

## Alternative Guidebook: 場に対する理解を深化させる仕掛け

Alternative Guidebook: Designing a Trigger to Deepen the Understanding of One's Surroundings

白水 菜々重\*1

Nanae Shirozu

花村 周寛\*2

Chikahiro Hanamura

月川 香奈子\*3

Kanao Tsukikawa

松下 光範\*3

Mitsunori Matsushita

\*1 関西大学大学院 総合情報学研究科

Graduate School of Informatics, Kansai University

\*2 大阪府立大学 21 世紀科学研究機構

Research Organization for the 21st Century, Osaka Prefecture University

\*3 関西大学 総合情報学部

Kansai University, Faculty of Informatics

This research clarifies the design criteria required to deepen the understanding of one's surroundings. Our approach is to conduct a workshop with a "Shikake," a means that is intended to change a person's behavior or thinking. Specifically, we focused on creating a Shikake as an "Alternative Guidebook," one that is organized from an unfamiliar point of view. Through its creation, a participant's stereotypical impression of his or her surroundings is "made foreign" (i.e., dramatically changed). We anticipated that these surroundings would be transformed from tiresome places into new, delightful ones. Adopting this perspective, this paper presents the findings obtained through two workshops executed under different conditions.

## 1. はじめに

人々には、生活を営む上で、頻りに利用する場所がある。例えば、学校や会社、自宅の周辺や駅、スーパーなど日常的に通い慣れた場所もあれば、週末に遊びに行く繁華街、初詣や夏祭りを訪れる神社といった見慣れた風景などである。

しかし、そのように慣れ親しんだ場所や風景であっても、人は必ずしもその場を「よく理解している」とは限らない。例えば、建物の配置や道の通り方は知っていても、そこにある素朴な自然や、傍らに佇むモニュメントなどに気づいていないことがある。また、単に利用するだけとなっている場合は、人はその場に対して関心や愛着を持っていないことも多々ある。松村は、そのような日常生活や街の中にある、見えているのに見えていない、聞こえているのに聞こえていないフィールドの魅力に人々の意識や五感を「気づかせる」ために、フィールドに設けた「仕掛け」を通じて人の意識を変容させる方法をフィールドマイニングと名付け [8]、現在は、より広範な領域を対象とした仕掛学 [2] へと展開しながらその体系化を目指している。

本研究の目的は、松村の提唱するフィールドマイニングと同様に、通い慣れた場所や見慣れた風景に対して「思考の補助線」となるキーワードを与えることで、未知化 (exformation/foreignization) [6] や異化 (ostranenie/foreignization) を促し、その場に対する認識の深化や新たな発見を図る方法論としての「仕掛け」を確立することである [5, 7]。本稿では、「場に対する理解を深化させる仕掛け」づくりとして、これまで筆者らが取り組んできた 2 つの異なる条件下で実施したワークショップの事例について報告を行う。また、ワークショップで得られた成果物から仕掛けの効果について議論する。

## 2. 場に対する理解の深め方

本章では、本研究が目的とする「場に対する理解の深め方」について、従来行われてきた方法を紹介するとともに、本研究の手法について述べる。

## 2.1 従来の方法

場に対する理解を深める一般的な手段には、土地の歴史や地図が載った本や Web ページを読んだり、講義形式で知識を学んだりする方法が挙げられる。例えば、京都市にある観光地としても有名な錦市場の Web ページ \*1 では、市場に関心を持ってもらうために、店舗の案内だけでなく、市場の歴史の紹介や、Google ストリートビューのように擬似的に市場の中を歩いているかのように体験できるコンテンツを提供している。また、小学校の生活科の授業では、「町探検」を行い、そこで得た知識を学習者が紹介しあうなどの取り組みも見られる [10]。このような方法は、企画者の意図である「場所に関する知識の獲得」「場所への理解」「場所に対する認識の深化」などといった目的が情報の受け手や学習者に明示され、かつ、受け手が意図を明確に汲み取ることができれば、有効に機能することが期待される。しかし、納得したり共感したりできなければ、意図した目的に辿りつくことができないと考えられる。また、意図に辿り着く過程に対する楽しさや満足度への注目が疎かになる懸念が残る。

