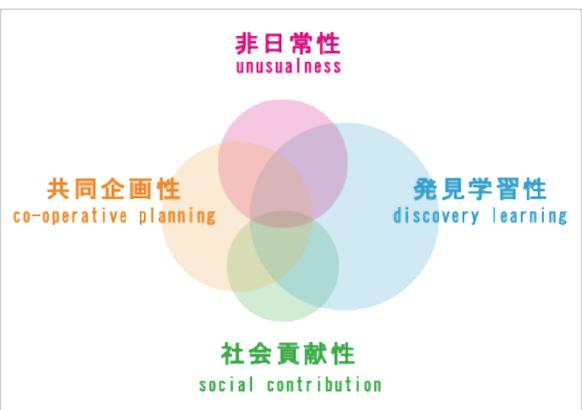


図12「MBteaI 診断」4要素分析

(3) 共同企画性を強化したアイデア「動くぞ！茶部室」

「動くぞ！茶部室」は、茶部室（部活）のオリジナルトラックが、日本全国に茶道を教えに走る企画だ。常に、YouTube で茶部室の今を配信していく。このチームは、活動方針として「五感」を重視しており、トラックの中で体験できる茶道体験には、茶の香り（嗅覚）、オリジナルボトルやオリジナルトラックデザイン（視覚）、全国の美味しいお茶とそれに合う和菓子（味覚）、お茶を自分で立てる（触覚）、お茶の ASMR（聴覚）⁶など、体験価値を高める工夫がなされている。茶部室の

魅力は、部室自体が動いていくというインパクトのある「非日常性」も大きい。初学者は、部活は学校で放課後に行なうもの、という固定概念にとらわれず、発想を展開している。さらに、部員自身が実際に茶の魅力動画を発信していくことで、お茶のことを何も知らなかった新入部員が、部活を通してお茶の楽しみ方を身に付け、発信すること自体がコンテンツになっている。部員である参加者とそれを見ている視聴者で部活を作り上げていくという点で、「共同企画性」が特に評価できる企画と言える。(図13)(図14)(図15)

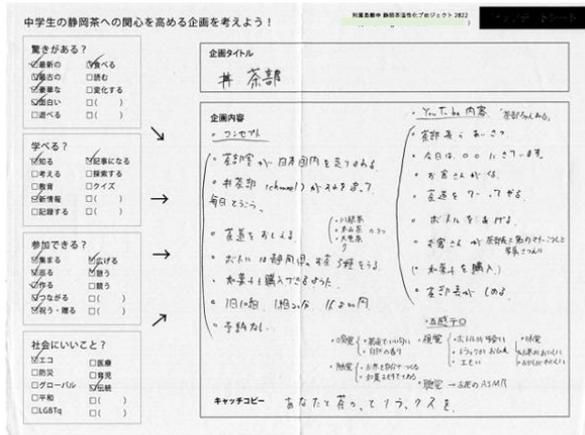


図13 「動くぞ茶! 部室」アップデートシート



図14 「動くぞ茶! 部室」発表資料



図15 「動くぞ茶! 部室」4要素分析

(4) 社会貢献性を強化したアイデア「寝具ブランド茶臭」寝具ブランド「茶臭」は、廃棄されてしまうお

茶で、お茶染めを行った寝具グッズを販売するというアイデアである。ベッドや枕カバーや、お茶のアロマなど、消臭効果もあるお茶製品で製造することで、機能的にも精神的にも快適な睡眠をサポートする。この企画は、近年話題となっているウェルビーイングの視点でも評価でき、ストレス過多や睡眠時間の少ない日本人に、より豊かな生活を提供できるという意味で、“社会貢献性”を重視していると言える。また、心身ともに健康を提供するという目標を、廃棄される茶殻を活用するというエコな手段でも実現している。お茶にはリラックス効果や消臭効果があるという機能面を情報として打ち出しており、飲むだけでないお茶の魅力を伝えていることから、“発見学習性”も高い企画とも言える。(図16)(図17)(図18)

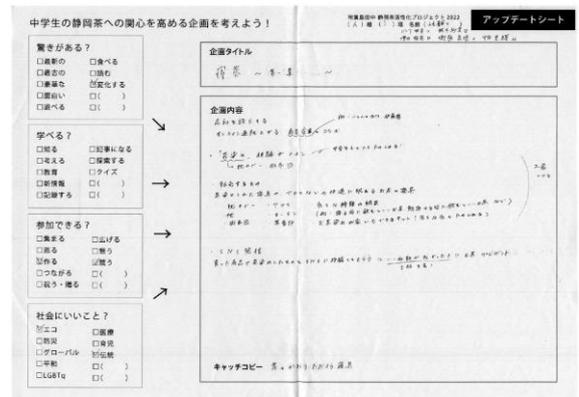


図16 「寝茶・茶臭」アップデートシート

図17 「寝茶・茶臭」発表資料



図18 「寝茶・茶臭」4要素分析

(5) 4要素を全て強化したアイデア「駅茶旅」

「駅茶旅」は、県内の駅に地元茶ロゴを掲出し、スタンプラリーで巡りながら地元茶を旅を通して体験してもらう企画だ。静岡県には、多種多様な茶産地がある。川根茶、菊川茶、掛川茶、丸子茶、本山茶など、その茶産地の数は日本一多いが、それらは横連携されることはあまりなく、産地ごとバラバラに販売されていることが多い。この課題を解消するため、駅というインフラを活用し、茶産地が一体となってお茶の魅力を伝えていくというものだ。車ではなく、電車なら中学生でも旅をしながら利用できるという点も、ターゲットの行動特徴をよく踏まえている。また、地域のお茶に合う和菓子も紹介することで、より地域経済を盛り上げるきっかけを作っている。この企画は、暮らしの中でありふれた存在となってしまうがちなお茶を、あえて旅のテーマにすることで新鮮な目線で巡るという“非日常性”、参加者に実際に巡ってもらうことで成立するという“共同企画性”、旅で巡る中でその地域のお茶をより知っていくという“発見学習性”、電車というエコな移動観光手段を促進する“社会貢献性”、4つの要素がバランスよく強化されている事例である。このチームでは4つの項目を全て満たすことを企画当初から意識しており、その結果議論がスムーズに展開されている様子も確認できた。(図19)(図20)(図21)



