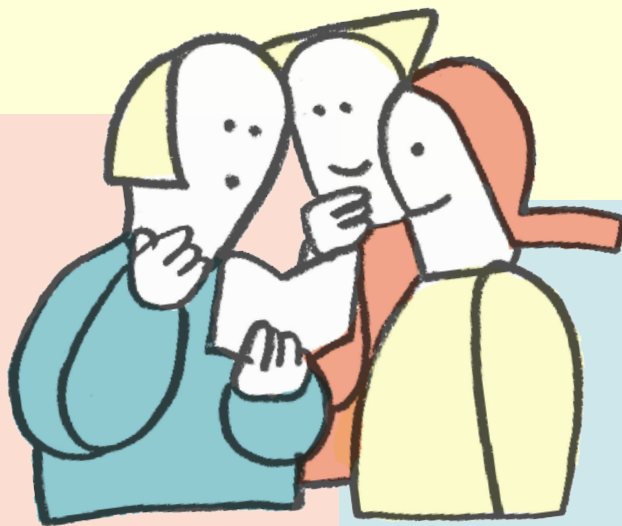


リビングラボの手引き

実践家の経験から紡ぎ出した
「リビングラボを成功に導くコツ」



Technical University of Denmark
NTT Service Evolution Laboratories

本書の概要	03
本書の使い方	04
全体俯瞰図	05
コツの読み方	07

第1章：ユーザとの共創 — ユーザと共に課題を探索しアイデアを創出する

現場の課題探索から始める	
問いから始める	11
想定にこだわりすぎない	13
個人的ものがたりの共有	15
自分たちの再発見	17
参加者が相互に学習しながらアイデアをつくる	
カタチにする、刺激する、反応をみる	19
現場に新しい視点を投げかける	21
変えられるもの探し	23
多数決に頼らない	25
アイデアを社会に出す	
テストと失敗の活用	27
小さく濃く始める	29

第2章：プロセスマネジメント — デザインプロセスを効果的に進める

対話や議論を促進する仕掛けを入れる	
議論のための可視化	33
参加のハードルを下げる	35
デザインの間をデザインする	
自分たちの場所	37
場を明るくする存在	39
WS で満足するな	41

達成感や貢献意識を生み出す	
小さな達成の積み重ね	43
参加者へのフィードバック	45
たまに振り返る	47
参加者の役割をデザインする	
参加者の関わり方をあえて分ける	49
役割の変化を柔軟に許容する	51
弱さの情報公開	53

第3章：チームビルディング — 動けるチームをつくる

キャラ立ちしたチームをつくる	
多様なスペシャル	57
コアを絞る	59
強力な仲間を味方につける	
変人・ボス猿をつかまえる	61
コミュニティとの連携	63
想いのある人と始める	65
チームで目指すものをつくる	
CSV: Creating Shared “Vision”	67
走りぬくためのゴール	69
ユーザとの関係性づくり	
参加者に響く言葉・メリット	71
現場からの信頼	73

コツ×効果マトリクス	75
メッセージ	77
コツを記述するためのフォーマット	79
謝辞	81

本書の概要

本書は、リビングラボを実践している人、これから実践しようと思っている人のための指南書であり手引書であり、ヒント集でもあります。本書には、リビングラボを実践するため、そして成功に導くための「コツ」が、言葉としてまとめられています。

本書の対象者は、リビングラボの「実践者」です。ここでの実践者とは、プロジェクトの推進者から、プロジェクトに関わる参画者、ちょっと興味があるけれどもリビングラボってなんだろうと考えている人まで、ありとあらゆる「リビングラボをやっている人、やりたい人」を想定しています。

そのため本書は、リビングラボの理論やメソッドに関する内容には言及しません。それよりもむしろ、実際に体を動かしリビングラボを動かす行為者(DOer)にとって役に立つ内容に焦点を当て、「リビングラボをどう進めていくか?」「どのような点に注意しなければならないか?」というような、ちょっと泥臭い実践的なコツをまとめています。また、それぞれのコツには、リビングラボ実践者の実話をもとに作成した具体的エピソード(物語)も掲載しています。本書を使う皆様には、是非このエピソードも読んでいただき、そこからコツを見出だしてもらいたいと思っています。

本書は、デンマーク工科大学とNTT サービスエボリューション研究所の共同研究の成果です。本書には、リビングラボの実践に関する30のコツを収録していますが、まだまだ進化の余地があります。本書を使っていた皆様には、現場での実践を通して、本書には掲載されていないような「自分たちなりのコツ」を発見していただき、それを加えることで、自分たちなりの冊子を作っていただきたいです。その意味で本書は、リビングラボの知見を蓄積するためのLiving Tool(生きた道具)と言えるでしょう。

本書の使い方

本書は、以下のような、様々な使い方ができます。

(1) 全体をじっくりと読む

リビングラボを実践するときの勘どころや注意点を広く知るためには、全体をじっくりと読んでみましょう。このときは、各コツの詳細な説明や関連するエピソードにもちゃんと目を通すことをお勧めします。このように読めば、リビングラボ実践のための具体的なアドバイスを得ることができ、本書を「指南書」として使うことができます。

(2) 気が向いたときに、バラバラと読んでみる

気が向いたときに適当なページを開いて、バラバラとコツを眺めてみるのもいいと思います。その日偶然開いたページに記載されているコツが、あなたのプロジェクトへの強力なヒントになるかもしれません。何気なく開いたページに書かれているコツに対して、それをプロジェクトに適用するにはどうするか?という強制発想をやっても、新たな知見が得られるかもしれません。

(3) 困ったときにヒントを得る

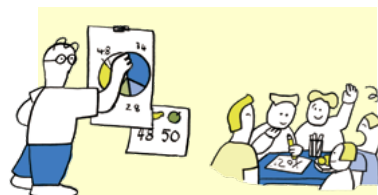
リビングラボを実践する中で、うまく進まないとき、壁にぶち当たったときは、「コツ×効果マトリクス(p.75, 76)」を入口にして本書を読んでみてください。そうすることで、あなたの困りごとを解決するためのヒントが得られるかもしれません。

(4) リビングラボに関する知見を共有するために使う

本書では、各コツを左右見開きで掲載していますが、左ページには象徴的なキーワードとイラストしか描かれていません。この左ページを使うことで、リビングラボ実践に関する知見を共有するためのワークショップができます。

- Step0) 各コツの左ページだけコピーして、カード化する(事前準備)。
- Step1) 参加者はペアを組み、30枚のカードの中から適当に1枚を選ぶ。
- Step2) 選んだカードのキーワードにまつわる経験や知見を互いに語る。
- Step3) ペアを変えて繰り返す。これにより、コミュニティ内で知見が共有される。

全体俯瞰図



対話や議論を促進する
仕掛けを入れる
議論のための可視化
参加のハードルを下げる

プロセスマネジメント

デザインの場をデザインする

自分たちの場所
場を明るくする存在
WSで満足するな



達成感や貢献意識を生み出す

小さな達成の積み重ね
参加者へのフィードバック
たまに振り返る

ユーザとの共創

現場の課題探索から始める

問いから始める
想定にこだわりのすぎない
個人的ものがたりの共有
自分たちの再発見



Living Labのコツ

参加者が相互に学習しながら アイデアをつくる

カタチにする、刺激する、反応をみる
現場に新しい視点を投げかける
変えられるもの探し
多数決に頼らない



アイデアを社会に出す

テストと失敗の活用
小さく濃く始める

チームビルディング

チームで目指すものをつくる

CSV: Creating Shared "Vision"
走りぬくためのゴール

キャラ立ちしたチームをつくる

多様なスペシャル
コアを絞る



強力な仲間を味方につける

変人・ボス猿をつかまえる
コミュニティとの連携
想いのある人と始める

ユーザとの関係性づくり

参加者に響く言葉・メリット
現場からの信頼



コツの読み方 本書では、リビングラボ実践のためのコツを、左右の見開き2ページで1セットとして構成しています。

①カテゴリ

コツが属するカテゴリです。(本書に収録されているコツは、3個の大カテゴリと11個の中カテゴリで分類されます。カテゴリの項目やコツの分類は、p.5, 6の全体俯瞰図をご覧ください。)

なお、ページ全体の色使いも、コツが属する大カテゴリ・中カテゴリでパターン化しています。

②キーワード

コツを表現する少しキャッチーな「言葉」です。この言葉は、リビングラボを実践・計画するとき、リビングラボに関して情報交換するときなどの会話で使うことができる、新たな「共通言語」となります。

③イラスト

コツを視覚的に表現する「イラスト」です。コツのキーワードや内容を、皆様の頭の片隅に留めておくための、手助けをしてくれるはずです。

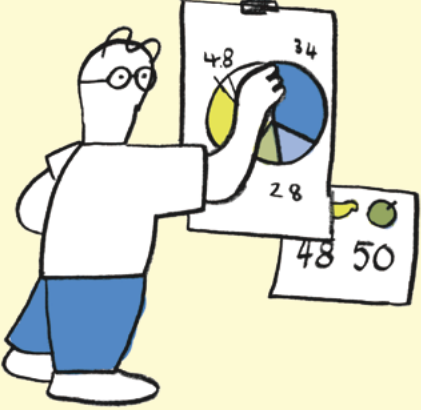
①

第2章：プロセスマネジメント ▶ 対話や議論を促進する仕掛けを入れる

②

KEYWORD 11
議論のための可視化

③



④

絵や図の形式で表現（可視化）して、参加者間の共通認識をつくる。

⑤

Situation – いつ?
課題の探索やアイデアの検討のために、ユーザ（市民）を含む多様な参加者が対話・議論をするとき。

Key action – コツ
①問題となっている状況、②思いついたアイデア、③議論している内容などを、絵や図で表現しながら、議論や対話をする。絵が下手でも構わない。図がちゃんと構造化されていなくても構わない。紙やホワイトボード、付箋紙などを使って、どんどん可視化すべし。