最近では、情報の受け手に対して、より身近に興味を持ってもらうための手段として、地方の自治体並びに団体が郷土愛のメッセージ性を持たせたマスコットキャラクター (通称、ゆるキャラ [3]) を制作し、キャラクターに愛着を持ってもらうと同時にその土地への関心を誘発しようとするムーブメントも見られる。このような愛着を重視した方法では、「ひこにゃん\*2 = 彦根市」といったように土地への認知度を向上させることには効果的であるが、「彦根市の名産品を知る」「彦根市は滋賀県のどこに位置しているか調べる」といったように、より能動的に詳しくなってもらうためへの動機付けとしては弱いと考えられる。

## 2.2 仕掛けとしての「ガイドブックづくり」

本研究では、参加者が主体的かつ能動的に知識の収集や共有に努めるワークショップ形式の学びを対象とし、それをデザインすることで上述した問題の解消を図る。ワークショップ形式

連絡先: 白水 菜々重, 関西大学大学院総合情報学研究科, 大阪府高槻市霊仙寺町 2-1-1, k916026@kansai-u.ac.jp

\*1 <http://www.kyoto-nishiki.or.jp/>

\*2 <http://hikone-hikonyan.jp/>

表 1: 2つのワークショップで作成されたガイドブックの題材と概要

ワークショップ名	題材	ガイドブックの概要
Paradise Scope 2011年	生き物の楽園 マチュ・ピチュ スポーツジム お化け屋敷	キャンパス内にある生物・人物を動物図鑑風に紹介。実在する動物園とキャンパスを比較したデータを掲載。マチュ・ピチュに見立てて撮影した写真や、マチュ・ピチュとキャンパスを比較したデータを掲載。食堂の献立のカロリーと、キャンパス内の階段を昇り降りした際の消費カロリーを対応付けて紹介。キャンパスをお化け屋敷に見立て、キャンパス内の不思議・不気味なスポットやオブジェクトを紹介。
Paradise Scope 2012年	大豪邸 パワースポット 憩いの場所	敷地の広さに着目し、キャンパスの金持ちの豪邸に見立てて写真を撮影し、人物の写真とコラージュ。キャンパス内の癒しのスポットを紹介。施設を神社に見立てた写真撮影や、自然の中で聴こえる環境音をサンプリング。キャンパス内の憩いの場所をランキングサイト風に紹介。実在の休憩所を紹介するのではなくイラストを合成させて見立てを行っている。
大阪・ミナミ プロジェクト	世界の名所 お金 笑い データブック	ミナミに点在するスポットを紹介。その場に似た世界の名所の写真をコラージュし、楽しむ体験型の本。風景に値段をつけるがテーマ。売り物が並ぶ商店街の写真に映り込む値札が貼られていない物の値段を調査し、掲載。ミナミのおもしろスポットを紹介。実際に訪れ、面白かったかどうか評価を書き込める体験型の本。道頓堀の雑学や豆知識などのデータを収集。細かく写真を撮ってバラバラ漫画にし、実際に歩いているような感覚を演出。

の学びは、近年注目を集めている協同学習 [11] の一形態であり、ものづくりやサービス、コンテンツなどの価値を創造する活動やそのための教育を企図したものである。近年では、様々なワークショップが提案・実施されており、それを支援するシステムの研究も進められている (e.g., [12])。

「場に対する理解を深める方法」として本研究が着目したのは、「ガイドブックづくり」である。ガイドブックは、見知らぬ土地を観光する際に多くの人々が利用する案内本である。地図や店舗情報、名産品などを紹介するような一般的な (ordinary) ガイドブックに対し、「これまでにない切り口で編纂された (alternative) ガイドブックを制作すること」をワークショップの課題とした。この課題は、場所に対する見方 (perspective) を異化させることを目的としている。ワークショップでは、参加者が「これまでにないもの」を探するために、訪れたことが無い場所へ出向いたり、見過ごしていた景色に目を向けたりするなど、それぞれがある視点に沿ってその場所の良さを再発見することで、愛着の醸成や場所への理解が深まることを狙っている。