図 21 「駅茶旅」4要素分析

5. 研究結果

以上の授業実践を踏まえ、企画デザインの4要素は学習者のアイデア発想に効果的に作用していると言える。インプットシートで、自分の枠を越えた知識を手に入れ、アウトプットシートで様々な組み合わせを思考し、アップデートシートで4要素を踏まえて企画を強化する。4要素を取り入れたワークシートは、自分たちのアイデアの強みを明確にしなが、足りないと感じる部分にはアイデアを加え、調整ができるメリットもある。本来アイデアは、指導者のアドバイスによってブラッシュアップされるが、4要素を活用することで学習者が自分たち自身で企画を磨き上げるという作業が可能になったのである。学習者は4要素を意識することによって自らのアイデアを常時点検し、発想の起点を作り出し、チームで項目に沿った建設的な議論を行う。アートディレクターやクリエイティブディレクターが無意識に行っている思考プロセスをフォーマット化することによって、その思考プロセスを追体験することが可能になったものと考えられる。特に、最後のチームでは4つの項目をすべて取り入れることを強く意識して取り組んだ結果、より完成度の高いコトのデザインとして企画を創出することが出来る可能性が更に示唆された。

謝辞

実践では、静岡大学教育学部附属島田中学校の生徒の皆様にご協力いただきました。また、共同研究者である同中学校の東浩太郎教諭及び静岡大学教育学部高橋智子准教授には、題材開発やワークシートの検討、授業実践、評価等に共に取り組み、その過程において多大なご協力やご助言をいただきました。また論文執筆においても、ご指導・助言をいただきました。深く感謝申し上げます。

註・引用文献

1 岩崎美咲, 伊藤文彦「企画デザインにおける経験価値を高めるための4要素」, 静岡大学教育学部研究報告 人文・社会・自然科学篇 巻 74, 2023年, pp. 93-103
 2 実践は、共同研究者と共に静岡大学教育学部附属島田中学校(以下、島田中と記す)で取り組んだ。対象は、

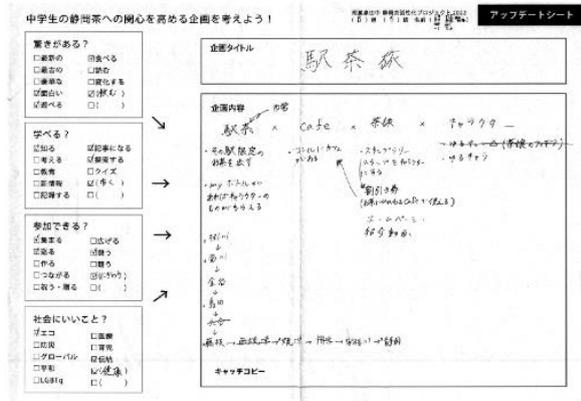


図 19 「駅茶旅」アップデートシート



図 20 「駅茶旅」発表資料

島田中3年生102人(女子42名 男子60名)。共同研究者は、静岡大学教育学部美術教育系列高橋智子准教授と静岡大学教育学部附属島田中学校東浩太郎教諭の2名。題材開発・提案の担当は高橋・東・岩崎で担当し、授業実践者は東、ゲストティーチャーとして岩崎、企画デザインの4要素論は岩崎、企画デザインの4要素の考え方をういたワークシートの検討は岩崎・高橋・東で取り組んだ。学習者がワークシートを使用して生み出したアイデアの分析を行い「企画デザインの4要素の理論構築」に取り組んでいく。

³ ジェームス・W. ヤング (James Webb Young) , 「アイデアのつくり方」, CCC メディアハウス, 1988 年, p. 8

⁴ 「Minecraft (マインクラフト)」, マルクス・ベルソンと Mojang Studio の社員が開発したサンドボックスビデオゲーム。オンライン上でサバイバル生活を楽しむと同時に、自由にブロックを配置し建築などを楽しむことができる。ゲームの世界(ワールド)は水平方向にはほぼ無限に広がっており、土や石、鉱石、原木、水、溶岩などのさまざまな種類の立方体のブロックで構成されている。プレイヤーは採集した原料を加工し、構造物や装備品を製作することができる。また、スイッチやセンサーなどの信号により動作する装置を構築することもでき、一部の動物は対応するアイテムを与えることで繁殖させたり、手なずけたりすることも可能。

⁵ 「MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) 診断」, 1926 年に開発された、心理学に基づいた性格診断の一種。質問を答えることで 16 種類の性格のうちどれに当てはまるのか把握でき、世間との接し方や物事の考え方、判断の基準など自分自身の特性を知るのに役立つ。具体的には興味の方角性から内向的と外交的の2種類に分け、さらに外界との向き合い方から感覚型・直感型・思考型・感情型・判断型・認知型の6つに分類し、その結果から16種類のうち1種類の性格を導き出す。

⁶ 「ASMR (autonomous sensory meridian response)」, 人が聴覚や視覚への刺激によって感じる、心地よい、脳がゾワゾワするといった反応・感覚。