Results – 結果
・多様な参加者が「共通認識」を持つことができ、議論が積極的になるとともに、コミュニケーションの齟齬がなくなる。
・可視化しながら議論を進めるので、検討の抜け漏れが減り、より網羅的な問題分析やアイデア創出が可能になる。

Episode – 実践者のエピソード
アイデアをブラッシュアップする段階において、議論をしているのはいつも企業の人たちばかりでした。どうやら、アイデアをいうカタチのないものは、一般の人たちにとってはなかなか頭の中でイメージをつくるのが難しいようです。そこで、使い古された方法ではあるけれども、カスタマージャーニーマップを使って、サービスを受ける流れを絵で描いてみました。すると少しずつですが、住民の方からの具体的な意見が出てくるようになりました。

⑥

34

④コツ概要

コツの内容を端的に表現する一文です。コツのエッセンスが詰まった一文なので、ここを読むと、関連する経験や知見がいろいろと湧き上がってくると思います。

⑤コツ詳細

コツの内容の詳細に関する記述です。「いつ?」「コツ」「結果」の3段構成になっています。

いつ?：そのコツがどのような状況・タイミングで利用されるのか。

コツ：その状況において、どのようなアクションが重要なのか。

結果：そのアクションをとると、どのようなよい結果がもたらされるのか。

⑥エピソード

コツに関連する個別のエピソードです。実践者の実話をもとに作成しています。エピソードを読むと、各コツの具体的な内容を更にイメージしやすくなります。ただし、エピソードはあくまでも一例であり、すべてのプロジェクトで同じことを実施できるとは限りません。そのエピソードから得られる教訓やポイントを、自分なりに解釈しながら読んでみてください。

第1章：ユーザとの共創

ユーザと共に課題を探索しアイデアを創出する

現場の課題探索から始める

- 01 問いから始める
- 02 想定にこだわりすぎない
- 03 個人的ものがたりの共有
- 04 自分たちの再発見

参加者が相互に学習しながらアイデアをつくる

- 05 カタチにする、刺激する、反応をみる
- 06 現場に新しい視点を投げかける
- 07 変えられるもの探し
- 08 多数決に頼らない

アイデアを社会に出す

- 09 テストと失敗の活用
- 10 小さく濃く始める

KEYWORD 01

問いから始める



「何をすべきなのか?」「何ができるのか?」を
問うことからプロジェクトを始める。

Situation – いつ?

プロジェクトを開始するとき。地域や現場での活動を開始するとき。

Key action – コツ

企業側が「自分たちは何をすべきなのか?」「自分たちに何ができるのか?」を、地域や現場に問うことから始める。最初は、ソリューション（どんなサービスをつくるか?）のことは一旦忘れて、純粹に「問う」ことから始めてみる。

Results – 結果

- ・ 現場の方々が一緒に考えてくれる、協力してくれる。
- ・ 現場の生の声やエピソードから、解決すべき課題が発見できる。

Episode – 実践者のエピソード

現場や地域に入るときに、こんなビジネスの実証実験をしたい!こんな技術を使いたい!というような一方的な提案を押し付けることは企業の常套手段なわけですが、地域の人からの協力を本当に得たいのであれば、それだけではダメだと思うんです。我々は、いつも「我々に何ができますかね?」と、現場の当事者の方々に問いかけることから始めます。そうすると、現場や地域の当事者の方々が、相談に乗ってくれたり、一緒に考えたりしてくれるのです。

KEYWORD 02

想定にこだわりすぎない



想定や先入観に固執しすぎずに、
現場の声を聞き、課題を探索する。

Situation – いつ？

現場の課題を探索するとき。特に、課題探索における初期段階。

Key action – コツ

企業側が、自身の想定や先入観のみにこだわりすぎずに、現場の声をしっかりと聞き、そこに潜む課題を探索する。企業側が自分たちの意図や意思を持つことは必ずしも悪いことではないが、それにこだわりすぎると様々な弊害が現れてしまう。

Results – 結果

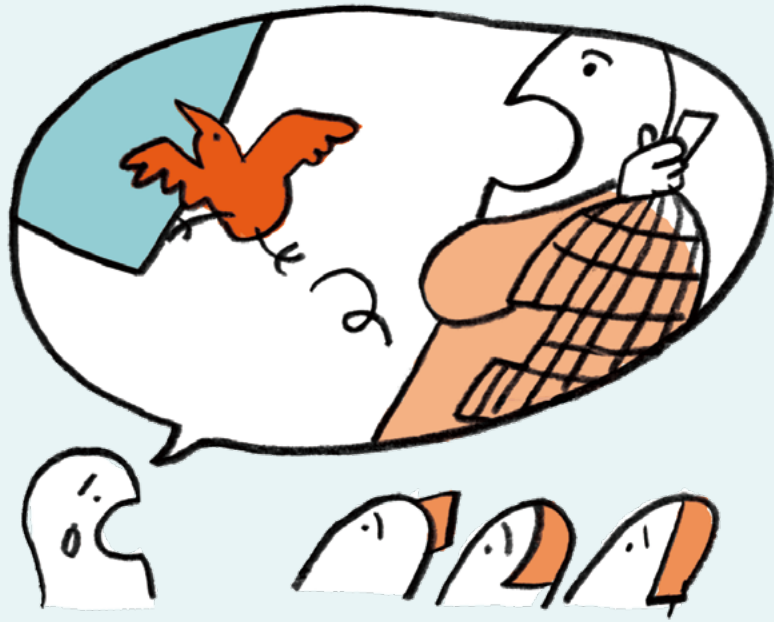
- ・ 現場の方々との信頼関係が徐々に構築され、協力してくれるようになる。
- ・ 現場の生の声やエピソードから、解決すべき課題が発見できる。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでは、アイデアやソリューションを創出することよりも、課題の探索に多くの時間をかけます。プロジェクト全体の期間に対して、半分くらいは現場調査と課題探索に時間をかけることが殆どです。課題探索のときには、現場の様子を自分の目で観察する、現場の当事者やユーザと直接会話する、ということをいつも大切にしています。ネット上の情報や、他人が調べたレポートだけでは、現場の雰囲気や課題を実感することはできないですからね。

KEYWORD 03

個人的ものがたりの共有



個人的な想いや経験を語り、参加者間で共有する。

Situation – いつ？

課題の探索やアイデアの検討のために、ユーザ（市民）を含む多様な参加者が対話・議論をするとき。

Key action – コツ

各参加者が自分自身の個人的なものがたり（体験や経験、エピソード）を語り、それを参加者間で共有する。時には、そういった個々のものがたりを何らかの形あるものに表現し共有してみる。万人が共感するようなものがたりである必要はない。むしろ個人的で局所的なものがたりが好ましい。

Results – 結果

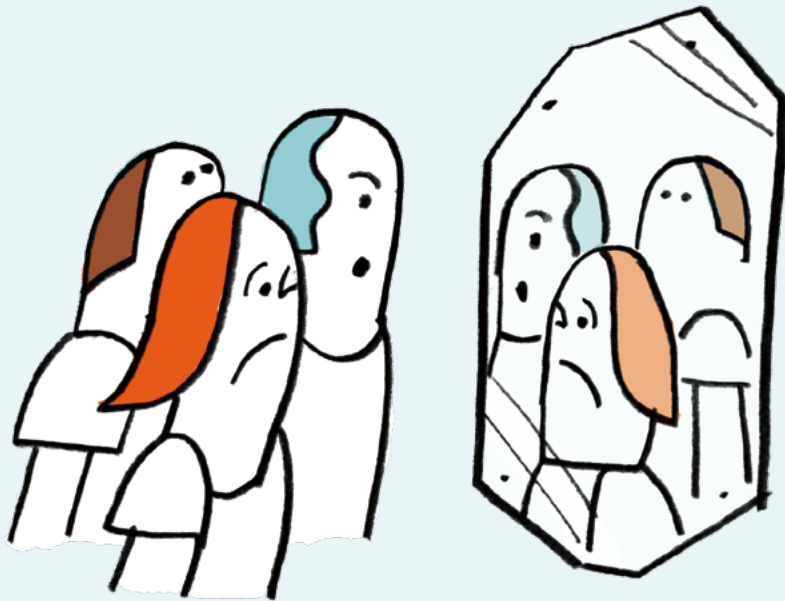
- ・参加者間の相互理解が進む。個々の経験や体験を相互に知り、打ち解けることができたり、連帯意識が高まったりする。
- ・個人的なエピソードの中から、課題発見やアイデア発想につながる情報を得ることができる。

Episode – 実践者のエピソード

業務をサポートする ICT 機器を改善することを目的としたプロジェクトでのこと。プロジェクトの途中で、「自分がこれまでどんな業務をしてきたのか？」「自分にとって仕事とは何か？」を各自が振り返る機会を設けました。すると、各参加者が具体的に個人的な「ものがたり（エピソード）」を語り始め、他のメンバーがそれぞれの物語に共感したり、反応したりする時間になりました。その後、チームの一体感が増し、各参加者も主体的に活動してくれるようになったのです。