本研究では、上述したガイドブックを作るワークショップを、「大学のキャンパス」と「大阪のミナミエリア」の2つの場所を対象にして実施した。以降は、ワークショップで得られた成果物であるガイドブックの分析を行い、本研究が意図した効果が見られたかどうかについて、議論を行う。

### 3. Paradise Scope プロジェクト

1つ目の事例は、大学のキャンパスに対する学生の「愛着」を向上させることを目的に行ったワークショップ「Paradise Scope」である。ワークショップで対象とするのは、関西大学の高槻キャンパス (大阪府高槻市) の学生である。関西大学は13学部から構成される総合大学で、学部の多くは千里山キャンパス (大阪府吹田市) に所在する。千里山キャンパスは交通の便が良く繁華街に隣接しており、常に学生たちで賑わっている。対照的に、高槻キャンパスは郊外にあり、また単一の学部 (総合情報学部) しかないため学生数は少ない。加えて、高槻キャンパスは最寄り駅からバスで25分程度離れた郊外にあるため交通の便が悪く、近隣には店舗が全くない。

山の中腹にあるため緑が多く、勉強に集中できる静かな環境であるが、高槻キャンパスの多くの学生は、特に前述した交通の不便さとキャンパスの活気の無さについて不満を持っている。講義の時間帯には学内を歩く学生がほとんどおらず、日中にも関わらずキャンパスは閑散としている。また、構内は木々が生い茂り、坂の途中に建物が並ぶため、建物間の見通しが悪い。都市計画家の Kevin Lynch は、人々が都市を理解する際のわかりやすさや見えやすさのことを「イメージアビリティ (Imageability)」という概念で説明しているが [1]、高槻キャンパスはそうした理由からイメージアビリティが高い場所である

とは言い難いといえよう。以上のような問題点から、総合情報学部にも所属する学生の高槻キャンパスに対する「愛着」は相対的に低いように観察される。

#### 3.1 キーワードによる視点の異化

本ワークショップは、参加者自身が見慣れているはずのキャンパスに対して違ったまなざしを獲得することを目的としている。ワークショップでは2.2節で述べた仕掛けづくりの視点からアプローチするために、キャンパスへの愛着という問題に対して明示的に課題を示すのではなく、退屈なキャンパスの風景が、もし「楽園」だとすればという架空の設定を行った。旅人のようなまなざしで眺めることや、旅人をもてなすような気持ちで見つめることで、楽しみながらキャンパスの意味を再獲得することを目指している。この「楽園」というキーワード (思考の補助線) を元にして、本ワークショップは「Paradise Scope」と命名された。

ワークショップは、2011年8月と2012年2・3月にそれぞれ4週に渡って実施された。1回目の参加者は学部3・4年生19名、2回目の参加者は学部2年生12名であった。参加者らはパソコンの操作スキルと学年などの比率に偏りがないようにチーム分けされた。

ワークショップで参加者に与えられる具体的な課題は、キャンパスを楽園に見立てた上でガイドブックをグループワーク形式で作成するというものである。ワークショップでは、参加者がキャンパス内のこれまで訪れたことの無い場所へ出向くようなファシリテーションを行ったり、楽園の質を方向付けたりするなど、それぞれがある視点に沿ってキャンパスを再発見することで、愛着が醸成されることを試みた。

#### 3.2 ワークショップの成果物

ワークショップで参加者たちによって実際に作成されたガイドブックの題材とその概要を表1に示す。

2011年に行ったワークショップでは、あるグループがキャンパスを“生き物たちの楽園”に見立てた上で、「総情生き物図鑑」というタイトルのガイドブックを作成している。このガイドブックでは、緑豊かな高槻キャンパスに棲息する昆虫や動物を紹介するだけでなく、設備の一部分の形状を生物に見立てたり、学内にいる学生や職員たちをも、その特徴を捉えて生物のように属性を分けたりすることで、図鑑を構成している (図1参照)。

