



デザイン思考で 総合大会を変える Innovate Our General Conference with Design Thinking

副会長 石田 亨

デザイン思考という言葉が流行しています。デザイン方法論の研究から生まれた言葉と思いますが、Stanford 大学の d.school やデザインファームが用い始め、ユーザ指向のデザイン手法として注目されています。一方、ポストイットの無駄遣いではないか、同じ時間を使うなら深く議論した方がよいのではないかと、その効果を疑う声もあります。私も、デザイン思考という言葉は何となく避けてきたように思います。

時期を同じくして副会長に選出され大会の改革を付託されました。調べていくと様々なデータが大会の退潮を表しています。参加者は年々減少しピーク時の 2/3 程度となっています。大会を契機に入会する学生員の減少のペースは更に速く、会員減の一因となっているようです。そうは言っても、3,000 件の論文が発表され 5,000 名が参加する大会議ですので、良い方向を探さねばなりません。そんなとき、ふと、大会はユーザを考えたことがあるだろうかと気になりました。プログラム編成委員の御努力で 3,000 件の発表がセッションに分けられます。ソサイエティ、グループや本部からの企画セッションがそれに加わり、事務局の尽力で 4 日間のプログラムが組まれます。よくできたプロセスなのですが、会員や学生がどんな 4 日間を過ごすのか考えてこなかったのではないかと、デザイン思考が役に立つかもしれないと思いました。

そこで、立命館大学で行われた 2015 年の総合大会でユーザ体験の分析を行うことにしました。アンケート (310 名) とインタビュー (117 名) に協力頂いた皆様に感謝します。データの分析は、京都大学デザイン学ユニットの伊沢好広特任准教授にお願いしました。分析結果から、大会の様々な顔が見えてきました。

大学教員や企業研究者は、セッションやシンポジウムに参加するほか、大会の運営や委員会にも参加しています。メールでの仕事も休みなく追いかけてきます。教員はセッションでの議論の活発化を望み、企業研究者は話題性の高いテーマのシンポジウムを期待しています。意外なことに、時折耳にする発表のレベルを嘆く声は、アンケートからは聞こえてきませんでした。会員間のネットワーキングも活発に行われているようです。懇親会には満足していないものの、単純に懇親会の魅力化に走ることに賛否両論があります。一方、学生は、セッションやシンポジウムに参加するほかは手持ち無沙汰なようです。学生にとっての交流機会は乏しいようで、特に企業との交流や懇親会の魅力化を求める声が強いです。大会を離れ、友人と観光に出かけていく姿も浮かび上がってきます。また、課題発見・解決型の活動の導入は教員、企業研究者、学生共にニーズがあるようです。

そうこうしている間に、大会のプログラムをデザインする責任者がいないことに気が付きました。大会担当の副会長がいるのではないかと問われそうですが、理事の任期は総会に始まり 2 年後の総会で終わります。個々の大会を最初から最後まで担当する立場にはないのです。実施校に実行委員長はおられるのですが運営で手一杯です。国際会議であれば中心的な存在であるプログラム委員長がいないのです。総合大会がソサイエティ事業に位置付けられていたためでしょうか。とは言え、各ソサイエティが総合大会全体の方向を変えるのは容易ではありません。そこで、九州大学で実施する 2016 年の総合大会からプログラム委員会を設け、プログラム委員長に総合大会のデザインをお願いすることにしました。

さて、デザイン思考で大会は魅力的になるでしょうか。各大会で、プログラム委員長を中心に新しいアイデアを取り入れていけば、会員や学生が次の大会を楽しみにするような、そんな総合大会に成長していくに違いないと期待しています。