KEYWORD 04

自分たちの再発見



当事者が自らを見つめ直し、
自分たちの課題や価値を再発見する。

Situation – いつ？

現場の課題探索や、課題解決のためのアイデアを検討するとき。

Key action – コツ

当事者が自らが置かれている状況や課題について自身で調べたり、振り返ったりする時間を設ける。そうすることで、自分自身を見つめ直す機会を意図的に設ける。そういった時間を設けることで、当事者の思い込みや先入観に基づいた状況認識が揺らぐ瞬間を作ってみる。

Results – 結果

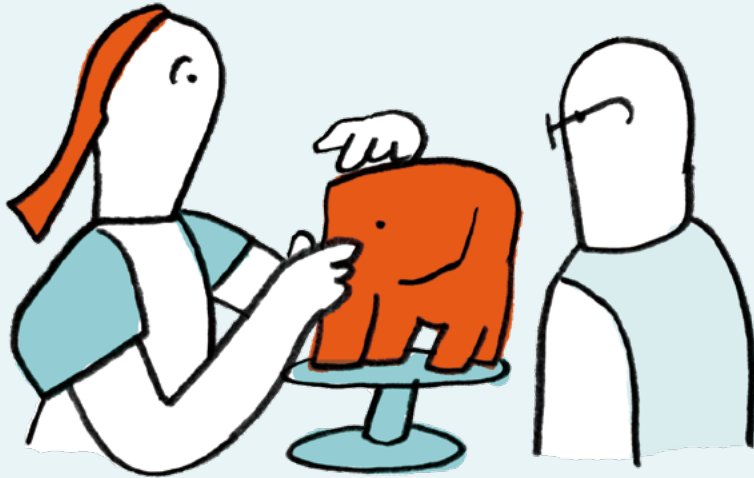
- ・ 現場の当事者が、現場の新たな価値を発見し、モチベーションが生まれる。
- ・ 自分たちの置かれている状況やその課題に自分自身で気づくことで、当事者意識が生まれる。

Episode – 実践者のエピソード

プロジェクトの序盤に、自分たちの地域の地図を出して、その上に地域のいいところ、課題などを貼っていくようなワークショップをしました。すると、そこに住む人にしかわからない貴重な情報が得られ、大変有意義でした。でもそれ以上の効果がありました。それは、地域の人たちが自分たちでちゃんと気づいていなかった地域のいいところ・価値を発見できたことです。この時間があったからこそ、プロジェクトの参加者が地域をよりよくしよう、自分たちで地域の課題を解決しようという気持ちになってくれたのだと思います。

KEYWORD 05

カタチにする、 刺激する、反応をみる



アイデアを目に見えるカタチで表現し、
当事者に提示してみる。
そして、当事者の反応を受け入れる。

Situation – いつ？

現場の課題探索や、課題解決のためのアイデアを検討するとき。

Key action – コツ

思いついたアイデアは即座にカタチにして、当事者にぶつける。そして当事者の反応を観察し、記録する。アイデアをカタチにする方法はたくさんある。要点を紙にまとめる、物理的な模型を作る、などである。いずれにせよ、どうしたら伝わるか？反応を得られるか？を考えて、カタチ化することが大事である。

Results – 結果

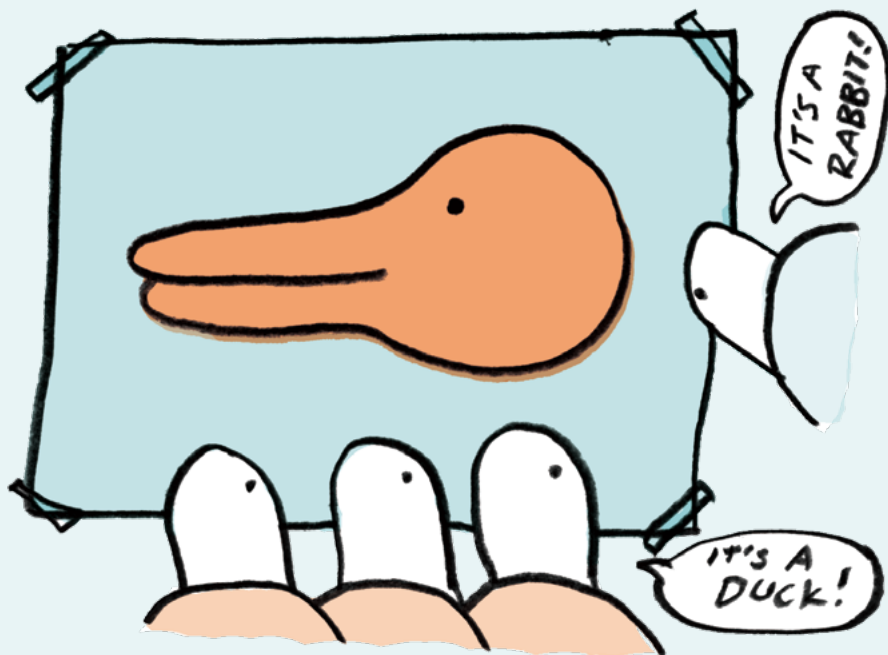
- ・当事者の声を引き出すことができる。当事者が具体的にイメージができると、多くの声を引き出せる。
- ・当事者のフィードバックをもとに、アイデアを具体化することができる。
- ・当事者の反応から、新しい課題やアイデアを発見するためのヒントが見つかる。

Episode – 実践者のエピソード

集合住宅のコミュニティ活性化に関するプロジェクトでのこと。住宅内のエレベータでの情報提示のアイデアを考えていたのですが、アイデアを紙にまとめただけでは、なかなか住民から多くの反応をもらうことができませんでした。そこで、模造紙と木材を使って、実物大のエレベータ模型を作ってアイデアのデモをしました。本当に簡易な模型でしたが、住民の方々（特に子供）がエレベータの中に入って、遊びながらいろいろなアイデアを出してくれました。実際にユーザが手にとれるモノを通じて会話することの力を、目の当たりにしました。

KEYWORD 06

現場に新しい視点を投げかける



よそ者として、現場の当事者にとって
新しい視点を投げかける。

Situation – いつ？

現場の課題探索や、課題解決のためのアイデアを検討するとき。

Key action – コツ

良い意味での「よそ者」になり、現場の当事者が思いつかないような新しい視点での解釈やアイデアを投げかける。リビングラボでは、現場の当事者と共に進めることが大事だが、必ずしも迎合しすぎることは有効でない。現場にとって新鮮な視点や刺激を適宜投げかけることは、よそ者としての大事なアクションである。

Results – 結果

- ・現場の当事者だけでは気づかないような、新しいアイデアが生まれる。
- ・当事者にとっての新たな気づきが生まれるきっかけになり、より積極的に声をあげてくれるようになる。

Episode – 実践者のエピソード

集合住宅のコミュニティ活性化に関するプロジェクトでのこと。このときは意図的に、多種多様なアイデアを住民の方々に提案してみました。みんなで集まれるカフェなど、ストレートなアイデアもありましたが、9階建ての住宅全部を使って流しそうめんをやる、エレベータを大喜利の場にしてしまうなど、少し変わったアイデアも織り交ぜました。すると、そういう変わったアイデアに対して、住民の方々が強く反応し、多くの意見や感想を出してくれました。振り返ってみると、現場の方々が普段は考えていないような観点を提示することが重要だったんだな、と思います。

KEYWORD 07

変えられるもの探し



変えられるもの、変えられないものを区別し、
変えられるものを探す。

Situation – いつ？

課題解決のためのアイデアを検討するとき。

Key action – コツ

アイデア検討においては、現場にある様々な要素（環境、モノ、人の行動、人の心理、人の関係性など）のうち、「変えられるもの」もしくは「変えやすいもの」は何かを見極めることが重要である。そして、変えられるものを発見するために有効な方法は、様々な領域の専門家を集めて一緒に考えることである。

Results – 結果

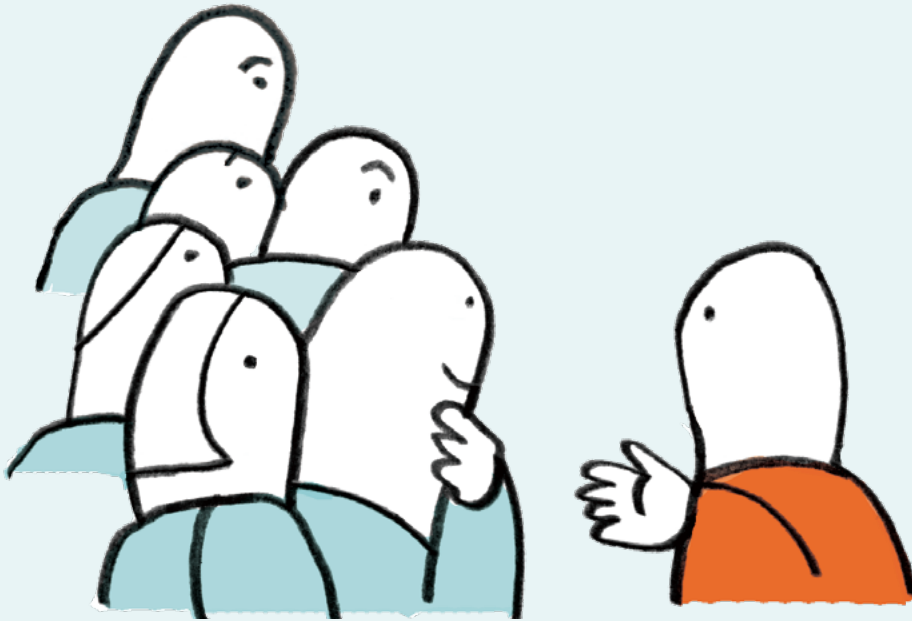
- ・ 課題解決のためのアイデアが見つかる。
- ・ 現場で実現可能なアイデアが見つかる。