また、2012年に行ったワークショップでは、キャンパスを“憩いの場所”として捉え、レジャースポットのランキングサイトに似せたガイドブックを作成しているグループもあった。このガイドブックでは、実際に休憩ができる場所を紹介するのではなく、普段は目に止まらないようなキャンパス内の風景を写真で撮影し、その風景に人物のイラストを合成することで憩いの場所であるかのような見立てを行なっている (図2参照)。



図 1: 生き物の楽園に見立てたガイドブック



図 3: 黒門市場の風景に値段をつけたガイドブック



図 2: ランキングサイト風に憩いの場を紹介するガイドブック

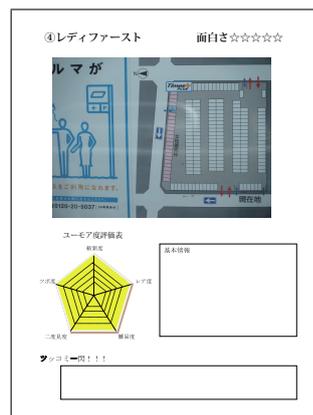


図 4: 面白いスポットを紹介し評価を書き込めるガイドブック

ガイドブックの題材の中には、一見「楽園」とは関係無いものもあるが、キーワードが与えられたことによって参加者らの思考が刺激され、視野の広がりが観察された。

#### 4. 大阪・ミナミのクリエイティブツーリズム

2つ目の事例は、大学コンソーシアム大阪が提供する大学生を対象としたインターンシップ・プログラムで実施された「ミナミのクリエイティブツーリズム」プロジェクト\*3である。クリエイティブツーリズムとは、観光客を受け入れる側である土地が持つ文化の特性をワークショップや体験学習などを通じて「体感する」ことで訪問客に理解してもらい双方が交流できる、従来の観光には無い創造性の高い観光を意味する [4]。

「ミナミのクリエイティブツーリズム」では、心齋橋から難波・新今宮にかけての繁華街である通称「ミナミエリア」がディープサウスとして最も大阪らしい個性を色濃く持つ場所であり、かつ様々な文化資源が埋もれていることに着目し、その埋もれた資源をクリエイティブに掘り起こし、プロデュースすることで国内外の観光客に対してアピールできるような魅力を考えることを狙いとしている。

本プロジェクトは、2012年の7月から9月の7週に渡って実施された。大学コンソーシアム大阪の会員大学(大阪府内に所在)に所属する学部1年生から修士1年生までの大学生22名(男性10名、女性12名)が参加し、4つのグループに分けられた。週に一度、公式のクリニックが開催されたが、それ以外の日程でも参加者は自主的に集まり、フィールドワークや情報収集を行った。

##### 4.1 ワークショップの成果物

本プロジェクトでは、大阪ミナミを「今までにないクリエイティブなツーリズム」という視点で捉え、フィールドワークを通して提案することを課題としている。以下に、4つのグループが制作したガイドブックの内容について紹介する。

1つ目のグループはフィールドワークを通じて、ミナミには異国で見たことのあるような景色が多数存在することに気づいた。この異国のような景色をより明確に体感できるように、世界中の名所の写真をガイドブックに掲載し、類似している風景と写真をコラージュするという使い方ができるガイドブックを制作した。2つ目のグループは、大阪を代表する黒門市場と千日前道具屋筋商店街に注目した。値札が貼られた商品が多数並ぶ商店街の中にも、ただ歩くだけでは気づかないものや値段がわからないような物が存在することに気づいた。それらに対して読者の目を向けさせることを狙って、商店街の風景の写真の中に映り込む値札の貼られていない物の値段を調査し、ガイドブックに掲載した(図3参照)。また、3つ目のグループは、大阪の中でも特に漫才や喜劇の劇場が複数あるミナミが「笑い」のイメージの強い場所であるという点に着目し、フィールドワークの中でミナミの「思わずツッコミを入れたくなる場所」を探した。それらの場所の写真を単に掲載するだけでなく、ガイドブックを持ち歩いてその場に向いてツッコミを入れてもらうことを企図し、評価を書き込めるようにした(図4参照)。最後のグループは、かに道楽やくだおれ、グリコのネオンサインといった大阪のシンボルが集合する道頓堀を対象エリアを限定し、例えば「道頓堀にある動物のオブジェの種類と数」や「多数あるたこ焼き屋の焼き上がり時間や開業年などの比較」といった、通常のガイドブックでは取り上げない雑学や豆知識などのデータをまとめたガイドブックを制作した。