Episode – 実践者のエピソード

子どもの安全に配慮した製品づくりのプロジェクトでのこと。子どもの安全と一言で言っても、様々な要素があります。製品をどう使ってもらおうか？ということも安全性に影響を与える重要な要素ですが、使うのは人間なのでミスすることもあります。人の行動は思ったよりも変えづらいのです。だけど、製品自体の形状であれば、その気になれば変えることができました。そこで、プロダクトデザイナーと連携して、製品自体の形状を追求しました。このように、変えられるもの、変えづらいものをプロジェクト毎に見極め、判断することが大事なのです。

KEYWORD 08

多数決に頼らない



意見やアイデアの多様性を活かすために、
すべてを多数決で決めない。

Situation – いつ？

課題解決のためのアイデアを収束させるとき。アイデアを具体化するとき。

Key action – コツ

アイデアの収束では、多数決で全てを決めるのは良くない。なぜなら、全員がよいと思うアイデアは、時に八方美人的なものになり、キラリと光る観点が薄れてしまうことがあるからである。多数決を使う場合は、「各参加者の考え」や「アイデアの観点」を浮き上がらせるツールとして活用しよう。

Results – 結果

- ・各参加者が場に出してくれた意見やアイデアの多様性を活かしながら、アイデアを具体化することができる。
- ・多数決によってキラリと光るアイデアや観点が消えてしまうのを防ぐことができる。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでも、多数決は良く使います。だけど、それは最終的な意思決定のための手段としてではありません。多数決をした後に、「なぜそのアイデアに投票したか？」を参加者に言ってもらうことで、アイデアの隠れた魅力や観点を場に出すためなのです。そうすることで、参加者の全員が気づいていなかった魅力が引き出されたり、アイデアの新しい可能性に気づいたりします。

KEYWORD 09

テストと失敗の活用



アイデアを早めに何度もテストし、失敗から学ぶ。
また、テストを通じてアイデアの価値を検証する。

Situation – いつ？

課題解決のためのアイデアを具体化、検証するとき。

Key action – コツ

アイデアのプロトタイプをたくさんつくり、当事者に使ってもらう。プロトタイプ
のテストは必ずしも成功する必要はない。むしろ、Try to fail fast の精神で、
失敗から学び、次につなげることが重要である。また、テストでは、アイデア
の価値や効果を定量的に示すデータを取得することも強く意識しよう。

Results – 結果

- ・テストを通じて、当事者の声を吸い上げることができる。
- ・当事者の声に基づき、アイデアを具体化することができる。
- ・テストによりアイデアの価値や効果が定量的にわかれば、アイデアを社会で
実現しやすくなる。

Episode – 実践者のエピソード

我々はどんなプロジェクトでもテストに長い時間をかけます。時には3か月も
かけることだってあります。ここで重要なことは、テストを「ユーザとのコミュ
ニケーションの機会」として捉えること、そして「ユーザの反応を真摯に受け
止める」ことです。大企業における失敗できないプロジェクトだと、テストは
期待する結果を出すための過程としてしか機能していないのが実態です。そう
ではなく、テストを通じてユーザの反応を集める、そしてその反応をもとに、
時には自分たちのアイデアの根本を見直すことが大事なのです。

KEYWORD 10

小さく濃く始める



最初は、規模は小さくとも
エッセンスは詰まったサービスから始める。

Situation – いつ？

アイデアをサービスとして社会に出すとき。または、それを検討するとき。

Key action – コツ

最初は自分たちができる範囲で小さく始めていくことが大事である。ただし、小さくと言っても「濃く」なくてはいけない。自分たちのアイデアの要点や価値をできる限りシンプルに捉え、そのエッセンスが詰まったサービスやプロダクトから小さく始めていくのである。

Results – 結果

- ・ 最初から大規模に始めるよりも、サービスを実社会で実現しやすくなる。
- ・ 実際にサービスやプロダクトが実現することで、参加者のモチベーションが上がる。

Episode – 実践者のエピソード

大企業における業務システムを、現場の方々と共に刷新したときの話。現場の声をもとにつくった新しいシステムを実業務でテストするときに、ごく少数のユーザの方々によるテスト運用から始めました。我々としても想定外だったのは、その後、大規模なテストに移行したときのことです。最初からテスト運用に協力してくれた方々が、新システムの価値を感じてくれたことで、アンバサダー（伝道師）になってくれたのです。彼らが伝道師として、他の従業員にもシステムの使い方や良いところを広めてくれたことで、このプロジェクトは成功させることができました。

第2章：プロセスマネジメント

デザインプロセスを効果的に進める

対話や議論を促進する仕掛けを入れる

- 11 議論のための可視化
- 12 参加のハードルを下げる

デザインの場をデザインする

- 13 自分たちの場所
- 14 場を明るくする存在
- 15 WS で満足するな

達成感や貢献意識を生み出す

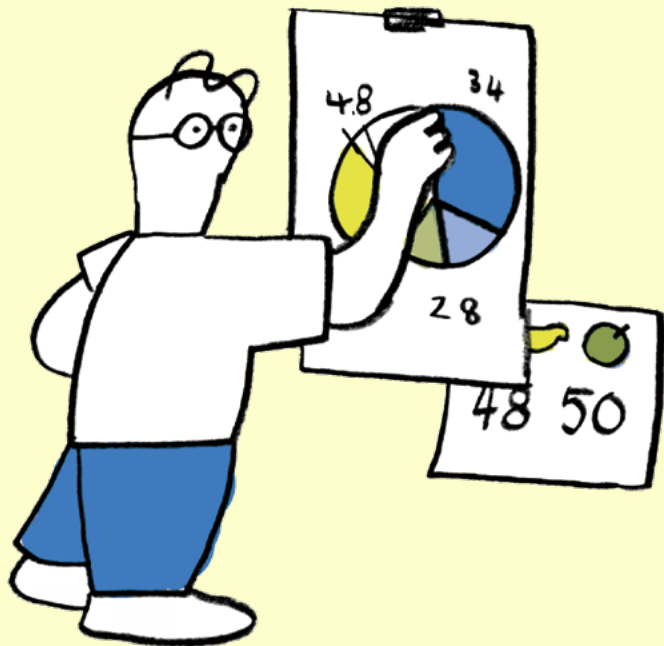
- 16 小さな達成の積み重ね
- 17 参加者へのフィードバック
- 18 たまに振り返る

参加者の役割をデザインする

- 19 参加者の関わり方をあえて分ける
- 20 役割の変化を柔軟に許容する
- 21 弱さの情報公開

KEYWORD 11

議論のための可視化



絵や図の形式で表現（可視化）して、
参加者間の共通認識をつくる。

Situation – いつ？

課題の探索やアイデアの検討のために、ユーザ（市民）を含む多様な参加者が対話・議論をするとき。

Key action – コツ

①問題となっている状況、②思いついたアイデア、③議論している内容などを、絵や図で表現しながら、議論や対話をする。絵が下手でも構わない。図がちゃんと構造化されていなくても構わない。紙やホワイトボード、付箋紙などを使って、どんどん可視化すべし。

Results – 結果

- ・多様な参加者が「共通認識」を持つことができ、議論が積極的になるとともに、コミュニケーションの齟齬がなくなる。
- ・可視化しながら議論を進めるので、検討の抜け漏れが減り、より網羅的な問題分析やアイデア創出が可能になる。

Episode – 実践者のエピソード

アイデアをブラッシュアップする段階において、議論をしているのはいつも企業の人たちばかりでした。どうやら、アイデアをいうカタチのないものは、一般の人たちにとってはなかなか頭の中でイメージをつくるのが難しいようです。そこで、使い古された方法ではあるけれども、カスタマージャーニーマップを使って、サービスを受ける流れを絵で描いてみました。すると少しずつですが、住民の方からの具体的な意見が出てくるようになりました。

KEYWORD 12

参加のハードルを下げる



参加者の誰もが
議論に加わりやすくなるような工夫をする。

Situation – いつ？

課題の探索やアイデアの検討のために、ユーザ（市民）を含む多様な参加者が対話・議論をするとき。

Key action – コツ

ワークショップや集団議論に不慣れな人でも、議論に参加しやすくなる工夫や仕掛けを入れる。発言の取っ掛けをつくるためにイラストや写真を使う、ルールを単純化する、順番を設けて誰でも発言できるようにする、中立なファシリテータを用意する、などやり方はたくさんある。参加者に合ったやり方を選択しよう。

Results – 結果

- ・多様な参加者の多様な意見を吸い上げることができるようになる。
- ・ワークショップに不慣れな人でも参加しやすい雰囲気ができて、参加者の裾野が広がる。
- ・声の大きい人だけでなく、声が小さい人にも活躍してもらえるようになる。

Episode – 実践者のエピソード

ワークショップ等にあまり慣れていない方々と一緒に議論や検討を進めるときに我々がよくやるのは、事前に、議論のテーマに関連する写真を撮ってきてもらうことです。撮った写真をワークショップの場に持ち込んでもらい、その写真についてあれやこれやと話し合う。そうするだけで、会話の量も増え、参加者の積極性もぐんと上がります。写真が、人々の会話を仲介する媒体となってくれるのです。

KEYWORD 13

自分たちの場所



自分たちのための検討拠点をつくる。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

参加者がいつでも来ることができ（openで）、かつ、集中して議論・検討できる（closedな）場所をつくる。このような場所を、継続的に使っていくことで、メンバにとっての「馴染みの場所」にしていく。自分たちが議論・検討しやすいように、「自分たち好み」の空間にすることも大事である。

Results – 結果

- ・ いつでも自由に使える拠点が用意されていることで、参加者に来てもらいやすくなる。いろいろな方の協力を得られやすくなる。
- ・ メンバにとっての馴染みの場所ができることで、当事者意識が生まれる。

Episode – 実践者のエピソード

プロジェクトを進めていく中で、コアメンバの関わりが希薄になってしまったタイミングがありました。そんなときに、コストはかかりましたが、思い切って「自分たちの場所」をつくってみました。この場所は、コアメンバにとっては秘密基地のような拠点ですが、メンバ以外の方にも開放し、「closedだけどopenな」場所にしました。この場所がコアメンバにとって、自分たちを感じられる場所になり、プロジェクトが活性化しました。これは自分たちのプロジェクトだ！というモチベーションが生まれたのだと思います。

KEYWORD 14

場を明るくする存在



場を明るい雰囲気にする人やモノを巻き込む。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。特に、様々な参加者が集まる場において。

Key action – コツ

場を明るくする人やモノをうまく活用する。例えば、自由活発で明るい未来を感じさせる「子ども」に参加してもらう。また、食べ物や飲み物、音楽、場の装飾など、場を明るくするモノをうまく活用する。

Results – 結果

- ・ 議論や検討の場が明るく楽しいものだと、多様な参加者が集まってくれるようになる。また、プロジェクトが継続的になる。
- ・ みんなが集まる場が明るい雰囲気になると、発言・行動しやすい雰囲気が生まれる。

Episode – 実践者のエピソード

あるプロジェクトでは、市民の方々との対話やワークショップを何度も重ねながら、課題探索やアイデア創出を進めてきました。プロジェクトが始まって1か月くらいが経ったタイミングで、1人のママさんが小さなお子さんを連れてきたのです。その日は、ずっとお子さんの笑い声や冗談を言う声が鳴り響いていました。そういったお子さんの声は、アイデア検討に直接つながるような声ではないですが、場の雰囲気を明るくし、他の参加者の方も笑顔になりました。感覚的ではありますが、その日の議論はとても前向きな発言が多かったような気がします。

KEYWORD 15

WSで満足するな



WSはあくまでも手段。
WSをやることを目的化しないように注意する。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

ワークショップをやっていると、その都度、小さな達成感を感じられる（N0.16）。これはいいことだが、それで満足しないように注意しなければならない。あくまでも最終的な目的は、何らかのサービスやプロダクトを、社会で実装することである。そのことを見失わないように、強く意識しよう。

Results – 結果

- ・リビングラボの推進者が、WS では終わらないことを強く意識することで、一回（数回）限りの単なるワークショップイベントにはなくなる。
- ・アイデアをプロダクトやサービスとして社会に出す（実装する）という意識が強くなる。

Episode – 実践者のエピソード

私がいつも思うことは、ポストイットでは何も始まらないぞ!ということです。いくつかのプロジェクトでは、ワークショップをやること自体が目的となってしまう、そこで満足してしまっていることが見受けられます。ポストイットを使うことや、ワークショップをやることは1つの手段でしかありません。最終的な目標は、実社会で何か新しいアイデアやサービスを実現することなのです。大事なことなのでもう一度言います。ポストイットだけでは、何も始まらないのです。

KEYWORD 16

小さな達成の積み重ね



参加者が小さな達成感を実感できる機会を、
細かく何度も提供する。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

参加者が小さな達成感を実感できる機会を多く提供する。例えば、ワークショップの成果物を作品（形あるもの）にする、問題点ばかり議論するのではなく未来に向けたアイデアの検討もする、などが効果的である。

ただ、小さな達成感だけで満足しないように、最終目的は常に意識しなければならない（No.15）

Results – 結果

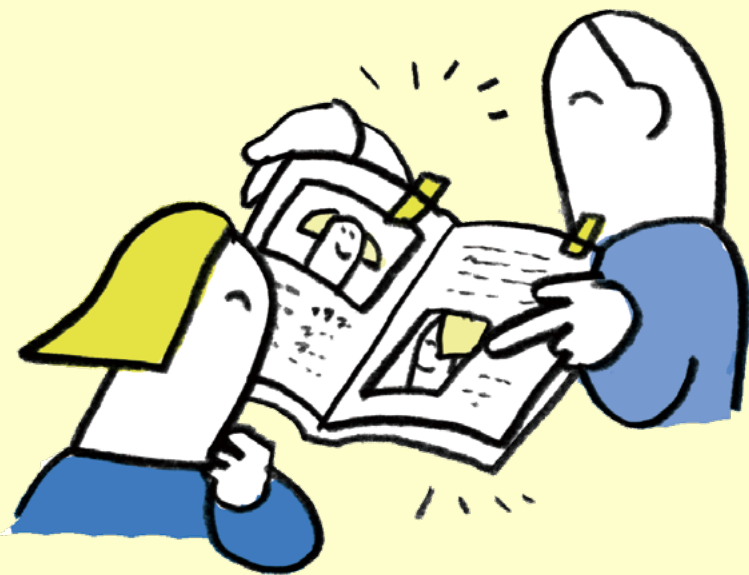
- ・ 参加者が達成感を感じることで、どんどん主体的に参加してくれるようになる。
- ・ 参加者の主体性が増すため、プロジェクトが継続的なものになりやすくなる。

Episode – 実践者のエピソード

プロジェクト全般に渡って参加者の集中力やモチベーションを維持するために重要なことは、参加者が小さな達成感を実感できる機会を何回も設けることだと思います。そのためには、ワークショップのアウトプットとして具体的なモノをつくるのが効果的だと思います。そのためには、ワークショップのアウトプットとして、新聞をつくる、イラストを描く、写真を貼り合わせたコラージュをつくる、レゴで立体物をつくるなど、いろいろなやり方があります。

KEYWORD 17

参加者へのフィードバック



参加者の活躍や貢献を目に見えるカタチにして、
フィードバックする。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

自分たちがやってきたことや参加者の貢献を、目に見えるカタチ（ミニレポート、新聞、イラスト、動画など）にして、参加者にフィードバックする。どのようなカタチにするにせよ、見た目を綺麗にまとめる。

Results – 結果

- ・ 貢献（役に立っている様子）が見えることで、参加者にモチベーションが生まれる。
- ・ 検討の場での発言が反映されていく様子が見えると、参加者が主体的に発言するようになる。
- ・ 参加者にモチベーションが生まれるため、プロジェクトが継続しやすくなる。

Episode – 実践者のエピソード

私のプロジェクトでは、ワークショップの結果を毎回レポートにして、それを参加者全員に配りました。そこには、ワークショップでどんなことをやったか？誰が参加したか？どんな意見が出たか？などを整理し、きれいなデザインでまとめました。レポートが届くたびに参加者は喜んでくれました。中には、それを自宅内の本棚にきちんと並べて飾っている人もいたようです。毎回きれいなレポートをつくることは時間もかかるし大変でしたが、労力を惜しまずにやってよかったなと思っています。

KEYWORD 18

たまに振り返る



プロジェクトの途中で時々振り返り、
自分たちのプロジェクトを味わう。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。特に、プロジェクト開始からある程度期間が経過したとき。

Key action – コツ

自分たちが進めてきたプロジェクトを、自分たち自身で振り返り、味わう。このとき、これまでの軌跡・記録が何らかの形で可視化されていると(No.11,17)、それを活用することができる。やってきたことの欠点や課題を探すのではなく、自分たちのプロジェクトの意義やより良くするための方法について話し合うことが重要である。

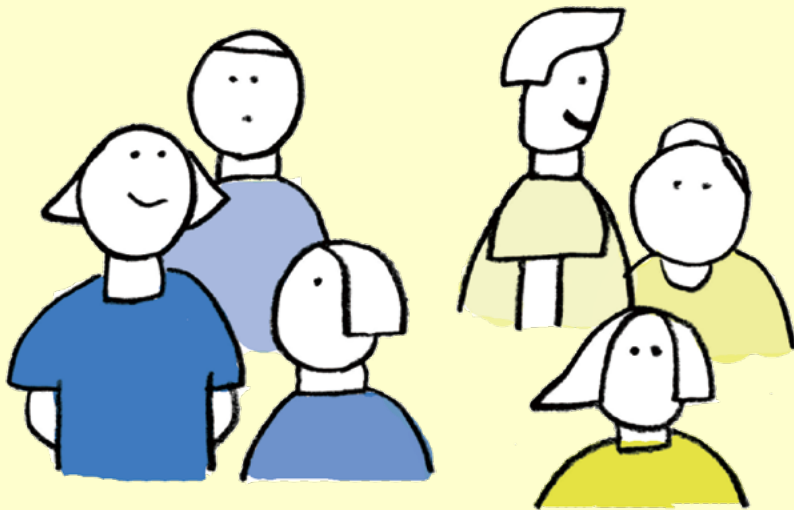
Results – 結果

- ・自分たちがやってきたこと、やっていることの意義について再発見する機会になり、参加者のモチベーションが向上する。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでは、数か月に1回くらいの頻度で、プロジェクトで実施してきた軌跡をまとめた動画をつくって、メンバ全員で鑑賞する会をやっています。これをやることで、各メンバが、自分たちがなぜこのプロジェクトをやっているのか？何ができていて、何ができていないのか？ということを自ら考え直すことができるため、とても貴重な機会になっていると思っています。