このように「クリエイティブツーリズム」というキーワードを意識することで、読み手に「体験」を通してこれまで埋もれてきたミナミの地域資源を理解してもらうための工夫が施されたガイドブックが完成している。

\*3 Paradise Scopeと同様に、本プロジェクトにおいても第二著者の花村がコーディネーターを勤め、デザインを行った。

## 5. ワークショップのデザインと効果

2章で述べたように、本研究の目的は、「参加者の場に対する理解や認識が深まること」である。前章までは、ワークショップの成果物を中心に考察を述べてきたが、本章ではワークショップにおいて実施したアンケートの結果を交えながらワークショップの効果について議論する。

### 5.1 ワークショップの効果

Paradise Scope では、ワークショップの事前と事後にキャンパスに対する印象を尋ねるアンケートと、キャンパスの認知地図を描画させるテストを実施した [5]。その結果、印象を尋ねるアンケートにおいては「キャンパスへの好感度」「キャンパスに対する誇り」などの8項目中5項目において5%水準で有意に改善が見られた。認知地図については、有意な改善は確認されなかったが、ワークショップ事後に描かれた地図には参加者がフィールドワークで発見した動物や施設などの描き込みが見られた [7]。また、2章でも述べたように、本研究では参加の動機付けとしての“楽しさ”がワークショップの成否の指標の一つとなると考えている。7件 Likert 法でワークショップに楽しみながら取り組むことができたかについて尋ねたところ、平均 6.5 点となり、肯定的であることが確認された。

ミナミ・クリエイティブツーリズムにおいては、インターンシップ終了後にプロジェクトの満足度について参加者にアンケートを実施したところ [9]、回答者 21 人の内、7 人 (33%) が“大変満足”、13 人が (62%) が“満足した”と回答した。「今後もプロジェクトに関わっていききたいか？」との質問には、9 人 (43%) が“ぜひ関わりたい”、12 人 (57%) が“機会があれば関わりたい”と回答し、回答がなかった 1 名を除く全員がこのプロジェクトに対して意欲的に取り組んでいることが示唆された。また、インターンシップで印象に残ったことについて自由記述で尋ねたところ、「新しい物に触れ、見方や価値観が広がった」「実生活においても街の見方変化した。自分たちが面白いアイデアを出せることができるとわかり、自分の更なる可能性を発見できた」などの回答が得られた。

「これまでにない切り口のガイドブック」を編纂する過程で、参加者らは暗黙に「その場に対する視野」を拡張することを促される。それによって、フィールドワークや情報収集だけでなく、グループのメンバーとの協同、他のグループが出すアイデアに耳を傾ける、といった行為が必然的に伴う。本研究における「仕掛け」は 2.2 節で述べたようにこの点にある。上記のアンケートや成果物の結果から、本研究における狙いは達成されていると考えられる。

### 5.2 ワークショップデザインは専門家にしかできない?

本研究で実施した 2 つのワークショップに共通するポイントは、参加者の視点を異化するために、「思考の補助線」となるキーワードを与えていることである。Paradise Scope では学生が持つ高槻キャンパスとは正反対のイメージである「楽園」、ミナミ・クリエイティブツーリズムでは「クリエイティブツーリズム」というキーワードを意識しながら、ガイドブックを制作してもらった。その結果、Paradise Scope で制作されたガイドブックは、すべての作品でキャンパスを他のものへ「見立て」が行われている。見立ては、キャンパスそのものをマチュ・ピチュといったように実在する場所として置き換える場合や、大豪邸のように実在しないものを捏造した場合、キャンパス内の特定の場所をクローズアップして写真に収めることでスケール感を変化させた演出をする場合 (図 1 参照) が見られた。また、ミナミ・クリエイティブツーリズムでは「体験」を考慮したガイドブックが多く作られた (表 1 太字参照)。