KEYWORD 19

参加者の関わり方を
あえて分ける

参加者の関心の高さや
時間の流れの違いを意識して
参加者の関わり方をあえて分ける。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

市民がものごとを理解し、行動に移す時間は、企業より遅いかもしれない。そういった時間の流れの違いを意識し、時には議論や検討の場を分けてみる。また、市民の中にも、関心が高い人、高くない人など、多様なグループが存在する。全員に同等の貢献を期待するのではなく、グループごとに関わり方（役割）を分ける。

Results – 結果

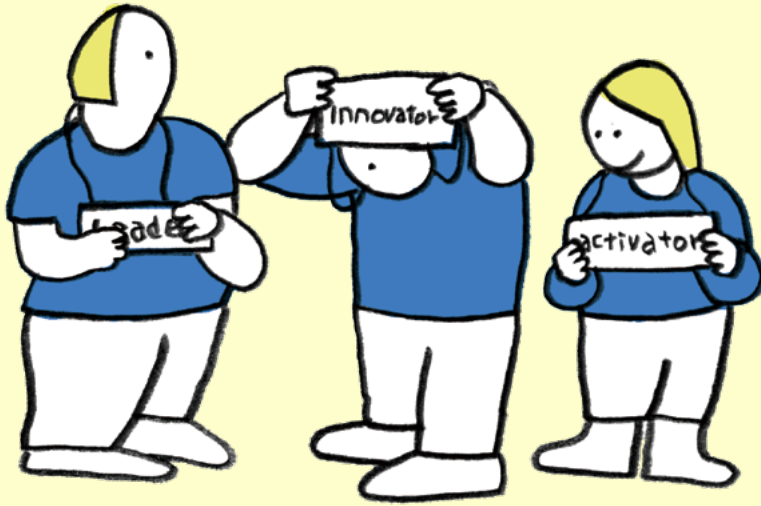
- ・ 関心が高い人に重要な役割（まとめ役など）を与えると、モチベーションが向上する。
- ・ 参加者ごとに適切に関わり方（役割）を分けてあげることで、多様な参加者が、無理なく参加・貢献できる。

Episode – 実践者のエピソード

以前やったリビングラボプロジェクトの失敗談を話すと、参加してくれた市民（ユーザ）全員に同じ役割を求めてしまったんです。でも、よくよく考えれば、すぐやる気のある人もいれば、ちょっと言ってみようかな、くらいの人もいたわけです。その人たちを同等に扱って同じ役割を与えてしまうと、無理をする人が出てきたり、逆に物足りなく感じる人が出てきてしまったりするんですよね。参加者の関心の高さに応じて、役割をあえて分けてあげることを今後注意していきたいなと思いましたね。

KEYWORD 20

役割の変化を柔軟に許容する



プロジェクトの進め方や参加者の役割を
状況依存的に柔軟に変化させていく。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。特に、プロジェクト開始からある程度期間が経過したとき。

Key action – コツ

リビングラボが多様な主体による協働である限り、各参加者が抱える事情の変化等により、当初の計画通りには進まない。そこで、当初想定した参加者の役割、進め方にはこだわりすぎずに、状況依存的に柔軟に変更していく。そのためにも、コアメンバによる打ち合わせは、こまめに実施しよう。

Results – 結果

- ・プロジェクトが継続的なものになる。
- ・タイミングに応じた適切な役割設計ができれば、参加者のモチベーションや主体性向上につながる。

Episode – 実践者のエピソード

病院での看護師さんとのプロジェクトのこと。最初は、業務の記録用システムの開発を、看護師さんと一緒に進めていたんです。でも、プロジェクトを進めていくうちに、看護師さんたちが自分自身で「私たちがやりたいのは業務を記録することじゃない。それは1つの手段であって、本当にやらなくちゃいけないことは、患者さんに寄り添うことだ」ということにふと気づいたんです。その後は、業務記録システムの開発という当初の目的を超えた検討が進んでいます。看護師さんたちの主体性は格段に上がり、今では看護師さんたちがプロジェクトを引っ張ってくれています。私たちデザイナー側が巻き込まれてしまっているくらいなのです。

KEYWORD 21

弱さの情報公開



わからないことやできないことは正直に表明し
参加者間で補い合い、フラットな関係を築く。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。特に、市民と企業や行政、大学が、共に議論・検討する場において。

Key action – コツ

現場および地域における「生活のプロ」は市民である。そのため、よそ者である、企業や行政、大学は、現場についてわかったふりをしないことが重要である。時には、「わからない」ことを市民に対して正直に伝え、市民にリードしてもらってもよい。

Results – 結果

- ・市民が自分たちの役割に気づき、モチベーションが向上する。
- ・市民の知識や意見を場に出してもらうきっかけになり、市民との協働が活性化する。

Episode – 実践者のエピソード

現場で生活している人たちと話していると、よそ者である私たちにはすぐに理解できないような話もたくさん出てきます。特に、病院や被災地など、特殊な状況に置かれた方と話していると、我々には捉えきれない話も多々出てきます。でもそんなときは、ファシリテータやデザイナーだからといって強がらずに、「すみません、わかりません」と正直に言うことも時には重要だと思います。そうすると、当事者の方々が丁寧に教えてくれたり、自分たちで主導権を握って整理・分析を進めてくれることだってあります。

第3章：チームビルディング

動けるチームをつくる

キャラ立ちしたチームをつくる

22 多様なスペシャル

23 コアを絞る

強力な仲間を味方につける

24 変人・ボス猿をつかまえる

25 コミュニティとの連携

26 想いのある人と始める

チームで目指すものをつくる

27 CSV: Creating Shared "Vision"

28 走りぬくためのゴール

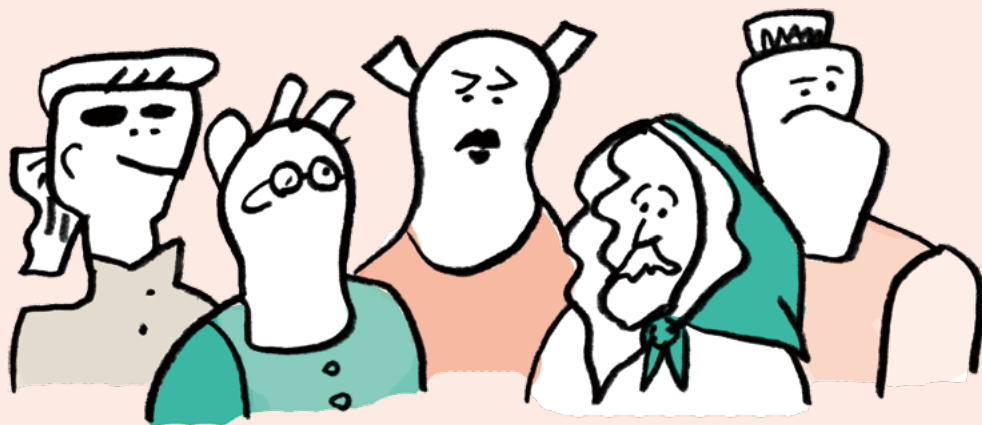
ユーザとの関係性づくり

29 参加者に響く言葉・メリット

30 現場からの信頼

KEYWORD 22

多様なスペシャル



専門性を持つ多様なメンバを集める。

Situation – いつ？

プロジェクトを実行するチームを構築するとき。または、新たなメンバを加えるとき。

Key action – コツ

多様な専門性を持ったメンバを集め、チームを結成する。このとき、闇雲に多くの企業を入れてしまうと合意形成が難しくなるので、あまり好ましくない(No. 23)。産(企業)、官(行政)、学(大学・研究機関)、民(市民)のキープレーヤーをきっちりと見極めることが重要である。

Results – 結果

- ・専門性が異なる人が集まると、これまでにない新しいアイデアが生まれやすくなる。

Episode – 実践者のエピソード

多様な専門性を持ったスペシャリストを集めることはとても重要なことだと思います。例えば、アジアのある国での感染症拡大を防止するサービスを検討したときは、その土地での生活のプロである「一般市民」、医療の専門知識を持った「医療従事者」、地域の制度設計・情報流通に長けている「行政」、情報サービスのプロである「IT企業」などを集めて検討しました。その結果、ワークショップで効果的なサービスが考案されただけでなく、ワークショップ後も各プレーヤーが、社会実装に向けて各々の領域で尽力してくれました。

KEYWORD 23

コアを絞る



参加する企業数を限定するとともに、プロジェクトオーナーを事前に決める。

Situation – いつ？

プロジェクト開始時。

Key action – コツ

プロジェクトの舵取りを行うコアチームは、人数や企業数を極力少なくする。これにより、プロジェクトにおける意思決定プロセスの複雑化を防ぐ。また、コアチームの中でも、プロジェクトの成果の事業化等に責任を持つプロジェクトオーナーを、事前にきっちりと決めておく。

Results – 結果

- ・事業化に関する責任者が事前に決まっていれば、サービスの社会導入のための議論が円滑に進む。

Episode – 実践者のエピソード

リビングラボの一番難しいところは、企業側が事業化まで到達できるか、というところだと思います。現場中心、ユーザ中心で散々検討してきて、でもそれが事業化や社会実装まで行きつかないという経験をよくしてきました。これまでのプロジェクトでそうってしまった一番の要因は、プロジェクトオーナーがはっきりしていなかったことだったように思います。プロジェクト開始時に、誰が責任を持つプロジェクトなのか？誰が財布を持っているか？を明確にしなければ、社会実装に向けた一歩は踏み切れないように思います。

KEYWORD 24

変人・ボス猿をつかまえる



現場における変わった人（変人）や力のある人（ボス猿）を見つけ、巻き込む。

Situation – いつ？

プロジェクトを実行するチームを構築するとき。または、新たなメンバを加えるとき。

Key action – コツ

現場や地域における変わった人や力のある人を見つけて、プロジェクトに巻き込む。地域で特徴的な活動をしている人、人的ネットワークが広い人、決定権がある人、周りへの影響力が強い人、よく名前が出てくる人、ひとりであっても精力的に活動している人、などはその候補である。

Results – 結果

- ・ 変人やボス猿が味方になると、現場や地域でアイデアを実行しやすくなる。
- ・ 人的ネットワークの広い人を巻き込めば、多くの参加者を集めることが容易になる。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでラッキーだったのは、協力してくれた市民側のリーダーが、その地域の市長の先輩だったんです。その人が市長に提言してくれたり、地域での人脈も広がったりして、いろいろな人を巻き込んでくれました。そういうような、現場や地域で人脈の広い人を見つけて巻き込むとプロジェクトが前進するんですね。Know-howを知っていることも大事だけど、多くのKnow-whoを持っている人を巻き込むことも、同じくらい大事なんです。

KEYWORD 25

コミュニティとの連携



既存のコミュニティと連携する。

Situation – いつ？

プロジェクト開始時。

Key action – コツ

現場や地域に既に存在しているコミュニティと連携することを試みる。ここでのコミュニティとは、何らかの共通の目的や課題意識を持って、自発的に行動したり、定期的集まっている市民たちのグループを指す。

Results – 結果

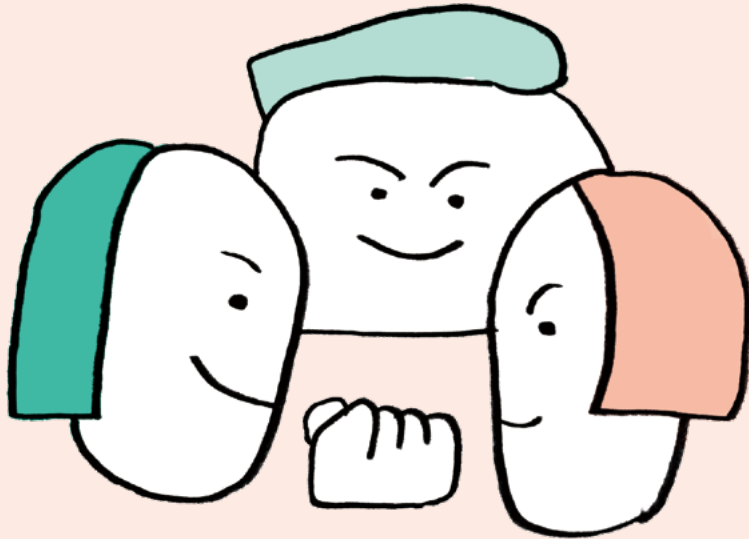
- ・コミュニティには、課題意識の強い人やキーマンがいることが多く、高いモチベーションをもって参加してくれる。
- ・コミュニティと連携できると、市民やユーザに参加してほしいときに、リーチしやすくなる。

Episode – 実践者のエピソード

リビングラボの重要なポイントのひとつは、市民やユーザのコミュニティと一緒に進めることだと思っています。そこが、リサーチ会社が抱えるモニターさんに協力してもらおうような、従来のやり方と違うところです。その地域・現場のコミュニティでは、既に課題意識が共有されていて、「自分ごと」として協力してくれます。だから、リビングラボのプロジェクトを始めるときは、いつも、その地域や現場におけるコミュニティや人の集まりを探すことから始めているんです。

KEYWORD 26

想いのある人と始める



最初は多くの参加者を集めるよりも、
想いのある「人」と始める。

Situation – いつ？

プロジェクト開始時。もしくは、序盤。

Key action – コツ

最初から、現場や地域の多くの人を無理やり巻き込むということはない。想いのある人、課題意識の強い人をまずは見つけ、その人たちとともにスタートする。多くの人たちに広げていくのは、その後、ある程度方向性が決まってからでよい。

Results – 結果

- ・ 想いのある人、課題意識の強い人は、高いモチベーションをもって参加してくれる。その空気が他の参加者にも伝わると、多くの人が主体的に参加してくれるようになる。
- ・ 想いのある人、課題意識の強い人は、様々な関係者を連れてきてくれる可能性がある。

Episode – 実践者のエピソード

市民や現場と一緒に何かをやってなると、最初からできるだけ多くの市民を巻き込んだ方がいいと思われがちですけど、全くそんなことはないと思いますよ。実際、我々のプロジェクトでは、いつも少数の意識の高い人、感度の高い人とチームを組んで始めます。多くの人を巻き込んでいくのは、プロジェクトの流れができてからです。最初から多くの人を巻き込んでも、收拾つかなくなりますからね。最初は、感度の高い人と始める。その方がスタートダッシュが切れると思います。

KEYWORD 27

CSV: Creating Shared “Vision”



チームで大事にしたいこと、
実現したい将来のビジョンを可視化して、
参加者で共有する。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。

Key action – コツ

チームで大事にしたいこと（アイデンティティ）を明確に言葉にして、参加者全員で共有し、常に意識する。いつでも参加者の目に入るように、紙に書いて貼っておいたり、クレドカードのように携帯してもよい。また、アイデアをつくる際も、最終的に目指したい姿（ビジョン）を意識する。

Results – 結果

- ・ 目指す方向性が共有され、アイデアを具体化するときに、議論や合意形成がしやすくなる。
- ・ ビジョンが明確に見えることで、参加者のモチベーションが向上する。
- ・ チームのアイデンティティがあることで、チームでの活動が継続的なものになる。

Episode – 実践者のエピソード

プロジェクトが始まった当初はすごくエキサイティングだったんですけど、時間が経つとその雰囲気も薄れ始め、離脱するメンバも出てきたんです。問題の根本は、我々は何を目指すのか？どうありたいのか？というチームとしてのアイデンティティやビジョンがあやふやになっていたことでした。そこで、自分たちのアイデンティティを再検討し、言葉にしました。さらに、それをトイレの壁に貼ったんです。いつでもメンバが見れますからね。それ以降、チームでの活動がすごく活発になったと思います。

KEYWORD 28

走りぬくためのゴール



参加者全員が目指すことができる
魅力的かつ現実的なゴールをつくる。

Situation – いつ？

プロジェクト開始時。

Key action – コツ

プロジェクトの成果を社会に広めるための、中間ゴールを設定する。ここでの中間ゴールには、展示会への出展、成果発表会、報道発表、記事化などがある。プレッシャーはかかるが、できるだけ華々しいゴールであるといい。プロジェクトの前半段階で、そのような中間ゴールのやり方と時期を決定する。

Results – 結果

- ・ 目指すべきゴールがあることで、参加者のモチベーションが向上する。
- ・ または、ゴールに向けてチームの連帯感が増す。
- ・ 特に市民やユーザのモチベーションが喚起されることから、市民やユーザが主体的に行動してくれるようになる。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでよかったのは、中間的な成果発表の場として、ある国際的な展示会への出展を決めていたことです。もちろん、それは最終的な目標ではないんですけど。展示会まであと1週間となった頃なんかは学生の頃の文化祭前日みたいなテンションで、メンバ全員が積極的に関わってくれました。展示会への出展って企業にとってはよくあることかもしれないけど、一般の人たちにとってはすごく珍しいし、誇れることだと思うんです。だから、プロジェクトを加速させる、とてもよい中間ゴール設定だったと思います。

KEYWORD 29

参加者に響く言葉・メリット



参加者にとって魅力的な言葉を使うとともに、
参加者にとってメリットがある場を設計する

Situation – いつ？

ユーザ（市民）の参加者を集うとき。また、ユーザ（市民）を含む多様な参加者が対話・議論をするとき。

Key action – コツ

参加者（特に市民）を巻き込むときは、どんな言葉が響くか？魅力的か？をまず考える。その際、小難しいカタカナ言葉は、市民には敬遠されがちなので、注意すべきである。また、様々な参加者が集まる場を設計する場合も、参加者にどのようなメリットが提供できるか？を考え、そこから設計を始める。