このように、選定されたキーワードが企画者の狙いどおりに参加者に影響を与えることができればワークショップは成功すると考えられる。今回のワークショップでは、「楽園」というキーワードは著者の一人である花村がこれまでのワークショップの実践経験にもとづいて考案したものであるが、こうしたキーワード創出をより論理的かつ効果的に行うには、そのモデル化が必要であると考えている。このようなキーワード創出のために、概念ベースが行なっている類似度の観点変調方式が参考になると考えている [7]。

## 6. おわりに

本研究では、場に対する理解を深める方法として「ガイドブックづくり」を取り上げ、これを課題としてデザインした 2 つのワークショップの事例を報告した。これらのワークショップでは、一般的に流通しているようなガイドブックにはないものを作ることを目的としている。参加者らにこれまで気づかなかったものに目を向けさせ、「場」に対する視点を異なるものに変化させることで、理解や認識を深めることを企図している。ワークショップで得られた成果物や参加者に対して実施したアンケートの結果から、本研究の「仕掛け」は機能したと考えられる。今後は、場に対する理解の深化をより多くの人が実践できるように、ワークショップのフレームワーク化の検討や、これまで専門家の技術によって行われていた点を支援するシステムづくりに取り組むたいと考えている。

## 参考文献

- [1] Lynch, K.: *The Image of the City*, The MIT Press (1960). 丹下健三, 富田玲子 (訳), “都市のイメージ,” 岩波書店, 1968.
- [2] Matsumura, N.: Shikake as an Embodied Trigger for Behavior Change, *Proc. AAAI Spring Symposium on Shikakeology: Designing Triggers for Behavior Change* (2013).
- [3] ORICON STYLE ニュース: みうらじゅんインタビュー「最近、俺自身がゆるキャラになつて?」, <http://www.oricon.co.jp/news/special/71089/> (2013 年 4 月 10 日確認).
- [4] Richards, G. and Raymond, C.: Creative Tourism, *ATLAS News*, Vol. 23, pp. 16–20 (2000).
- [5] Shirozu, N., Sakaguchi, S., Matsushita, M. and Hanamura, C.: Paradise Scope: A Workshop for Stimulating a Student's Viewpoint —A Trial Practice of Shikakeology—, *Proc. The 6th International Conference on Soft Computing and Intelligent Systems, and The 13th International Symposium on Advanced Intelligent Systems*, pp. 691–694 (2012).
- [6] 原研哉: デザインのデザイン, 岩波書店 (2003).
- [7] 白水菜々重, 松下光範, 花村周寛: 馴致環境の未知化を促すためのワークショップデザイン, *信学技報*, Vol. 112, No. 455, pp. 29–34 (2013).
- [8] 松村真宏: フィールドの魅力を掘り起こすフィールドマイニング, *信学誌*, Vol. 93, No. 3, pp. 237–241 (2008).
- [9] 特定非営利活動法人大学コンソーシアム大阪インターンシップ部会: 平成 24 年インターンシップ実施結果報告書 (2012).
- [10] 野田敬敏, 加藤亜美: 都市部における「地域への愛着」の基盤を築く生活科学習, *愛知教育大学教育実践総合センター紀要*, No. 13, pp. 67–74 (2010).
- [11] 中野民生: ワークショップ—新しい学びと創造の場, 岩波書店 (2001).
- [12] 高悠史, 高梨克也: コミュニケーション実践の直後のリフレクションを可能にするビデオ閲覧環境の開発, *信学技報*, Vol. 112, No. 455, pp. 17–22 (2013).