Results – 結果

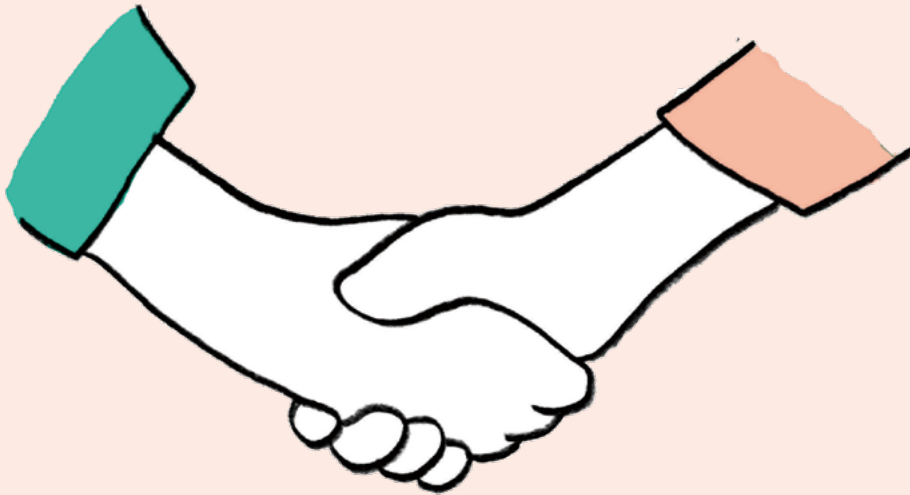
- ・参加者にメリットを提供できると、参加者数や参加継続率が上がる。
- ・市民にとって魅力的な言葉やテーマがあると、より主体的に参加してくれるようになる。

Episode – 実践者のエピソード

我々のプロジェクトでは、一般の市民やユーザの方に集まってもらうワークショップをいつも2部構成にしています。前半は、参加者の方々が興味を持ってもらえるイベントをやります。子育て中のママさんを対象としたプロジェクトでは、おすすめ絵本の紹介、手遊び歌、子連れ海外旅行のノウハウ紹介など、参加者の方のメリットになるような情報提供をしました。そして、その後、サービス検討のためのワークショップをやりました。このような2部構成にすることで、参加者の方にも満足してもらえているようです。

KEYWORD 30

現場からの信頼



現場の当事者に自分の存在を認めてもらい、
信頼を獲得する。

Situation – いつ？

プロジェクト全般において。特に、プロジェクト開始「前」から序盤で。

Key action – コツ

現場の当事者からの信頼を得たいのであれば、現場に足を運び、当事者の方々と直接会って話をすることが一番の近道である。信頼関係はそう簡単に構築できるものではない。だからこそ、プロジェクトが本格的に始まる前から、時間をかけて現場に足を運ぶことが重要である。

Results – 結果

- ・現場からの信頼を獲得することで、当事者である市民が積極的に参加してくれるようになる。
- ・現場からの積極的な協力が得られる。これは、プロジェクトを継続的に実施していくために必須である。

Episode – 実践者のエピソード

現場の方々に自分の存在を認めてもらえてるかって、名前の呼ばれ方でわかるんですよね。最初は、「〇〇社の方」って呼ばれてました。それが、何度も現場に足を運んでいるうちに、「〇〇社の△△さん」→「△△さん」→「△ちゃん(あだ名)」というように、呼ばれ方が変遷していったんですよ。最後はあだ名までつけてもらって。呼ばれ方がカジュアルになるにつれて、現場の方との距離感がぐっと縮まった気がしました。でも、こういうことって、実際に現場に足を運んで、ちゃんと話さないと起きないんですよね。

コツ×効果マトリクス
この表は、「コツ×効果マトリクス」といいます。使い方はいたってシンプルです。以下のような2通りの見方をすることで、目的に合った情報を得ることができます。

		現場のユーザや市民からの積極的な協力を得たい	新しい課題やアイデアを見つけない	参加者の当事者意識やモチベーションを向上させたい
ユーザとの共創	1. 問いから始める	●	●	
	2. 想定にこだわりすぎない	●	●	
	3. 個人的ものがたりの共有		●	●
	4. 自分たちの再発見			●
	5. カタチにする、刺激する、反応をみる		●	
	6. 現場に新しい視点を投げかける	●	●	
	7. 変えられるもの探し		●	
	8. 多数決に頼らない		●	
	9. テストと失敗の活用	●		
	10. 小さく濃く始める			●
プロセスマネジメント	11. 議論のための可視化			
	12. 参加のハードルを下げる	●		
	13. 自分たちの場所			●
	14. 場を明るくする存在	●		
	15. WSで満足するな			
	16. 小さな達成の積み重ね			●
	17. 参加者へのフィードバック	●		●
	18. たまに振り返る			●
	19. 参加者の関わり方をあえて分ける			●
	20. 役割の変化を柔軟に許容する	●		●
	21. 弱さの情報公開			●
チームビルディング	22. 多様なスペシャル		●	
	23. コアを絞る			
	24. 変人・ボス猿をつかまえる			
	25. コミュニティとの連携			●
	26. 想いのある人と始める			●
	27. CSV: Creating Shared "Vision"			●
	28. 走りぬくためのゴール	●		●
	29. 参加者に響く言葉・メリット	●		
	30. 現場からの信頼	●		

(1)「縦から横」に見る
この見方をすることで、リビングラボを進める中で直面している困りごとを解決するためには、どのようなコツを参照・活用すればよいかがわかります。p.4 に述べた、「困ったときにヒントを得る」ための使い方です。あるひとつの困りごとを解決するためにも、いろいろなコツが適用できることが分かります。

①効果をさがす

↓

②該当するコツを見る

	現場のユーザや市民からの積極的な協力を得たい
1. 問いから始める	●
2. 想定にこだわりすぎない	●
3. 個人的ものがたりの共有	
4. 自分たちの再発見	
5. カタチにする、刺激する、反応をみる	●
6. 現場に新しい視点を投げかける	●

対話や議論を活性化させ多様な意見を吸い上げたい	アイデアを社会で実現したい	多様な参加者を集めたい	多様な参加者にうまく協働してほしい	プロジェクトを継続的なものにしたい
●	●			
			●	
	●			
●	●			
●			●	
●	●			
				●
	●			●
				●
				●
			●	
			●	
	●	●		
	●	●		
		●		
	●		●	
		●		●
				●
				●

(2)「横から縦」に見る
この見方をすることで、それぞれのコツがどのような効果をもたらすのか、ということが一目わかります。自分が気になったコツに対して、「なぜそんなことやらなきゃいけないの?」と思ったときは、この見方をしてみてください。

②効果をチェック

↑

①コツの項目を見る

現場のユーザや市民からの積極的な協力を得たい
1. 問いから始める
2. 想定にこだわりすぎない
3. 個人的ものがたりの共有
4. 自分たちの再発見
5. カタチにする、刺激する、反応をみる
6. 現場に新しい視点を投げかける

さあ、あなたはどんな行動を起こしますか？

皆様、本書から、ご自身の実施している(もしくは、これから実施する)プロジェクトをよりよいものにするためのヒントは得られましたか？

最後にひとつ、強くお伝えしたいことがあります。それは、「本書を読んだことで満足しないでください」ということです。我々が目指したいのは、読者の皆様が、本書を読んで感じたことや得た知見を活用して、ご自身のプロジェクトをよりよくするための「アクション」や「実践」を起こしていくことなのです。そして、そのアクションや実践を通じて、プロジェクトを成功に導くとともに、自分なりの実践知を積み上げていくことなのです。

そこに到達しない限り、本書が皆様にとって意義のあるものになったとは言えないと、我々は思っています。本書は、様々な実践者の経験的な知見を凝縮していますが、皆様の実践における次の一手、新たな一手を後押しする存在に過ぎません。皆様のプロジェクトの成功は、皆様の実践があつてこそ導き出されるのです。

さらに、実践を続けていく中で、本書には書かれていない新たなコツを発見したら、ぜひそれを自分たちで言葉化し、書き加えてみてください。P79-80の白紙のフォーマットはそのために用意しています。少し泥臭く地味ではありますが、そういった「実践からの学び」のサイクルを回すことが、様々なプロジェクトを成功させていくための一番の近道なのだと確信しています。



KEYWORD _____

Situation – いつ？

Key action – コツ

Results – 結果

Episode – 実践者のエピソード

謝辞

本書は、Technical University of Denmark(デンマーク工科大学)と NTT Service Evolution Laboratories(NTTサービスエボリューション研究所) の共同研究において、作成されました。

本書に掲載した30のコツは、デンマーク(2017年12月5日)および日本(2018年1月24日)において開催したワークショップの結果をもとに整理しました。本ワークショップには、リビングラボを含むユーザとの共創的なサービスデザインを実践している方々や興味のある方々、総勢48名に参加して頂きました。

皆様の活発な対話・議論のおかげで、本書を作成することができました。ここに感謝申し上げます。

本書をきっかけに、リビングラボに関する実践的な知恵・ノウハウを、皆様で共有することができる環境をつくっていければと考えています。そのことが、リビングラボを活用した社会的課題の解決、オープンイノベーションの実現に繋がっていくのだと思います。



March, 2018

Contents & Structure: Technical University of Denmark,
NTT Service Evolution Laboratories

Mika Yasuoka (Technical University of Denmark)
Fumiya Akasaka (NTT Service Evolution Laboratories)
Atsunobu Kimura (NTT Service Evolution Laboratories)
Masayuki Ihara (NTT Service Evolution Laboratories)

Book Design + Illustration: Tomomi Yada

